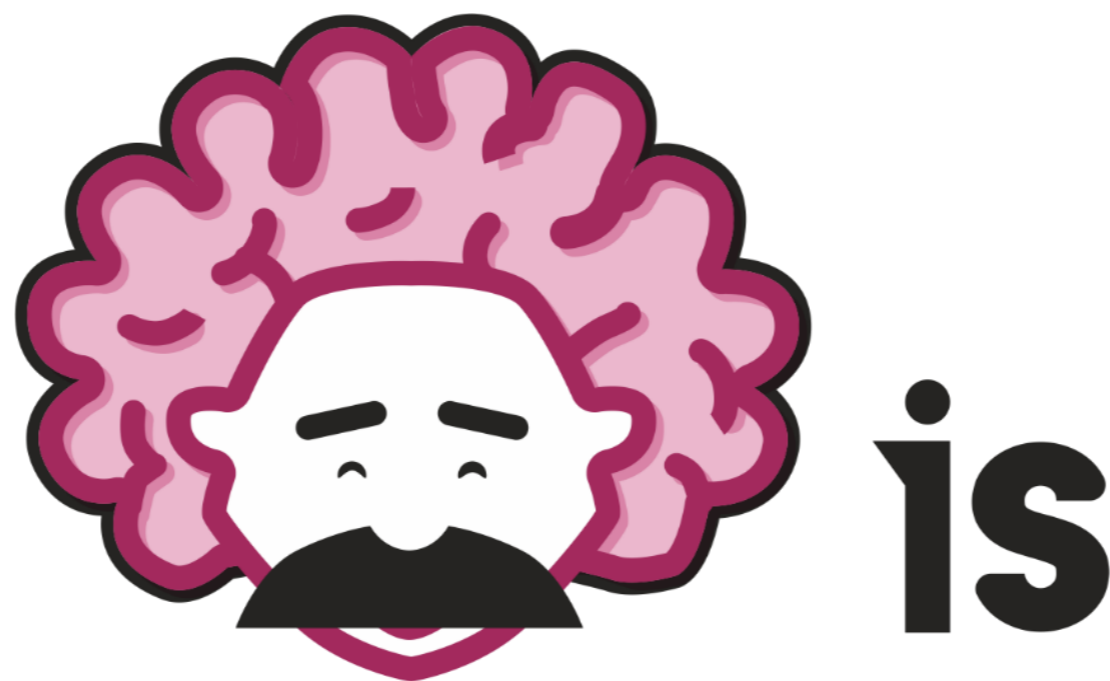


КАК ПРЕВРАТИТЬ ДИАЛОГИ С АУДИТОРИЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В РЕАЛЬНУЮ ПРИБЫЛЬ



«СОЦИАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ» МОЖЕТ:

- Находить клиентов в социальной сети ВКонтakte и вести с ними диалог;
- Выяснять потребности собеседника и совершать предпродажу продукта/услуги автоматически, создавать автоворонки;
- Экономить рабочее время менеджеров по продажам и маркетологов, минимально используя человеческие ресурсы.



ПУЛ ОСНОВНЫХ ЗАДАЧ ДЛЯ БИЗНЕСА:

- Привлечение новых клиентов без холодных звонков, увеличение среднего чека, повторные продажи, лояльность;
- Продвижение компании: поиск эффективных каналов продвижения, поиск целевой аудитории и новых маркетинговых стратегий;
- Поиск и подбор персонала.



W?

ФАКТЫ:

