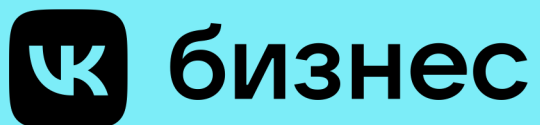


Инструменты брендформанса ВКонтакте

Эксперт: Аэлиа Стоните





Меня зовут Аэлиита Стоните



2018

Копирайтер на фрилансе



2020

Руководитель smm-направления



2022

Контент-менеджер в Студии



2022

Стратег в Студии



2023

Руководитель Академии Студии
Чижова — образовательного
подразделения SMM-агентства
федерального уровня

EdTech

HoReCa

FMCG



Академия Студия Чижова

Специализированное практическое образование с заботой о результате учеников, основанное на экспертизе топ-4 SMM-агентства

комьюнити

экспертиза

результатоцентричность



*Подписывайтесь
на Академию в Telegram,
чтобы первыми узнавать
о новых курсах*



8

запусков

3

больших курса

5

мини-курсов

250+

выпускников

ТОННЫ

выпускников

О чём сегодня поговорим

поговорим про конкретные инструменты
ВКонтакте, которые позволят вам выстроить
эффективное продвижение

**контент-
инструменты**

Для кого



маркетологов



владельцев
бизнеса



SMM-
специалистов

**трафик-
инструменты**

Контент- инструменты



Информационное перенасыщение

Аудитория выгорела и пресытилась контентом. Ещё и рекламодатели растут. Сейчас или креативно и аутентично, или теряешься в серой массе брендов.

90%

мировых данных были получены только за последние два года

~400 млн

терабайт данных создаётся ежедневно

в 74 раза

вырос объём производимого контента вырос за 13 лет с 2010 года

Отсюда тренд на дофаминовую упаковку и ребрендинги — аудитория постоянно жаждет новизны.

180ZB

120ZB

2023

2024

2025

Ожидается, что 120 зеттабайт, созданных в 2023 году, к 2025 году увеличатся и достигнут 181 зеттабайт

Но несмотря на это, для огромного количества проектов соцсети всё ещё являются одним из ключевых источников продаж

Источник explodingtopics.com, исследование *The Future 100: 2024*

Важно осознавать



Через что эти смыслы эффективнее всего сейчас
получится транслировать ВКонтакте?

кто ваша
аудитория

что вы хотите
донести
до аудитории

в чём ключевая
особенность
проекта

2 место

VK Видео заняла в третьем квартале 2024 года среди популярных в России видеоплатформ, по данным Mediascope¹

59%

пользователей Рунета активно использовали VK Видео ежедневно

★ Ключевые показатели видеосервисов
VK за третий квартал 2024 года

2,6 млрд *+48,5%
год к году*
VK Видео, просмотры
(не включая VK Клипы)

2,5 млрд *+2,6x
год к году*
VK Клипы, просмотры

30 млн *+20x
год к году*
VK Видео, число
скачиваний

1. wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/runet-bitva-za-zritelja-itogi

Клипы

Рост популярности:

👁 в 2,6 раза

увеличились среднесуточные просмотры
(до 2,5 млрд)

🕒 в 4,2 раза

выросло время просмотра, что указывает
на усиление вовлечённости пользователей

место встречи
впечатлений — это...

>1,7 млрд

просмотров в сутки

>33 млн

зрителей в сутки

Инструменты для авторов и бизнеса:



Кнопка «Привязать клип»:

позволяет связывать короткие клипы с длинными видео. Это открывает возможности для создания тизеров и вовлечения аудитории в основной контент.



Рекламное продвижение клипов:

появилась возможность использовать VK Клипы для платного продвижения, что делает этот формат ещё привлекательнее для брендов.



Усовершенствования редактора:

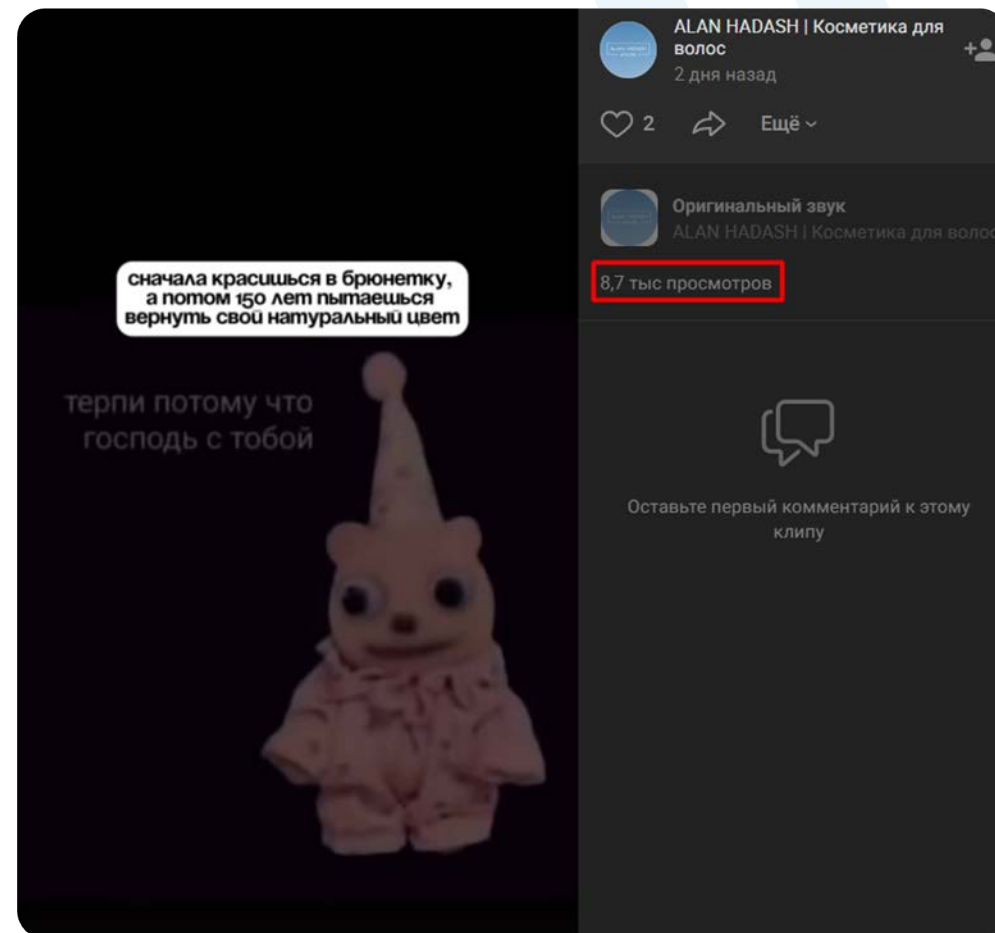
особенно полезно для создания клипов с минимальными ресурсами

Создание тизеров для длинных видео

Бренды могут использовать клипы как трейлеры для вебинаров, рекламных кампаний или больших видеороликов. Тем самым забирая человека в свою воронку и прогревая его более персонализированным контентом внутри.

