



**MITSUBISHI  
MOTORS**

Надежно.

**КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ В DIGITAL**



## **Цель: Увеличение продаж: новых и б/у автомобилей, финансово-страховых услуг, запчастей и оригинального сервиса**

### Задачи:

- Рост количества контактов с потребителями
- Создание и развитие платформ бренда в социальных сетях
- Увеличения качественного трафика на сайт [www.mitsubishi-motors.ru](http://www.mitsubishi-motors.ru)
- Генерация лидов: обращения, контакты для БД
- Формирование положительного имиджа, увеличение доли позитивных упоминаний
- Рост ядра лояльной аудитории
- Выявление инсайтов потребителей



# ЗАДАЧИ СТРАТЕГИИ

- 1) Запуск платформы в социальных медиа
- 2) Разработка стратегии по управлению репутацией бренда в интернете
- 3) Разработка рекламных кампании по запуску новых продуктов

# КОНКУРЕНТЫ В СОЦСЕТЯХ

- Все основные конкуренты активно представлены в социальных медиа\*
- Позиционирование конкурентов в соцсетях не пересекается с Mitsubishi, коммуникационной отстройки не требуется
- Конкуренты используют стандартные инструменты и решения для развития платформ в социальных медиа

*\*подробный обзор конкурентов в приложении*

# ПОРТРЕТ ЦА



Зрелый семейный мужчина, основательный и состоятельный. Главное для него: семья, друзья, работа. В друзьях ценит надежность. Зачастую относится к авто, как другу. Любит помогать окружающим - тем самым, повышая свой социальный статус.

**В авто ценит:** Статус, надежность, простоту

**Соцсеть:** Vk, ОК

**Любит “компанейский” отдых:** Рыбалка, шашлыки, охота, отдых с семьей, недолгие путешествия на машине (в соседний город)

# ЦА В ИНТЕРНЕТЕ

## Ежедневная активность:

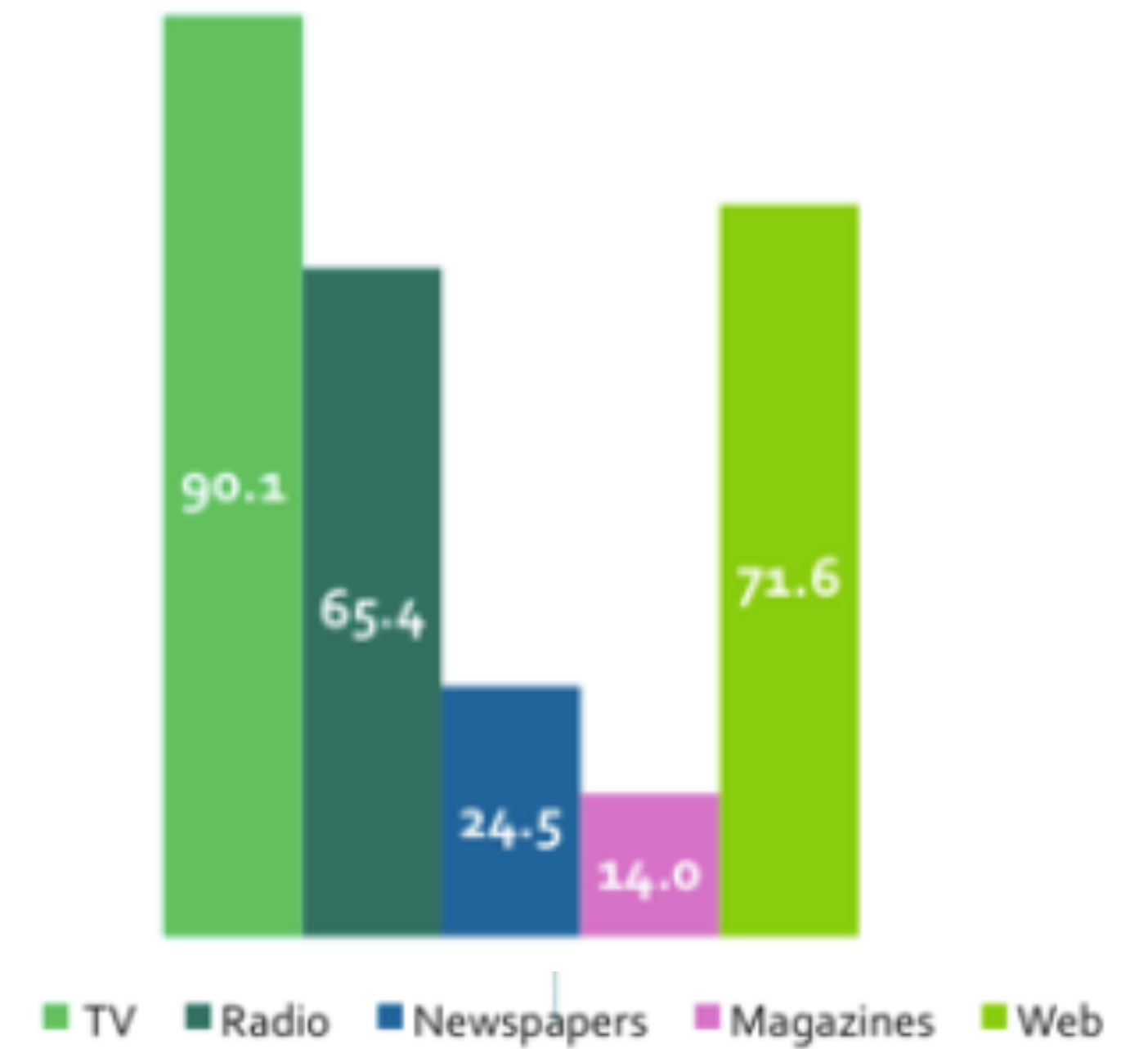
- Соцсети
- Почта
- Новости/Погода/Пробки

**Раз в неделю/месяц:** Тематические ресурсы, Авторские блоги

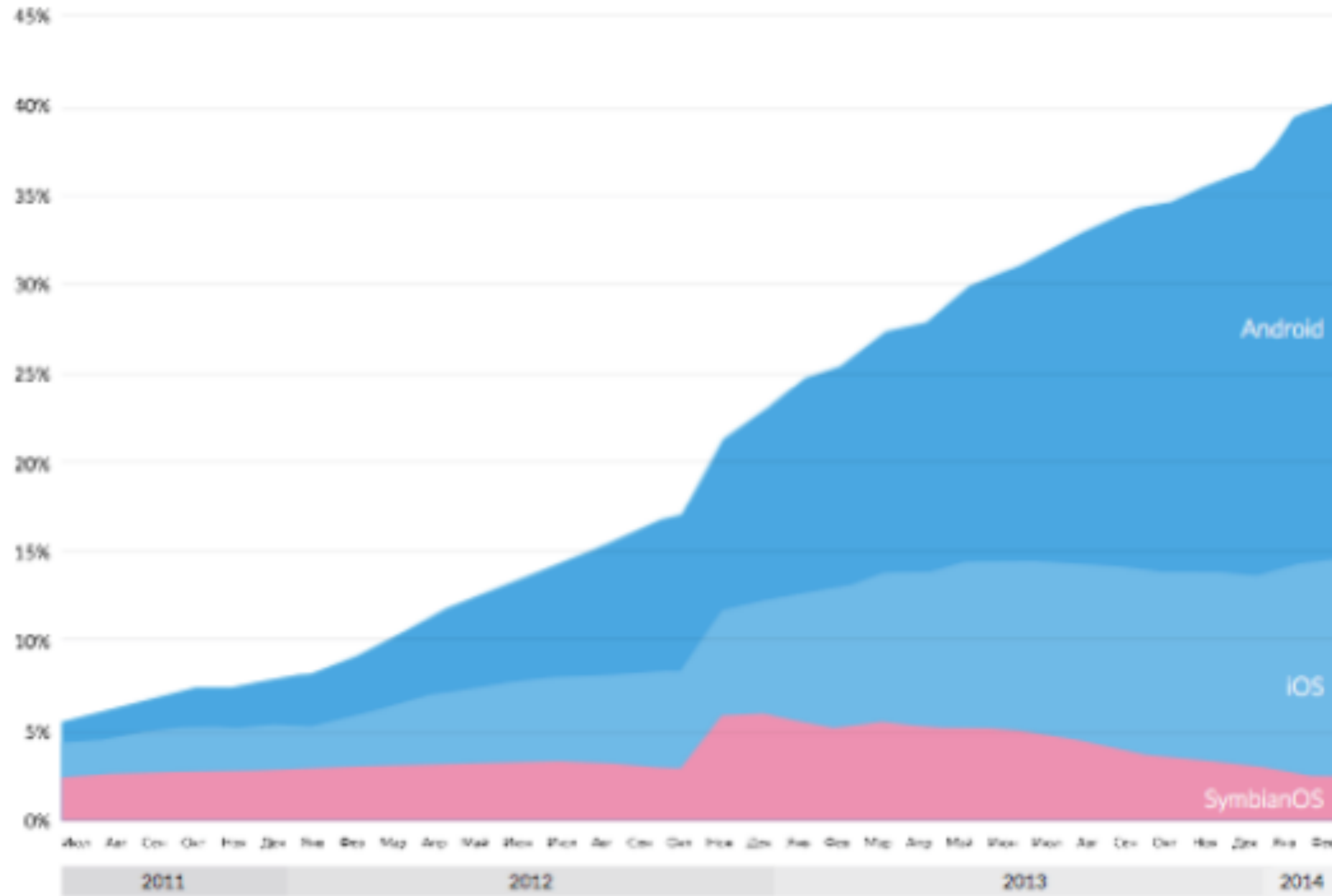
## Периодически – целевой поиск:

