

Arrivo Media

КЕЙС SMM

10500 – прирост подписчиков
в социальных сетях за 7 месяцев.

Лидер мнений: Исаев А.А.



О ПРОЕКТЕ

Основатель Института стволовых клеток человека (ПАО «ИСКЧ»), а также Гемабанка – крупнейшего в России банка стволовых клеток пуповинной крови. Основатель и издатель журнала «Гены и Клетки». Руководитель Центра генетики и репродуктивной медицины Genetico.

Направления деятельности ИСКЧ – научные исследования, разработка, а также коммерциализация и дальнейшее продвижение на рынке собственных инновационных лекарственных препаратов и высокотехнологичных услуг в сфере регенеративной медицины, медицинской генетики (в том числе репродуктивной), геной терапии, биострахования и биофармацевтики.



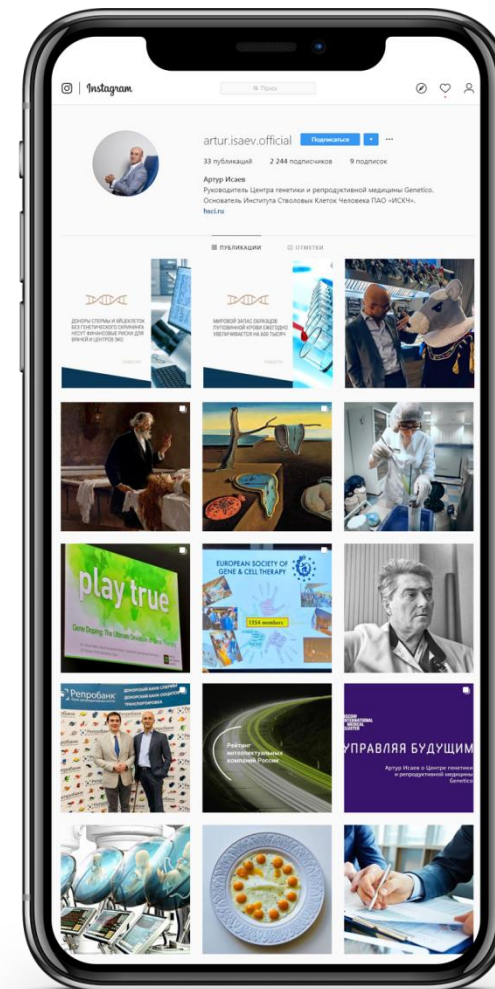
ЗАДАЧИ

01. СОЗДАТЬ ЛИДЕРА МНЕНИЙ
Объединить людей вокруг своей идеи.

02. УВЕЛИЧИТЬ ОХВАТ
Базу подписчиков и посетителей сообществ.

03. УВЕЛИЧИТЬ АКТИВНОСТЬ
Лайки, репосты, обсуждения, сохранения.

04. УВЕЛИЧИТЬ ИЗВЕСТНОСТЬ КОМПАНИЙ
Рост трафика на сайты холдинга ИСКЧ.



