

# ЧТОБЫ ВАС ПОНИМАЛИ

редкая маРка  
коллекционный маркетинг





# РЕДКАЯ МАРКА

Помогаем компаниям **находить общий язык** с пользователями в интернете

- Повышаем узнаваемость
- Улучшаем репутацию
- Формируем лояльность

## Некоторые из наших клиентов



« Я могу рекомендовать агентство «Редкая марка» как профессионального поставщика услуг по мониторингу и аналитике социальных сетей и блогосферы.



**Камиль Исаев**  
Директор по маркетингу  
компании Intel в России / СНГ





ПОЧЕМУ НЕ ДОСТРОИЛИ  
ВАВИЛОНСКУЮ БАШНЮ?

У ребят начались  
проблемы с **общим**  
**языком**



# ЧТО ПРОИСХОДИТ, ЕСЛИ НЕТ ОБЩЕГО ЯЗЫКА?

1

0 вас никто  
не знает

2

Знают, но  
говорят не то

3

Знают, говорят, но  
не остаются с вами



# 1. О ВАС НИКТО НЕ ЗНАЕТ

- Мне нужна стиралка...
- Хорошая марка Haier – 29 лет на рынке.
- Haier? **Никогда не слышал.** Есть что-то ещё?

HAIER — 1-е место в мире по производству бытовой техники



## 2. ЗНАЮТ, **НО ГОВОРЯТ НЕ ТО**



«Их ждет дефолт и они не будут  
платить по облигациям»

Такие слухи пошли в 2008 году  
об агентстве недвижимости МИАН

Слухи могли привести  
к банкротству

1. Люди массово выкупают облигации
2. Теряется доверие новых клиентов.
3. Продажи квартир падают.
4. В итоге - банкротство.





За **24** часа **негатив достигает предела**, после которого устранения одной причины недостаточно.

Придется искать и объяснять всем группам и индивидуальным лицам, что проблема решена. И, главное, как её решили.

## 3. С ВАМИ НЕ ОСТАЮТСЯ



Нет повторных продаж



Покупатели не переходят на более дорогие товары вашего бренда



Никто не рекомендует ваш бренд





А ИНОГДА И КРИТИКУЮТ ТАК,  
ЧТО КОМПАНИЯ ТЕРЯЕТ ДЕНЬГИ

« Упоминание компании в блоге  
Навального снижало цену её  
акций на 0,9%

Константин Сонин

Профессор Российской Экономической школы



Не знают



Говорят не то



Не остаются

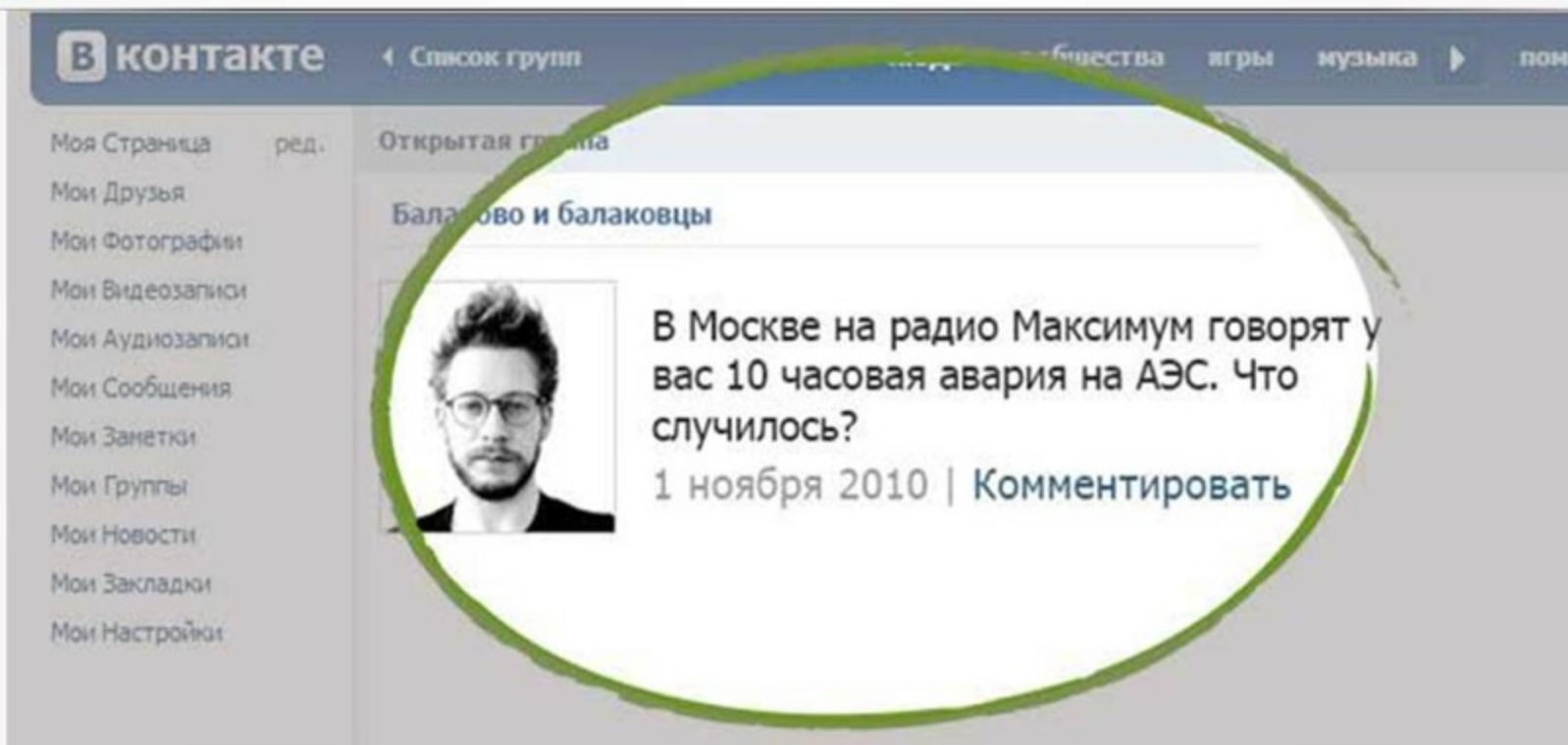
Подобное недопонимание неминуемо  
ведёт к **снижению** продаж