- Купить зимнюю резину
- Брус под дом

M 25-45



# ЦА В ИНТЕРНЕТЕ



**76**

MILLION  
RUSSIANS ARE  
ONLINE

+7% VS PY

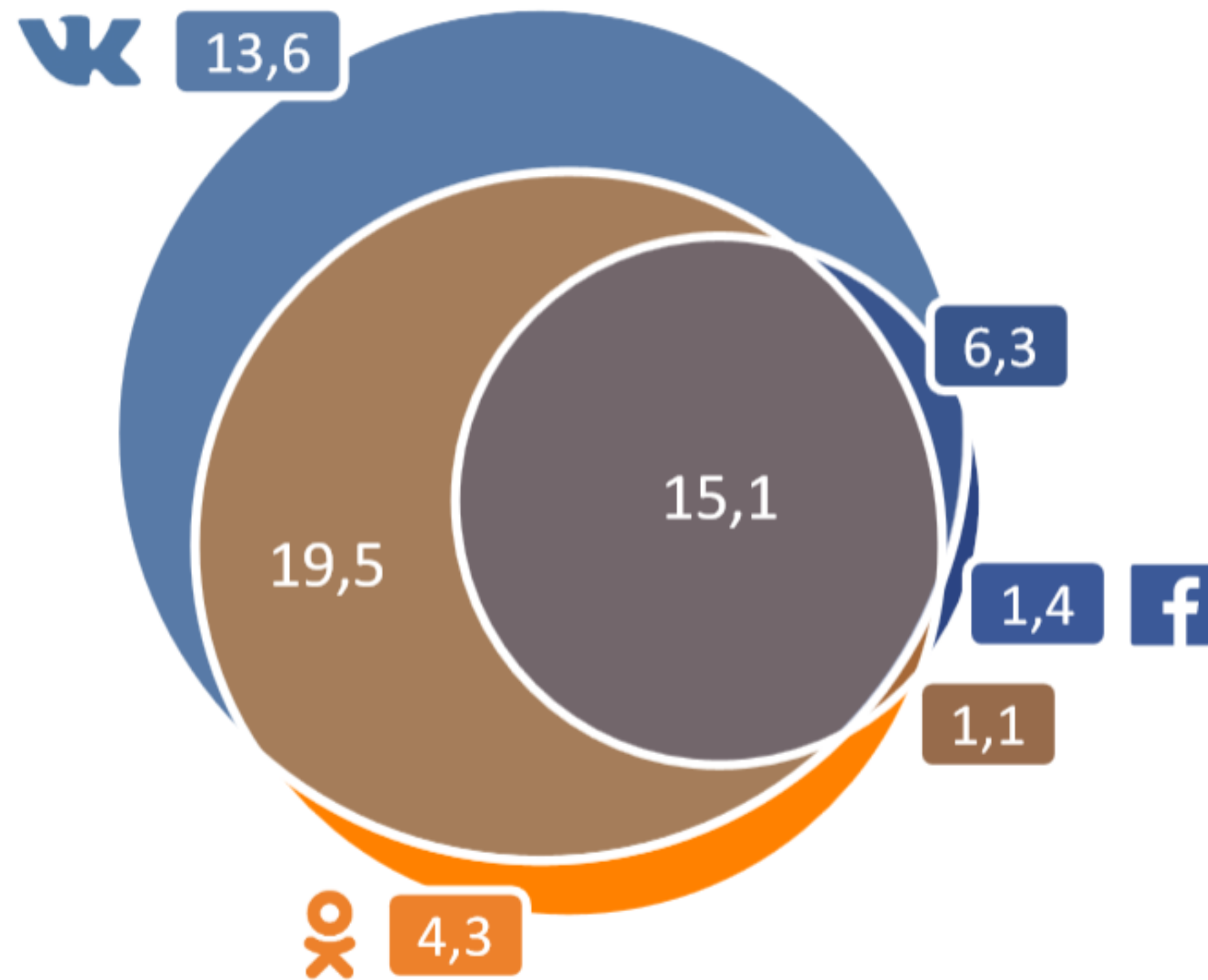
**27,3**

MILLION  
RUSSIANS ARE  
ON MOBILE

+37% VS PY

# ЦА В СОЦСЕТЯХ

## Пересечение аудитории



# 79%

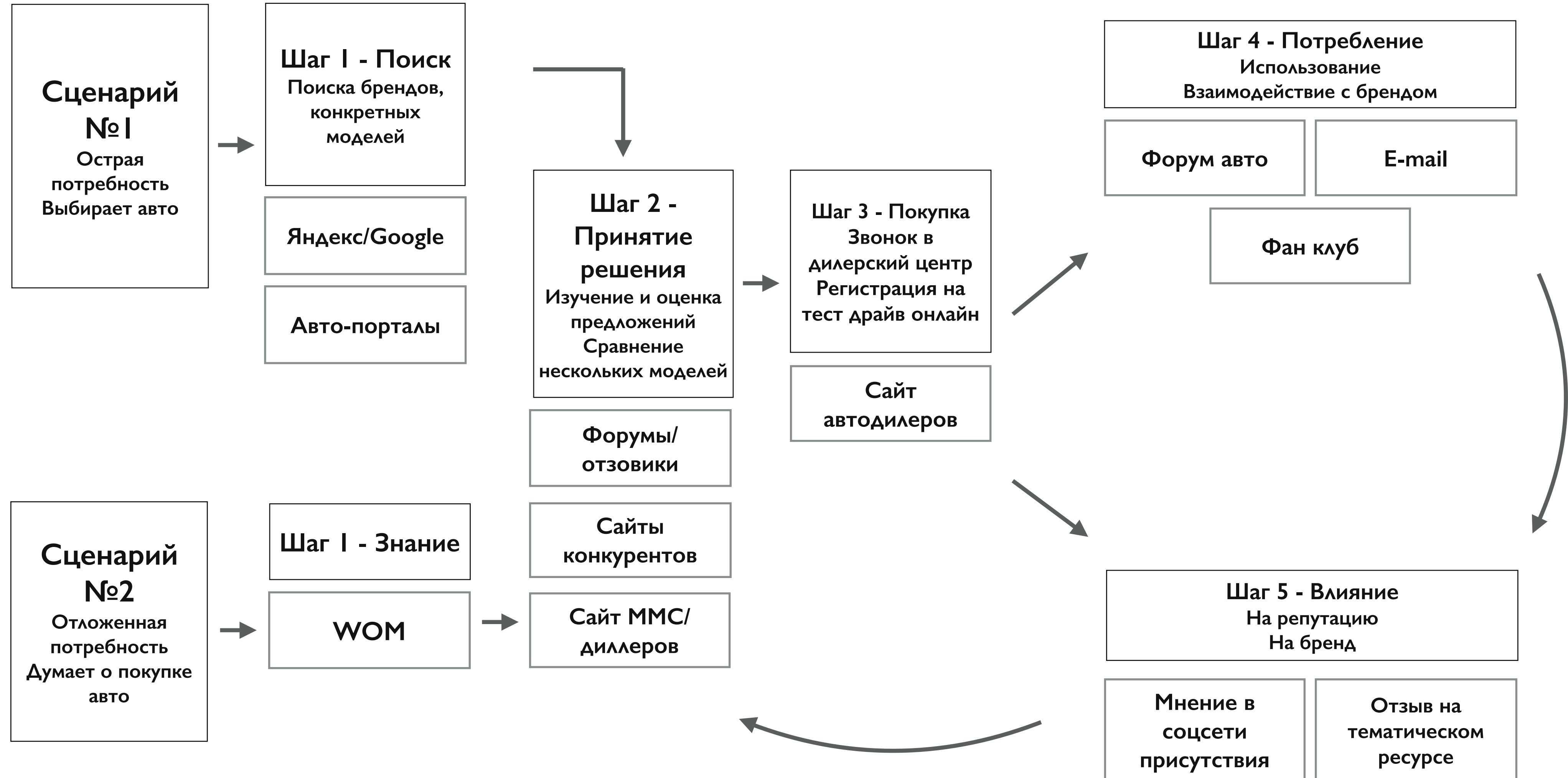
OF USERS  
HAVE AN  
ACCOUNT ON  
SOCIAL  
NETWORKS

#1 ONLINE ACTIVITY

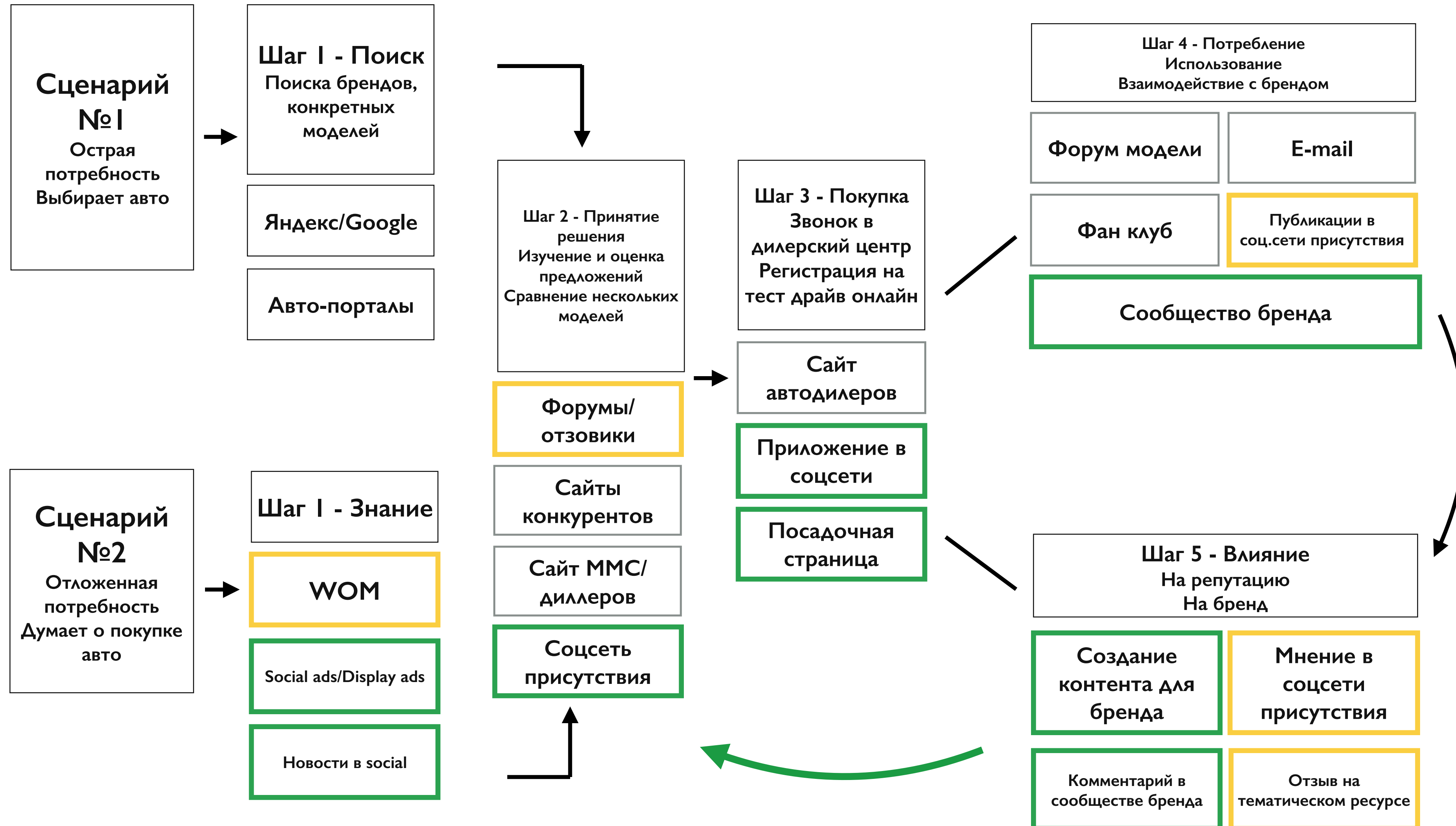
Vk - аффинитивна аудитории м 18-34

OK - аффинитивна аудитории м 35-64

# USER JOURNEY СЕЙЧАС



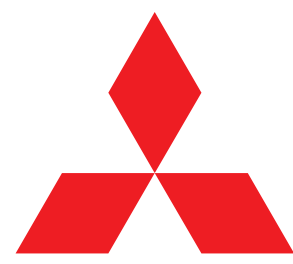
# USER JOURNEY СТАНЕТ





## **Правда о потребителе:**

Большинство мужчин из ЦА относятся к автомобилю, как к другу: полагаются на него в трудную минуту, доверяют ему.



MITSUBISHI  
MOTORS

Надежно.

## Правда о продукте:

Mitsubishi воспринимают, как утилитарный универсальный автомобиль, на который можно положиться в любых условиях.

### ✓ ОБЩЕЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ

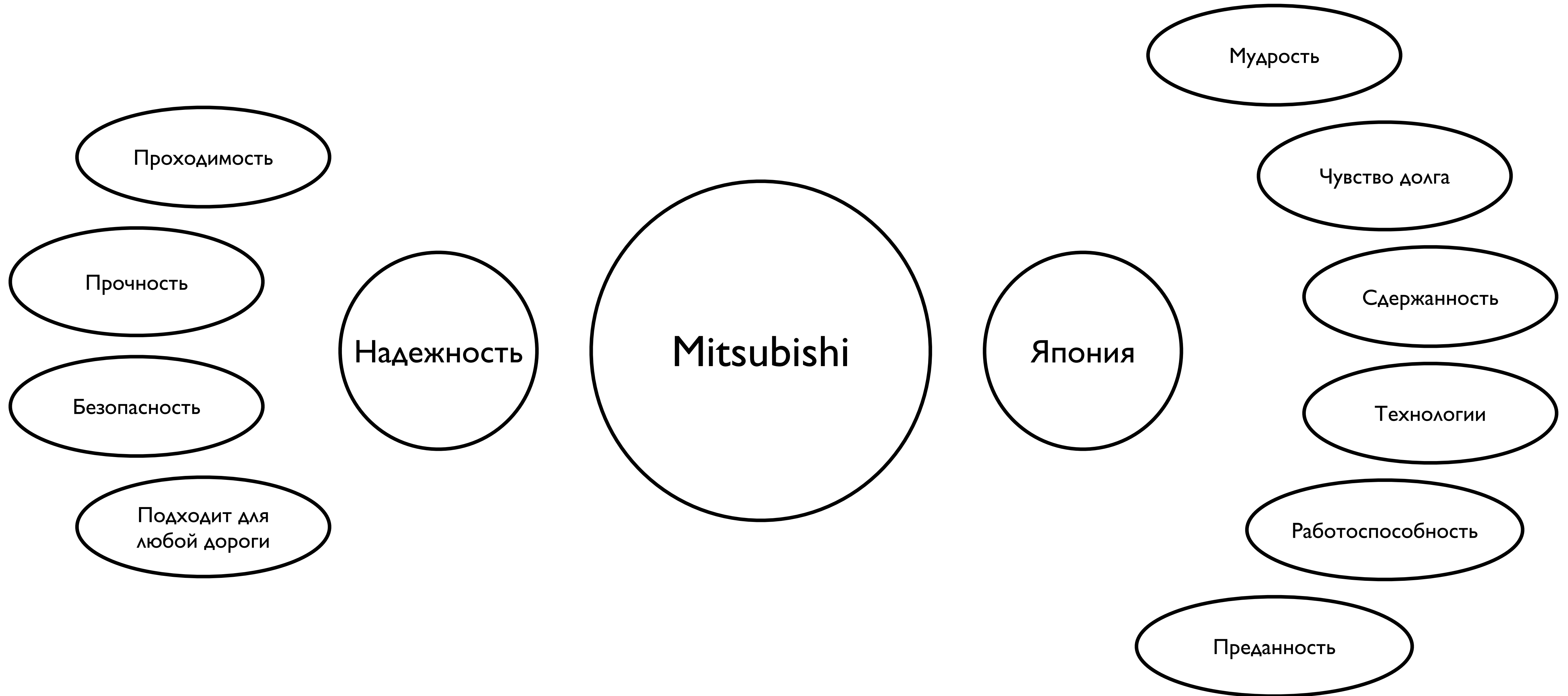
За 25 лет было более 50 разных авто. Мерсы, Бэхи, Тойоты, Крузаки, Прадо, Патролы, Ниссаны и еще чего то. Среди них было 4 Паджеро4. Скажу так лучшего автомобиля до сих пор не знаю! Ездил там где Макар телят не пас. Вытаскивал Крузеры и Нивы, с такого дерьма. Ни разу меня не вытаскивали. Бездорожье, пурга, гололед, переметы, реки и речки, песок и болото. В Казахстане без джипа за город нельзя. Менял только масло, жидкости и колеса. Лучше авто нет! Надежнее нет! Я всегда чувствовал спокойствие и ощущение преимущества над другими! Езжу на Ниссане сейчас. Сыну отдам, себе опять хочу Паджеро 4.

### ⊖ НЕДОСТАТКИ

Этот автомобиль стоит покупать только в топовой комплектации. Много дешевого пластика, на очень многом сэкономили. Лучше за эти деньги взять хороший седан. Очень маленький бардачок!!! Прежде чем купить данный автомобиль нужно для себя выбрать, что важнее комфорт или проходимость (ну как проходимость... просто на бордюр запрыгните) ну и вместительный багажник. Если для вас без всего этого можно обойтись то лучше купите седан !!! И да еще чуть не забыл рассказать про расход топлива данного автомобиля с вариантам двигателя 2 литра. Замеры делал зимой полный бак 320-370 км. !!! Да да да именно такой расход у этого автомобиля не 9,8 литров на 100 км. (и это я живу в маленьком городе где пробок вообще нет), а 17-18 литров на 100 км.!!!



# СУТЬ БРЕНДА





## **Контекст:**

Кризис - время, когда начинаешь ценить по-настоящему важные вещи и можешь отбросить все лишнее.

Mitsubishi – это настоящие машины, без бесполезных «наворотов».

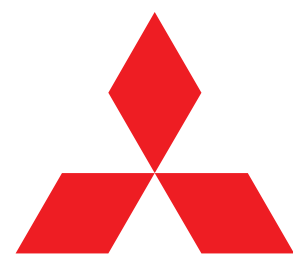


**Коммуникационная задача:** Формирование имиджа: Mitsubishi = Надежно

**Инсайт:** Большинство мужчин из ЦА щепетильно относятся к выбору друзей. У них единицы настоящих друзей и они могут на них положиться. Так же тщательно они выбирают себе автомобиль.



