

“Упоминатор - социальные медиа”. Инструкция для рекламодателя.

Внимание!

Предлагаемая вам инструкция для рекламодателя описывает принцип работы с "Упоминатором" по вертикали "Соцмедиа" (см. Аккаунт рекламодателя). Инструкция по работе с вертикалью "Баннеры" находится на сайте <http://www.upominator.ru>, либо в вашем аккаунте рекламодателя.

Для чего вам “Упоминатор”?

Предположим, у вас есть сайт. Например, сайт вашей компании, или любой другой интернет - ресурс, несомненно заслуживающий внимания аудитории.

С помощью “Упоминатора” вы легко сможете привлечь аудиторию из блогосферы, форумов и социальных сетей.

Аудитория социальных медиа:

500 000 000 человек зарегистрированы в социальной сети FaceBook.

150 000 000 пользователей в Twitter.

100 000 000 зарегистрированы в “Вконтакте”.

100 000 000 зарегистрированы на “Одноклассниках”.

Более 1 000 000 блогов в русскоязычном сегменте LiveJournal.com.

И это только лидеры! Также в мире существуют тысячи менее популярных, но не менее важных для продвижения сервисов.

Ежедневно в рунете появляются:

- Более 200 000 новых постов создается в блогосфере (на которые появляется более миллиона комментариев).

- Более 100 000 новых записей в форумах.

Сейчас, пока вы читаете эти строки, миллионы людей читают и комментируют записи в блогах, а также сочиняют собственные посты.

Миллионы пользователей социальных сетей обновляют свои статусы в социальных сетях и Twitter, а также комментируют статусы своих друзей.

Другими словами, грамотно оставив упоминания о вашем проекте в нужное время и в нужном месте, вы получите необходимое внимание аудитории, часть которой вполне может быть вашими будущими клиентами, либо уже состоявшимися, но, согласитесь,

совсем не лишне напомнить им о себе в положительном ключе (например, сообщив о скидках, обновлении ассортимента или новых услугах).

SEO. Search Engine Optimization. “Польза №2”

Поисковая оптимизация (SEO) - один из способов продвижения ресурсов, влияющий на позицию вашего сайта в результатах поисковых систем. Представьте, что ваша фирма занимается оптовой торговлей валенками. Наверняка ваш бизнес шёл бы намного веселее, если бы в Яндексe, Рамблере и Google по запросу “валенки” ваш сайт появлялся как минимум на первой странице. Одним из факторов, влияющих на продвижение вашего ресурса является так называемый индекс цитирования (или page rank у поисковой системы Google) - чем чаще в сети появляются упоминания о вашем продукте или услуге (со ссылкой на ваш сайт), тем выше позиции у вашего сайта в поисковиках.

Любимому рекламодателю:

Описывая положительные факторы от использования “Упоминатора” и способы его применения, мы сознательно упрощаем некоторые моменты. “Упоминатор” как штангенциркуль, которым можно делать тонкие измерения а можно и забивать гвозди. Вы можете использовать проект на самых разных уровнях, решая различные задачи по продвижению. В данном руководстве помимо описания интерфейса описано несколько кейсов по использованию сервиса. Мы надеемся, что данный документ будет полезен для вас.

В случае возникновения вопросов по использованию системы вы можете обратиться в нашу службу поддержки:

+7 (846) 614 06 07 - с 10 до 17 по Москве, рабочие дни.

info@upominator.ru - в любое время (обычно ответ приходит в течение 1-2 часов в рабочие дни)

Итак, начнем!

Площадки и платформы

Наверное именно сейчас, пока мы не ушли в дебри функционала “Упоминатора” еще раз разобраться вкратце, что такое социальные медиа. Тому, кто знаком с предметом, можно спокойно пролистать ближайшие пару абзацев, а с интересующимися и новичками мы устроим небольшую экскурсию по Интернету.

1. “Сначала были... форумы”

Что такое форумы? Вот человеческое объяснение:

“Слово форум мы привыкли отождествлять с собранием людей, объединенных общими интересами. В Интернете форум представляет собой некое сообщество пользователей, существующее на тех же принципах. Основное отличие – форум в интернете это робот и работает 24 часа в сутки 7 дней в неделю.