**Но это всё не только  
про продажи, это про  
человеческие жизни.**



# КЕЙС РОСАТОМ



Спустя считанные часы могла начаться паника.  
Люди массово побежали бы за йодом...



# И ситуация могла повторить 2004 год

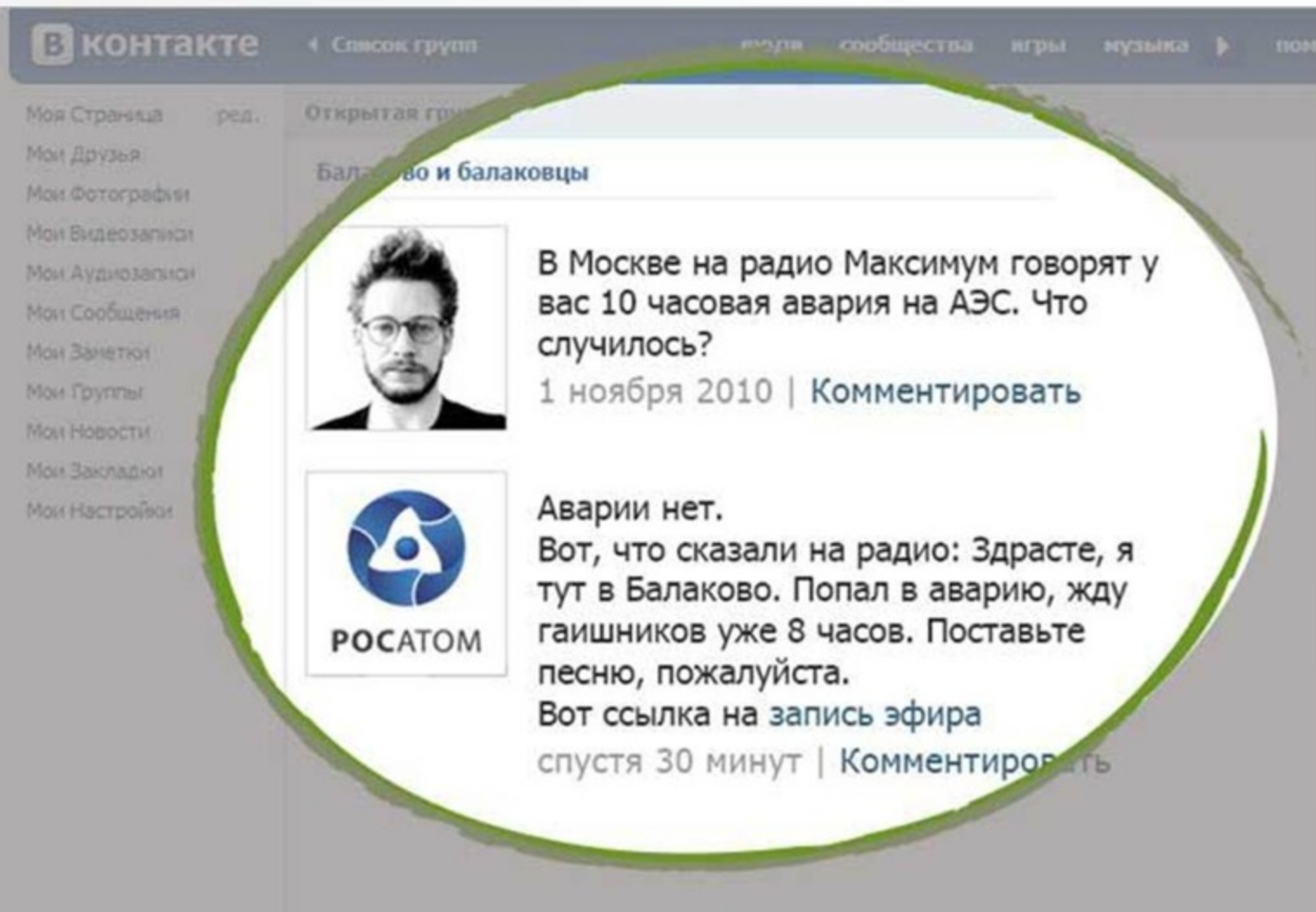
**2004 ГОД:** НА БАЛАКОВСКОЙ АЭС  
ЗАЩИТА ОСТАНОВИЛА ЭНЕРГОБЛОК  
ИЗ-ЗА ПОВРЕЖДЕНИЯ ПАРОПРОВОДА