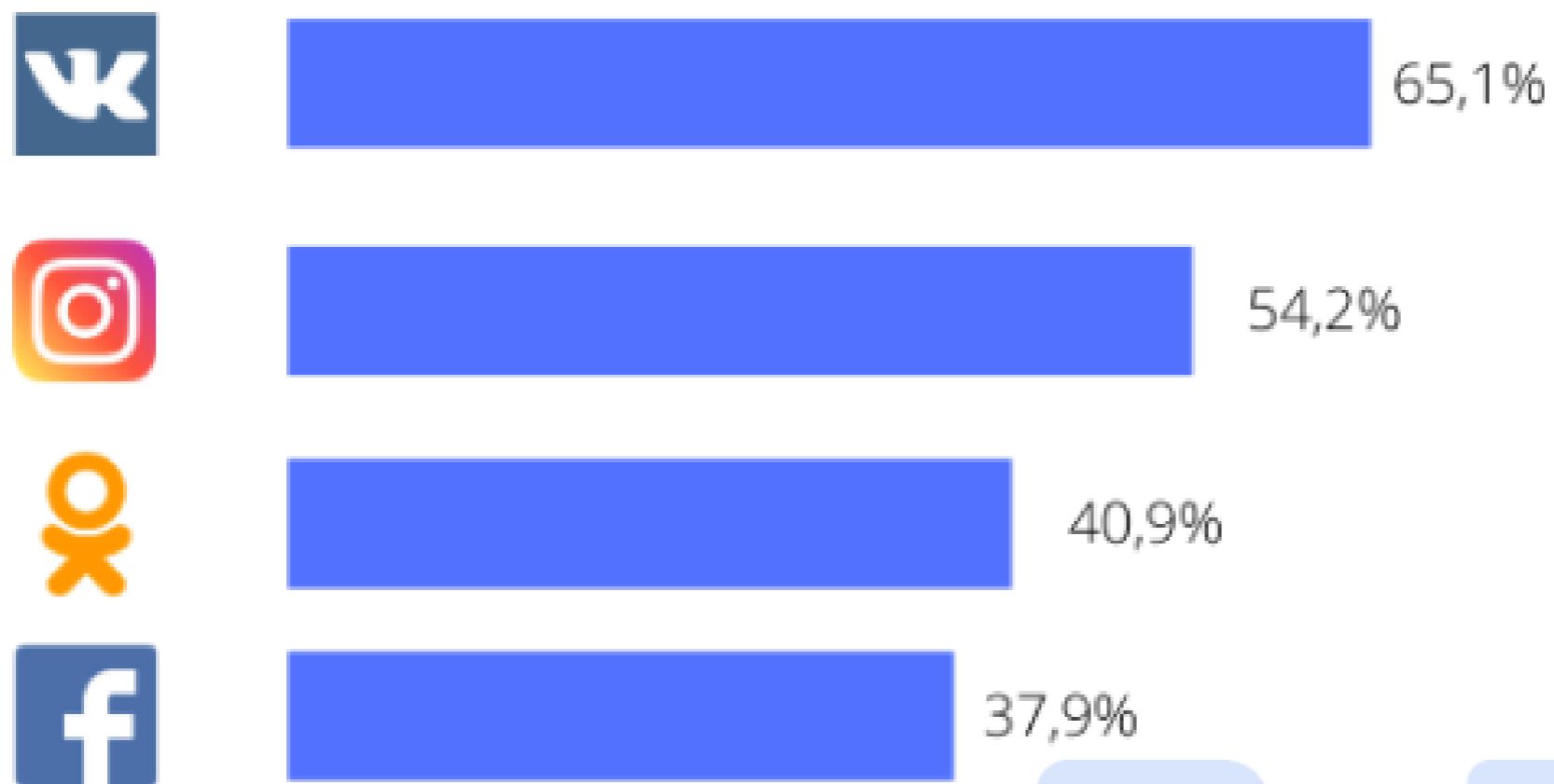
- В ВКонтате зарегистрировано более 600 миллионов аккаунтов – социальный сервис с самым большим охватом*;
- В сутки в ВКонтате отправляется 43 млн сообщений;
- ВКонтате посещают 77% пользователей мобильного интернета.



* Источник: по данным ВК на июль 2020 г.

<https://vk.com/catalog.php>

САМАЯ ОХВАТНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ В РОССИИ

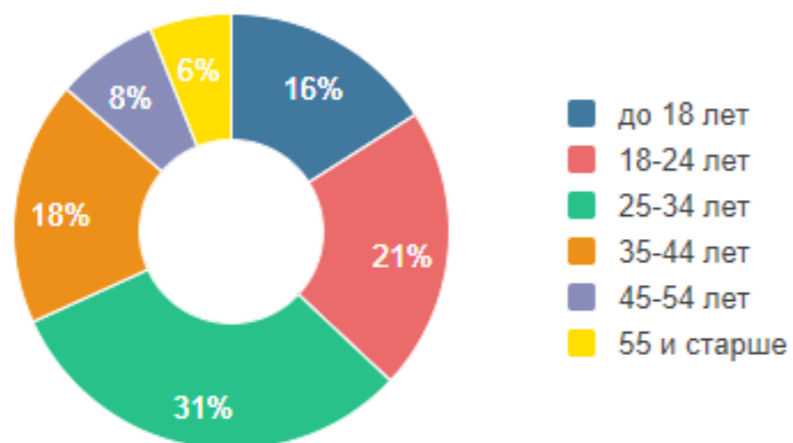


*Источник: по данным Mediascope на **март 2020**,
(города 100K+, 12–64 лет), desktop + mobile, % населения страны