Форум (англ. www-conference, синонимы: конференция, веб-конференция) - это инструмент для общения на сайте. Форум в Интернете это программа, которая позволяет пользователям обмениваться мнениями в любое удобное время. Все сообщения сохраняются и их можно всегда посмотреть, ответить на сообщения других участников и начать собственную тему, если позволяет настройка форума.

Представьте, что вы находитесь в большой аудитории, и тема обсуждения известна заранее. В аудитории есть доска и фломастеры. Любой из вас может прочесть, что написали другие, и написать кому-нибудь ответ, или создать новую тему. Все записи сохраняются, вы можете участвовать в дискуссии в любое время и можете ответить на сообщение, которое оставлено час, день или год назад.

Форумы бывают общими, где участники объединены территорией, например форумы в Америке на русском языке, возрастом, и тематическими, посвященными конкретной теме. Форум – это прекрасный инструмент для интернет-маркетинга, если пользоваться этим инструментом умеючи.” - Анна Левинсон, <http://www.annalevinson.com/>

Примеры форумов:

<http://www.maultalk.com/>

<http://forum.searchengines.ru/>

<http://mama.ru/communities>

<http://rupoint.co.uk/>

Интересно? Просто поищите на Яндексе форумы на интересующую вас тематику.

2. Блогосфера

Блог (англ. blog, от «web log» — сетевой журнал или дневник событий) — веб-сайт, основное содержимое которого — регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости, отсортированные в обратном хронологическом порядке (последняя запись сверху). Отличия блога от традиционного дневника обуславливаются средой: блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей, которые могут вступить в публичную полемику с автором (в комментарии к блогзаписи или своих блогах). Людей, ведущих блог, называют блогерами (также распространено альтернативное написание блоггер). Совокупность всех блогов Сети принято называть **блогосферой**.

По авторскому составу блоги могут быть личными, групповыми (корпоративными, клубными...) или общественными (открытыми). По содержанию — тематическими или общими. По размещению — сетевыми и отдельными (stand-alone).

Для блогов характерна возможность публикации отзывов (комментариев, «комментов») посетителями. Она делает блоги средой сетевого общения, имеющей ряд преимуществ перед электронной почтой, группами новостей, веб-форумами и чатами.

Примеры блогов:

<http://upominator.livejournal.com>

<http://drugoi.livejournal.com>

<http://tema.livejournal.com>

<http://ibigdan.livejournal.com>

<http://navalny.livejournal.com>

<http://blog.dimka.me/>

3. Микроблоги

Микроблогинг (англ. micro-blogging) — это форма блогинга, которая позволяет пользователям писать короткие заметки и публиковать их; каждое такое сообщение может быть просмотрено и прокомментировано в режиме чата либо кем угодно, либо ограниченной группой лиц, которые могут быть выбраны пользователем. Эти сообщения могут быть переданы различными способами, включая такие, как текстовые сообщения, мгновенные сообщения, электронная почта, или веб-интерфейс.

Наиболее популярным сервисом микроблогинга является Twitter, который был открыт в июле 2006 года и в 2007 году выиграл Интернет-награду в категории блогов на конференции South by Southwest (англ.) в Остине. Основным конкурентом Twitter является Jaiku в октябре 2007 приобретенный компанией Google.

Основной способ использования микроблогов: с помощью SMS-сообщения на особый номер, либо через сайт пользователь размещает сообщения, которые становятся доступны подписчикам его “ленты событий”.

Примеры микроблогов:

<http://twitter.com/upominator>

<http://twitter.com/AnnaBushueva>

<http://twitter.com/MedvedevRussia>

<http://twitter.com/BARACKOBAMA>

4. Социальные сети

FaceBook, Вконтакте, Одноклассники (и еще несколько других) - эти названия можно услышать в транспорте, в новостях, прочитать в газете, а уж если вы включаете компьютер, то наверняка заходите в свой аккаунт в одной из перечисленных соцсетей.

