

Особенности продвижения мероприятий в digital-среде

Ольга Баландина,
Руководитель PR-отдела
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

+7 921 935 80 70