https://livedune.ru/blog/statistika_socsetej_v_rossii.



Распределение по возрасту

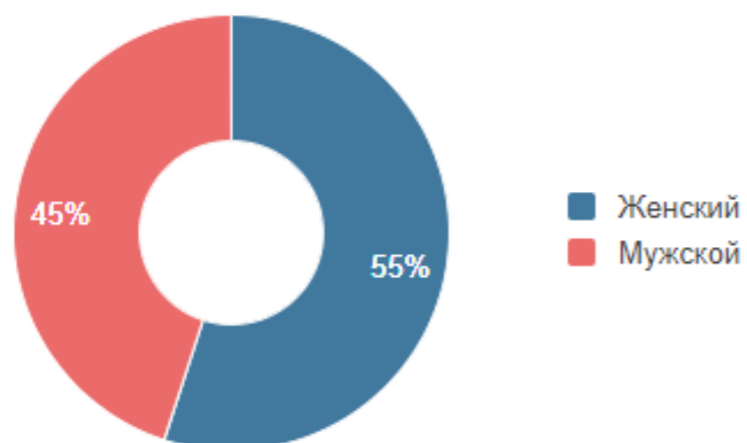


Возраст

Возраст	Авторов	%
до 18 лет	1 997 814	15,99%
18-24 лет	2 626 869	21,02%
25-34 лет	3 900 778	31,21%
35-44 лет	2 269 165	18,16%
45-54 лет	946 762	7,58%
55 и старше	756 036	6,05%

