



**ASSOCIATION OF EUROPEAN BUSINESSES
IN THE RUSSIAN FEDERATION**

**Everything you wanted to know
about the Social Media
but were afraid to ask**

**Organized by the
AEB PR & Communications Committee**

February 13th, 2009,
Hotel Marriott Tverskaya, Moscow

Новые медиа - новые ВОЗМОЖНОСТИ

Ольга Расулова
Edelman Imageland Interactive
Февраль, 2009

Революция в коммуникациях

- ◆ Падение тиражей ежедневных печатных изданий на 30% в США
- ◆ Число американских зрителей ночных телесводок снижается с 60 до 20 млн. за последнюю декаду
- ◆ Блоги привлекают 77.7 млн. американских пользователей (comScore)
- ◆ 13 часов видео загружается на YouTube каждую минуту
- ◆ YouTube превосходит Yahoo и становится вторым поисковиком после Google
- ◆ Facebook достигает 130 млн пользователей ... опережая MySpace
- ◆ Суммарная аудитория самых популярных социальных сетей Рунета
 - ◆ Odnoklassniki.ru, Vkontakte.ru, My.mail.ru – 83 млн. пользователей



Edelman 2009 Trust Barometer



- ◆ больше всех пользуются блогами для поиска информации о компаниях
- ◆ Наиболее активно посещают сайты по обмену видео-файлами (уступая Китаю);
- ◆ Чаще посещают сайты социальных сетей (уступая Китаю и Бразилии)
- ◆ 1/3 россиян делится мнениями о компаниях на форумах и блогах.

Среди пользующихся наибольшим доверием у россиян каналов получения информации:

- ◆ доклады отраслевых аналитиков (63%),
- ◆ статьи в деловой прессе и интернет-поисковики (по 49%),
- ◆ личное общение с сотрудниками компаний (47%)
- ◆ открытые контент-ресурсы Web 2.0 Интернета (Wiki) - 40%.

Менее всего россияне склонны доверять:

газетным статьям (16%), рекламе (12%), новостям по телевидению (24%), радио (21%), корпоративному сайту компании (27%).



На чьей стороне мяч?



Общение с людьми...

- ◆ Социальные медиа – это, прежде всего, общение! Где одностороннего информирования – недостаточно.
- ◆ Чтобы создать отношения – необходимо постоянное общение!



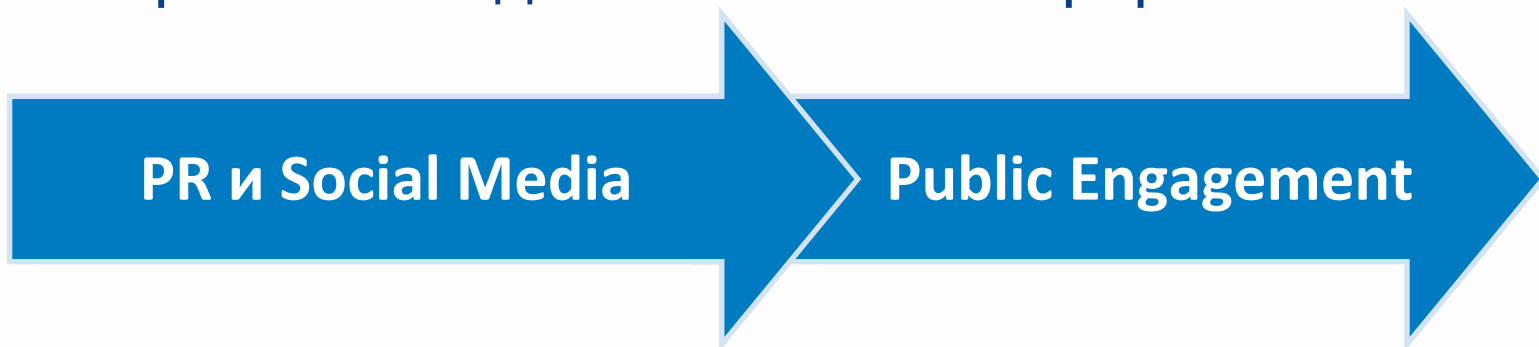
Что важно в этом общении?