ЛОЖНАЯ ПАНИКА — МАССОВЫЕ  
ОТРАВЛЕНИЯ ЙОДОМ СРЕДИ  
ЖИТЕЛЕЙ САМАРЫ И КАЗАНИ.

НАСЕЛЕНИЕ ВЫЗВАЛСЯ УСПОКАИВАТЬ  
ЛИЧНО **СЕРГЕЙ КИРИЕНКО**, КОТОРЫЙ,  
ПРИЛЕТЕВ В БАЛАКОВО, САМ  
ПОДЕРЖАЛСЯ ЗА ЗЛОПОЛУЧНЫЙ  
ПАРОПРОВОД.



# Но ничего похожего **НЕ** произошло в 2010 году



**Нашли** мониторингом

**Разобрались** с источником  
и оперативно нашли аудио-запись

**Связались** с админами группы

Через официальную администрацию  
Вконтакте **попросили больше не шутить**  
с этими темами, после чего группа  
опубликовала извинения и внесла  
уточнения в правила публикаций



Недопонимание — это проблема.

**Мы её решаем!**



редкая  
маРка



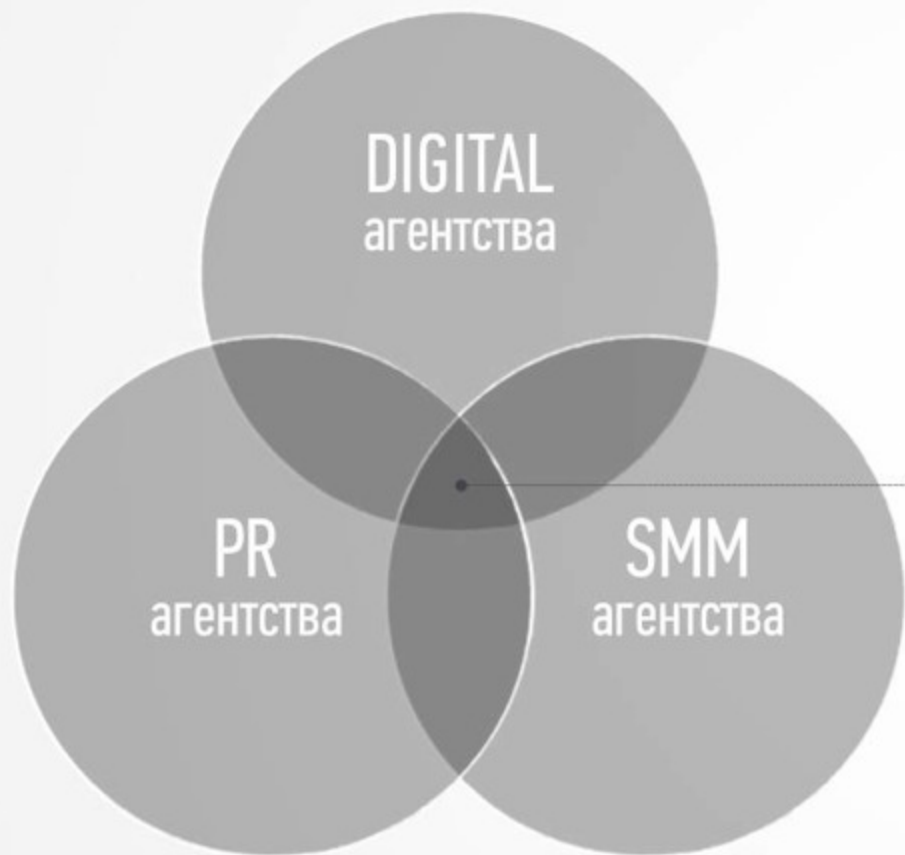
**7 ЛЕТ** держим  
марку

Ровесники социальных медиа

**32 СОТРУДНИКА**

Не отдаем репутацию на аутсорсинг





Есть PR-агентства, есть DIGITAL-агентства, есть SMM-агентства, а есть **РЕДКАЯ МАРКА.**

**150+**  
**ПРОЕКТОВ**  
за последние 2 года

Как мы помогаем компаниям  
найти общий язык с их  
пользователями?