Авторов с возрастом: **43,37%**

Распределение по полу



Пол

Пол	Авторов	%
Женский	14 808 779	55,00
Мужской	12 117 447	45,00

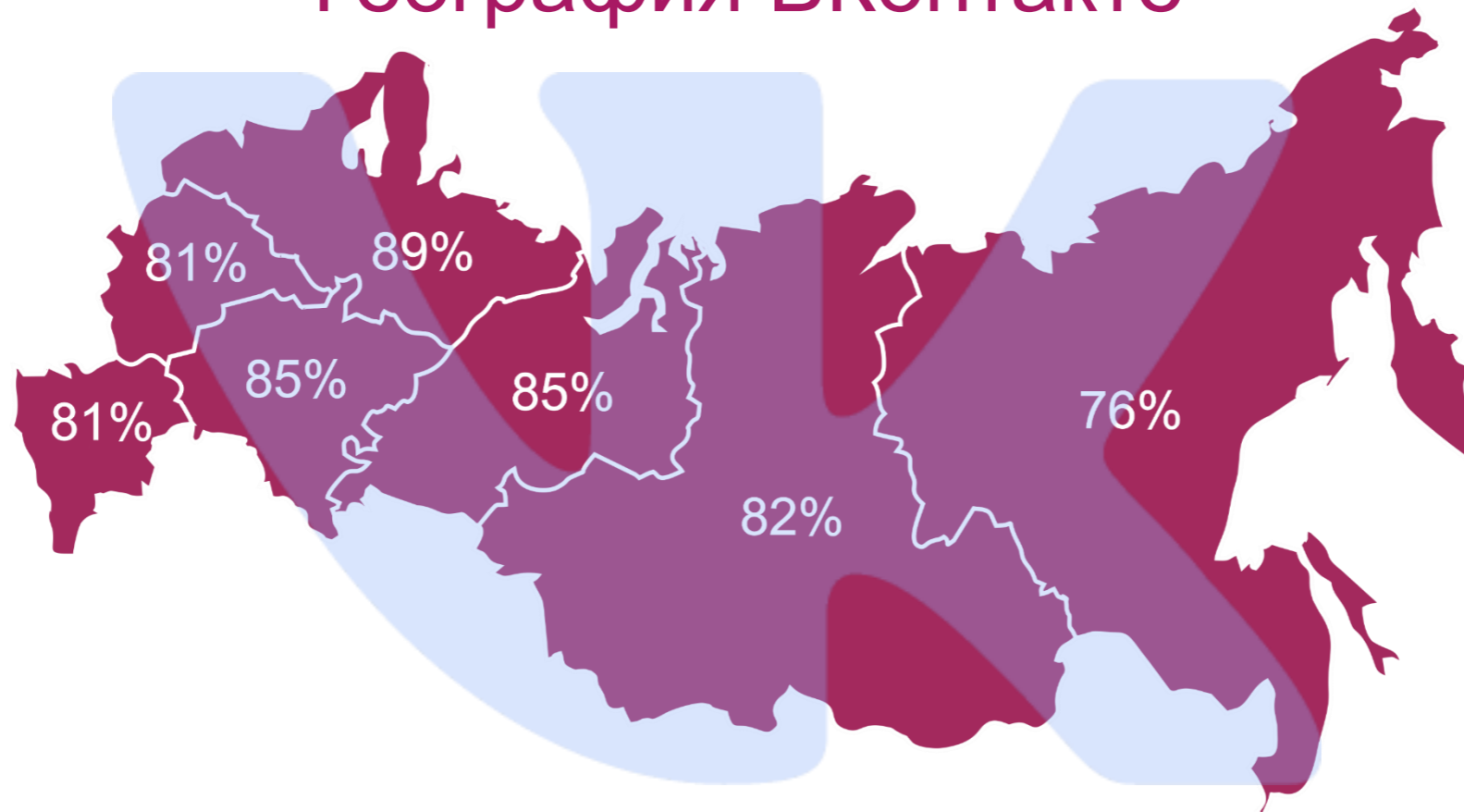
Авторов с полом: **93,43%**

*Источник: по данным информационного агентства Brand Analytics на июнь 2020 г.

<https://br-analytics.ru/statistics/author/>

ПОЧЕМУ ВКОНТАКТЕ?

География ВКонтакте



Проникновения ВКонтакте среди пользователей Интернета

Лидер на мобильных устройствах

77%

Пользователей мобильного интернета
посещают ВКонтакте

*Источник: по данным информационного агентства Brand Analytics на февраль 2020 г.

<https://rusability.ru/internet-marketing/polzovateli-sotssetej-v-rossii-statistika-i-portrety-auditorii/>

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Система IS определяет целевую аудиторию по заранее заданным параметрам:

- Страна
- Город
- Пол
- Возраст
- Интересы



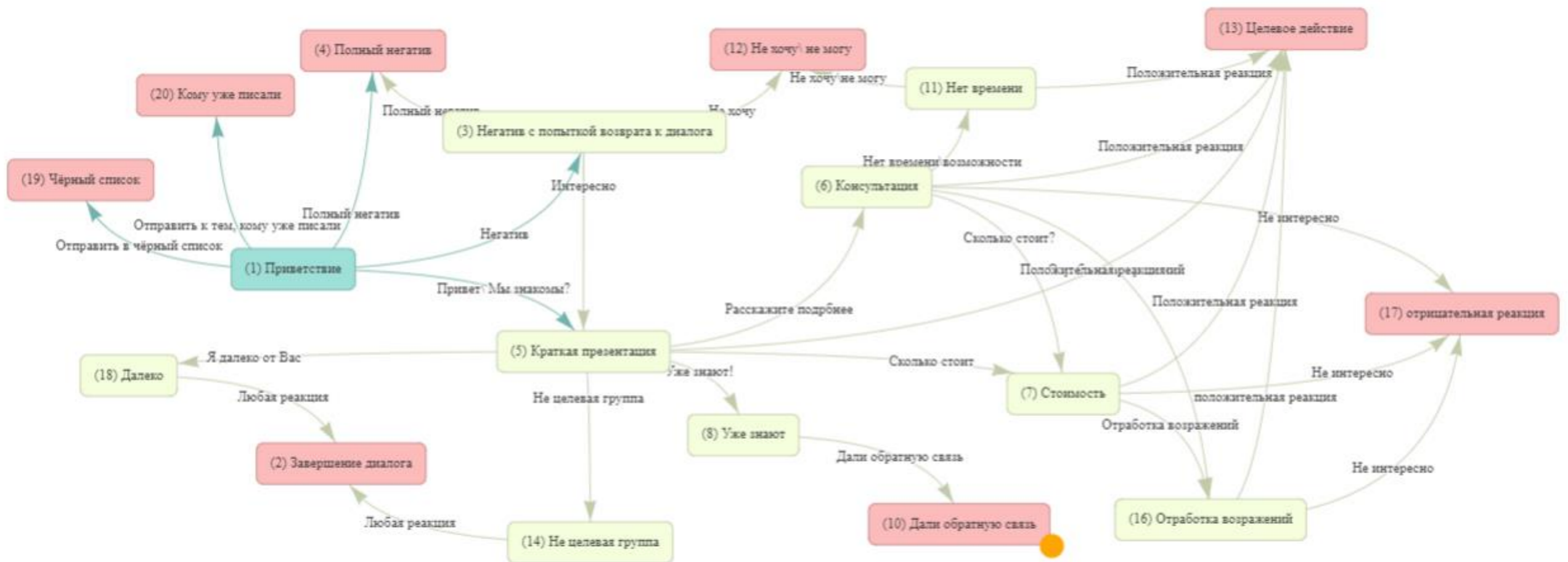
ДВА СПОСОБА ПОИСКА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

