

# Особенности продвижения мероприятий в digital-среде

Ольга Баландина,  
Руководитель PR-отдела  
[KudaGo.com](http://KudaGo.com)

---

# КТО МЫ?

---

- Профессиональные организаторы (конференции, лекции и т.д)
  - Компании, которым необходимо реализовать имиджевый спецпроект
  - Концертные агентства
  - Агентства (пиар, коммуникационные, рекламные)
  - ???
-

---

# KudaGo.com – это:

---

- агрегатор событий для пользователей
- сервис по продвижению событий для организаторов (размещается более 5 тыс. объектов в месяц)ё

## **Развитие:**

Паблик ВКонтакте -> Сайт (контекстная реклама – монетизация) -> Организация событий (и их продвижение на нашем ресурсе) -> Продажа рекламы (закрепы, подборки, рекомендованное) -> Продвижение событий (современный этап)

---

---

# Боль организатора

---

Вложить усилия, временные ресурсы и денежные средства в подготовку мероприятия и не получить планируемую посещаемость / количество посетителей.

---

---

# Способы продвижения мероприятия:

---

- оффлайн (традиционная реклама: пресса, радио, телевидение, уличная реклама и т.д.)

- **онлайн**



---

# Преимущества продвижения онлайн:

---

- доступ 24 часа в сутки
- экономия издержек
- оперативность
- глобальность (доступ из любой географической точки)
- **измеримость**



---

Комплексный подход повышает  
эффективность продвижения  
мероприятий в digital

---

---

# Многообразии инструментов:

---

- сайт: интеграция в контент
  - рекламные баннеры (рич баннеры, поп-апы и т.д)
  - брендинг
  - продвижение в социальных сетях
  - электронная рассылка
  - спецпроекты
  - виральность (конкурсы, опросы и т.д.)
  - видеоконтент
  - мобильные приложения
-



---

# Инструменты продвижения, используемые организатором

---

- **Оффлайн:** (не рассматриваем)

- **Онлайн (по отдельности):**

- рассылка
- сайт
- соцсеть
- и т.д

**KudaGo:**

- сайт
  - социальные сети
  - мобильная версия
  - мобильное приложение
  - электронная рассылка
  - спецпроекты
  
  - собственная команда (IT, редакция, SMM) – всего порядка 100 сотрудников
-

---

На что обращают внимание  
организаторы?

---

---

# Основные критерии организаторов при выборе канала продвижения:

---

- **охват** (уникальные пользователи, просмотры, переходы)
  - **тематическая направленность** (попадание в контекст)
  - **качество аудитории** (смотрим на источники: SEO, соцсети, закладки; форумы, перекрестные ссылки, тизерная реклама)
  - **user experience** (функционал, дизайн)
-

---

# Кейс KudaGo:

---

## 1. Охват:

Посещаемость сайта kudago.com:

3 млн. посетителей/мес., 4 млн. заходов  
(Мск 50 тыс. уников/сут., СПб 26 тыс./сут. )

Пабрики Вконтакте:

Москва, Петербург – официальные сообщества

**vk.com/kudago** — 820 000 подписчиков, охват 1 поста  
37000, число переходов 450 (подборки – 700)

**vk.com/kudagospb** — 430 000 подписчиков, охват 1  
поста 17000, число переходов с 1 анонса 250  
(подборки 500)

---

---

# Кейс KudaGo:

---

## 2. Контекст:

Четкая тематическая направленность - люди приходят на сайт, чтобы найти именно событие для проведения досуга (или заведение)

---

---

# Кейс KudaGo:

---

## 3. Качество аудитории:

### Основные источники трафика:

~ 31% — из социальных сетей

~ 38% — поисковые системы (yandex.ru, google.com)

~ 28% — закладки

**«Утренняя роса на ладонях монахов»**

---

---

Детали, которые не повредят

---

---

# I. Преимущества -> охват

---

## **1. Статус информационного агентства:**

- а) заимствование контента другими изданиями/ресурсами
- б) партнерская сеть официальных СМИ (Яндекс Афиша, m24.ru, wi-fi.ru, afisha.mail.ru, Говорит Москва)
- в) партнеры, которые запрашивают подборки (Газета Метро, Таксовичкоф, в проекте lamRadio)

**2. Открытый API** - интерфейс подгрузки контента для использования во внешних продуктах – то есть для разработчиков мобильных приложений и создателей сайтов агрегаторов событий

**3. Статус официальных сообществ в соцсети ВКонтакте** (Москва, Петербург) >> попадание в рекомендованные сообщества (в топе списка)

**4. Высокие рейтинги среди поисковых систем (топ)**

---



---

## II. Секреты продвижения

---

1. Заблаговременность (попадание в редакционные подборки, соцсети и рассылку >> дополнительный бесплатный охват)
  2. Возможность объединения нескольких дат в одном анонсе
  3. Возможность объединения для рекламирования в пакете
-

---

## Итак, что делаем:

---

1. Грамотно выбираем ресурс/команду для продвижения
  2. Правильно сочетаем инструменты продвижения
  3. Помним о нюансах! (русский человек всегда найдет лайфхаки)
-

---

## **Вывод:**

Комплексный набор инструментов  
позволяет максимально  
эффективно использовать  
интернет-ресурсы для  
продвижения собственного  
мероприятия среди совершенно  
разной аудитории.

---

---

# Давайте поговорим ?



**KUDAGO.COM**

Ольга Баландина

[pr@kudago.com](mailto:pr@kudago.com)

+7 921 935 80 70

---