# ДЕЛАЕМ 3 ВЕЩИ



Повышаем  
узнаваемость

Компанию должны  
знать



Поддерживаем  
репутацию

О компании должны  
хорошо говорить



Развиваем  
лояльность

Компанию  
должны ценить

# 1. ВАС НЕ УЗНАЮТ?

формируем образ в голове человека



**Определяем ЦА**  
и места, где она есть



**Находим формат,**  
вызывающий интерес

Статья, конкурс, инфографика,  
приложение, видео



**Публикуем**  
и анализируем отклики



# Haier



## КЕЙС HAIER

пара примеров из множества

HAIER — 1-е место в мире по производству бытовой техники, но в России о нем никто ничего не знает.



# 1. ОТКРЫЛИ ХОЛОДИЛЬНИКИ HAIER ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

конкурс «Открой холодильник»

800 000

уникальных посетителей

через конкурс, рассылку и баннерную рекламу







## 2. ПРОСТИМУЛИРОВАЛИ ЛАЙКИ, СДЕЛАВ ОБЫЧНЫЙ ОПРОС ВИРУСНЫМ ЗА СЧЕТ ТГБ\*

\*тексто—графический блок

70 000

человек проголосовали в опросе

+2413

лайков  
страницы Haier

+100

новых вариантов  
ответов в опросе

7.7

рублей за одного  
присоединившегося





С помощью агентства был реализован важный этап маркетинговой стратегии компании — запуск русскоязычных представительств бренда Haier в социальных сетях. В настоящее время ведение сообществ также осуществляется силами агентства.

**Романовская Евгения**  
Менеджер по маркетингу,  
ООО ТК «Хайер Рус»





# КЕЙС MAIDENFORM

женское корректирующее белье

## ЗАДАЧА

Повысить лояльность аудитории и узнаваемость бренда к 8 марта

## АУДИТОРИЯ

Современные, деловые, уверенные женщины

## ФОРМАТ

Для Babyblog и Kleo.ru подготовили PR-статьи с адаптацией под форматы и тематику сайтов и стимулировали комментарии. Также анонсировали в тематических сообществах Фейсбук и ВКонтакте.





# 8-е МАРТА УДАЛОСЬ!

В **4.4** раза  
прирост посещаемости  
сайта компании

**21 433**  
уникальных пользователя  
за 3 недели



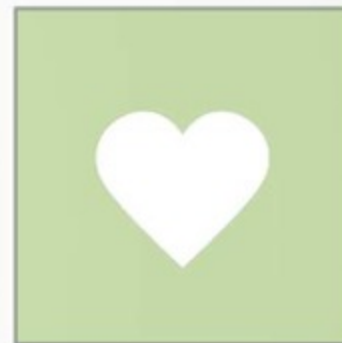
# ДЕЛАЕМ 3 ВЕЩИ



Узнаваемость



Репутация



Лояльность

# 2. О ВАС ПЛОХО ГОВОРЯТ?

работаем с отзывами людей — придаем форму мнениям



Находим недовольных



Разбираемся в чём дело

Это правда?

Вина пользователя?

Вина компании?

Неисправный продукт?



Предлагаем помощь  
или опровергаем

Стыкуем со службой поддержки

Извинение менеджера или компенсация

Объясняем «почему неправ»