Использование трендов

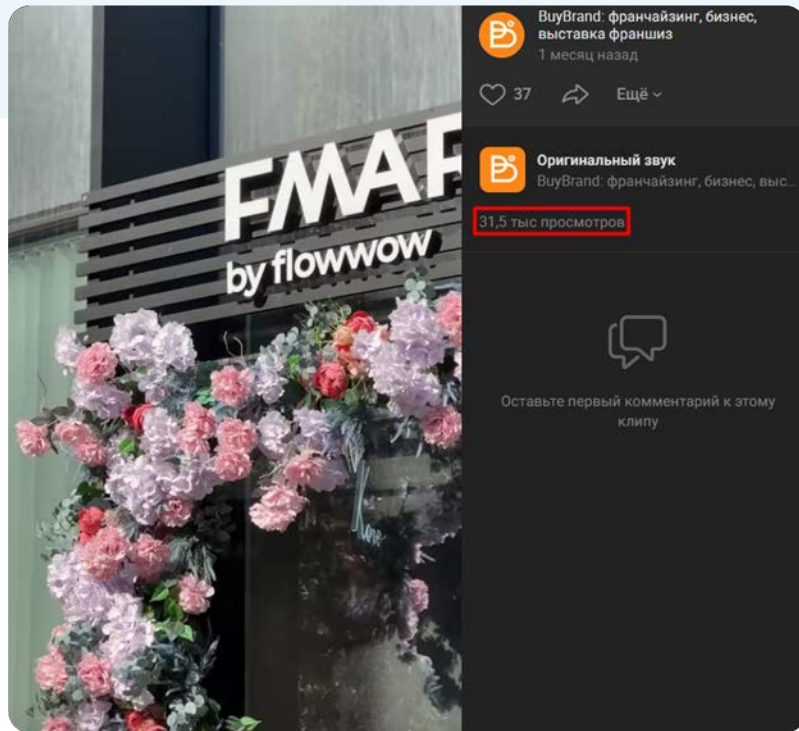
Адаптация популярных трендов или челленджей помогает привлечь внимание широкой аудитории. Например, косметические бренды создают видео с использованием своей продукции.



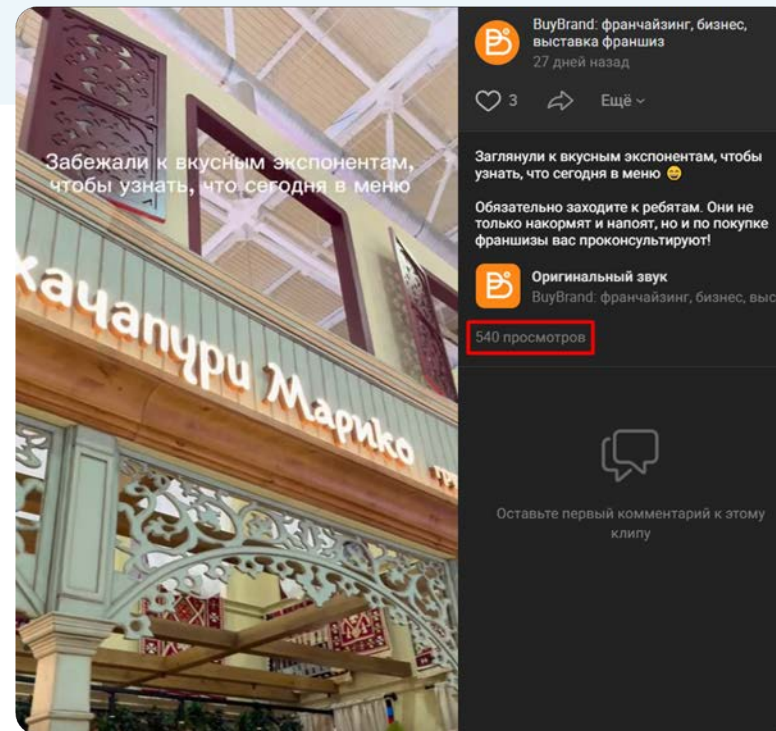
Пример использования тренда
на проекте ALAN HADASH

Рекламное продвижение

Возможность бустинга клипов делает их мощным инструментом для перформанс-маркетинга. Короткие и яркие ролики идеально подходят для увеличения охвата и вовлечённости.



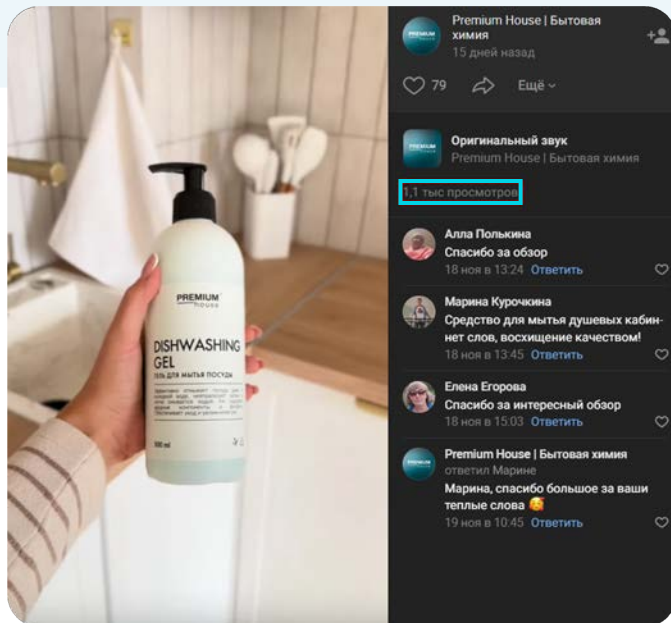
Видео с бустингом на проекте BuyBrand



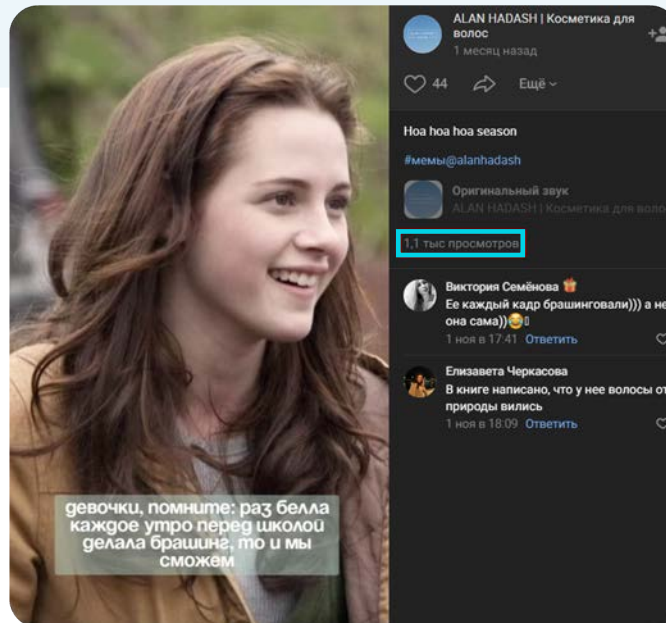
Видео без бустинга на том же проекте

Увеличение охвата через улучшенную систему рекомендаций

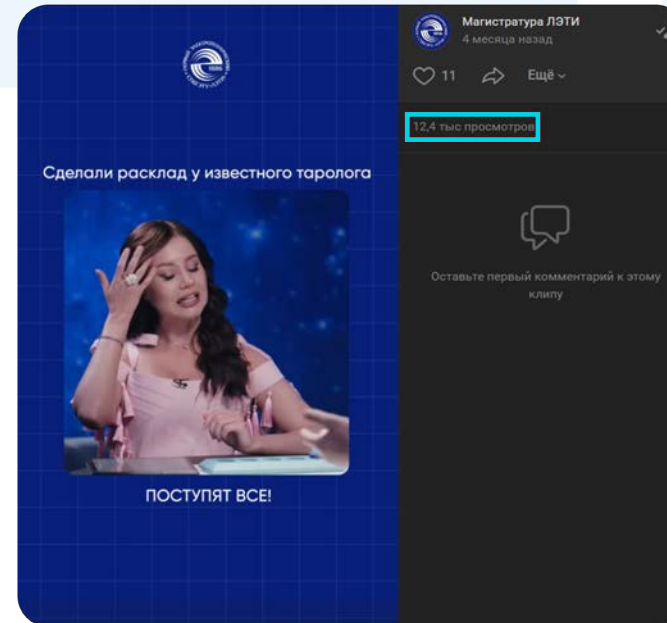
Совершенствование алгоритмов позволяет достигаться до релевантной аудитории.
Это особенно полезно для локальных брендов или нишевых компаний.