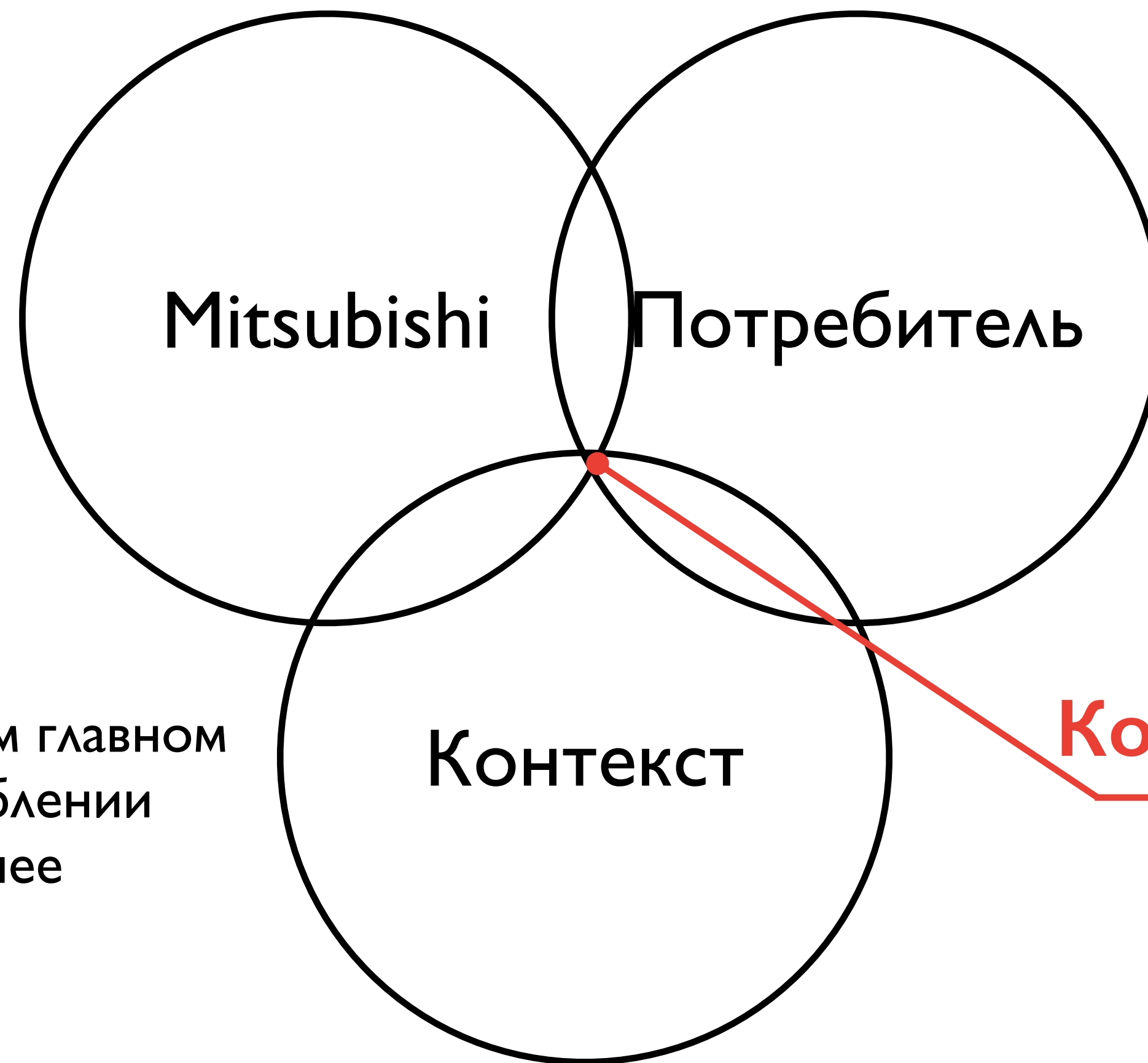
**Сообщение:** Настоящие друзья – это надежные друзья, которые не подведут. Внедорожник Mitsubishi – это друг на которого можно положиться.



MITSUBISHI  
MOTORS

Надежно.

Надежность  
Сдержанность  
Преданность  
Универсальность



Концентрация на самом главном  
Разумность в потреблении  
Отбросить лишнее

Основательность  
Семья  
Дружба  
“Настоящность”  
Широта души

**Коммуникационная платформа**



# МАНИФЕСТ

Мы – настоящие мужчины.

Мы делаем настоящие вещи.

Без лишней мишуры.

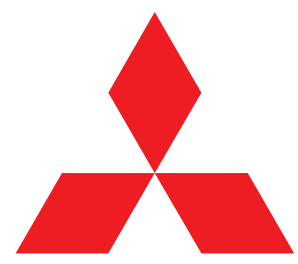
Мы ценим правдивость и надежность.

Нам не нужны лишние понты.

**МЫ ЖИВЕМ НАСТОЯЩЕЙ ЖИЗНЬЮ.**

# ИДЕЯ В КАНАЛАХ





MITSUBISHI  
MOTORS

Надежно.

# КОНТЕНТ-СТРАТЕГИЯ

НАСТОЯЩАЯ ЖИЗНЬ

КОНТЕНТ В СООБЩЕСТВАХ

НАСТОЯЩИЕ  
ИСТОРИИ

UGC для  
сообществ

НАСТОЯЩИЕ  
ДЕЛА

Контент для  
сообществ и  
offline активации

НАСТОЯЩИЕ  
РАЗВЛЕЧЕНИЯ

Вирусные ролики  
и offline активации

НАСТОЯЩИЕ  
ЭМОЦИИ

Контент для  
сообществ и  
offline активации

НАСТОЯЩАЯ  
ПОЛЬЗА

Банковская карта  
с cash-back

# СХЕМА ГЕНЕРАЦИИ КОНТЕНТА





# КОНТЕНТ-МЕНЕДЖЕР

За создание контента будут отвечать отдел редакции вместе с известным в автомобильных кругах профессиональным журналистом Арендарчуком Денисом Александровичем.

Интересы: Настоящий мужчина, интересы: внедорожники, рыбалка

Образование:

МАДИ (ГТУ) факультет: Автомобили

МГУ факультет (журналистика)

Опыт:

2008- 2010 Главный редактор/издатель журнала «Тюнинг Автомобилей»

2010-2012. ООО «ГеймЛэнд» Редакционный директор группы «Авто».

2012-2013 ООО «Авто.ру Холдинг» Руководитель проекта [news.auto.ru](http://news.auto.ru)



# НАСТОЯЩИЕ ИСТОРИИ



Как далеко от дома забирались вы и ваш Mitsubishi?  
Делитесь с нами своими самыми дальними  
путешествиями, а лучшие мы опубликуем у нас в  
сообществе. Конечно, с указанием авторства :)  
Наш сегодняшний герой — Хасьянов Максим и его  
надежный пикап.

«Мой верный друг и соратник — динозавр Mitsubishi  
L200 2005 г. Мы с тобой уже долгих 10 лет. Спасибо за  
твою выносливость! Спасибо за отличную осеннюю  
рыбалку на Сосье. Спасибо за карпов с челябинских  
озер. Спасибо за возможность единения с природой,  
за треск костра и свежий воздух. Спасибо за то, что  
никогда не подводил, за твою верность и  
надежность! L200, я уверен в тебе».

Все любят рассказывать истории.

И все любят слушать и читать истории.

Особенно - рыбаки и охотники.

Особенно – автомобилисты.

Молодость нынешней ЦА Mitsubishi прилась на  
расцвет автомобильных форумов и сайтов типа  
анекдот.ру – которые почти полностью состояли из  
житейских историй, рассказанных обычными людьми.

# НАСТОЯЩИЕ ДЕЛА

Представители ЦА – искренние и открытые люди. Они любят делать полезные вещи не только для самих себя, но и для окружающих, тем самым повышая свой социальный статус.

Они не чужды «клубному» движению, им нравится общество равных и схожих с ними по интересам.

Mitsubishi провоцирует своих подписчиков в социальных сетях делать хорошие, полезные вещи, одновременно координируя их активности.

**«Мой дед говорил – делай добро, и бросай его в воду»»**



# НАСТОЯЩИЕ ДЕЛА

Через социальные сети, Mitsubishi предлагает своим подписчикам совершать «Настоящие Дела».

На первом этапе, агенты бренда самостоятельно делают «вирусные» активации для ЦА

Пример: прикармливают рыбу в конкретном месте, с последующим постом в SMM о том, где они это делали, GPS меткой и приглашением всех участников клуба порыбачить.



Марафон настоящих дел открыт! Неделю мы прикармливали рыбу у Пироговского водохранилища (с правой стороны от пирса). Координаты: 55°58'36.8" с. ш. 37°40'52.16" в. д. Мы тебя ждем! Делай настоящие дела и делись ими с друзьями!

# НАСТОЯЩИЕ ДЕЛА

На втором этапе активации, Mitsubishi предлагает своим подписчикам и членам клуба самим делать Настоящие Дела.

Дела, полезные как для них самих, так и для окружающих.

Самим организовывать спонтанные мероприятия для участников клуба – приглашать на рыбалку, охоту, пикники.

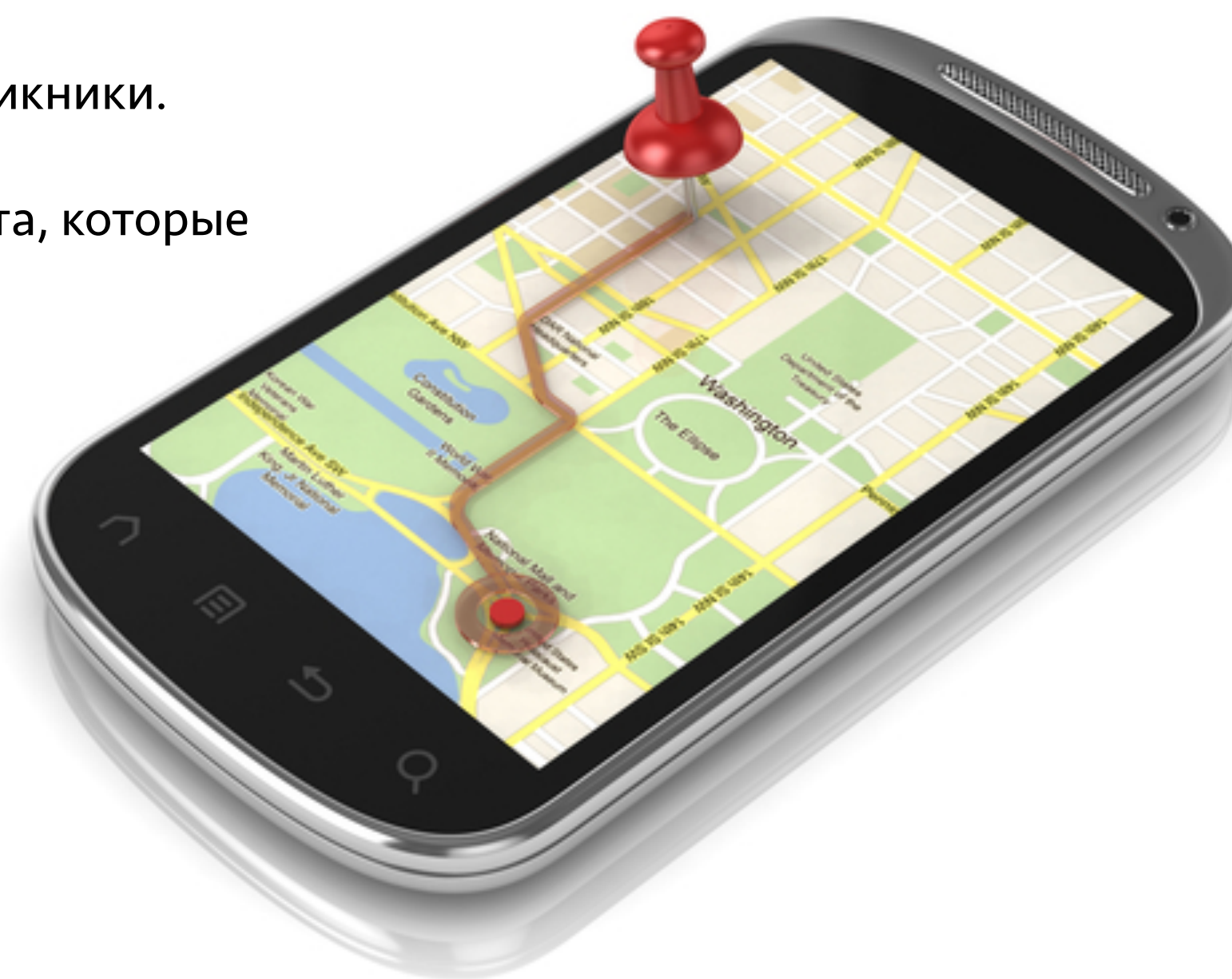
Для этого создается специальное приложение, в котором каждый участник может отметить значимые места, которые ему знакомы, и пригласить других участников присоединиться к активности.

Куда съездить на пикник?

Где хорошо клюёт?

Где кабаны приходят кормиться на овсяные поля?

Теперь все эти вопросы решаются в одном приложении самими членами клуба.



# НАСТОЯЩИЕ РАЗВЛЕЧЕНИЯ



Настоящий сёрфинг.

Сёрфинг на Гавайях – для неженков. Настоящие мужчины занимаются сёрфингом на Камчатке. В тех местах, куда можно добраться только на внедорожнике.

Создание и посев вирусного ролика, генерация контента.

Опционально – розыгрыш путевок.

# НАСТОЯЩИЕ РАЗВЛЕЧЕНИЯ



Настоящий гольф.

Гольф каким он был придуман.

Вирусный ролик:

Брутальные бородатые мужчины в татуировках играют в «настоящий гольф».

Дикая природа, поля и холмы, мяч со встроенным GPS маячком и настоящие гольфисты, которые передвигаются по «полю» на джипах и пикапах.

Мяч летит далеко, и единственный шанс его найти – внедорожники Mitsubishi и GPS навигатор.