Даем ссылки на источники дов. информации

★ 👍 ❤️

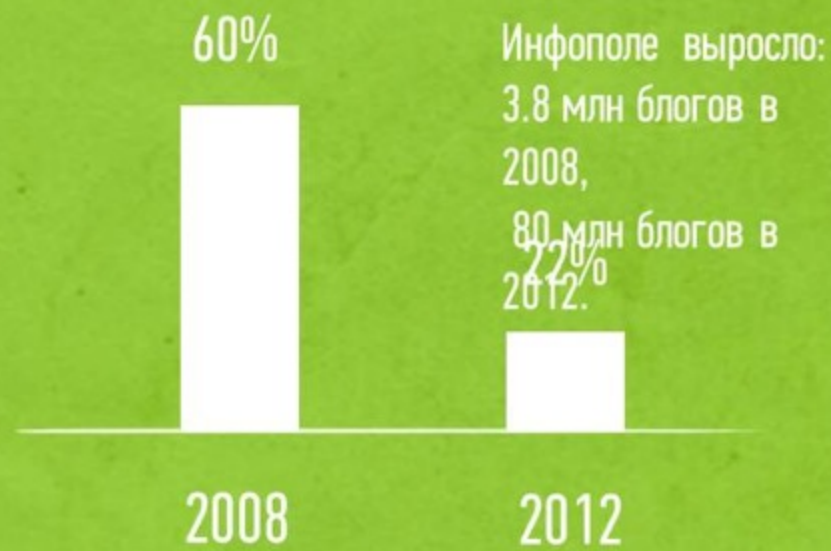
# КЕЙС РОСАТОМ

все атомные предприятия страны



Пользователи оставляют 5000 упоминаний в неделю о госкорпорации Росатом. Примерно столько же у Сбербанка.

В 3 раза снизили негатив\*  
в адрес атомных предприятий за 4 года



\*в основном — домыслы и мифы от незнания



# КАК МЫ ЭТОГО ДОБИЛИСЬ



Построили систему мониторинга  
и быстрого реагирования на упоминания в интернете.



Перешли на режим *24/7* в случае алертов  
Настроили работу отдела мониторинга в разных часовых поясах.



**Интегрировались с клиентом:**

- Определили список приоритетных ресурсов и тем.
- Разработали тезисы и контраргументы для быстрого реагирования.
- Провели семинары для сотрудников клиента и настроили совместный интранет





★ 👍 ❤️  
ЗА 4 ГОДА 337 БЛОГГЕРОВ  
ПОСЕТИЛИ АЭС СТРАНЫ

«Вообще, тут все  
аккуратно и хорошо.  
Пи.....ть не должно.

Артемий Лебедев  
про Билибинскую АЭС\*

\*единственная в мире АЭС в зоне вечной мерзлоты

От лица ОАО «Концерн Росэнергоатом» выражаю благодарность агентству «Редкая Марка» за совместную работу.

Важные черты компании: стремление к качественному результату в любых условиях и значительный опыт работы в социальных медиа.

Джумбери Ткебучава

Зам. генерального директора,  
ОАО «Концерн Росэнергоатом»





# КЕЙС МИАН

федеральное агентство недвижимости



На фоне кризиса 2008 г. пошли слухи о банкротстве группы компаний МИАН. Нужно было быстро снизить количество негатива.

## Нашли форумы с негативом

и снабдили старожилов ссылками на «источники доверительной информации»

## Сформулировали новости

и разместили на News2 и SMI2

## Подсветили новости

в близких по тематике сообществах в соцмедиа

## Создали ветки вопрос-ответ

в Google и Mail.ru о том, что МИАН избежал дефолта





# ПОТУШИЛИ ПОЖАР ЗА 3 ДНЯ

**18 263** человек  
общий охват аудитории

**37** площадок  
задействовали

А на будущее обучили сотрудников МИАНа управлению репутацией в блогосфере и эффективному ведению блога.

Люди успокоились — дефолта не произошло



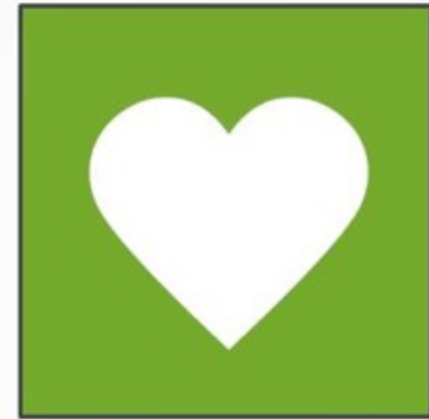
# ДЕЛАЕМ 3 ВЕЩИ



Узнаваемость



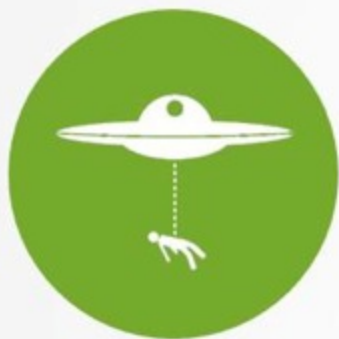
Репутация



**Лояльность**

# 3. НЕ ВОЗВРАЩАЮТСЯ? ЗАБЫВАЮТ?

Развиваем лояльность у пользователей и сотрудников



## Контактируем

с фанатами бренда  
и просто покупателями



## Создаем

адвокатов бренда

- Привлекаем к разработке продуктов.
- Разрабатываем эксклюзивные предложения.