Всего несколько лет назад базовым функционалом социальной сети была анкета пользователя, поиск анкет, список добавленных в друзья пользователей, внутренняя почта и фотоальбомы. Дальше социальные сети начали развиваться так быстро и многосторонне, что к началу 2011 года практически весь функционал “остального Интернета” в том или ином виде появился и здесь. Доходит до того, что некоторые пользователи заводят e-mail только для того, чтобы единожды зарегистрироваться на “Одноклассниках”, после чего практически не посещают другие сайты в Интернете. Именно здесь все больше пользователей ведут блоги (“заметки”) и микроблоги (обновляют статусы), общаются в группах и тематических сообществах (близкий аналог форумов), загружают фотографии, обсуждают события с друзьями и т.д. Сейчас, когда вы читаете эти строки, в социальных сетях появляются тысячи заметок, обновлений статусов, комментариев и т.д. Миллионы пользователей находятся онлайн в социальных сетях и... вполне возможно, что часть их них - ваши потенциальные посетители и клиенты

5. Подкасты

Подкасты - отдельный, но не менее важный способ социальной активности в Сети.

Подка́стинг (англ. podcasting, от iPod и англ. broadcasting[1] — повсеместное, широкоформатное вещание) — процесс создания и распространения звуковых или видеопередач (то есть подкастов) во Всемирной сети (обычно в формате MP3, AAC или Ogg/Vorbis для звуковых и Flash Video и других для видео передач). Как правило, подкасты имеют определенную тематику и периодичность издания, однако бывают и исключения.

Целевая аудитория подкастинга — пользователи персональных или портативных компьютеров, а также владельцы портативных проигрывателей. Для удобного прослушивания подкастов создано множество программных продуктов, таких как iTunes, Rhythmbox, AmaroK или Banshee, следящих за обновлением подкаст-лент и их автоматической загрузкой.

Подка́ст-терминал — это веб-сайт, поддерживающий хостинг медиафайлов и в какой-то степени автоматизирующий помещение записей и подписку на обновления. Подка́стом называется либо отдельный файл, либо регулярно обновляемая серия таких файлов, публикуемых по одному адресу в Интернете.

Подка́стер — человек, который занимается подкастингом на любительской или профессиональной основе.

Примеры подкастов:

<http://vasilysweekend.rpod.ru>

<http://aerostat.rpod.ru>

<http://runetologia.podfm.ru>

<http://budamsolo.rpod.ru>

Кто такие упоминаторы?

Упоминаторы - это блоггеры, подкастеры, пользователи социальных сетей и прочие специалисты, зарегистрировавшие в системе "Упоминатор" свои площадки (блоги, микроблоги, подкасты и т.д.). На этих площадках размещаются платные упоминания. Вы - рекламодатель, размещающий заказы на упоминания на этих площадках.

Какие бывают упоминания?

В системе "Упоминатор" мы ввели список стандартных типов:

- "Микроблоги" - рекламные сообщения в Twitter и других сервисах микроблогов. Обычно содержат не более 10 слов и ссылку на рекламируемый сайт.
- "Блог: постовой" - рекламные постовые (1-2 предложения под основным текстом записи в дневнике).
- "Блог: обзор" - рекламные обзоры (отдельные посты) в своем блоге. Не менее 50 слов в среднем.
- "Блоги: комментарии" - комментарии к чужим постам. Обычно предполагается что упоминатор ищет подходящие по теме посты (обсуждение товаров и услуг, близких к вашим) и размещает комментарий с упоминанием вашего продукта-услуги.
- "Подкаст" - упоминание о вашем проекте в подкасте (обычно звучит так: "спонсор нашего подкаста - компания N, адрес в интернет - три дабл ю, точка, многоводки, точка, ру").
- "Форум: пост" - рекламный пост на форуме.
- "Соцсети: упоминание" - размещайте упоминания в социальных сетях, например, во ВКонтакте или Facebook. Возможные типы: статус, поле "сайт", рекламная запись на "стене".

Управлять мнениями, упоминать, размещать ссылки

О чем общаются люди в социальных медиа (в форумах, блогах и соцсетях)? Обо всем! Размещая информацию о своем продукте или услуге вы "сеете" упоминания, которые могут быть прочитаны и приняты к сведению, могут подвергнуться обсуждению, либо... их никто не заметит, кроме поисковых роботов, но в конечном счете даже забытые и утонувшие в архивах упоминания наращивают ссылочную массу, благодаря которой ваш сайт повышает свои позиции в поисковых системах.