Видео на проекте Premium House



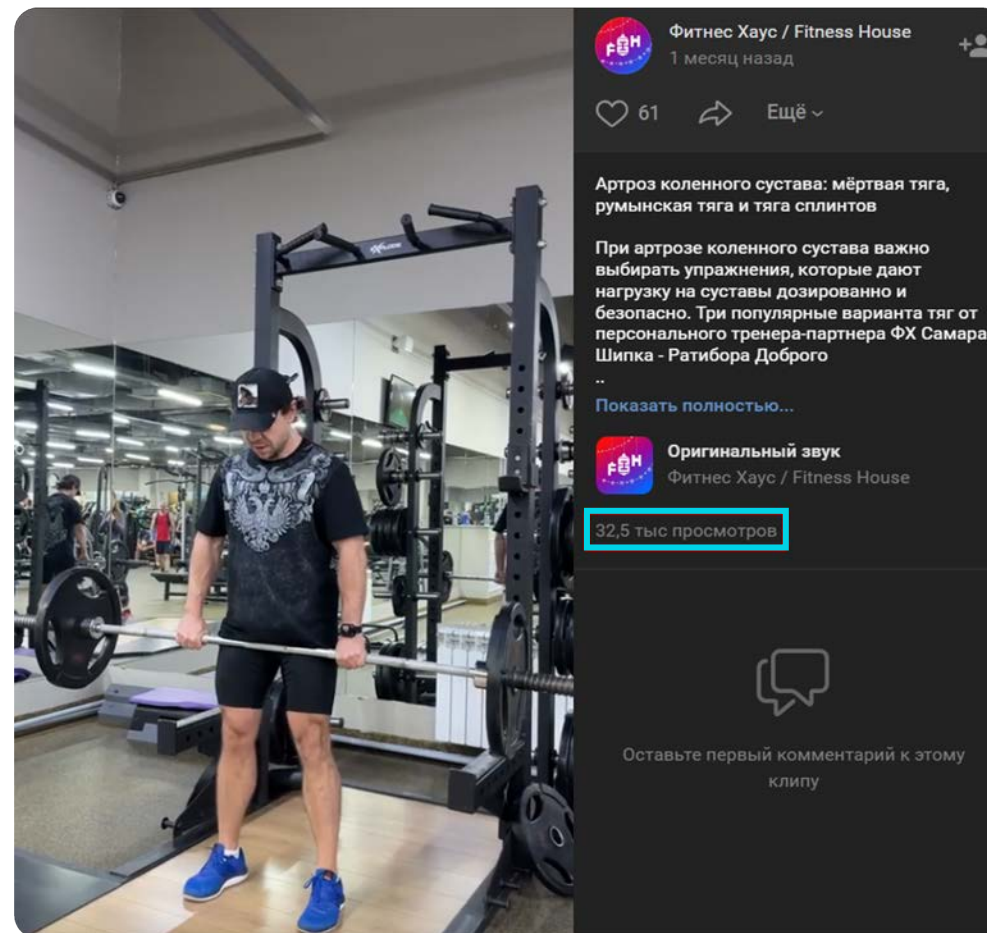
Видео на проекте ALAN HADASH



Видео на проекте Магистратура ЛЭТИ

Обучающий контент

Компании могут делиться лайфхаками, советами и полезной информацией. Например, фитнес-клубы могут публиковать короткие тренировки, а образовательные проекты — советы по обучению.



Обучающее видео
от Фитнес Хаус

Большие видео



Рост популярности ↗

2,6 млрд

среднесуточное количество просмотров

на 48,5% больше, чем за аналогичный период в 2023 году

>30 млн установок

приложения VK видео на мобильные устройства и Android TV с момента официального запуска приложения

на 265% (по сравнению с третьим кварталом 2023 года)

выросло совокупное время, которое пользователи проводят за просмотром контента



Видеообзоры продуктов

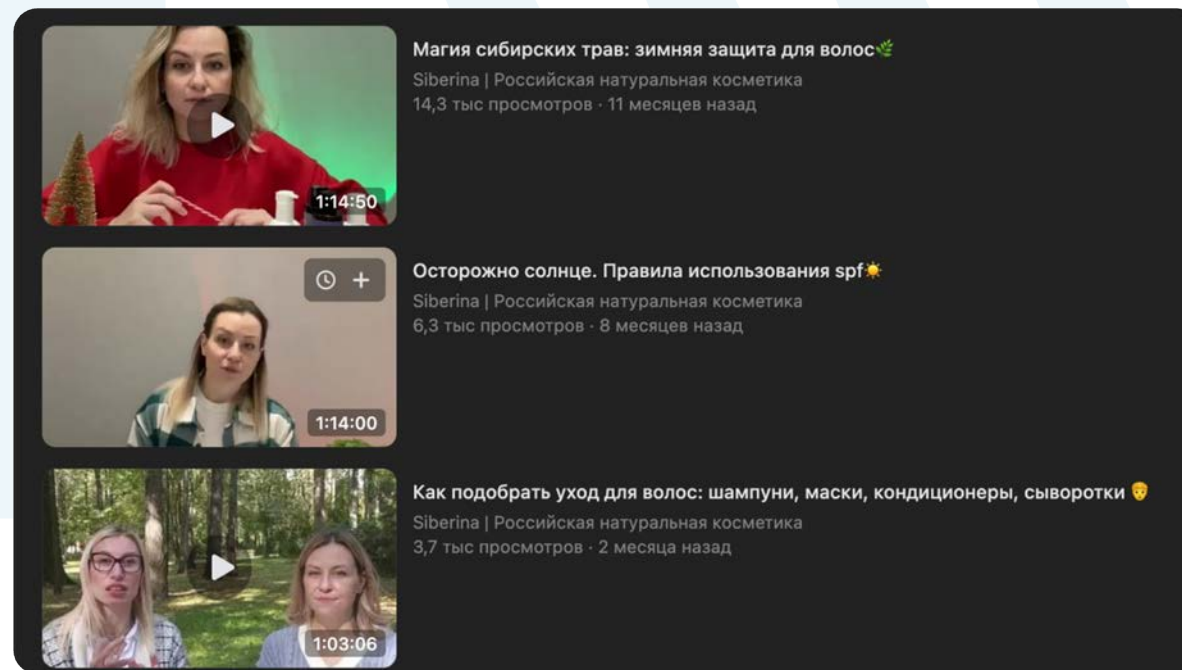
.....