- ◆ Слушать и прислушиваться
- ◆ Открыто реагировать
- ◆ Формировать продуктивный диалог вместо односторонних сообщений
- ◆ Предоставлять контент, отвечающий запросам пользователей
- ◆ Создавать условия для непосредственного участия людей в вашей деятельности

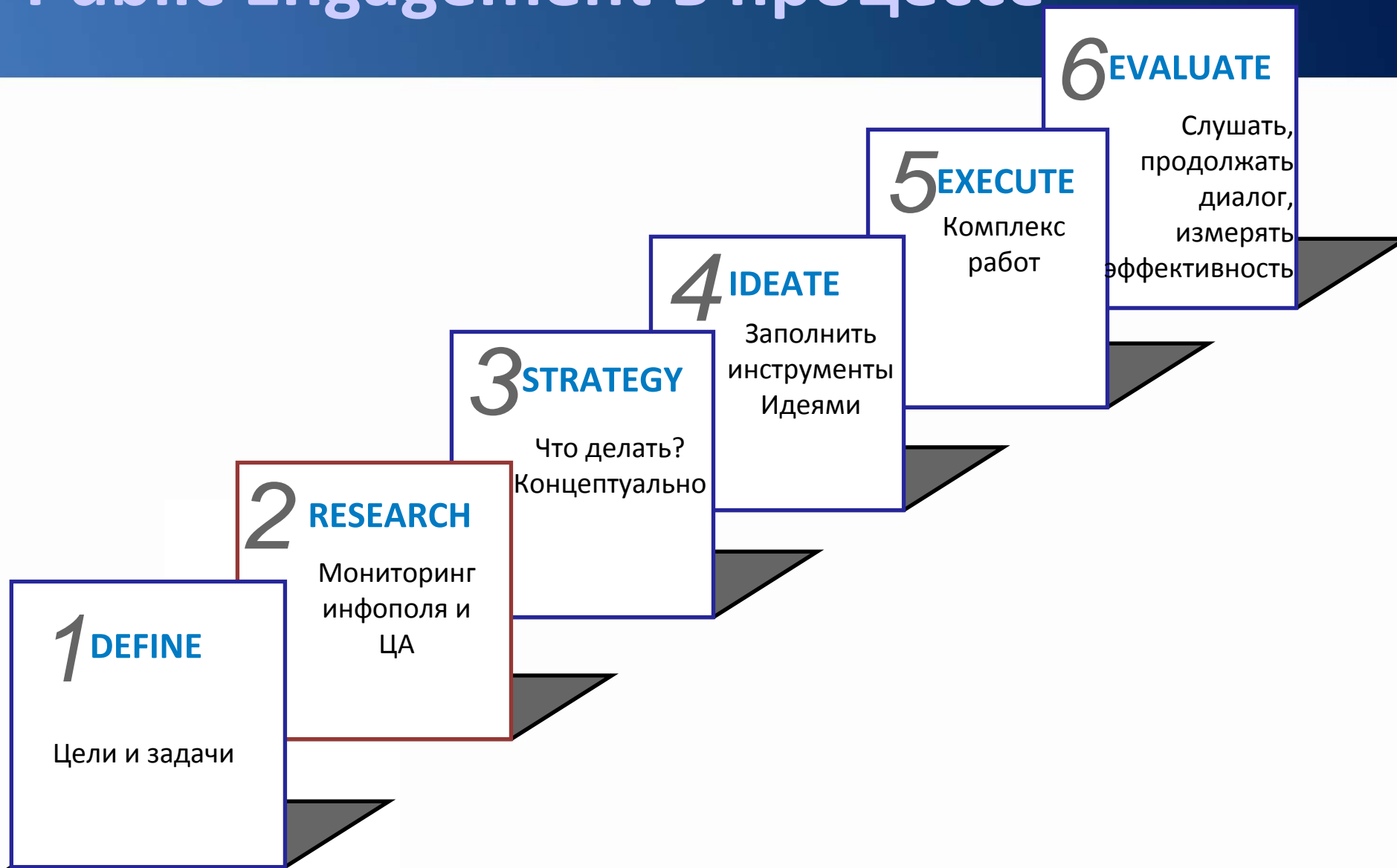


FLEE Model

- ◆ **Find:** Найти сторонников и противников
- ◆ **Listen:** Слушать их внимательно и воспринимать все, что они говорят - очень серьезно
- ◆ **Engage:** Вовлекать их в общение и взаимодействие - ценное для обеих сторон
- ◆ **Empower:** Уполномочить их представлять вашу историю в выгодном свете в их сфере влияния