## Заботимся

о покупателях и сотрудниках

- Строим social CRM
- Создаем закрытые социальные группы



# ЭЛЕМЕНТЫ SOCIAL CRM



## Оказываем поддержку

- где ближайший банкомат?
- где скачать рецепты к мультиварке?

Нашли, перезвонили, указали там, где спросили



## Помогаем разобраться

- у меня не работает кнопка!
- как настроить синхронизацию с прежней моделью?

Связались со специалистами и решили проблему



## Отвечаем на вопросы

- как сдать по гарантии?
- почему мне не позвонил курьер?

Описали процедуру, разъяснили правила



## Проявляем внимание

- с днем рождения!
- у нас новый зал отдыха для постоянных клиентов!

Помним про всех, стараем-ся быть в курсе всего



# 🌿 КЕЙС S7 AIRLINES

50%  
КЛИЕНТОВ

=

Часто  
Летающие  
Пассажиры

Им не нужны скидки и бесплатные плюшки —  
им важно внимание и понимание

Мы разработали стратегию  
интернет-присутствия  
авиакомпанияи



# ПРИМЕРЫ ВНИМАНИЯ И ПОНИМАНИЯ



## Стенды для зарядки сотовых

в зале прилета, когда так важно встретиться



## Чистая одежда

если облился соком на борту



## Экскурсии для интернет-активистов

в центр обучения пилотов



## Social media стюарды

помогают участникам сообщества решать свои проблемы

В итоге интернет-пользователи понимают, как S7 нравится с ними летать. И отвечают компании благодарностью, возвратами и рекомендациями.

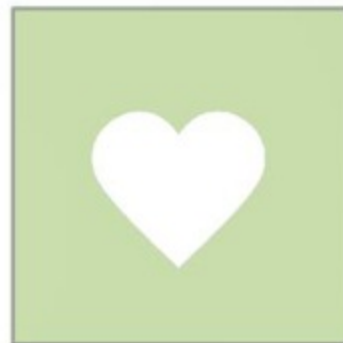
# ДЕЛАЕМ 3 ВЕЩИ НА САМОМ ДЕЛЕ 4



Повышаем  
узнаваемость



Поддерживаем  
репутацию



Развиваем  
лояльность



**Стимулируем  
продажи**

Компания должна  
зарабатывать



## 4. ОБЩАЮТСЯ, НО НЕ ПОКУПАЮТ?

Устраняем разрыв между Лайком и Покупкой



**РАЗРАБАТЫВАЕМ МЕХАНИКУ,**  
трансформирующую общение в прибыль



**СОЗДАЕМ УДОБНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ**  
например виджеты и приложения для VK/OK/FB...



**ПЕРЕВОДИМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ**  
на продающую страницу сайта

# 🌿 КЕЙС ЮТИНЕТ



## ЗАДАЧА

Повысить узнаваемость и лояльность  
Простимулировать продажи

## АУДИТОРИЯ

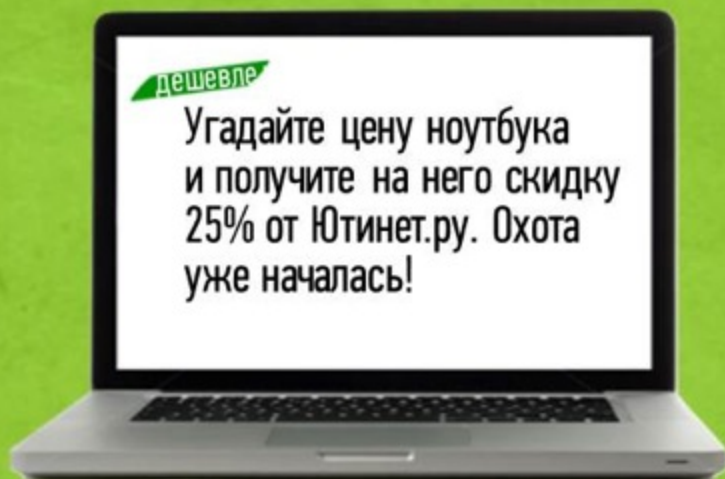
Мужчины 20-60 лет  
с достатком выше среднего

## КРІ

Количество переходов на сайт  
Увеличение прямых запросов в Яндексе



# ПРОСТИМУЛИРОВАЛИ ПРОДАЖИ ЗА СЧЕТ ИГРОВОЙ МЕХАНИКИ



На сайте уже шла акция  
«Охота за скидкой»



## АДАПТИРОВАЛИ ПОД TWITTER



+25 000

Переходов на сайт  
магазина в месяц

+37%

Последователей  
в Twitter

525% ROI  
авг-дек  
2010 г.



Сказать «делаем» могут многие,  
успешно осуществить — единицы

Лишь **5%** компаний  
очень довольны своими  
социальными кампаниями

Что же позволяет нам  
**успешно** осуществлять  
ваши проекты?