01
INSTAGRAM

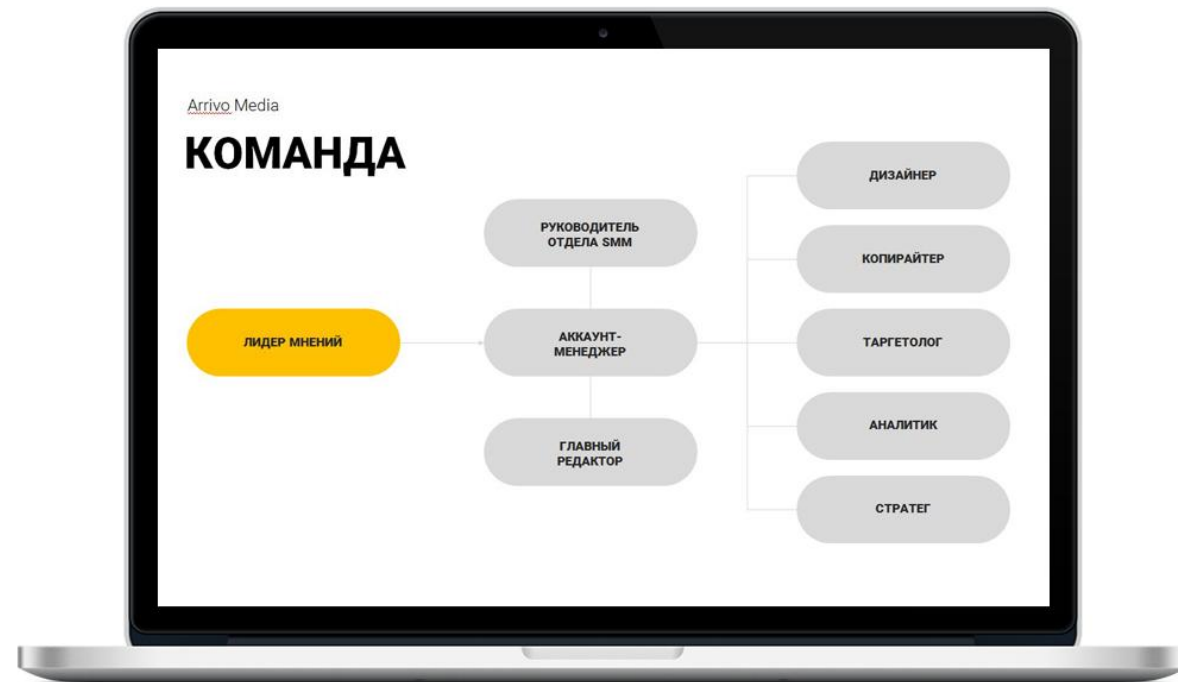
02
ВКОНТАКТЕ

03
FACEBOOK

СТРАТЕГИЯ

Поскольку лидеров мнений в социальных сетях среди профессионалов узкой специализации мало, а в сфере регенеративной медицины в России вообще нет, пришлось анализировать опыт зарубежных коллег из США, Сингапура, Германии. Физических лиц с лояльной аудиторией там тоже практически не встречается, поэтому мы провели глобальное исследование международного рынка не только лидеров мнений, но и авторитетных компаний, корпораций, которым удалось добиться выдающихся успехов в области генной инженерии. Изучали публикации на официальных сайтах, пресс-конференции руководителей, видео, научные статьи и документы.

Команда проекта состоит из 8 постоянных сотрудников и подключаемых по мере роста нагрузки.



Сформировали внушительную базу знаний из 213 источников актуальной информации.

КОНТЕНТ

Наша задача – сформировать репутацию лидера мнений, физического лица, поэтому важно определить эмоциональную окраску, тональность и стилистику подачи информации. У клиента уже были личные аккаунты в социальных сетях. Мы проанализировали манеру общения и разработали стилистические, синтаксические, эмоциональные правила формирования контента.

Совместно принято решение сфокусироваться на личном мнении А.А.Исаева относительно знаковых событий в области генной терапии, анонсе важных мероприятий и новостей.

Проведены рабочие встречи, на которых обсуждались варианты формирования рубрикатора и интересных клиенту тематик. В результате удалось добиться взаимопонимания и наладить регулярные публикации.



Клиент хотел работать только в Facebook, но нам удалось убедить подключить ВКонтакте и Instagram. Охват и воздействие на аудиторию выросли в 3 раза.