1. Выбираем группы/сообщества ВКонтакте, в которых потенциально есть нужная целевая аудитория и запуская проект в системе IS фильтруем по городу, возрасту, полу.
2. Выбираем аудиторию с помощью специальных систем – парсеров, например TargetHunter или Церебро - они позволяют искать аудиторию по хештегам, должностям, интересам, конкретной точке на карте (геолокации).




КАК ЭТО РАБОТАЕТ?

1. Зарегистрировать личный кабинет в системе IS
2. Активизировать лицензию IS
3. Создать скрипт для общения с потенциальными клиентами (интеллект-карту)
4. Запустить проект, чтобы система начала общаться с подписчиками соцсети.



КАК ОТСЛЕДИТЬ СТАТИСТИКУ?

В личном кабинете автоматически формируется отчет и отображается статистика

 Новосибирск -Кушай суши и пиццу
№ 825 от 01.01.1970



Отправлено приветствий 18886

Не принято приветствий 5135

Ожидают ответа оператора 346

Диалогов в работе 4109

Диалогов завершено 472

КАКИЕ ЗАДАЧИ РЕШАЕТ IS?



РОСТ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ И ГЕОГРАФИЯ ОХВАТА

- Система IS работает в любом часовом поясе 24/7
- Ведет диалог с Вашими потенциальными клиентами в удобное для них время.



ЭКОНОМИТ ВРЕМЯ СОТРУДНИКА КОМПАНИИ

- Система IS сама прорабатывает «холодные» контакты
- Передает вашему сотруднику «теплые» лиды
- Благодаря IS снижается выгорание менеджеров.