Регистрация

Для того, чтобы начать сеять информацию о вашем бизнесе, вам необходимо

зарегистрироваться на “Упоминаторе”. Заходим на <http://www.upominator.ru/>, щелкаем “Регистрация”, вводим e-mail, выбираем пароль и тип аккаунта. В нашем случае это **Рекламодатель**. Далее вы выбираете ваш юридический статус и вводите ФИО - эти данные нам пригодятся для построения дальнейших отношений с вами.

После регистрации на указанный вами адрес электронной почты придет письмо со ссылкой, которую вы обязательно должны щёлкнуть. Данное действие обязательно - мы должны быть уверены, что вы указали корректный E-mail, ведь тут имеет место вопрос денег, вдруг вы укажете неверный адрес, внесете на свой баланс деньги и не сможете восстановить пароль?

После подтверждения адреса вы можете смело заходить в свой аккаунт на “Упоминаторе”.

Ваш аккаунт

После входа в аккаунт вы увидите закладки:

- Главная
- Мои кампании
- Упоминания
- Доступные ресурсы
- Избранное
- Деньги
- Профиль
- Помощь

Посетим каждую из них:

1. Главная

“Главная” открывается при входе в аккаунт. Здесь выводится сводка по вашей активности в системе:

- Упоминаний на проверку: N
- Активных рекламных кампаний: N
- Задания на исполнении: N
- Предложений упоминаторов: N

Также на этой странице отображаются новости системы и другие данные, которые на взгляд Администрации могут быть вам интересны.

Каждая из приведенных выше строк являются ссылками в соответствующие разделы аккаунта. И если у вас “0 кампаний” - самое время перейти в следующую закладку и создать новую кампанию.

2. Мои кампании

Важно: мы не хотим вас огорчать, но сейчас самое время посетить закладку “Деньги” и пополнить ваш баланс в системе. Дело в том, что при нулевом балансе вы не сможете создать новую кампанию. Почему так? Давным давно, в начале 2010 года, создание кампаний при нулевом балансе было доступно, и многие странные рекламодатели получали себе посетителей следующим образом: они создавали кампанию и нашим упоминателям отправлялись письма “в системе новая кампания, сделайте предложение ее владельцу!”. Естественно, наши добросовестные упоминатели косяками шли на указанный сайт, чтобы подробнее с ним ознакомиться. “Рекламодатель” видел несколько сотен (а сейчас их уже несколько тысяч) новых посетителей (это были наши упоминатели), после чего был безумно рад такому повороту событий и уже не хотел пополнять баланс, продолжая удовлетворяться скачком на счетчике. Дабы не тратить время упоминателей на такие “походы вникуда” мы сделали такой запрет.

Баланс пополнен? О.К., работаем дальше:

Если вы здесь впервые, то самое время создать новую кампанию. Щелкаем по ссылке “Новая” и видим форму для добавления кампании.

- Название

Краткое наименование кампании, например “Прорекламирровать сайт о валенках”

- URL

url-адрес вашего сайта, например, “<http://www.upominator.ru/>”

- Макс. цена упоминания

Минимальная цена упоминания в нашей системе - 10 руб. обычно упоминатели выставляют более высокие цены (в зависимости от качества или популярности их площадки). Пока вы осваиваете “Упоминатор”, рекомендуем для начала поставить свою цену в 15-20 руб.

- Описание

Текстовое задание для упоминателей. В свободной форме описываете, какое упоминание о себе вы хотели бы увидеть. Обычно пишут либо сам текст объявления, либо “сочинение”, из которого исполнители черпают вдохновение для упоминаний.

- Тип упоминания

Для начала, в порядке эксперимента, выберите: “блог:обзор”, “блог:постовой” и “микроблог”.

3. Упоминания

Все упоминания (вам на проверку, отправленные в работу, либо принятые) находятся

здесь.