Public Engagement в процессе

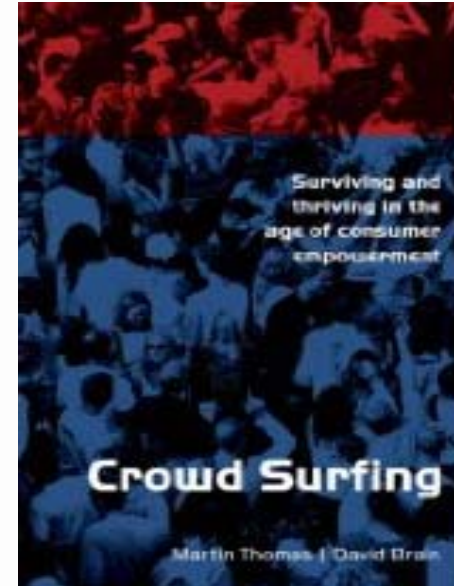


Как это работает



mybarackobama.com

- ◆ **Беспрецедентная победа Обамы в США: прямая коммуникация с избирателями**
- ◆ **Кампания, которая граждан превратила в партнеров и адвокатов бреда Обамы**
- ◆ **Социальная сеть myBarackObama.com – около 1,5 млн участников**
- ◆ **Facebook - 2+ млн. «друзей», MySpace - 800 тыс.**
- ◆ **База рассылки агитматериалов - более 5 млн. адресов**
- ◆ **Главный ролик Yes We Can - 14 млн просмотров**
- ◆ **Свыше 2 миллионов гостей на инаугурации.**



**“Crowd Surfing”,
by David Brain**



Starbucks

The screenshot shows the top section of the Starbucks Idea website. On the left, the text 'my STARBUCKS IDEA' is displayed in a stylized font. To its right, the words 'SHARE. VOTE. DISCUSS. SEE.' are stacked vertically. Below this is a green navigation bar with four links: 'Share Your Idea', 'View All Ideas', 'Ideas In Action', and 'About This Site'. The Starbucks logo is on the right. A white box on the left says 'Welcome, Guest'. The main heading reads 'Help shape the future of Starbucks—with your ideas'.



share

Post your Starbucks Idea—from ways we could improve to things we've never even thought of.



vote

Check out other people's ideas and vote on the ones you like best. The community votes. The community decides.



discuss

Talk about ideas with other customers and our Starbucks Idea Partners and help make them even better.



see

This is the proof. See which of your ideas were the most popular and watch as we take action.

Компания, предоставляющая условия для вовлечения потребителей в процесс сотворчества, начинает... и выигрывает!



Новым проектом журнал «Деньги» заявляет о выходе на качественно новый уровень взаимодействия с читателями - создания и выпуска номера журнала с использованием принципов social media

The screenshot displays the 'Деньги 2.0' website interface. At the top, there are navigation links for 'Коммерсант.ru', 'Новости', 'Эксперты', 'Власть', 'Деньги', 'Секрет фирмы', 'Weekend', and 'Автомобиль'. The main header features the title 'Коммерсант ДЕНЬГИ 2.0' and a navigation menu with categories like 'Экономика', 'Общество', 'Бизнес', 'Власть', 'Технологии', 'Общество', 'Культура', and 'Спорт'. A prominent banner at the top reads 'Куда податься новым безработным' and 'КРЕДИТ Как теперь дают кредиты'. Below this, there's a section titled 'Начекарае свои "Деньги"?' with a sub-headline 'Экспертное интервью, в течение двух недель вы имели возможность высказать свое мнение по поводу проекта "Деньги 2.0" - создания и выпуска номера нашего журнала с использованием принципов social media. Спрос покажет, что почти 50% аудитории нашего сайта проект интересен, поэтому, как обещали, знакомим вас с условиями совместной работы.' A 'Предложить свою тему' button is visible. The main content area is titled 'ТЕМЫ СТАТЕЙ' and lists several articles with their respective view counts and social media interaction options (like, share, comment). The first article is 'Жизнь в долг. Глобальные причины и последствия' with 21,424 views and 3,900 comments. The second is 'После 45 неохотно берут на работу' with 20,424 views and 3,900 comments. The third is 'Семейный бизнес' with 19,424 views and 3,900 comments. The fourth is 'Непубличные call-селлеры: ночной звонок' with 18,424 views and 3,900 comments. The right sidebar contains a 'Коммерсант' logo, a 'SMART EDITION' banner, and a 'В РЕГИОНАХ' section with a map of Russia highlighting 'Нижний Новгород'.

Социальное поведение

- ◆ Он сказал правду. В Твиттере.



PR специалист из Ketchum должен был прибыть на клиентскую встречу с FedEx в Мемфис. И честно написал, все что думает об этом городе...



О чем не стоит забывать

- ◆ Кстати, о вашем сайте (вы еще не забыли что это такое?)
- ◆ Важно уделять внимание его контенту!
- ◆ Кстати, легко ли его найти?
- ◆ Есть ли там возможность для общения?
- ◆ А подписка? А RSS?

Не стоит бросаться на все новое, пока не доведено до ума – старое!