Формат

Большие видео, демонстрирующие функциональность и преимущества товаров или услуг

Пример

Производитель бытовой техники публикует подробные видеообзоры своих устройств, сравнивая их с аналогами. Производитель косметики делает обзоры на свои продукты



Обзоры продуктов на проекте Siberina



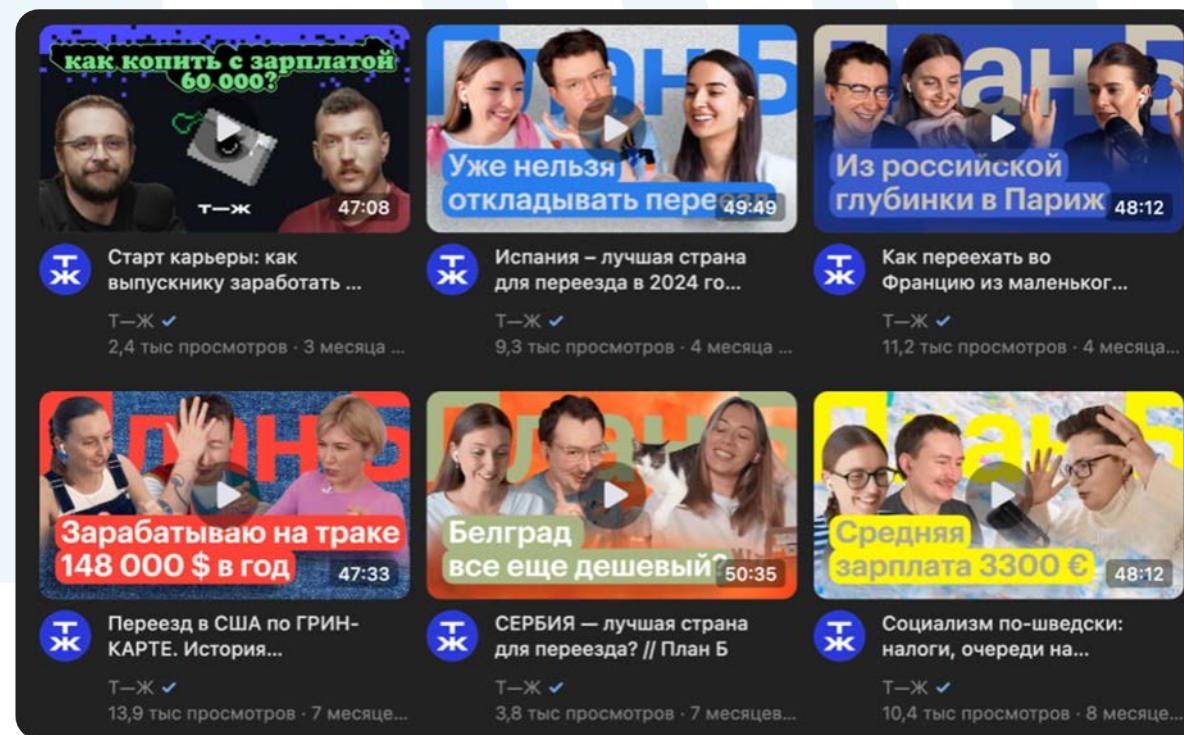
Учебные материалы

Формат

Видеоуроки, пошаговые инструкции или обучающие курсы

Пример

Такие как «Тинькофф Журнал» часто используют большие видеоформаты для объяснения сложных тем, для продвижения услуг



Обучающие и полезные видео у ТЖ



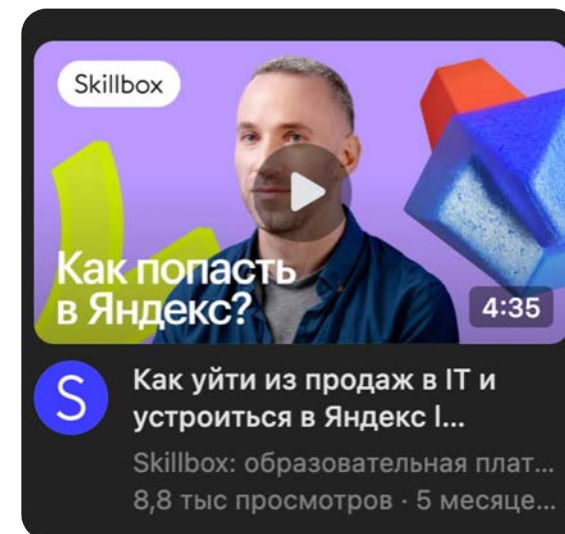
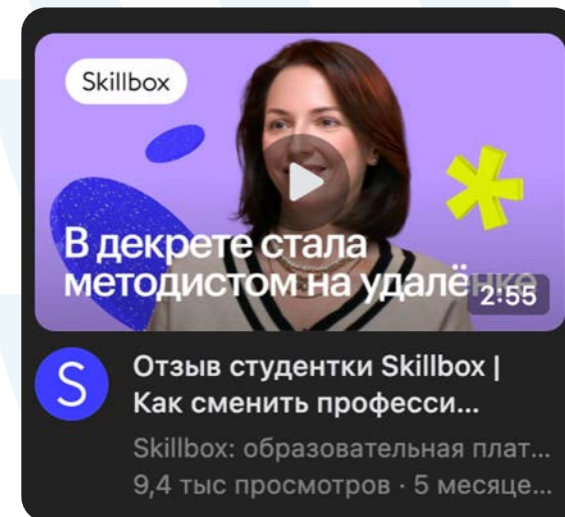
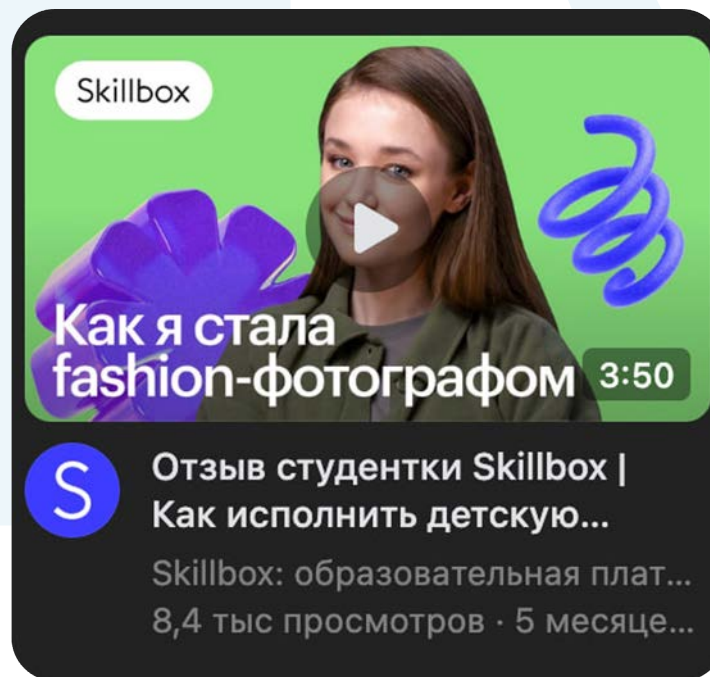
Учебные материалы