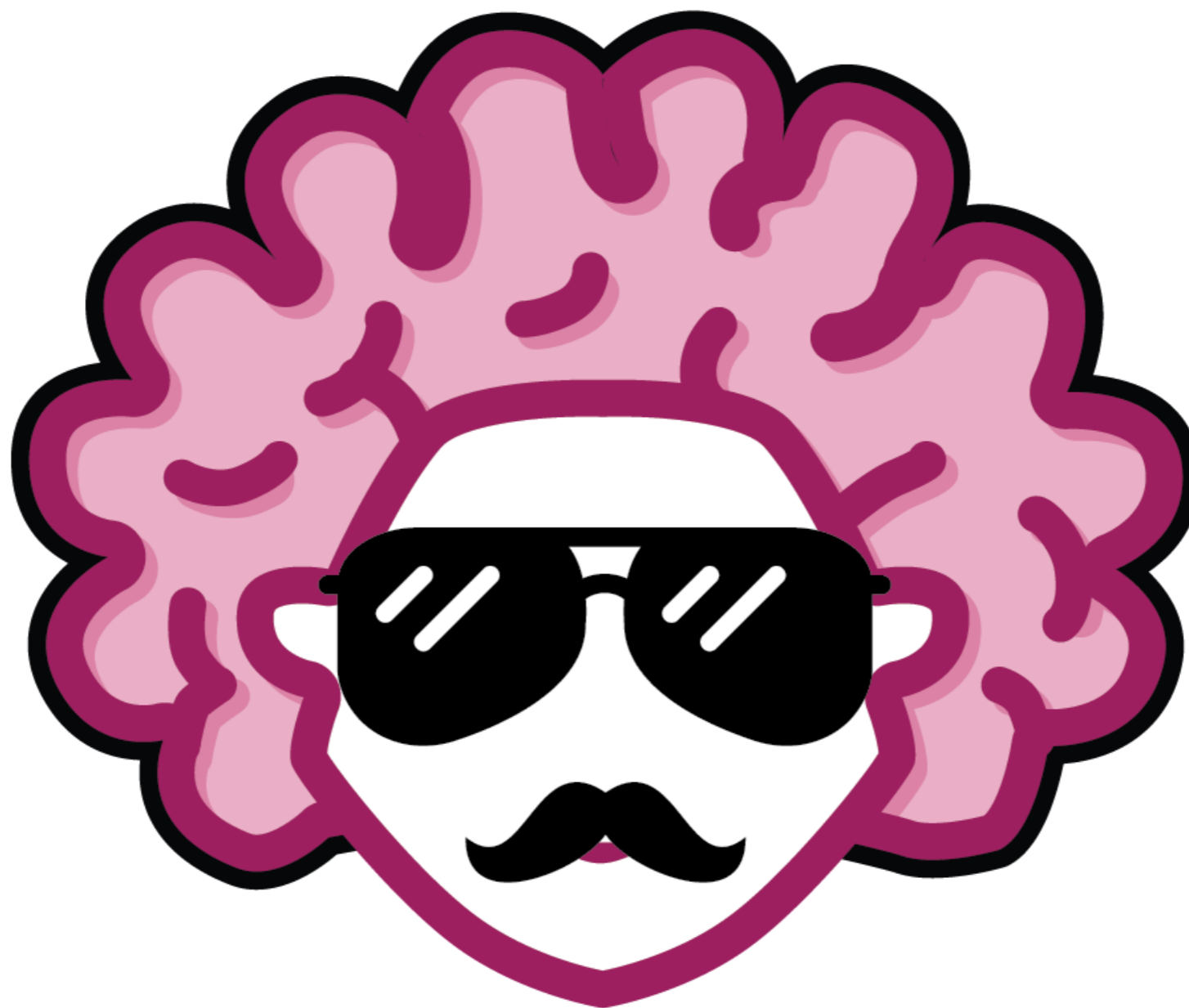


АВТОМАТИЗИРУЕТ И УПРОЩАЕТ ПОИСК ПЕРСОНАЛА

- Ведёт переговоры с потенциальными кандидатами на вакансию
- Выявляет заинтересованность, собирает резюме
- Остаётся только назначить дату и время собеседования



ЗАДАЧИ НАШИХ КЛИЕНТОВ, КОТОРЫЕ РЕШИЛ IS





Франшизы

150bar 150 bar

Франшиза теплых автомоек самообслуживания

Задача: Получить контакты заинтересованных лиц в приобретении франшизы теплых автомоек самообслуживания «150 БАР».

Решение: Для проекта подбирались группы в ВКонтакте по тематике франшиза, где могли находиться потенциальные клиенты. Географически была определена вся Россия. Предложения направлялись мужчинам в возрасте от 22 до 50 лет. В проекте использовали 40 виртуальных сотрудников.

Результат: За 1 месяц состоялось 2472 диалога с подписчиками. Из них: 450 подписчика получили расширенное предложение о франшизе, 75 – проявили интерес и оставили контакты для направления дополнительной информации.



19

Среднее количество лидов, полученных в течение недели



Банки



МУНИЦИПАЛЬНЫЙ
КАМЧАТПРОФИТБАНК

Камчатпрофитбанк Банк

Задача: Поиск новых клиентов и создание лояльной атмосферы вокруг Банка.

Решение: Были сегментированы группы банков, в которых находились потенциальные клиенты. С каждым был составлен диалог-опрос, суть которого заключалась в выявлении потребностей потребителя. Далее, согласно составленной интеллект-карте пользователям предлагалось оформить карту Банка с кешбеком. В проекте использовали 20 виртуальных сотрудников.