Клиенту трудно находить время на полноценное участие в продвижении сообществ, поэтому наши редакторы еженедельно отсматривают 213 источников информации, определяют заметные события. Сокращают до базовых тезисов и направляют на согласование. Клиент формирует комментарий в удобной ему форме: текст, аудио-, видеозапись и своими словами. Редакторы и корректоры обрабатывают ответ и отправляют на согласование готовый к публикации текст и анонсирующее изображение. Сэкономлено 90% времени клиента на создание авторского контента, благодаря налаженной коммуникации между агентством и лидером мнений. В формировании репутации лидера мнений не обойтись без делового фотопортфолио. Качественных фотографий не было, поэтому наш фотограф посетил несколько презентаций, конференций и просто рабочих встреч. В результате мы получили отличные репортажные и портретные фотографии.

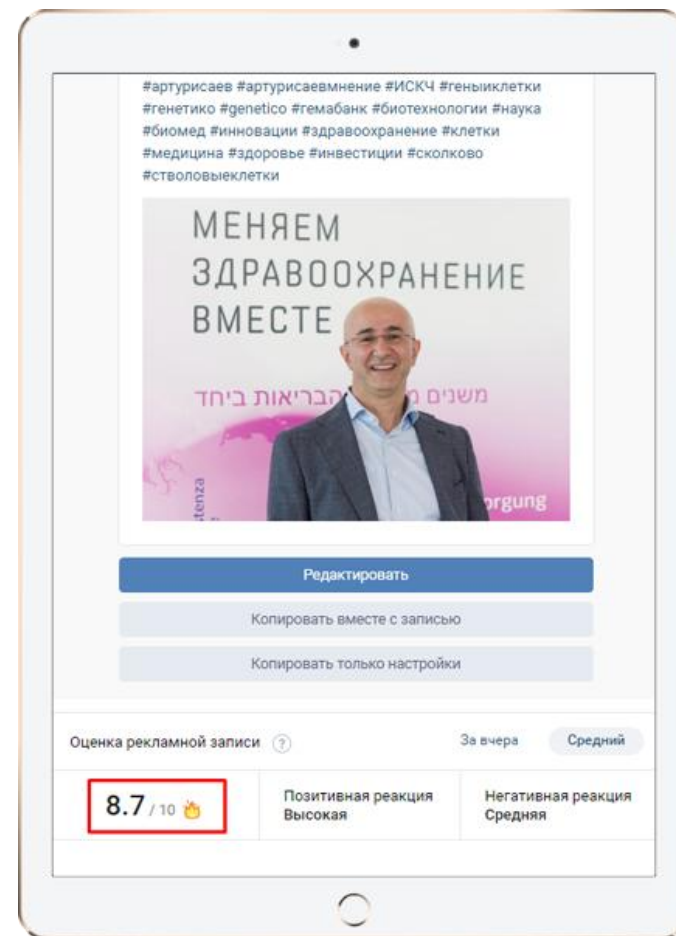


ПРОДВИЖЕНИЕ

Протестировали 23 разные аудитории в Facebook, Instagram и 16 аудиторий во ВКонтакте. Организовали публикации и упоминания в популярных тематических пабликах и у блогеров. Задействовали аудитории ретаргетинга.

Главной целью стала оптимизация рекламного бюджета в сторону увеличения полезных показателей: CTR, CPC и уменьшение стоимости трафика.

Наиболее интересным направлением стала работа по аудиториям ретаргетинга. Мы проанализировали суммарный трафик на проекты холдинга ИСКЧ и определили, что в месяц он составляет более 20 000 человек. Это отличная целевая аудитория специалистов, клиентов и просто интересующихся людей с низким показателем отказов. Установили пиксели ВКонтакте и Facebook на сайты компаний, настроили целевые действия и разделили аудиторию по интересам.