Формат

Видео с кейсами или историями клиентов

Пример

Демонстрация отзывов, как изменилась жизнь после взаимодействия с продуктом



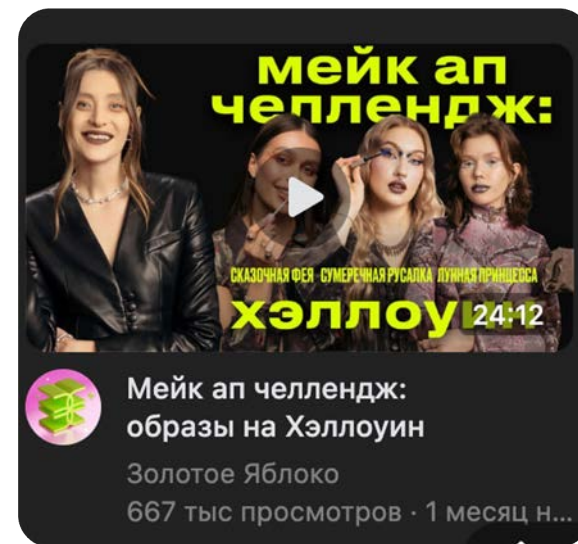
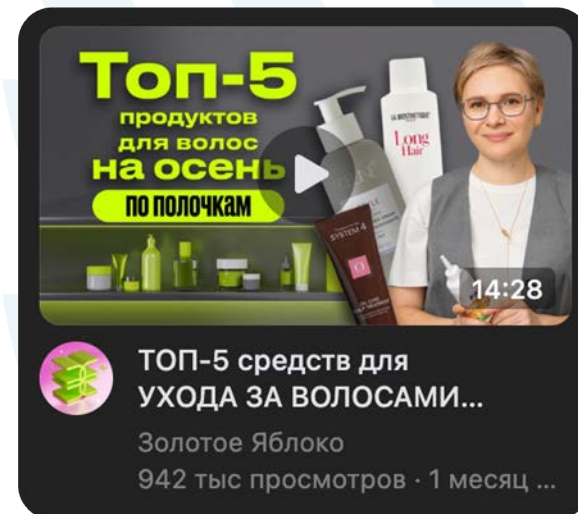
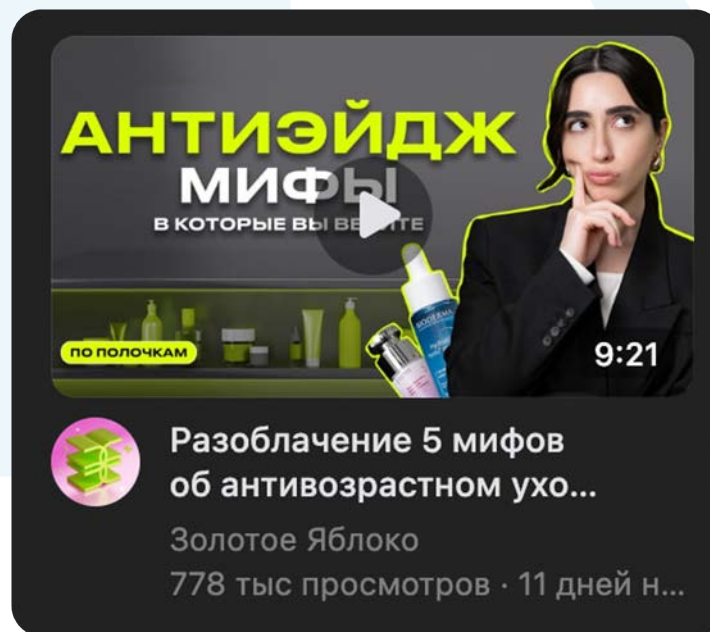
Пример таких видео у Skillbox



Прямые эфиры с экспертами

Формат Лонгрид-видео с включением аудитории

Пример Косметическая компания проводит прямые эфиры с косметологами, обсуждая тренды и отвечая на вопросы



Пример таких видео у Золотого Яблока

Что учитывать,
чтобы видеоформаты
работали **эффективно**?

1

Целевая аудитория

- > **Определите потребности и интересы аудитории.** Видео должно отвечать на вопросы или развлекать, чтобы захватывать внимание.
- > **Используйте данные аналитики** для сегментации и адаптации контента под разные группы.

Чёткая структура и сторителлинг

- > **Структурируйте видео:** начните с захватывающего интро, расскажите основную историю и завершите ясным призывом к действию (CTA).
- > **Рассказывайте истории,** которые резонируют с аудиторией, чтобы удерживать их внимание.

2

3

Качество контента

- > **Высокое качество видео** (*звук, монтаж, визуал*) критично для восприятия бренда как профессионального.
- > **Регулярность публикаций** помогает поддерживать интерес аудитории.

Актуальность форматов

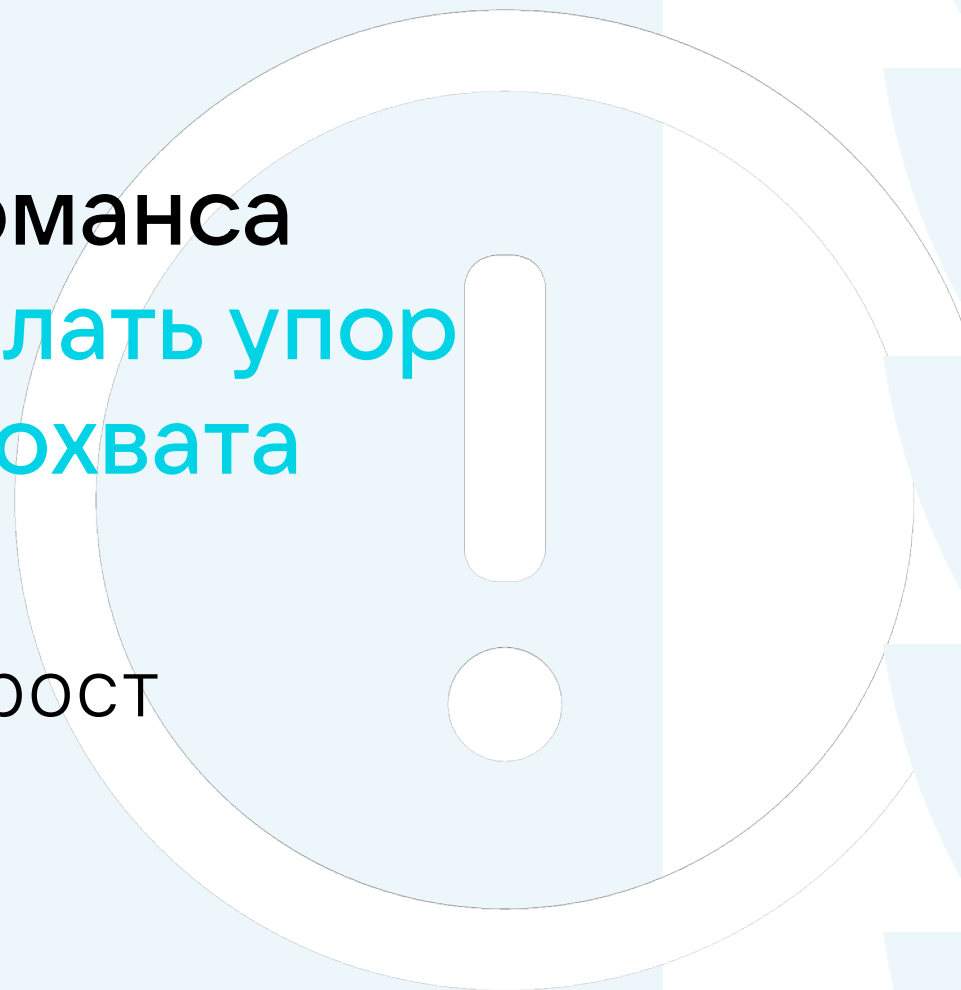
Используйте популярные форматы:

- вебинары
- обучающие видео
- прямые эфиры
- челленджи

4

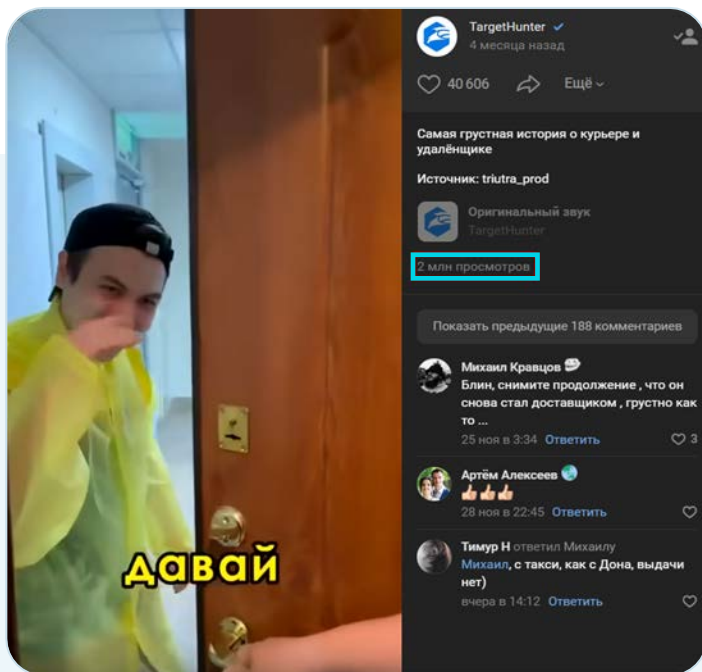
Суть брендформанса
в том, чтобы **делать упор**
на увеличение охвата

В этом помогает рост
узнаваемости

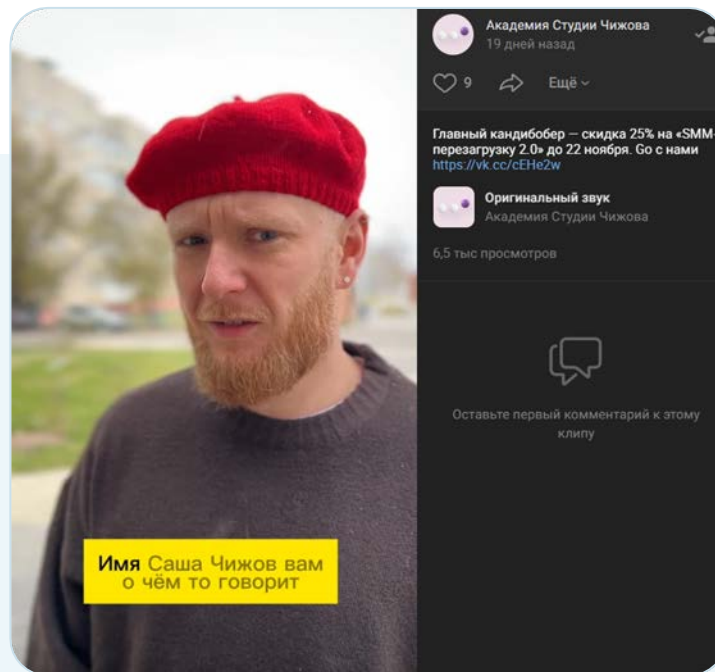


Мемы

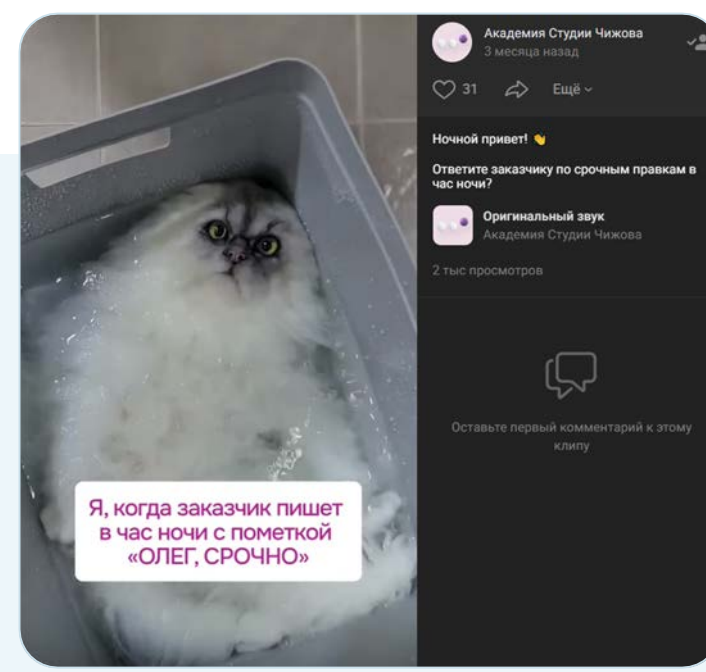
Что делает мем эффективным?



мемы на проекте TargetHunter



мемы на Академии



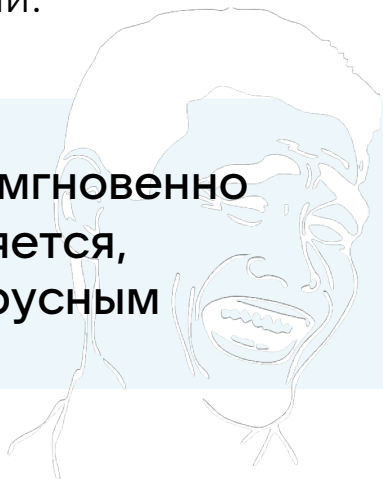
мемы на Академии

Актуальность

1

Мемы обычно реагируют на тренды или актуальные события, делая бренд «встроенным» в повседневное общение аудитории.

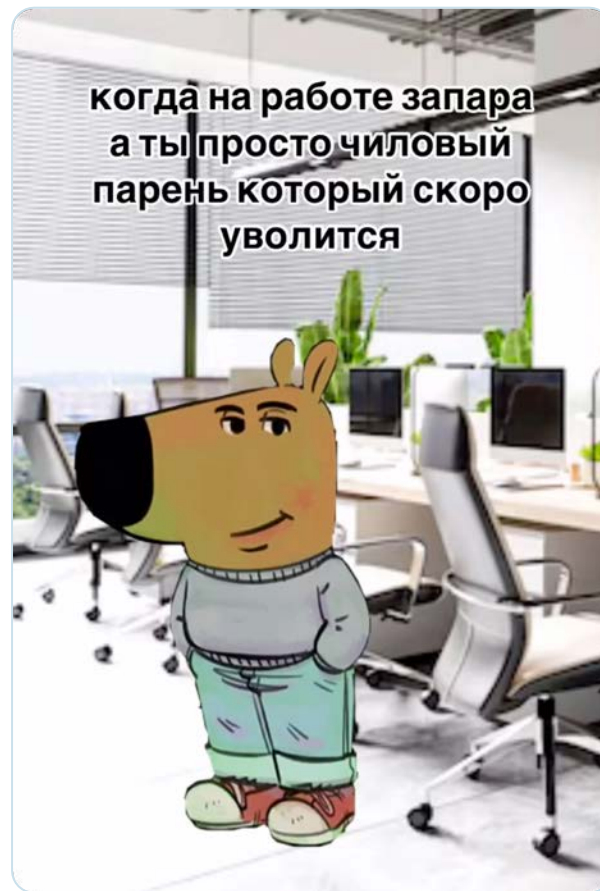
Удачный мем мгновенно распространяется, становясь вирусным



Мемы бывают нескольких типов:

нетленные

краткосрочные



Краткосрочный мем
«Чилловый парень»



Нетленный мем с Ди Каприо
из фильма «Остров проклятых»

Простота восприятия

2

Короткий текст или визуал легко воспринимается, даже если пользователь пролистывает ленту.

! Что важно:

адаптируйте мемы под свой визуальный стиль, чтобы удерживать визуальную концепцию.

Эмоциональная вовлеченность

3



Мемы смешные, трогательные или саркастические. Это помогает создать эмоциональную связь между аудиторией и брендом.

Mircare | Гражданство, ВНЖ, Визы | США, ОАЭ, ЕС, Турция



Задумываетесь о наличии запасного гражданства? Рассмотрите Армению 🇦🇲

Паспорт этой страны откроет доступ к безвизовым путешествиям по 65 странам, а также к визам в США, которые недоступны для россиян.