Результат: Спустя месяц общая сумма диалогов с целевой аудиторией составила 8 825, из которых 1 680 проявили интерес, а 380 достигли конечную цель - заказ услуги в Банке.



95

Среднее количество лидов, полученных в течение недели



Банки

ВОСТОЧНЫЙ БАНК

**Восточный
Банк**

Задача: Поиск персонала в филиалы банка по всей России.

Решение: Были созданы 25 проектов в системе IS, которые были распределены по регионам. Целевая аудитория подбиралась через сообщества (Ищу работу, Работа, Вакансии и т.д.)

Результат: Упростили работу директоров по персоналу в филиалах банка, за счет сбора большого количества резюме.



29

Среднее количество лидов, полученных в течение недели



Образование



УНИВЕРСИТЕТ
СИНЕРГИЯ

Университет «Синергия»

Сибирский Федеральный Округ

Задача: Приглашение на обучение по образовательным программам в Университет «Синергия».

Решение: Целевая аудитория была сегментирована по возрасту (16-20 лет) и географии (выбран СФО). В ходе диалога выявлялась потребность в высшем или втором высшем образовании, при получении положительного ответа направлялась полная информация об университете с указанием преимуществ, сроков и стоимости обучения.

Результат: Всего за 3 месяца совершено 18 156 диалогов. Получили ссылку для оформления заявки на обучение 1 382 человека.



115

Среднее количество лидов, полученных в течение недели



Школа музыки

Задача: Набор учеников на занятия в школу музыки для взрослых «Брынь брынь».

Решение: Целевая аудитория – женщины в возрасте от 23 до 45 лет. Была сделана выборка групп г. Ижевска, в которых присутствовала потенциальная аудитория. Диалог выстраивался таким образом, чтобы пригласить каждого желающего на бесплатный пробный урок. В проекте использовали 10 виртуальных сотрудников.

Результат: За первые 10 дней работы проекта количество диалогов с целевой аудиторией составило 216. При этом 138 человек проявили заинтересованность в занятиях музыкальным творчеством. За первые 5 дней система уже окупилась – был заключен договор на занятия. А еще через 5 дней система начала приносить прибыль.



14

Среднее количество лидов, полученных в течение недели

Мой бизнес (Алтайский фонд МСП)

Задача: Набрать целевую аудиторию на семинар. Направить заинтересованных лиц на сайт для регистрации.

Решение: Целевая аудитория – предприниматели малого и среднего бизнеса на территории г. Барнаула, состоящие в тематических сообществах для предпринимателей, а также сообществах по оказанию услуг в банковской сфере. В начале диалога спрашивали, является ли собеседник предпринимателем, при положительном ответе приглашали посетить семинар и направляли ссылку на регистрацию.

Результат: За 14 дней работы количество диалогов с целевой аудиторией составило 2 191, из которых 595 человек получили приглашение на семинар. Ссылка на регистрацию была направлена 117 заинтересованным предпринимателям.



31

Среднее количество лидов, полученных в течение недели



Страхование



Страховая компания «Брокерс»

Задача: Поиск новых клиентов и поддержание позитивного имиджа компании.

Решение: Целевая аудитория была сегментирована по возрасту (от 24 до 54 лет), территории (г. Казань, г. Челябинск). В ходе диалога с подписчиками ВК выявлялась информация о наличии личного авто и потребность в страховании ОСАГО и КАСКО. В проекте использовали 20 виртуальных сотрудников.

Результат: За 3 месяца работы количество диалогов с целевой аудиторией составило 4 372, из них 1 218 человек проявили интерес. Оставили заявку на страхование 168 человек.



14

Среднее количество лидов, полученных в течение недели



Электронная неделя на Алтае

Форум



Event-
индустрия

Задача: Информирование и приглашение участников на конференцию форума WOWDigital.

Решение: Аудитория была сегментирована: маркетологов, SMM-специалистов, SEO-специалистов, руководителей компаний и предпринимателей на территории Сибирского федерального округа. В проекте использовали 20 виртуальных сотрудников.

Результат: В течение месяца было проинформировано 1 914 пользователей социальной сети ВКонтакте. Участие подтвердили и зарегистрировались 228 человек.