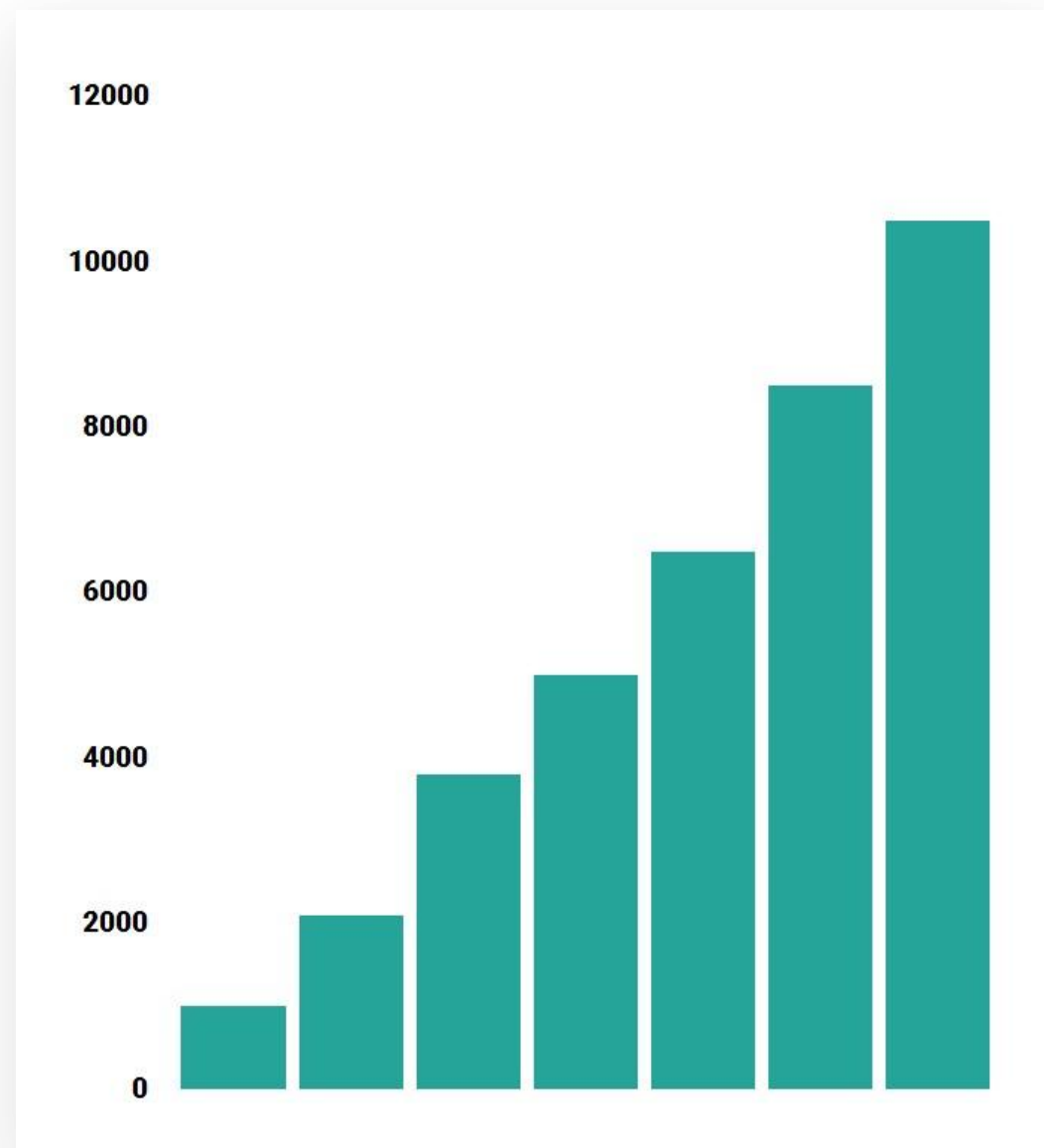
Конверсия показа рекламы в подписчиков составила 76%.

Рекламные системы VK Ads и Facebook Ads Manager поставили высокий рейтинг настроенной нами рекламе, поэтому мы решили остановиться на аудиториях ретаргетинга и экспериментировать с форматами объявлений.

Запись с кнопкой и форму сбора заявок мы практически не использовали. Лучшие результаты показали карусель, обычная запись и сторис.