# НАСТОЯЩИЕ ЭМОЦИИ



В сообществе публикуются настоящие впечатления от вождения Mitsubishi и тест-драйвов

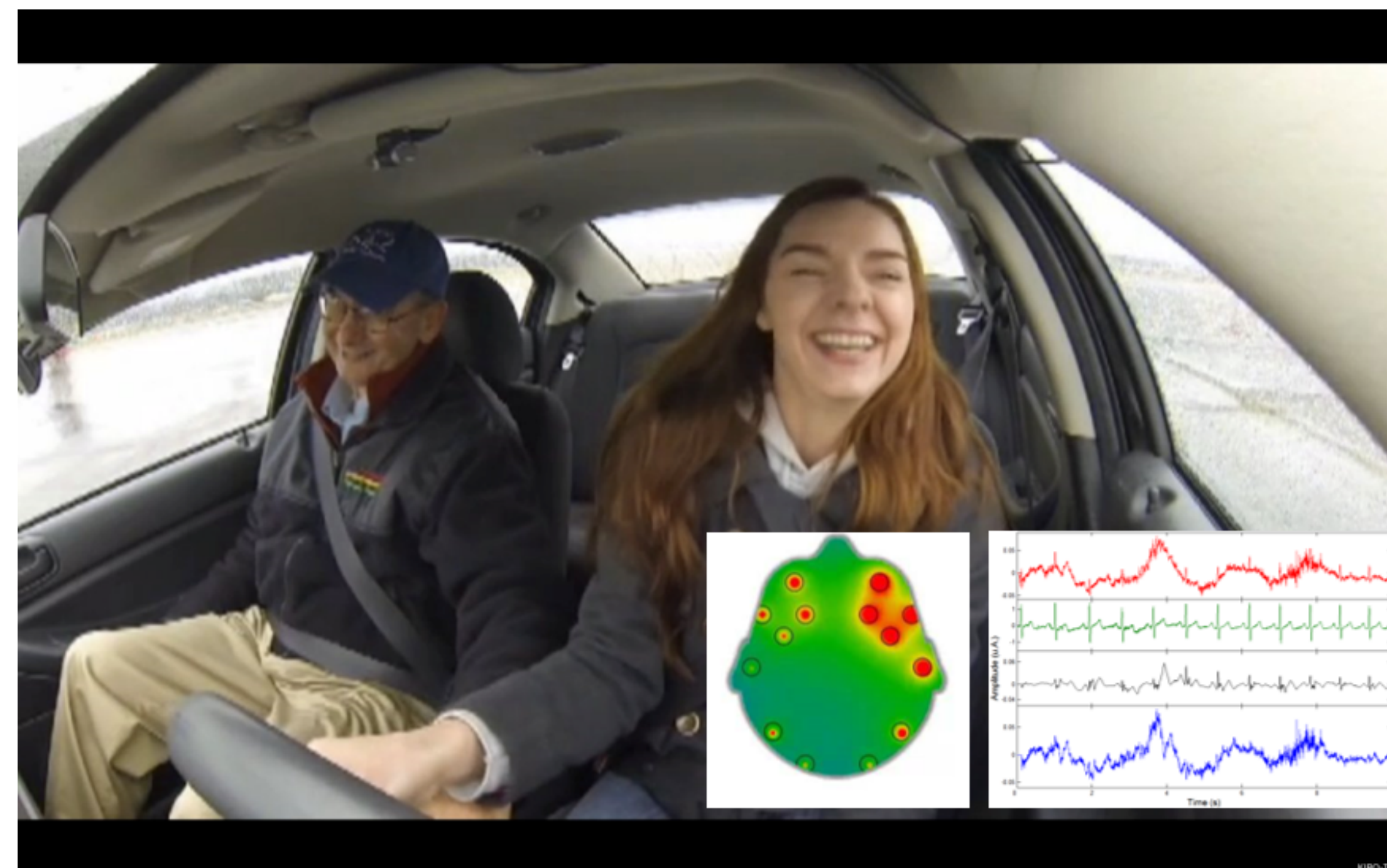
"Этот автомобиль невозмутимо обрабатывает все повороты и ямы... А ещё это наиболее технологически прогрессивный кроссовер на рынке" - делится впечатлениями Александр Колбун после тест-драйва на Mitsubishi Outlander PHEV. Хотите испытать настоящие эмоции? Записывайтесь на наш тест-драйв: <http://www.mitsubishi-motors.ru/for-byers/test-drive/#outlander>

# НАСТОЯЩИЕ ЭМОЦИИ

Участникам сообщества предлагают пройти тест-драйв новых моделей Mitsubishi и узнать свои настоящие эмоции от вождения.

С помощью нейроинтерфейса и нескольких камер, во время тест-драйва снимается видео, в которое встраиваются показания ЭЭГ – какие участки мозга были наиболее активны, и какие эмоции испытывал мозг участника в определенные моменты.

Показания ЭЭГ нельзя симулировать – таким образом в видео можно увидеть настоящие, чистые эмоции.





# НАСТОЯЩИЕ ЭМОЦИИ

Лидеры мнений участвуют в спецпроекте и публикуют видео-обзор авто в Youtube-канале

Подписчики: 546 492

Просмотры видео: 200 000 - 350 000



Рустам Вахидов и Сергей Стиллавин



# НАСТОЯЩАЯ ПОЛЬЗА

Все любят путешествовать.

Кто-то любит путешествовать самолетом, кто-то поездом

Настоящее путешествие – это путешествие на автомобиле.

А настоящая польза – это возможность получить бесплатное ТО за счет “авто-миль”.

Авто-мили накапливаются в форме кэш-бэк на карте банка Tinkoff – Mitsubishi Bank за любую покупку, совершенную по этой карте.

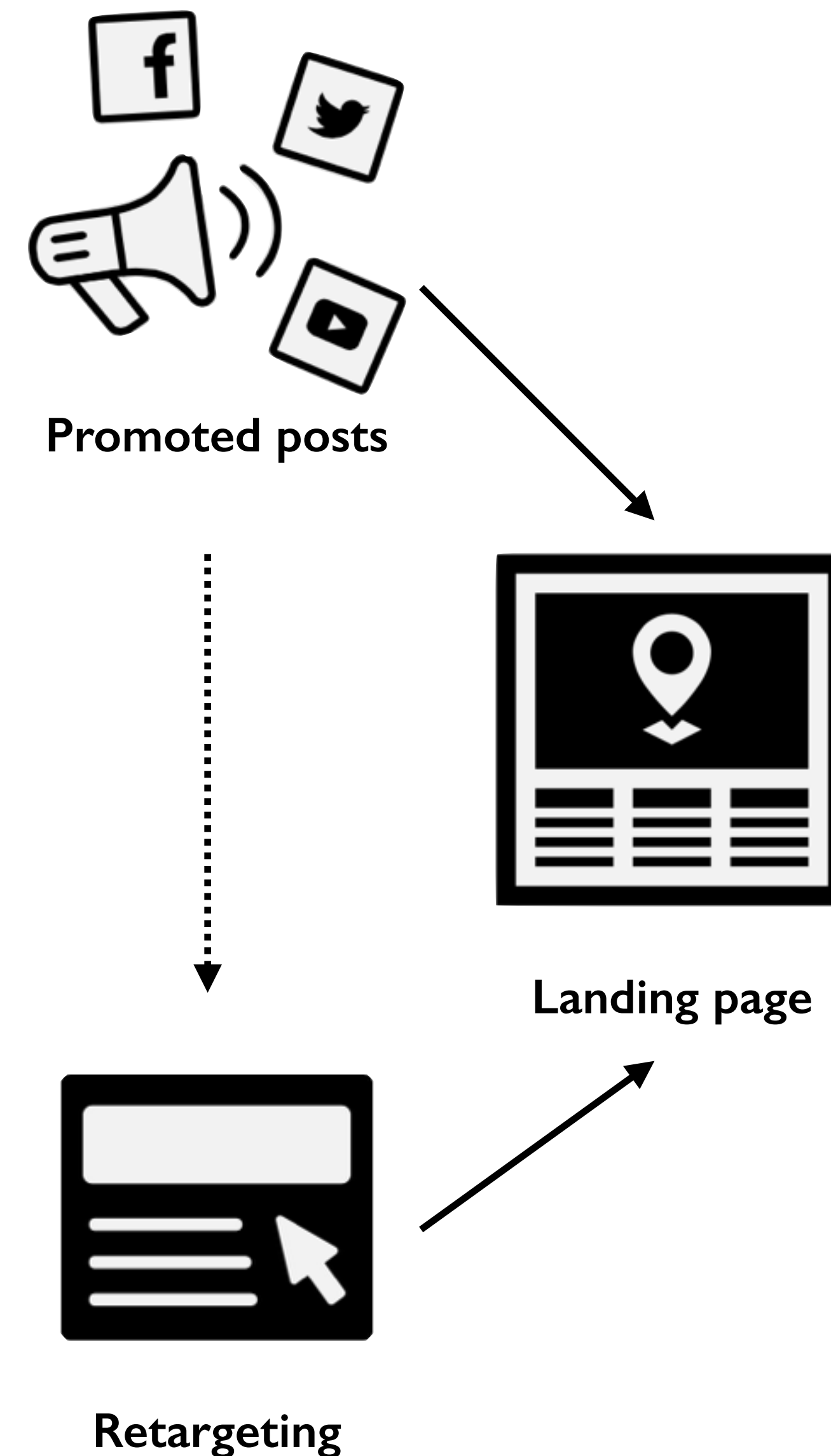
Настоящая польза – это когда Вы совершаете обычные покупки, а взамен – получаете бесплатное обслуживание Вашего авто.



# ПОДДЕРЖКА НОВЫХ МОДЕЛЕЙ И КАРТЫ

Выход новых моделей и банковской карты поддерживается инструментами Social Ads, которые генерируют целевой трафик.

На посадочной странице пользователь может выбрать ближайший доступный дилерский центр Mitsubishi и записаться на тест-драйв.



# СООБЩЕСТВО О CRAZY JAPAN

Наша ЦА никогда не делает репост глупых цитат.

Их интересуют только действительно важные вещи. Или смешные или вдохновляющие.

Для синхронизации сообществ Mitsubishi и Crazy Japan мы предлагаем использовать контент, построенный на цитатах из «Хагакуре», произведений Юкио Мисимы, Рюноскэ Акутагавы, Такеши Китано, и других японских классиков и современников.

Создаются Сoub'ы с цитатами, опционально, возможно создание видео-роликов.

Референс: <https://youtu.be/lfeo9W4HcAM?t=189>



\* Первоапрельская шутка, не является настоящей цитатой

# ДИСКУССИОННЫЙ КОНТЕНТ



Переключение режимов трансмиссии на ходу — нормальная практика для всех владельцев внедорожников Mitsubishi. А ваш полноприводный автомобиль может так?



Главный козырь Pajero с 3-литровым мотором — возможность потребления 92-го бензина. А каким топливом вы заправляете свой автомобиль?

# ИНФОРМАЦИОННЫЙ КОНТЕНТ



Важная информация для владельцев Mitsubishi с дизельными двигателями 3,2 литра: рекомендуемый интервал замены ремня привода балансирного вала составляет 90 тысяч километров, но при сложных условиях эксплуатации рекомендуется сократить интервал и заменить деталь при пробеге 60 тысяч.



Проходите ТО в салонах Mitsubishi бесплатно! Совместно с банком N мы выпускаем первую автомобильную карту с кэшбеком от 1% до 5%. Совершайте любые покупки и получайте баллы, которые сможете потратить на оплату товаров и услуг в наших дилерских центрах. Узнайте подробности по телефону: +7 (495) 967-967-2

# ПРОДУКТОВЫЙ КОНТЕНТ



Пикап должен быть рамным. Новый L200.



Вместимость – вот, что начинаешь ценить, когда едешь куда-то с семьей. Кстати, помнишь, какой объем багажника у ASX?



Знаете, почему Mitsubishi Pajero Sport обновляется так быстро? Потому что российский дистрибьютор, компания «Рольф», суммировала все пожелания отечественных покупателей и передала их в головной офис Mitsubishi Motors. Результат не заставил себя долго ждать!

# РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ КОНТЕНТ



Задайте направление. Остальное сделает Mitsubishi Pajero.



Лучшая парковка для Mitsubishi – это...

1. Оймякон - полюс холода.
2. Пустыня Гоби.
3. Дорога смерти в Боливии.
4. Пустыня Атакама, Чили.
5. Самый высокий горный перевал Марсимик-Ла, Индия.

# ДИЗАЙН. ВАРИАНТ 1


**В контакте** ← Список групп люди сообщества игры музыка ► помощь выйти

Моя Страница ред. Мои Друзья Мои Фотографии Мои Видеозаписи Мои Аудиозаписи Мои Сообщения Мои Группы Мои Новости Мои Ответы Мои Закладки Мои Настройки

Приложения  
Документы


**Напоминание**  
Завтра день рождения Иры Бочкаревой, Анны Тверитневой.

**"Моя планета" Билайн**  
beeline.ru



Звонки от 15 р./мин.

Страница  
**MITSUBISHI MOTORS**




МЕНЮ


НАСТОЯЩИЕ ИСТОРИИ...

15 авг 2014 1207 Мне нравится 6742

5652 записи предложить новость



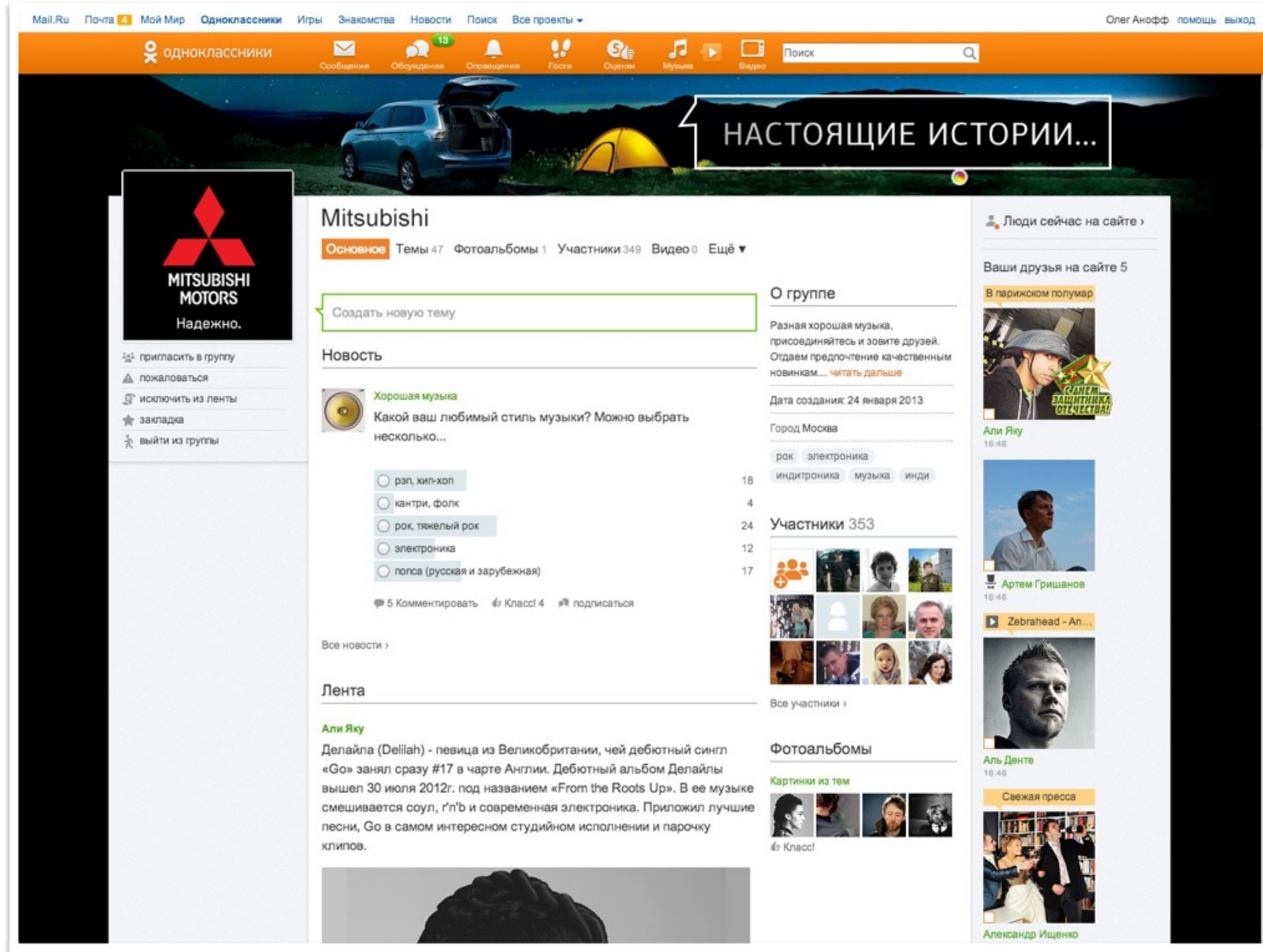
MITSUBISHI  
MOTORS  
Надежно.