При открытии закладки вы видите набор выпадающих списков:

- Компании (список ваших компаний)
- Статус упоминания (Архив, Предложения упоминателей, Выполненные и ожидающие проверки, На исполнении)
- Тип упоминания (микроблоги, блог:постовой, блог:обзор и т.д.)

Используя эти выпадающие списки вы управляете содержимым страницы.

Примечание: для вашего удобства выход в отсортированные списки в виде прямых ссылок есть в закладке “Главная”.

Пройдемся по функционалу выборок:

3.1. Архив

Это самый неинтересный раздел - здесь собранные выполненные и одобренные вами упоминания. Полезно для истории.

3.2. Предложения упоминателей.

Здесь вы видите список площадок, владельцы которых увидели вашу кампанию и предлагают вам сделать упоминания их ресурсах.

Помимо URL площадки вы видите: описание ресурса, ТИЦ и PR (подробнее: http://sitehaving.ru/news_69.html).

В зависимости от типа платформы может выводиться дополнительная информация по площадке (количество друзей в ЖЖ, количество фолловеров в Твиттере и т.д.)

Здесь-же находится цена, за которую владелец площадки готов сделать упоминание.

Справа от описания размещены кнопки “Одобрить” и “Отказать”.

Кнопка “Одобрить” резервирует на вашем балансе сумму, указанную в описании площадки, после чего задание (см. выше “Описание кампании”) отправляется на исполнение владельцу площадки. Если в течение 3 суток владелец площадки не выставит работу на проверку, заблокированная сумма будет возвращена на ваш баланс.

Кнопка “Отказать” удаляет предложение из списка.

3.3. Выполненные упоминания, ожидающие проверки.

Здесь находится список сделанных упоминаний, выставленных вам на проверку. Если вы не отключили нотификацию, то при отправке упоминания на проверку вам будет приходить письмо на e-mail. Каждый элемент списка содержит: а) тип упоминания; б) url упоминания; в) статус “Ссылка обнаружена” (система проверяет наличие ссылки на

странице с упоминанием); г) цену упоминания;

Также в некоторых случаях здесь-же может находиться текстовое сообщение от упоминателя.

Важно: у вас 3 суток для одобрения или передачи упоминания на доработку. По истечению 3 суток после отправки упоминание считается принятым и отправляется в архив (при этом принятая вами цена при отправке задачи в работу отправляется на баланс исполнителя).

Если упоминание вас устраивает, вы щелкаете “Доволен”, если есть нюансы - щелкаете “На доработку” и добавляете текстом претензию.

3.4. Задания на исполнении

Список площадок, которым вы отдали работу, но пока не получили от них отклика в виде адреса упоминания, выставленного на проверку.

4. Доступные ресурсы

Список ресурсов, доступных для размещения упоминаний. Вы можете делать выборки по интересующих вас параметрам и отправлять сообщение “Обрати внимание” владельцам площадок.

5. Избранное

В ходе работы с сервисом вы можете добавлять наиболее полезные ресурсы в отдельный список “Избранное”. Таким образом вам не придется искать понравившиеся ресурсы снова.

6. Деньги

Здесь вы видите:

- текущий баланс
- кнопки пополнения
- историю пополнения баланса

Для того, чтобы пополнить баланс выберите наиболее подходящую платежную систему (например, “Яндекс.Деньги” или “Webmoney”) и следуйте её инструкциям.

7. Профиль

В закладке “Профиль” вы можете:

- изменить свой пароль
- изменить (установить) ваше имя, либо название организации
- настроить параметры email-нотификации о событиях

8. Помощь

Наша служба поддержки всегда к вашим услугам. Просто задайте выберите тему и задайте вопрос - в течение нескольких часов ответ придёт на ваш email, указанный при регистрации.

Рекомендуемая литература:

1. И. Ашманов, А. Иванов "Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах"
2. Клара Ших "Эра Facebook. Как использовать возможности социальных сетей для развития вашего бизнеса"

Ресурсы:

<http://ideablog.ru>

<http://cossa.ru>

<http://www.facebook.com/SocialMediaClubMoscow>

<http://ni404.blogspot.com>

<http://socvestnik.ru>

<http://mashable.com/social-media>

<http://www.upominator.ru> :-)