Карусель создает отличную конверсию 60% в трафик на сайт, обычная запись прекрасно конвертирует трафик в подписчиков.

Дополнительно к аудиториям ретаргетинга, полученным с сайтов организаций холдинга, мы настроили добавление всех пользователей, проявивших позитивную реакцию на рекламу. Таким образом, мы собрали базу суперлояльных пользователей, которые не только зашли на сайт, но и лайкнули/прокомментировали рекламную публикацию. Для этой аудитории мы запускаем индивидуализированную рекламную кампанию.

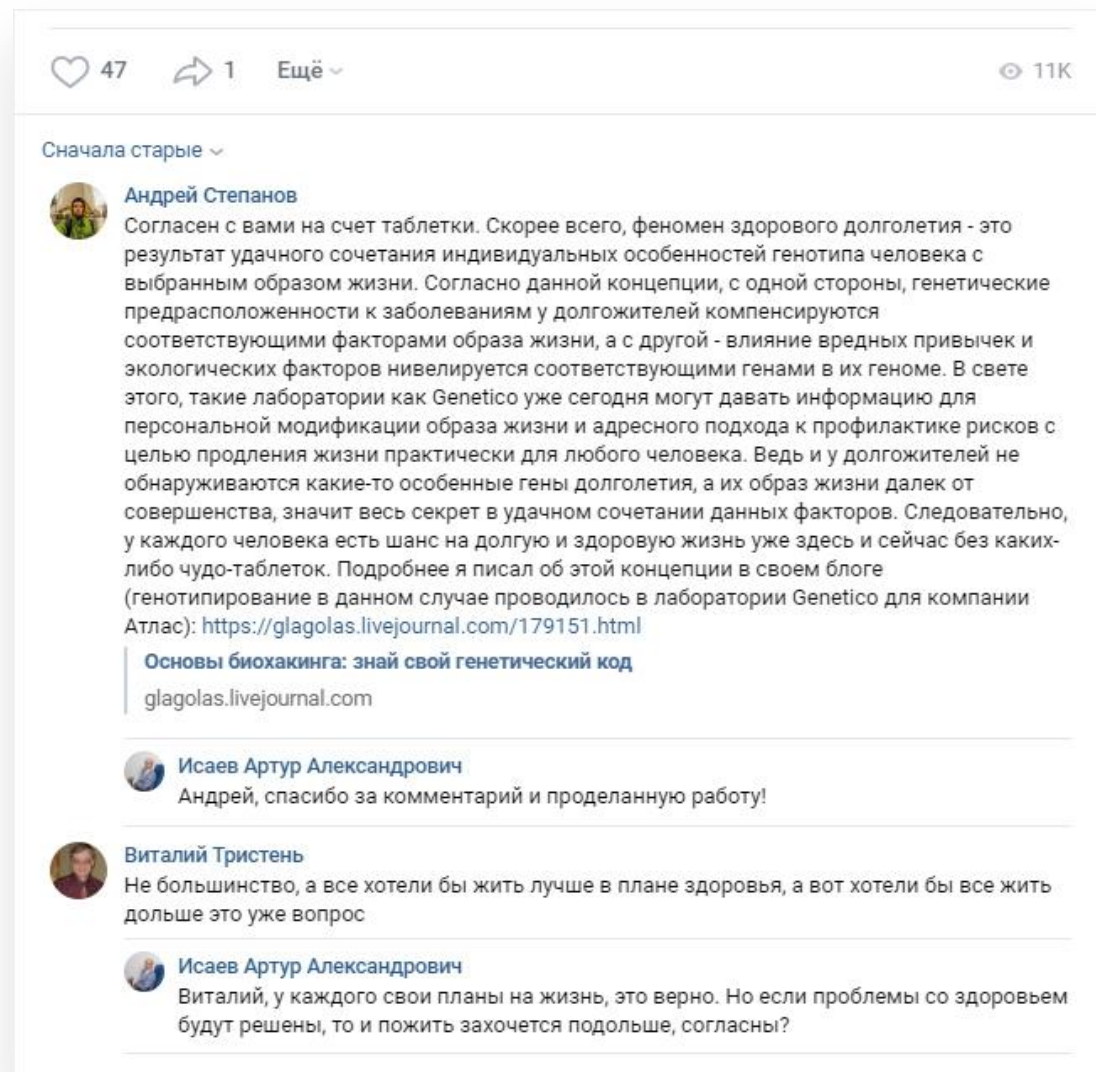


Прирост подписчиков лидера мнений за 7 месяцев составил 10 500 человек.

МОНИТОРИНГ

Отдельным направлением стали ответы на вопросы подписчиков и участие в обсуждениях. По мере продвижения росла аудитория и нагрузка на модераторов. Поскольку команда хорошо осведомлена о событиях, новостях генной терапии и услугах компаний холдинга, удалось составить коммутационную матрицу на основе полученного опыта.

Практика показала, что основателю компании и физическому лицу доверяют больше, чем менеджерам в колл-центре. Со временем клиенты начали задавать рабочие вопросы, адресованные компаниям холдинга, непосредственно лидеру мнений: о графике работы, стоимости. Мы наладили взаимодействие и смогли оперативно отвечать клиентам в личных сообщениях и комментариях.



47 1 Ещё 11K

Сначала старые

Андрей Степанов
Согласен с вами на счет таблетки. Скорее всего, феномен здорового долголетия - это результат удачного сочетания индивидуальных особенностей генотипа человека с выбранным образом жизни. Согласно данной концепции, с одной стороны, генетические предрасположенности к заболеваниям у долгожителей компенсируются соответствующими факторами образа жизни, а с другой - влияние