НАСТОЯЩИЕ ИСТОРИИ...

Добавить в закладки  
Упоминания сообщества

# ДИЗАЙН. ВАРИАНТ 1



Mail.Ru Почта Мой Мир Одноклассники Игры Знакомства Новости Поиск Все проекты

Олег Анофь помощь выход

одноклассники Сообщения Обсуждения Оповещения Гости Оценки Музыка Видео Поиск

## Mitsubishi

Основное Темы 47 Фотоальбомы 1 Участники 349 Видео 0 Ещё

Создать новую тему

### Новость

**Хорошая музыка**  
Какой ваш любимый стиль музыки? Можно выбрать несколько...

- рэп, хип-хоп
- кантри, фолк
- рок, тяжелый рок
- электроника
- попса (русская и зарубежная)

5 Комментировать 4 Класс! 1 подписаться

### О группе

Разная хорошая музыка, присоединяйтесь и зовите друзей. Отдаем предпочтение качественным новинкам... [читать дальше](#)

Дата создания: 24 января 2013

Город Москва

рок электроника индироника музыка инди

18  
4  
24  
12  
17

### Участники 353

Все участники

### Фотоальбомы

Картинки из тем

Класс!

### Лента

**Али Яху**  
Делайла (Delliah) - певица из Великобритании, чей дебютный сингл «Go» занял сразу #17 в чарте Англии. Дебютный альбом Делайлы вышел 30 июля 2012г. под названием «From the Roots Up». В ее музыке смешивается соул, r'n'b и современная электроника. Приложил лучшие песни, Go в самом интересном студийном исполнении и парочку клипов.

### Ваши друзья на сайте 5

**В парижском полумар**

**Али Яху**  
18:48

**Артем Гришанов**  
18:48

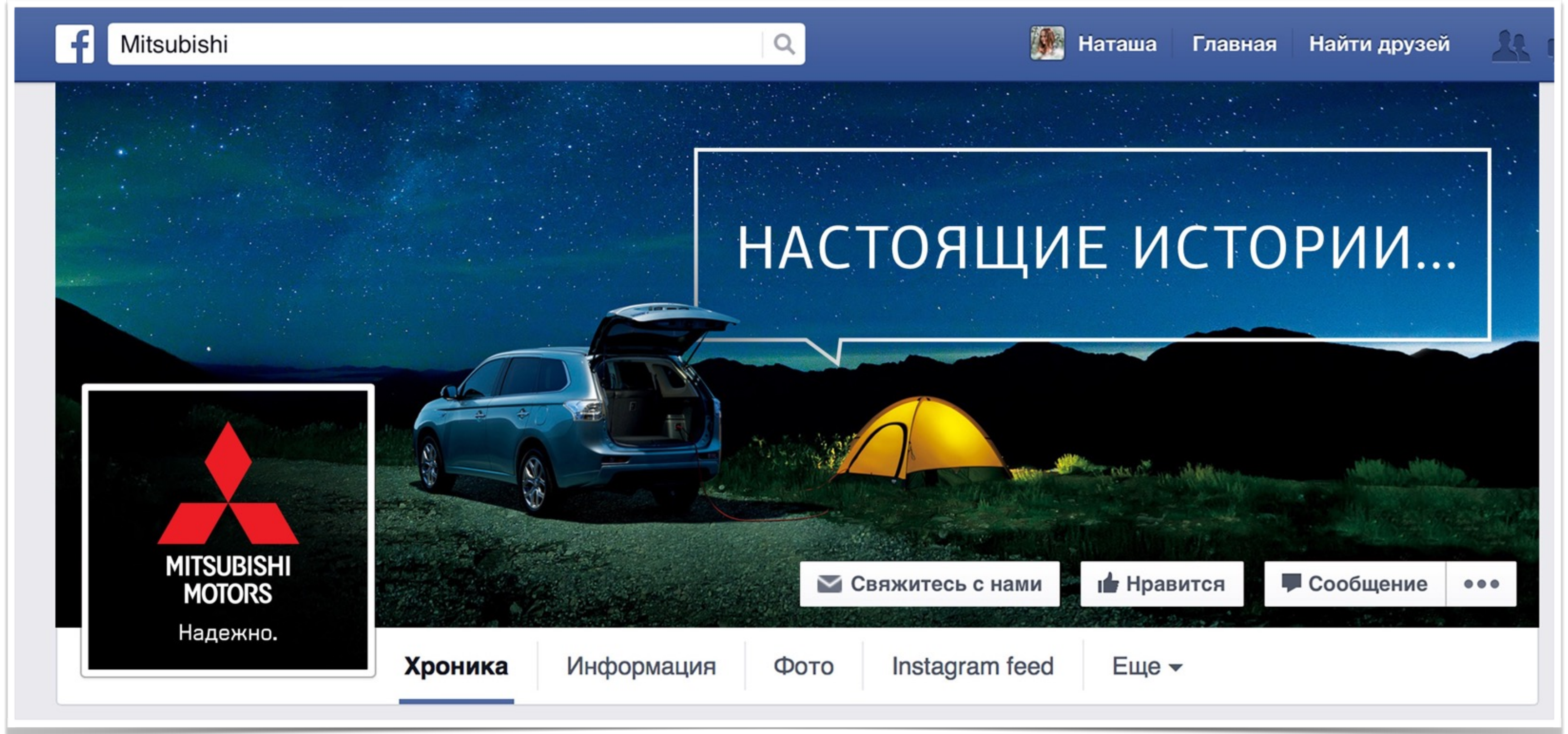
**Zebrahead - An...**

**Аль Денте**  
18:48

**Свежая пресса**

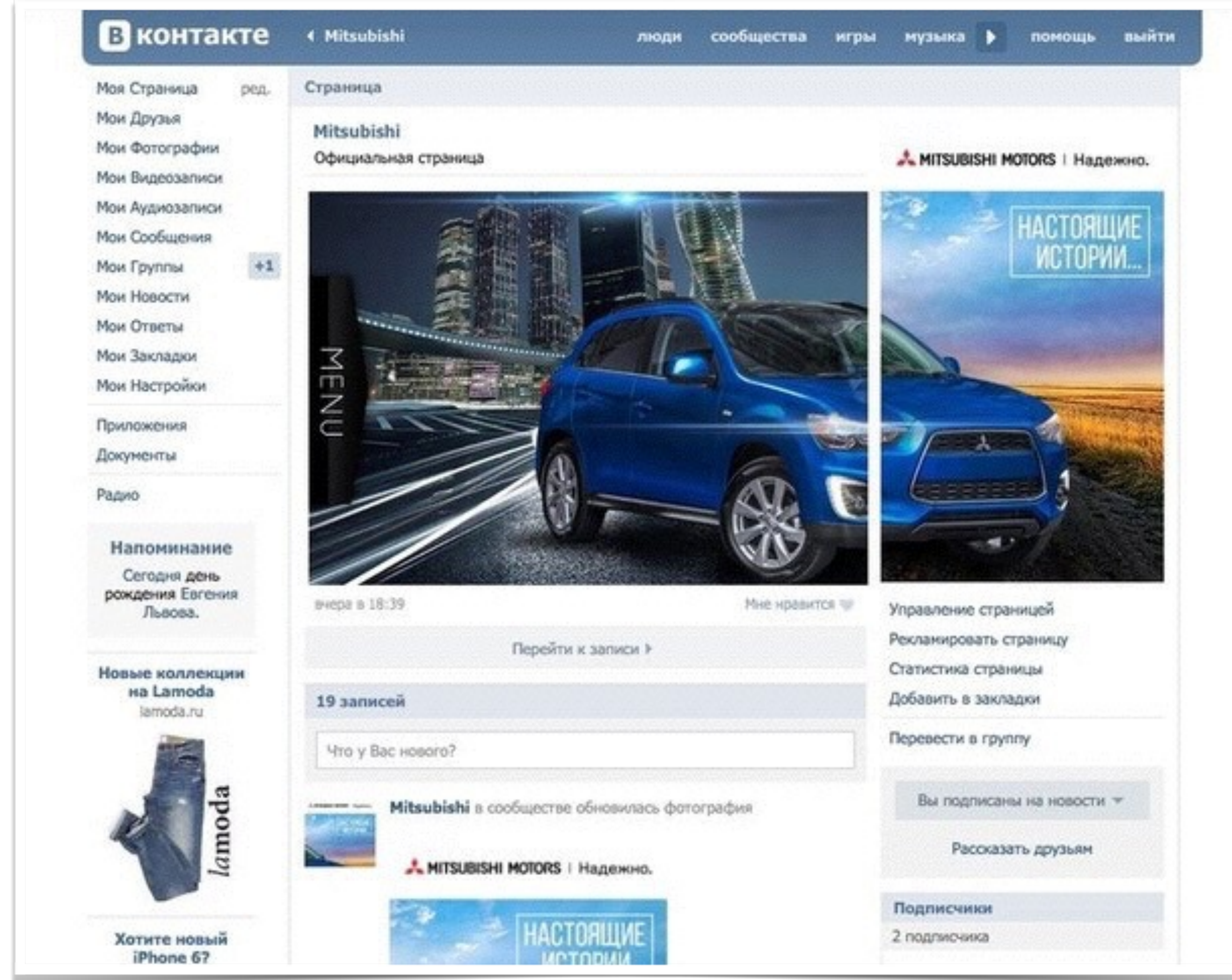
**Александр Ищенко**

# ДИЗАЙН. ВАРИАНТ 1



The image shows a Facebook page design for Mitsubishi Motors. The header includes the Facebook logo, the name "Mitsubishi", a search bar, a user profile picture, and navigation links for "Наташа", "Главная", and "Найти друзей". The main content area features a large background image of a blue SUV with its trunk open and a yellow tent pitched in a field at night under a starry sky. A white text box in the upper right of the image contains the text "НАСТОЯЩИЕ ИСТОРИИ...". In the bottom left corner, there is a smaller version of the Mitsubishi Motors logo and the slogan "Надежно.". At the bottom right, there are three buttons: "Свяжитесь с нами" (with an envelope icon), "Нравится" (with a thumbs-up icon), and "Сообщение" (with a speech bubble icon). The footer contains a navigation menu with the following items: "Хроника" (underlined), "Информация", "Фото", "Instagram feed", and "Еще" (with a dropdown arrow).

# ДИЗАЙН. ВАРИАНТ 2



The image shows a screenshot of a social media page for Mitsubishi Motors on the VKontakte platform. The page is titled "Mitsubishi" and is identified as the "Официальная страница" (Official page). The header includes navigation links for "люди", "сообщества", "игры", "музыка", "помощь", and "выйти".

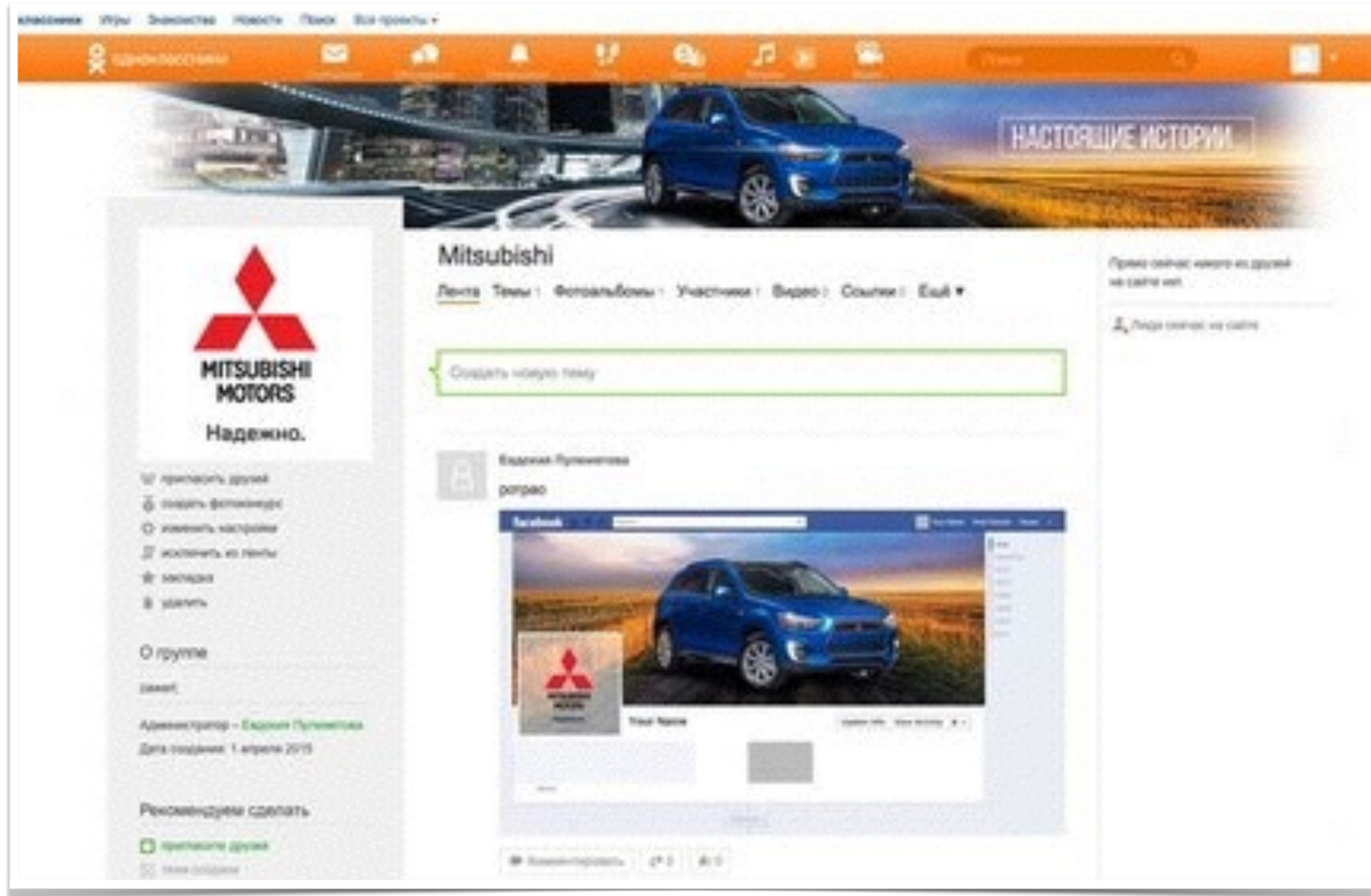
The main content area features two large images of a blue Mitsubishi SUV. The left image shows the car in a city at night with a "MENU" overlay. The right image shows the car in a field at sunset with the text "НАСТОЯЩИЕ ИСТОРИИ...".