Примеры мемов для продажи продукта, обыгрывания сложного контента и разбавки контента

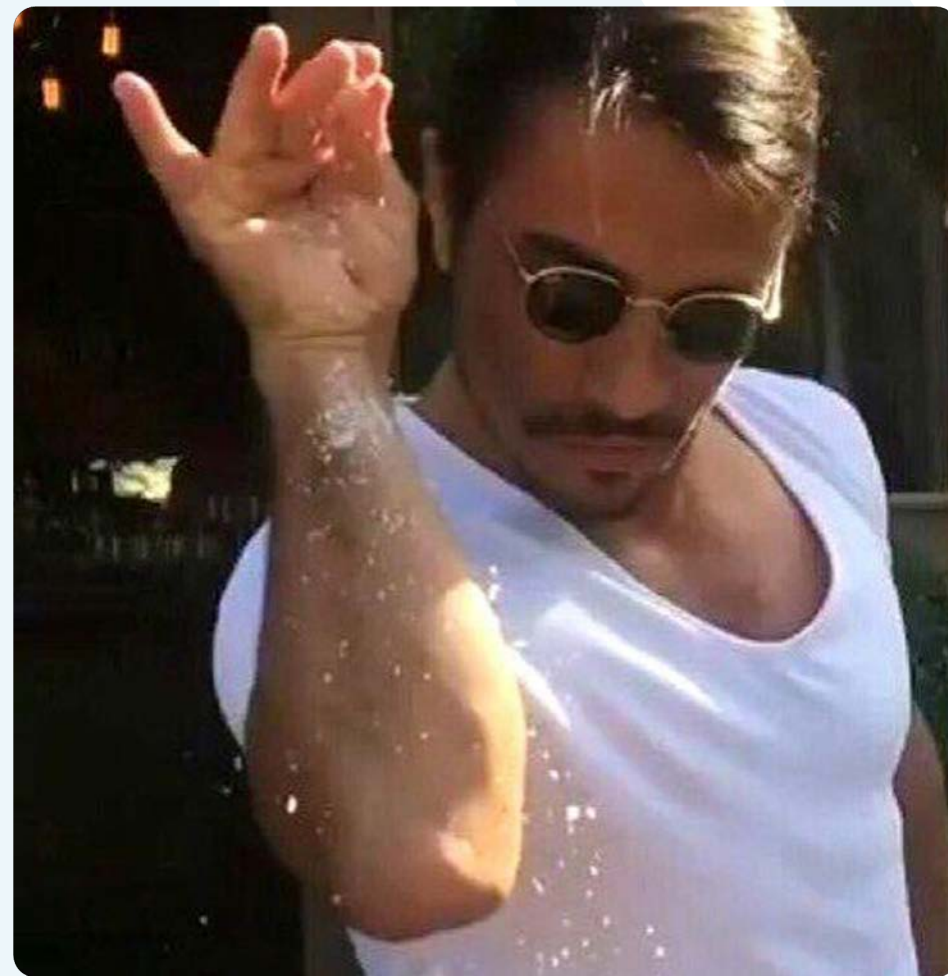


Зачем мне ваше ОСАГО? Я лучше сразу оформлю каско! 😊
Увы, так сделать не получится. Объясняем, почему эти страховки не заменяют, а дополняют друг друга:



Добавить щепотку
юмора можно куда
угодно.

Главное, чтобы
это было уместно



Рассылки

Базово рассылки считаются **перфоманс-инструментом**, однако сейчас есть примеры, когда рассылки в том числе работают на **узнаваемость**



Есть простые воронки, где у нас идёт понятная последовательность действий.



Брендинговая составляющая тут достигается за счёт геймификации, то есть внедрения элементов игры внутри рассылки.

Кейсы



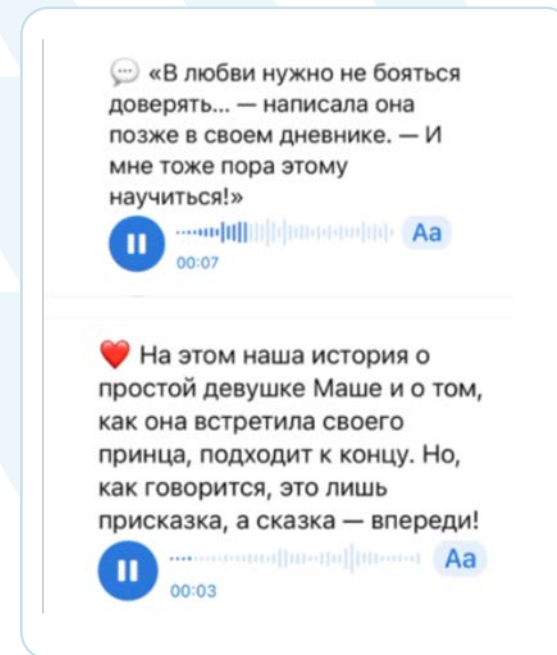
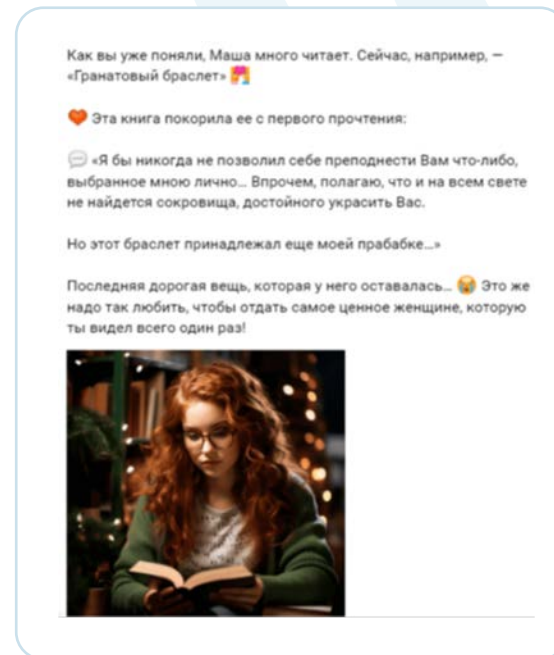
585* Золотой

В рамках проекта мы придумали и разработали с нуля романтический нейроквест ВКонтакте на стыке эстетики турецких сериалов и жанра рождественской мелодрамы.



Важное условие: фактически мы работали без рекламного бюджета.

Не привлекали новую аудиторию, нужно было раскачать уже существующую, параллельно решая задачи увеличения продаж.



Результаты игры



2,7 млн

брендовых
контактов



12 284

игрока



901 918

игровых действий



1,62 млн ₽

PR Value



19 577

выдано акционных
купонов

Как работает геймификация в рассылках?

1

Интерактивные элементы

Включение элементов, таких как **опросы**, **мини-игры**, **квизы** или **пазлы**, чтобы подписчики могли активно взаимодействовать с контентом.

Это создаёт эффект **вовлеченности**, который увеличивает вероятность того, что пользователи откроют письма и выполнит действие.

2

Система баллов и наград

Внедрение системы накопления баллов за участие в акциях или за открытие писем. Эти баллы могут быть обменены на скидки, подарки или другие бонусы.

Внедрение элементов перфоманс-маркетинга: персональные купоны для каждого игрока

герой дарит подвеску с изумрудом



скидка 15% на украшения с камнями

герой дарит серьги с изумрудом



585 бонусов на покупку

герой дарит браслет



скидка 15% на украшения из серебра

герой опаздывает на свидание



скидка 15% на часы

герой дарит кольцо



купон на подарок за 1 Р

розыгрыш сертификатов на 3000 и 5000 среди финалистов

Как работает геймификация в рассылках?