**1. Экспертиза**

**2. Команда**

**3. Принципы**

# ЭКСПЕРТИЗА

Помимо успешного выполнения клиентских проектов



## СЕМИНАРЫ

7 лет обучаем людей навыкам  
работы в цифровых медиа



## КНИГИ

5 книг за авторством  
наших сотрудников

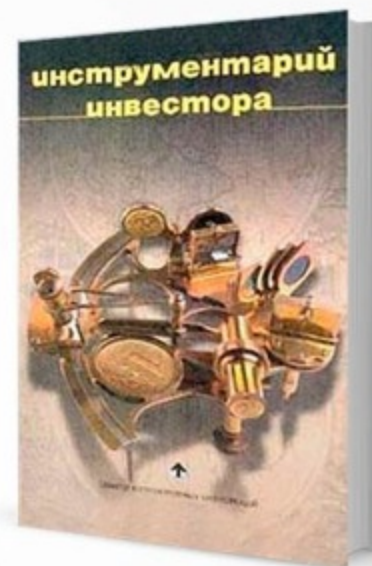


## ПРОЕКТЫ

brandomet.ru  
5coins.ru



# КНИГИ



Скорее всего, вы читали часть этих книг,  
вместе с 23 000 других читателей

Спрашивайте  
PDF версии у  
вашего аккунт-  
менеджера

# НАШИ СОБСТВЕННЫЕ ПРОЕКТЫ



**brandomet.ru**

Собираем ассоциации  
людей по брендам



**5coins.ru**

Адаптируем инфографику со всего  
мира и создаем свою

1. Экспертиза

**2. Команда**

3. Принципы



# КОМАНДА



Штатные сотрудники отделов смыслов, мониторинга, общения, контента, публикаций и рекламы.



Сотрудники работают в разных часовых поясах, решая ваши задачи круглосуточно.



Над каждым проектом работает в среднем 6 человек плюс аккаунт-менеджер

# ДЕЙСТВИТЕЛЬНО, 24/7 И ВЕЗДЕ.



Менеджер по координации проектов во время схода селевых потоков на Северном Кавказе не остановила работу. И выходила в интернет с военной базы



Начальника отдела мониторинга мы нашли на острове Бали, где она и продолжила работу.

# 40 ЛЕТ УСПЕШНОГО МЕНЕДЖМЕНТА



**АНТОН ПОПОВ**  
генеральный директор

Хранитель знаний и генератор идей

Опыт работы руководителем в сфере маркетинга в Яндексе, ASBIS, «Экспедиции». Реализовал более 120 проектов для Росатом, Intel, Уралсиб, Naier и др. Создал «Редкую Марку». Преподает на курсах MBA в ВШЭ, РЭА им. Плеханова, ГУУ.



**КИРИЛЛ САВИЦКИЙ**  
директор по развитию

Главный по связям

Две книги, три высших образования, 12 лет преподавания в вузе. 15 лет управлял маркетингом и стратегией в крупных российских компаниях. Более 100 статей в СМИ. Аттестаты ФСФР серий 1.0 и 5.0. Призер первого Кубка Яндекса по поиску в интернет.



**МИХАИЛ ВАСИЛЕНКО**  
директор по проектам

Отвечает за то, чтобы проект случился

Закончил ГУ-ВШЭ. В прошлом главред в журнале «Mountain Biker» и Igromania.ru. Отвечает за проекты компании: от создания сообществ/эвентов до мобильных приложений. Открывает новые направления. Читает лекции для клиентов.



1. Экспертиза

2. Команда

**3. Принципы**

# ПРИНЦИПЫ

Если их нельзя выполнить, то мы не работаем



**Партнерство,  
а не подряд**

Работа с клиентом должна быть совместной и долгосрочной



**Проект с именем  
или ВЫЗОВОМ**

Работаем с задачами людей, которые умеют держать марку



**Нам не все равно,  
как зарабатывать**

Работаем только с компаниями, чьи товары можно порекомендовать друзьям



**Минимальный  
бюджет: 150 000**

В месяц. Короткие проекты не будут эффективными

# И ЕЩЕ ОДНА МАЛЕНЬКАЯ ДЕТАЛЬ

Мы НЕ продаем экспертизу по кирпичикам, а реализуем комплексные проекты



сравните



- Наберите группу на 100.000 в ВКонтакте.
- Уберите негатив из поисковой выдачи.
- Сделайте ролик / картинку для вирусняка.
- Сделайте промо-сайт.

- Разработка и реализация маркетинговой стратегии
- Репутационный менеджмент и антикризисный PR
- Креатив и продвижение «социальных объектов»
- Повышение уровня вовлеченности пользователей



# ПОДВЕДЁМ ИТОГ

Недопонимание — это проблема. Мы помогаем компаниям найти общий язык с их пользователями.