Below the images, there is a section for "19 записей" (19 posts) with a search bar containing the text "Что у Вас нового?". A notification states "Mitsubishi в сообществе обновилась фотография" (Mitsubishi updated the community photo).

The right sidebar contains management options: "Управление страницей", "Рекламировать страницу", "Статистика страницы", "Добавить в закладки", "Перевести в группу", "Вы подписаны на новости", and "Рассказать друзьям". At the bottom of the sidebar, it shows "Подписчики: 2 подписчика" (Subscribers: 2 subscribers).

On the left sidebar, there are navigation links for "Моя Страница", "Мои Друзья", "Мои Фотографии", "Мои Видеозаписи", "Мои Аудиозаписи", "Мои Сообщения", "Мои Группы", "Мои Новости", "Мои Ответы", "Мои Закладки", "Мои Настройки", "Приложения", "Документы", and "Радио". There is also a reminder for a birthday and an advertisement for Lamoda jeans.

# ДИЗАЙН. ВАРИАНТ 2



# ДИЗАЙН. ВАРИАНТ 2



# КОНКУРС

Пользователям предлагается выразить благодарность и признание своему другу - рассказать всем историю о его "настоящем поступке".

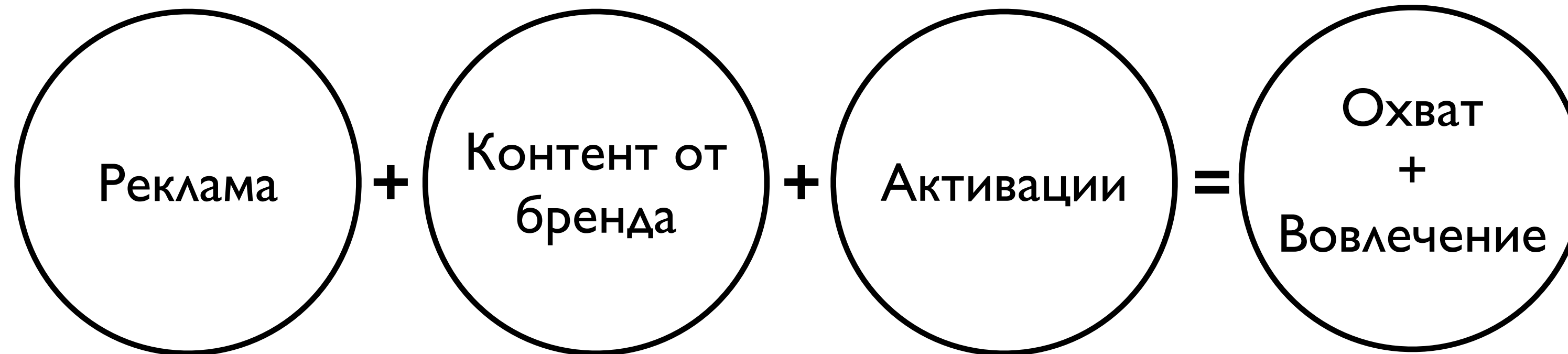
Истории попадают в конкурсный альбом, лучше публикуются в ленте сообщества, а герои постов получают бенефиты от бренда и всеобщее признание.



\*Подобные активации проводятся ежемесячно

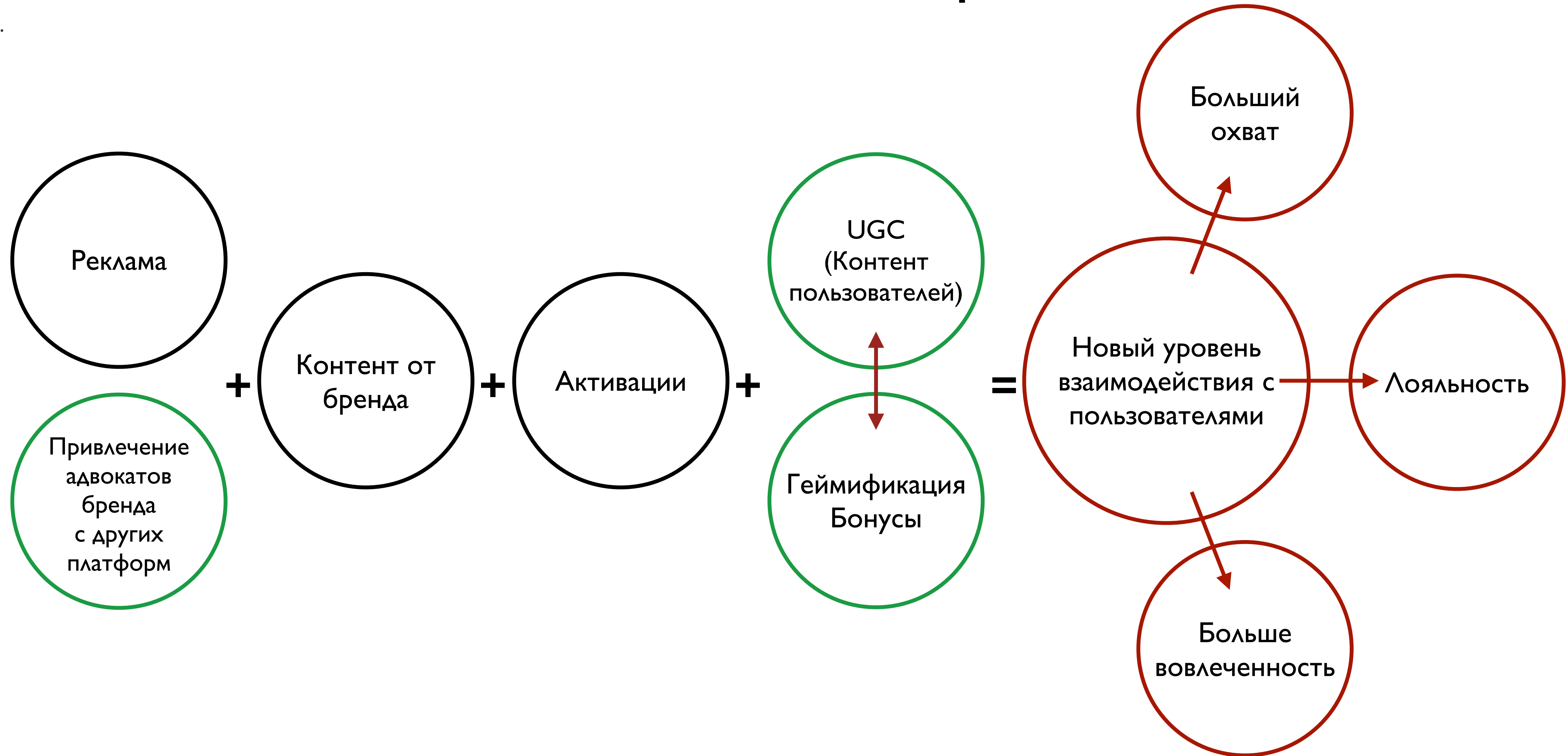


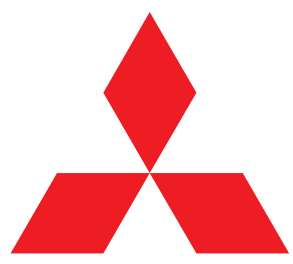
# ПОДХОД К SMM



Автомобильные бренды в социальных сетях строят одностороннюю коммуникацию

# MITSUBISHI В СОЦСЕТЯХ





MITSUBISHI  
MOTORS

Надежно.

Платформа в SM  
территория настоящих мужчин



Клуб  
Mitsubishi



Клуб  
Mitsubishi



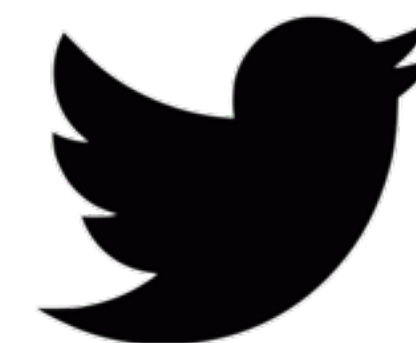
Сообщество о  
Японии



Официальная  
страница



Лайфстайл  
Mitsubishi



Официальные  
новости



# КЛУБ MITSUBISHI

- ГЕО - вся Россия
- ЦА: 18-34
- 2-4 поста в день
- Более молодежные темы и легкая подача
- Больше развлекательного контента
- Меньше текста (150-200 символов)
- Контент на картинке
- Активизация и модерация обсуждений
- Много UGC (пользователи предлагают новости)



# ОФИЦИАЛЬНАЯ СТРАНИЦА MITSUBISHI

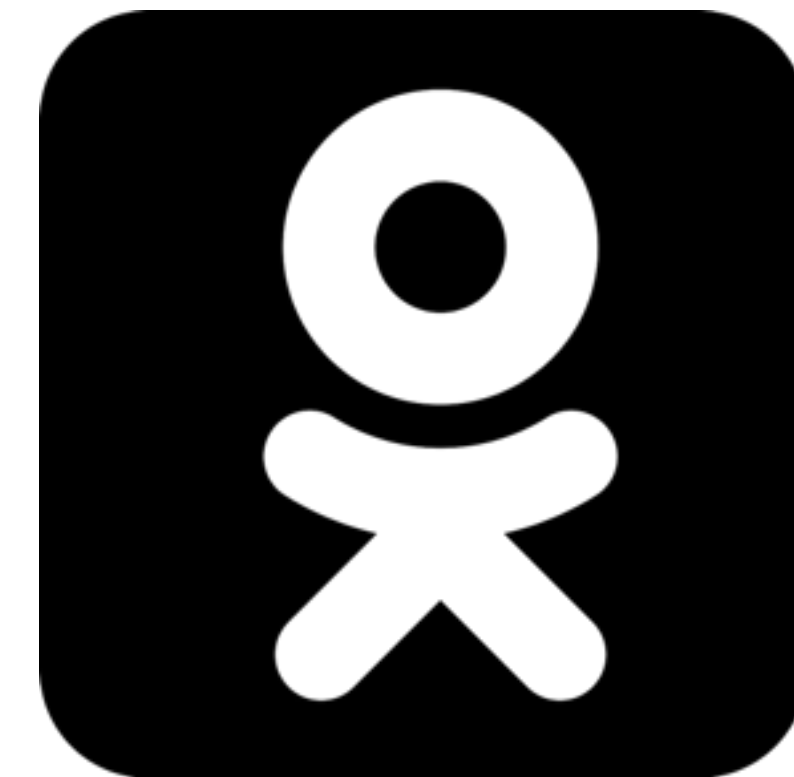
- ГЕО - вся Россия, акцент на МСК
- ЦА: 18-45
- 1-3 поста в день
- Серьезная подача
- Больше текста (170-250 символов)
- Больше акций и продающих постов
- Больше информационного контента





# КЛУБ MITSUBISHI

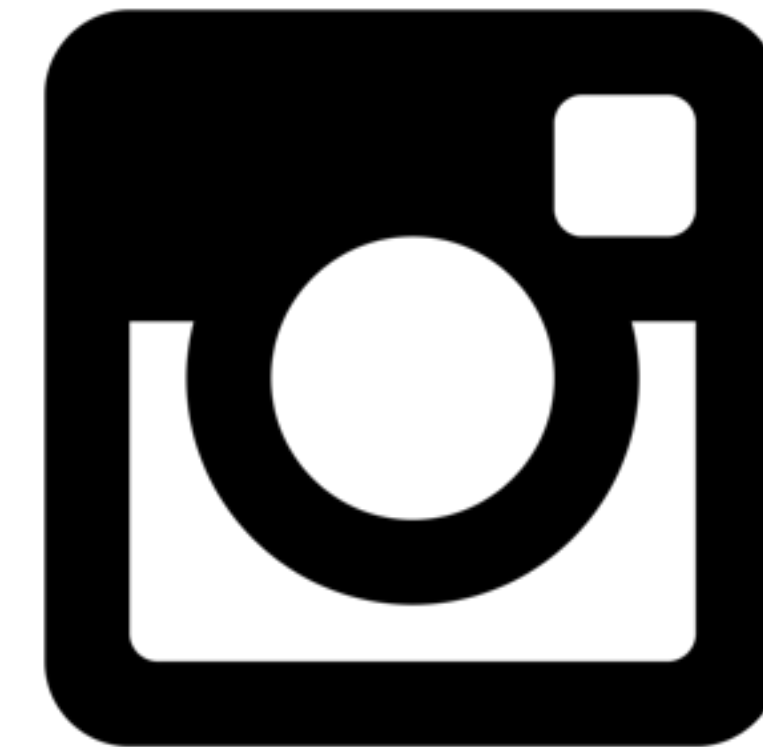
- ГЕО - вся Россия, акцент на регионы (не МСК и СПб)
- ЦА: 35-64
- 1-3 поста в день
- Более взрослые темы
- Больше сентиментального контента
- Меньше текста (150-200 символов)
- Простые активации
- Больше контента про досуг и семью





# ЛАЙФСТАЙЛ MITSUBISHI

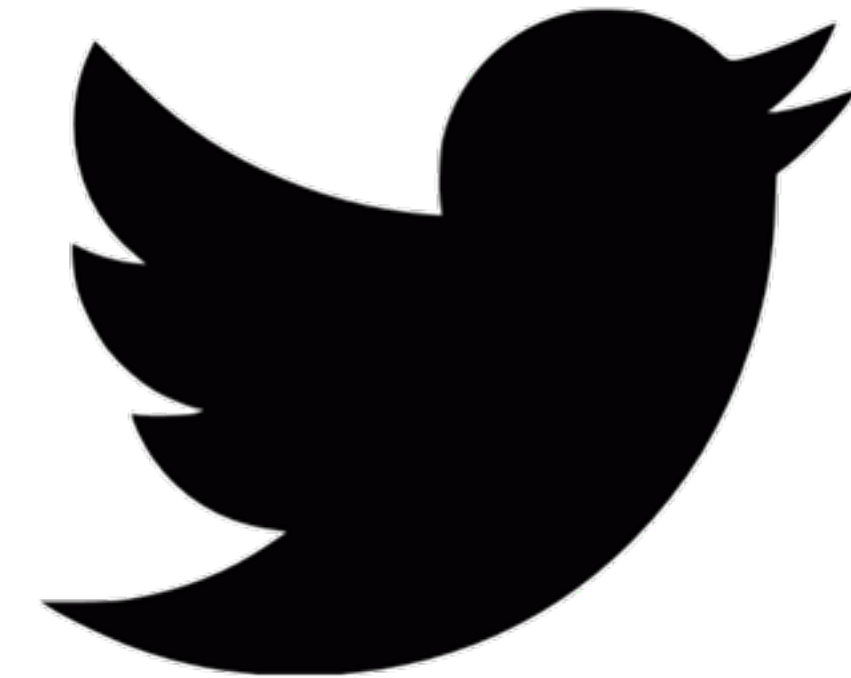
- ГЕО - вся Россия
- ЦА: 18-35
- Пост в 1-2 дня
- Фото от бренда в единой стилистике
- UGC - лучшие фото публикуются от имени бренда
- Активации и квесты