57

Среднее количество лидов, полученных в течение недели



Picanto Кафе



HoReCa

Задача: Привлечение новых клиентов в кафе.

Решение: Общение осуществлялось с выбранной целевой аудиторией (жителями г. Северска, Томской области). Для посетителей кафе было сформировано эксклюзивное предложение, которое могло заинтересовать подписчиков. Также в ходе диалогов была получена обратная связь от тех, кто уже является клиентом кафе. В проекте использовали 27 виртуальных сотрудников.

Результат: За 1 месяц работы количество диалогов с целевой аудиторией составило 1 115, из них 1 108 человек получили информацию о новом предложении. Проявили заинтересованность 475 человек.



119

Среднее количество лидов, полученных в течение недели



E-commerce

Интернет-магазин Peroni

Задача: Поиск новых клиентов, заинтересованных в приобретении готовых подарочных наборов Peroni.

Решение: Целевая аудитория – женщины и мужчины в возрасте от 18 до 45 лет директора по HR, директора по маркетингу, маркетологи и специалисты по связям с общественностью. Указанное геоположение - г. Москва. Диалоги выстраивались таким образом, чтобы выявить потребность и предложить в преддверии Нового года готовые оригинальные решения подарков для партнеров, клиентов и сотрудников фирм. В проекте использовали 20 виртуальных сотрудников.

Результат: За 3 месяца работы проекта количество диалогов с целевой аудиторией составило 5 359. Проявили заинтересованность 734 человека. Из них 238 оставили контакты, чтобы получить расчет стоимости и электронный каталог с предложениями подарочных наборов.



20

Среднее количество лидов, полученных в течение недели



Развлечение/
досуг

Magic city

Детская интерактивная студия

- Задача:** Получить заявки на проведение дня рождения ребенка в детской интерактивной студии. Набрать новых лояльных подписчиков в официальное сообщество.
- Решение:** Целевая аудитория – мамы в возрасте 23-45 лет, г. Ижевска, которые рассматривают варианты для проведения дня рождения своих детей. Для отслеживания использовались группы, где присутствовала данная ЦА. В рамках интеллект-карты направлялись приглашения в студию на празднование дня рождения или на свободное посещение аттракционов. В проекте использовали 5 виртуальных сотрудников.
- Результат:** За 3 недели состоялось 809 диалогов с подписчиками. Из них: 104 подписчика заинтересовались свободным посещением в MagicCity, 32 - согласились отпраздновать дни рождения, 14 – решили посетить аттракционы. За это время система окупила себя, появились новые клиенты, увеличился прирост группы в ВК, а также получили обратную связь от клиентов.



50

Среднее количество лидов, полученных в течение недели



Развлечение/
досуг

Студия танцев Татьяны Наталиной

Задача: Привлечение клиентов на обучение в школу танцев без возрастных ограничений.

Решение: Диалоги выстраивались с людьми, преимущественно женщинами с детьми, состоящими в открытых группах города.

Результат: За 3 недели работы совершено 4 418 диалогов, заинтересовались 102 человека, оставлено 30 заявок на обучение в школе танцев.



30

Среднее количество лидов, полученных в течение недели



Спорт

Школа боевых искусств

- Задача:** Набор детей на занятия в школу боевых искусств ЧИКАНЧИ.
- Решение:** Целевая аудитория – родители детей в возрасте от 3 до 12 лет. Была сделана выборка групп, в которых присутствовали родители. Диалог выстраивался таким образом, чтобы выявить интерес в обучении боевому искусству тхэквондо. В проекте использовали 20 виртуальных сотрудников.
- Результат:** За 3 месяца работы количество диалогов с целевой аудиторией составило 6 069. 2 311 человек получили краткую презентацию о школе боевых искусств. 191 человек оставили свои контактные данные для записи на пробное занятие и уточнения дополнительной информации.



16

Среднее количество лидов, полученных в течение недели

ЖДЕМ ВАС В ЧИСЛЕ НАШИХ ПАРТНЕРОВ!

У вас еще остались вопросы?
Вы всегда можете узнать больше,
связавшись с нами.



is@rutp.ru



8 800 1000 945



intsocial.ru



promo.intsocial.ru



vk.com/intsocial