вредных привычек и экологических факторов нивелируется соответствующими генами в их геноме. В свете этого, такие лаборатории как Genetico уже сегодня могут давать информацию для персональной модификации образа жизни и адресного подхода к профилактике рисков с целью продления жизни практически для любого человека. Ведь и у долгожителей не обнаруживаются какие-то особенные гены долголетия, а их образ жизни далек от совершенства, значит весь секрет в удачном сочетании данных факторов. Следовательно, у каждого человека есть шанс на долгую и здоровую жизнь уже здесь и сейчас без каких-либо чудо-таблеток. Подробнее я писал об этой концепции в своем блоге (генотипирование в данном случае проводилось в лаборатории Genetico для компании Атлас): <https://glagolas.livejournal.com/179151.html>

Основы биохакинга: знай свой генетический код
glagolas.livejournal.com

Исаев Артур Александрович
Андрей, спасибо за комментарий и проделанную работу!

Виталий Тристенъ
Не большинство, а все хотели бы жить лучше в плане здоровья, а вот хотели бы все жить дольше это уже вопрос

Исаев Артур Александрович
Виталий, у каждого свои планы на жизнь, это верно. Но если проблемы со здоровьем будут решены, то и пожить захочется подольше, согласны?

РЕЗУЛЬТАТЫ

РОСТ НА 10500 ПОДПИСЧИКОВ

Общий прирост аудитории сообществ



2000 ДЕЙСТВИЙ

Рост ежемесячной активности в сообществах лидера мнений.



100 000 ОХВАТ

Рост ежемесячного вирусного и рекламного охвата аудитории.



РОСТ ТРАФИКА В 30 РАЗ

Рост ежемесячного трафика на сайты компаний по сравнению с периодом до проведения работ.



**ОСТАЛИСЬ
ВОПРОСЫ?**

Позвоните +7 495 741 88 27

ОТПРАВЬТЕ ЗАЯВКУ

info@arrivomedia.ru

arrivomedia.ru

Головинское шоссе, 13/2,

Москва, 125212

Arrivo

Media