3

✧ Конкурсы и розыгрыши

Организация конкурсов с возможностью выиграть призы. В рассылках можно предложить подписчикам принять участие в конкурсе или розыгрыше, выполняя простые действия (например, поделиться письмом или ответить на вопрос).



TargetHunter 11:32

Слабо придумать крутой оффер для нестандартной ниши?

А давайте проверим! Объявили в сообществе SeedHunter неделю битвы офферов для посевов 🔥

3 ниши, неограниченная возможность для креатива и приятные призы уже ждут. Первое задание уже в сообществе → https://vk.com/wall-191192397_2966

Качайте креативную мышцу, участвуйте, побеждайте!

Реклама. ООО Технологии маркетинга ИНН 6683010997

[Перейти к первому заданию от SeedHunter ↗](#)

*Пример рассылки
ТН об участии
в креативном
конкурсе*

4

☰ Прогресс-бар или отслеживание достижений

Визуальные элементы, которые показывают подписчику их прогресс в какой-то программе или акции. Это может быть линейка с достижениями или прогресс-бар, который стимулирует к дальнейшему участию.



Виктория

8500 бонусов

Прогресс

6/11 заданий

Виктория, так держаты!

+ 1000 бонусов в копилку.

Всего на счету: 8500.

Для получения курса «Финансы не романсы» за 1 рубль осталось заработать 1500 бонусов.

Жмите на кнопку 🖱️

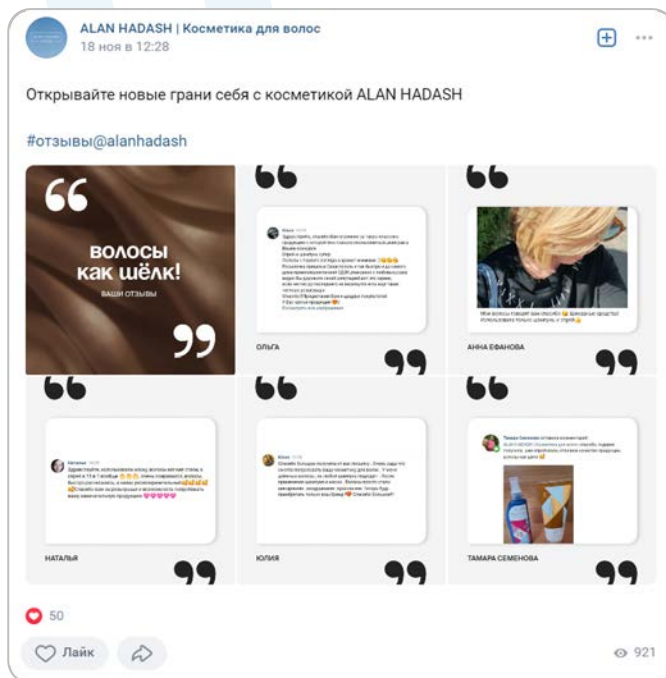
13:00

Следующее задание

*Прогресс-бар
внутри чат-бота*

Другое

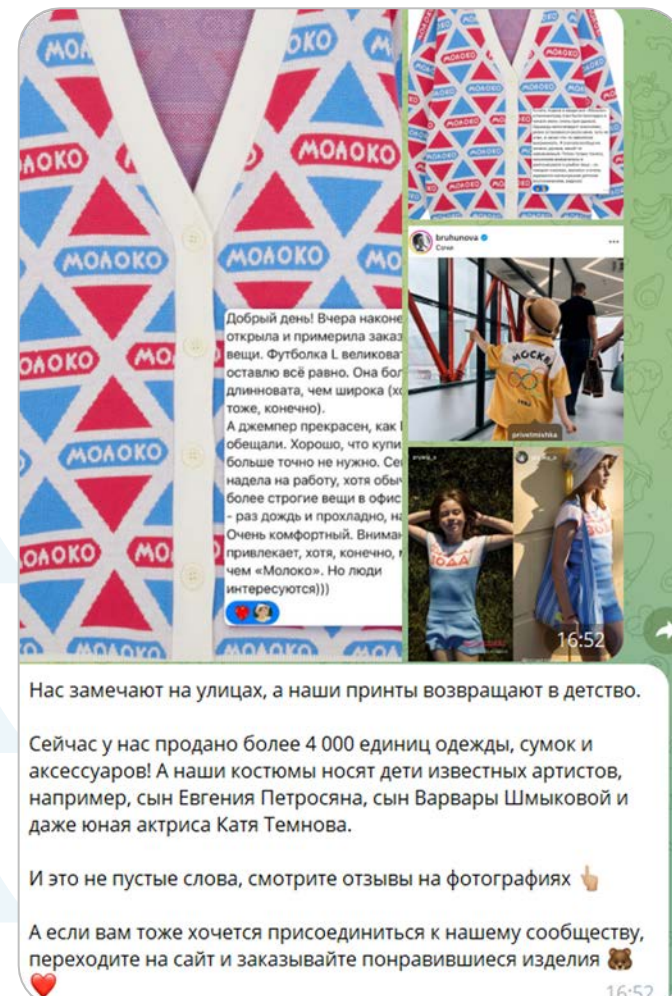
UGC-контент — это контент, созданный пользователями, а не брендом. Включает в себя фотографии, видео, отзывы, посты и даже мемы.



UGC-контент на проекте
ALAN HADASH



UGC-контент на проекте
Ms Colibri



UGC-контент внутри чат-бота
на проекте Привет Мишка

Другое

✦ ✦ ✦ Конкурсы и розыгрыши

Один из методов привлечения, который до сих пор работает.

По сути это активность, при которой пользователи выполняют задания (например, лайкать, репостить, комментировать, подписываться) для участия в розыгрыше призов



Конкурс на проекте Xiaomi



Конкурс на проекте ALAN HADASH

Трафик- инструменты



Бустинг постов

Это простой способ платного продвижения контента ленты. Если какой-то пост уже вызвал отклик у аудитории, бустинг поможет значительно расширить его охват.



Это особенно полезно для акций, новых продуктов или важной информации

Как применять:



Бустите посты, которые активно лайкают или комментируют.



Настройте таргетинг, чтобы привлекать пользователей, интересующихся вашей темой.

Маркет-платформа ВКонтакте

Маркет-платформа позволяет размещать свои рекламные записи в разных сообществах.



С помощью фильтров вы можете выбрать паблики под ваш **бюджет, гео, средний возраст** аудитории и другим параметрам.

Новый и старый РК

Рекламный кабинет – это более мощный инструмент для работы с рекламой.



ВКонтакте поддерживает в настоящий момент **два кабинета** для настройки рекламы.

Таргетинги

Вконтакте имеет довольно большой список таргетингов, вы можете настроить рекламу, указав определённые:

- пол
- возраст
- город

- должность
- образование
- интересы

широкие промоакции

таргетинг
по интересам
или конкурентам

локальные промоакции

таргетинг
по определённым
гео

Видоконтент и VK-Клипы

ВКонтакте активно развивает возможности для использования видео-контента.



Видеоклипы и короткие видео помогают не только удерживать внимание, но и привлекать новую аудиторию.

Как применять:



Создавайте короткие, яркие клипы, которые можно быстро поделиться



Используйте видеорекламу, чтобы донести до пользователей важную информацию или стимулировать их действия

Главное — постоянно
анализировать,
что работает лучше

и не бояться
экспериментировать
с новыми форматами



Больше экспертных
материалов вас ждёт
на [Обучающей
платформе VK Бизнес](#)



Наведите камеру на QR-код
или переходите по [ссылке](#)