Повышаем  
узнаваемость



Поддерживаем  
репутацию



Развиваем  
лояльность



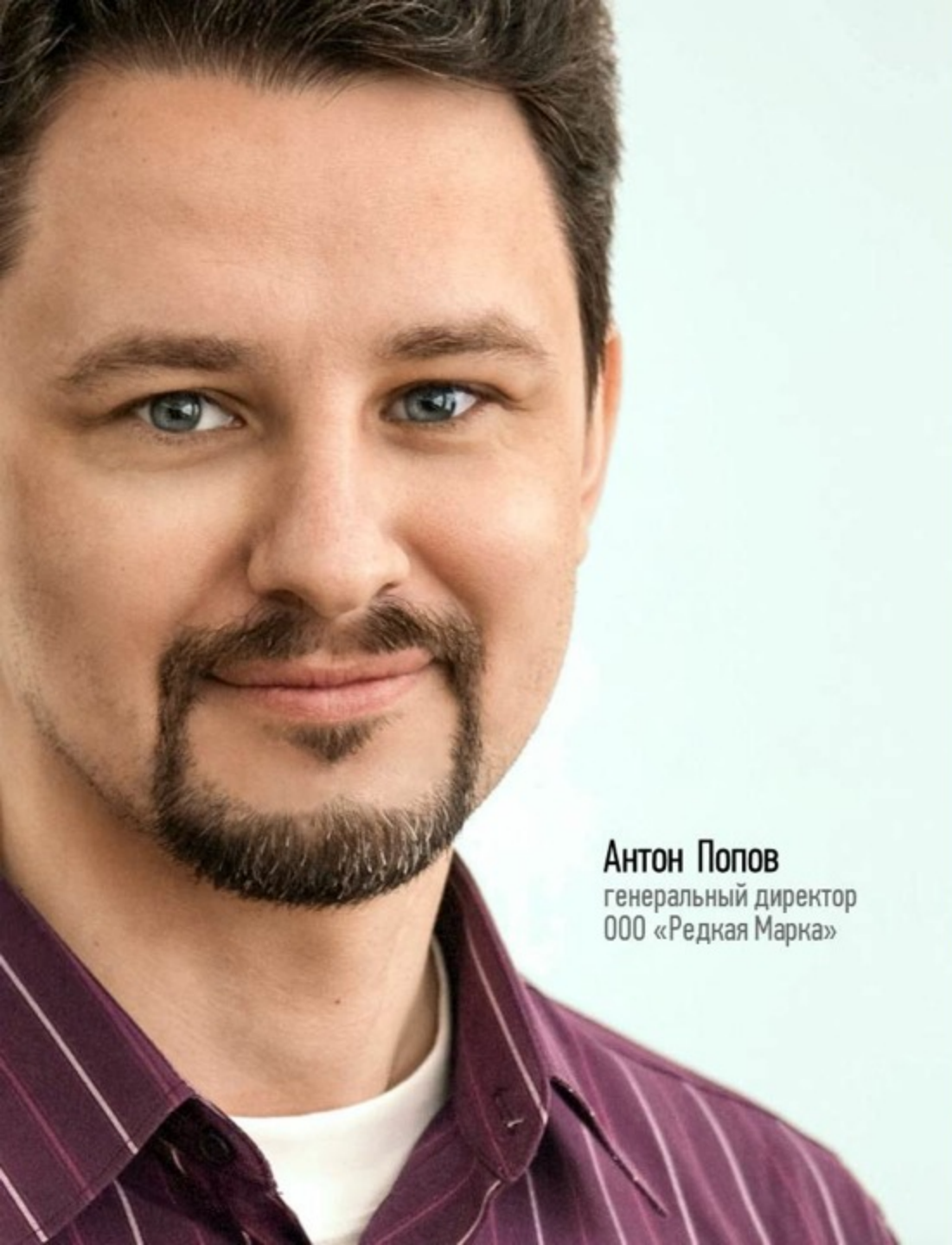
Стимулируем  
продажи

И в результате...

СЧАСТЬЕ —  
ЭТО КОГДА ТЕБЯ  
ПОНИМАЮТ.

— Антуан де Сент-Экзюпери





**Антон Попов**  
генеральный директор  
ООО «Редкая Марка»

Звоните, пишите, читайте,  
заходите к нам на чай  
или приглашайте к себе



+7(495) 697-0-111



[www.remarkable.ru](http://www.remarkable.ru)



[consult@remarkable.ru](mailto:consult@remarkable.ru)



[www.facebook.com/Remarkable.Ru](http://www.facebook.com/Remarkable.Ru)



Москва, Никитский бульвар, дом 5, 2 этаж