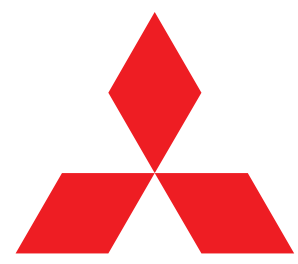




# КЛУБ MITSUBISHI

- ГЕО - вся Россия
- ЦА: СМИ и журналисты
- Посты - по мере появления инфоповодов
- Анонсы и новости бренда
- Реакция и официальные ответы на инфоповоды
- Акцент на текст (до 140 символов)



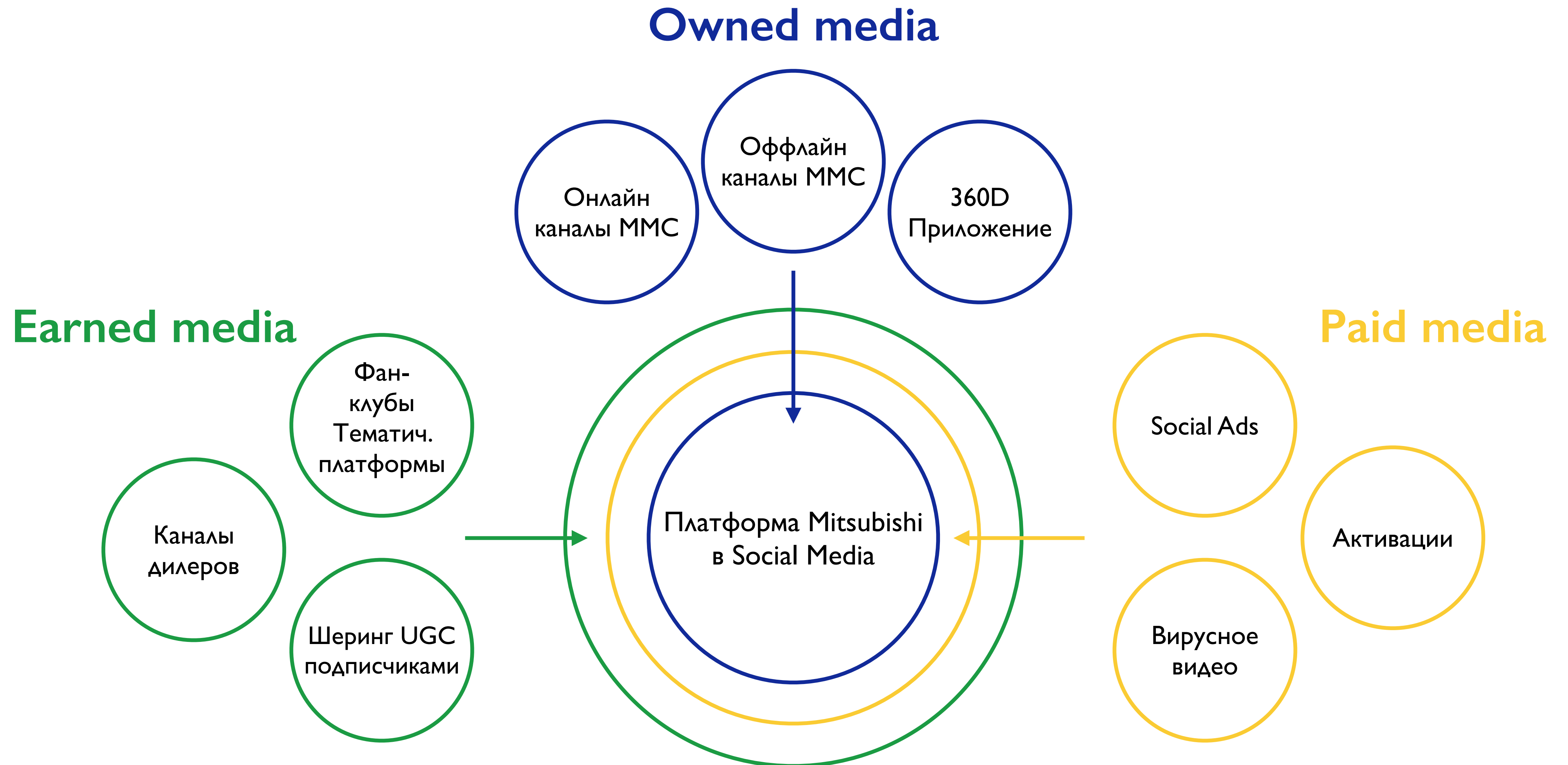


MITSUBISHI  
MOTORS

Надежно.

# ЗАПУСК СООБЩЕСТВ

# СХЕМА РОСТА ПЛАТФОРМЫ





# ИССЛЕДОВАНИЕ АУДИТОРИИ



Раз в несколько месяцев проводится исследование пользователей на основе данных в сообществах бренда и инфополе. Исследование проводится с помощью Socialbakers, Youscan и пользовательских опросов.

\* Выявление инсайтов потребителей



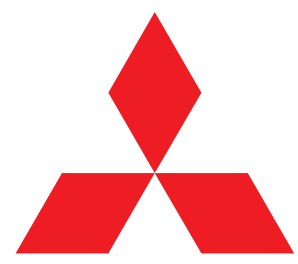
# УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ В ИНТЕРНЕТЕ



MITSUBISHI  
MOTORS

Надежно.

ИНФОПОЛЕ

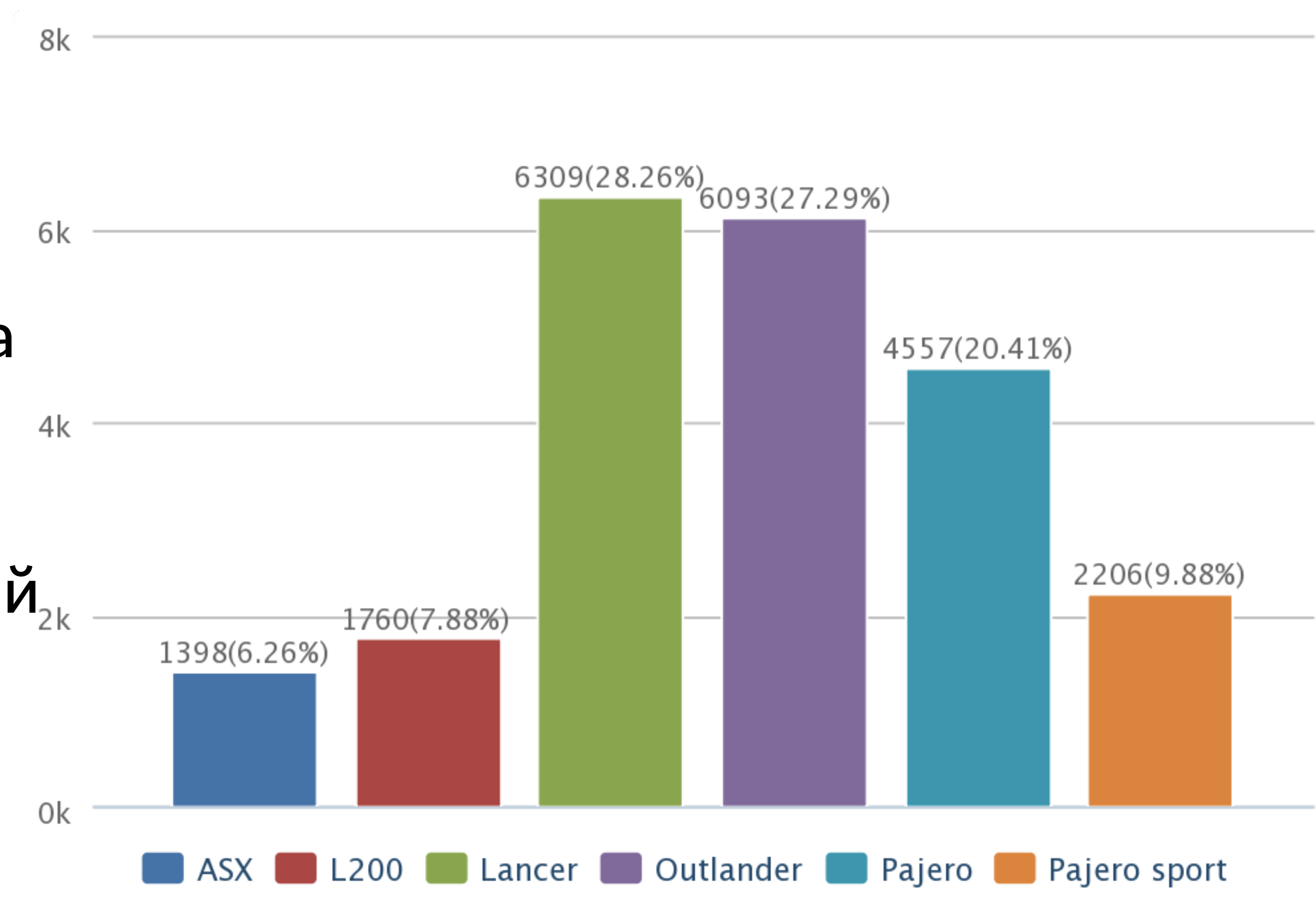


MITSUBISHI  
MOTORS

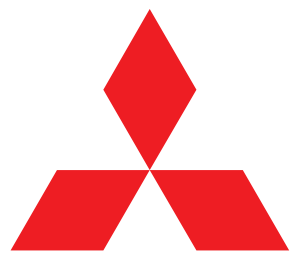
Надежно.

Общее количество упоминаний бренда  
за последний месяц - 31 697

Ежедневно появляется ~ 991 сообщений



Упоминания с привязкой к модели



MITSUBISHI  
MOTORS

Надежно.



## ОБЩЕЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ

автомобиль приобретался для езды как по городу так и на дачу. также нужно было авто для без проблемной парковки во дворе зимой, высокий клиренс авто позволяет это сделать. просторный салон. удобная эргономика и главное цена. жалею что не добавил денег и не приобрел полный привод, но и на механике свои плюсы.



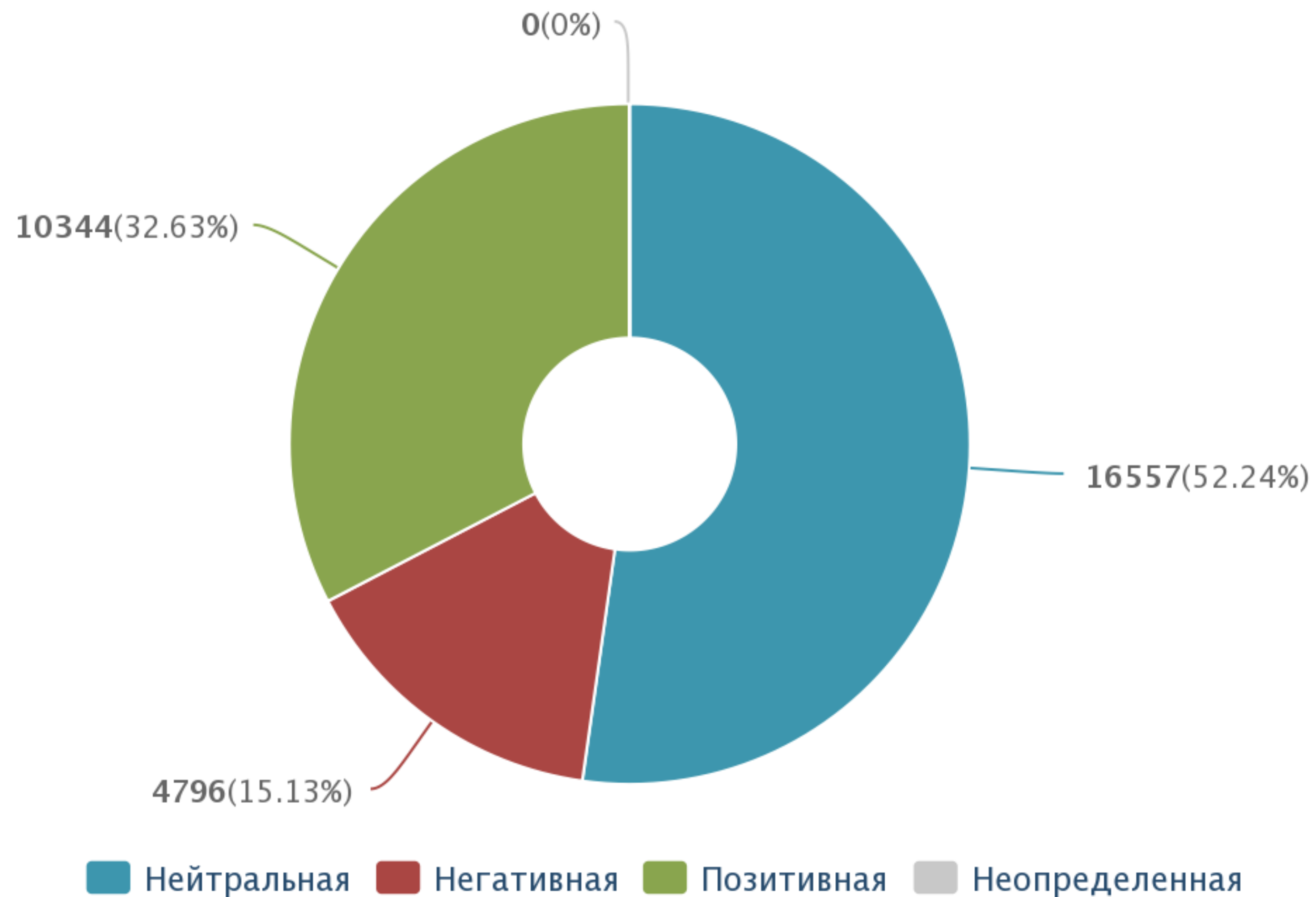
## ДОСТОИНСТВА

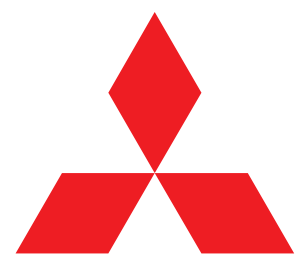
большой салон, клиренс, цена авто, откидывающаяся крышка багажника, японская сборка. обзорность как впереди так и в боковые зеркала.



## НЕДОСТАТКИ

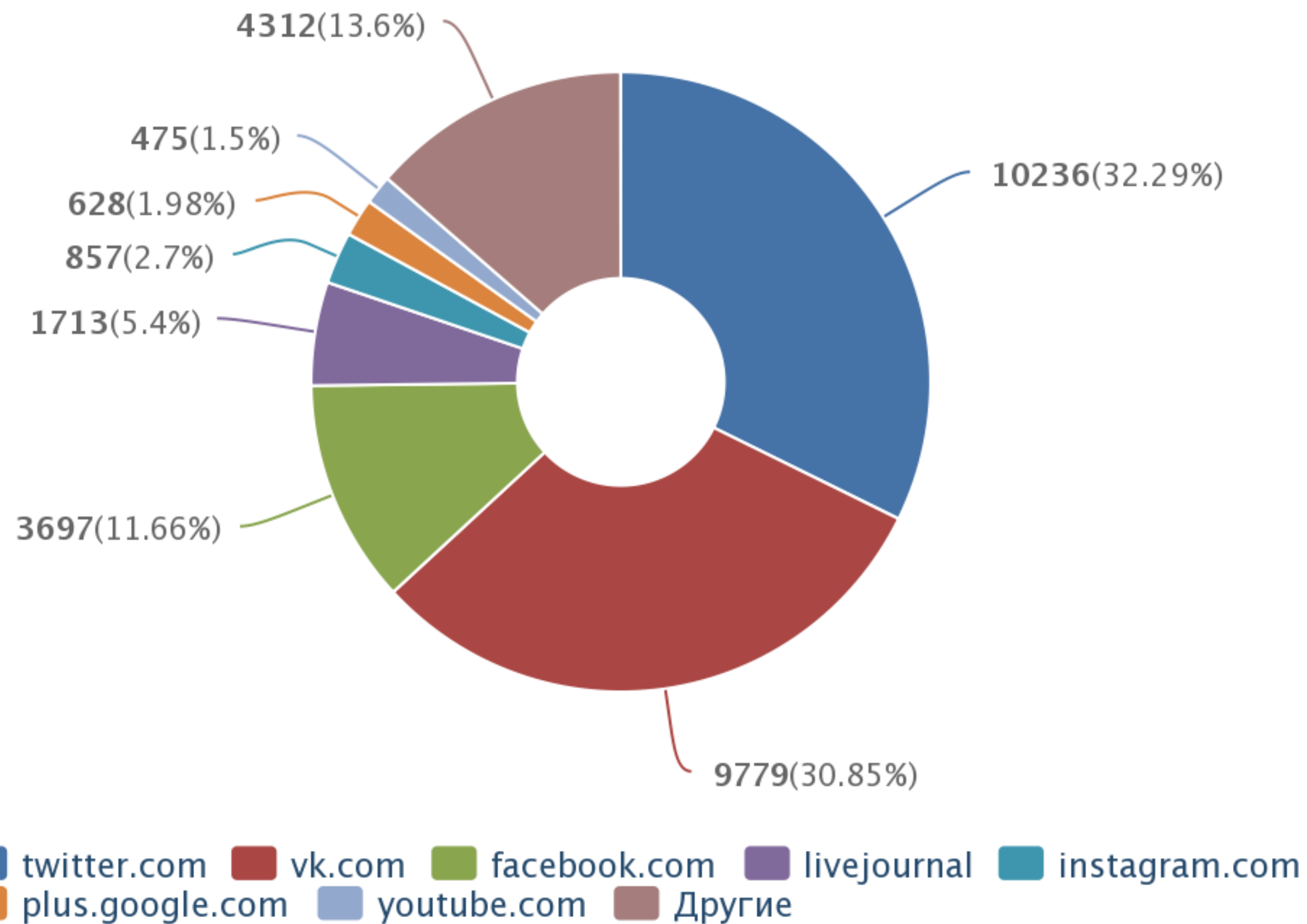
шумоизоляция, ее практически нет, даже после того как дополнительно проинзолировал, о чем жалею, так как у наших мастеров руки е из того места растут. потому либо обратите на авто до начала покупки, так как лучше если любая опция будет сделана на заводе изготовителе, а не потом на стороне....



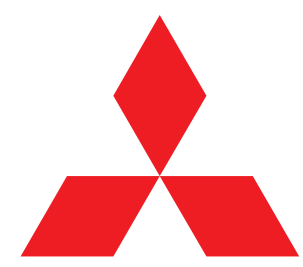


MITSUBISHI  
MOTORS

Надежно.



Упоминания широко распространены по площадкам. Лидируют упоминания в Twitter и Vк, это связано с большим количеством новостей

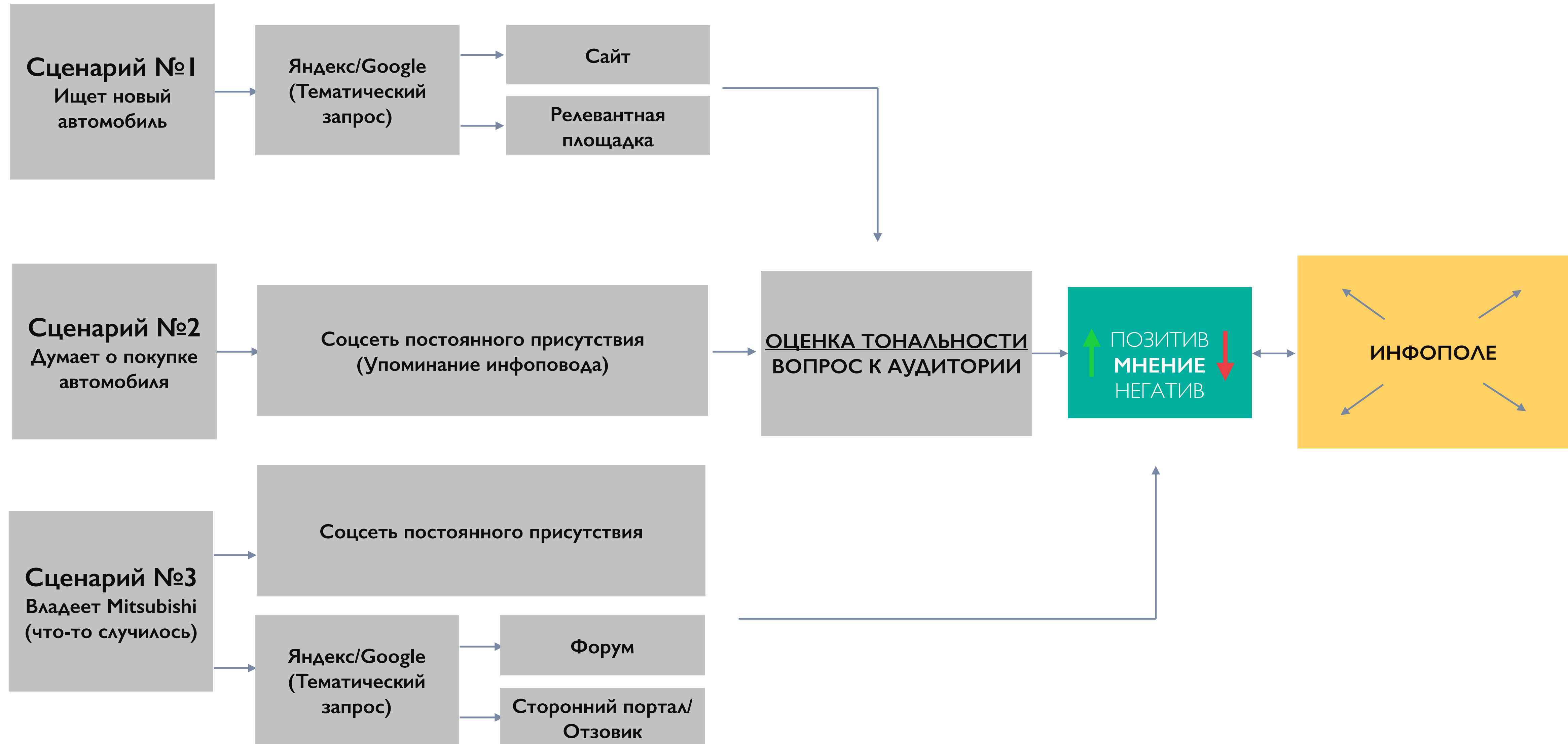


MITSUBISHI  
MOTORS

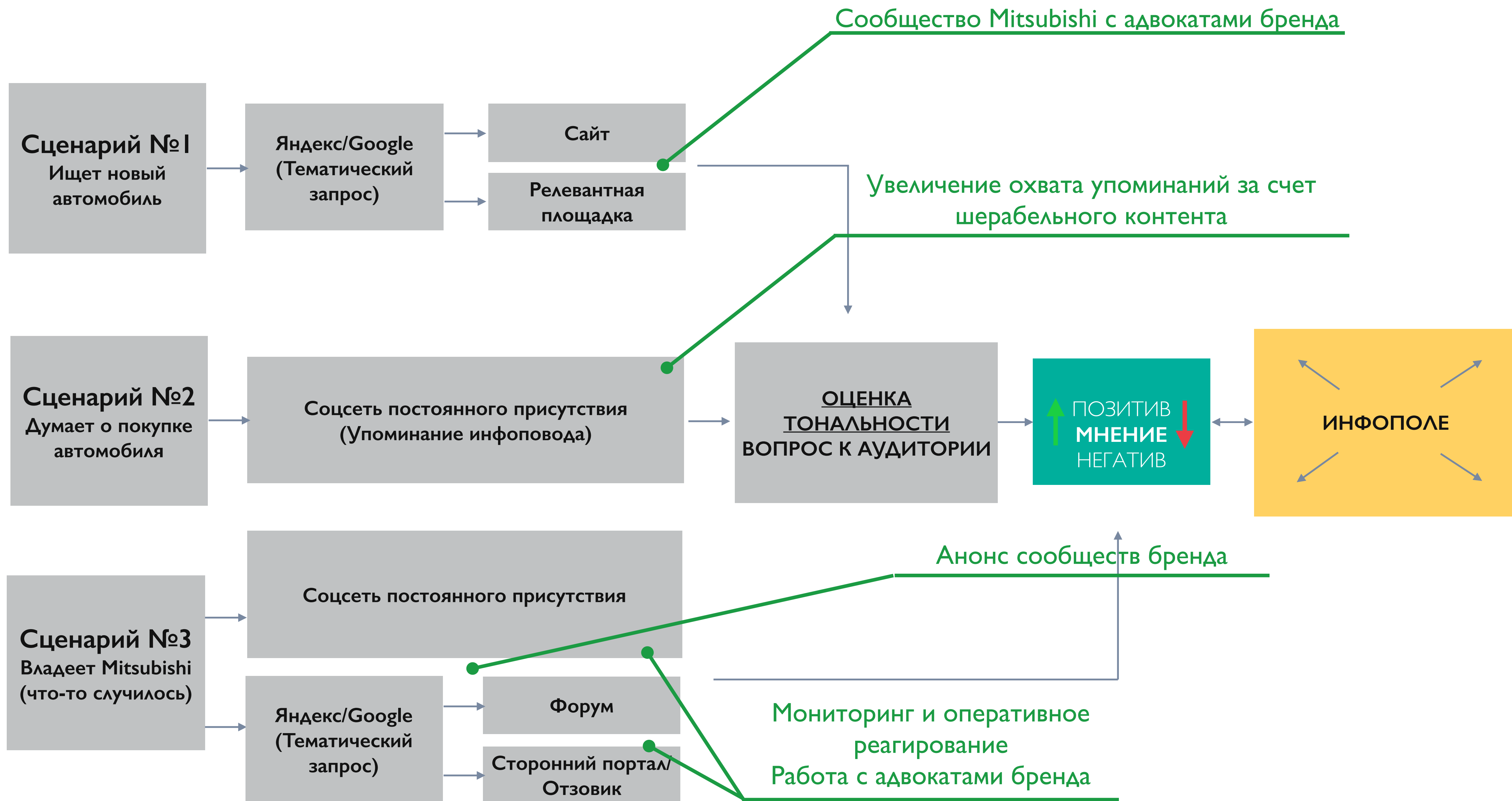
Надежно.

# МОНИТОРИНГ И КОРРЕКЦИЯ ИНФОПОЛЯ

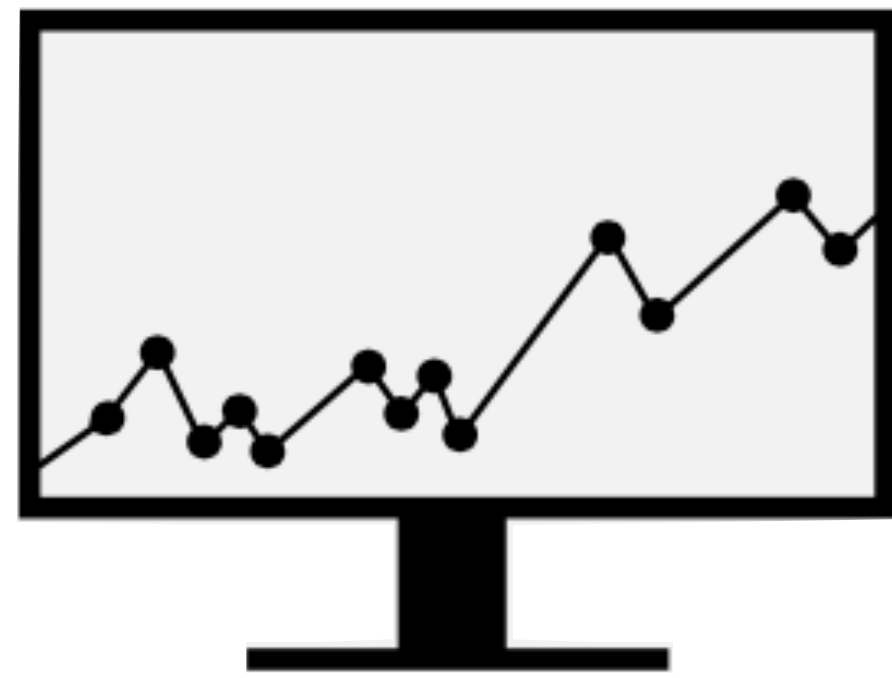
# ТАКТИКА РАБОТЫ С НЕГАТИВОМ



# ТАКТИКА РАБОТЫ С НЕГАТИВОМ



# МОНИТОРИНГ



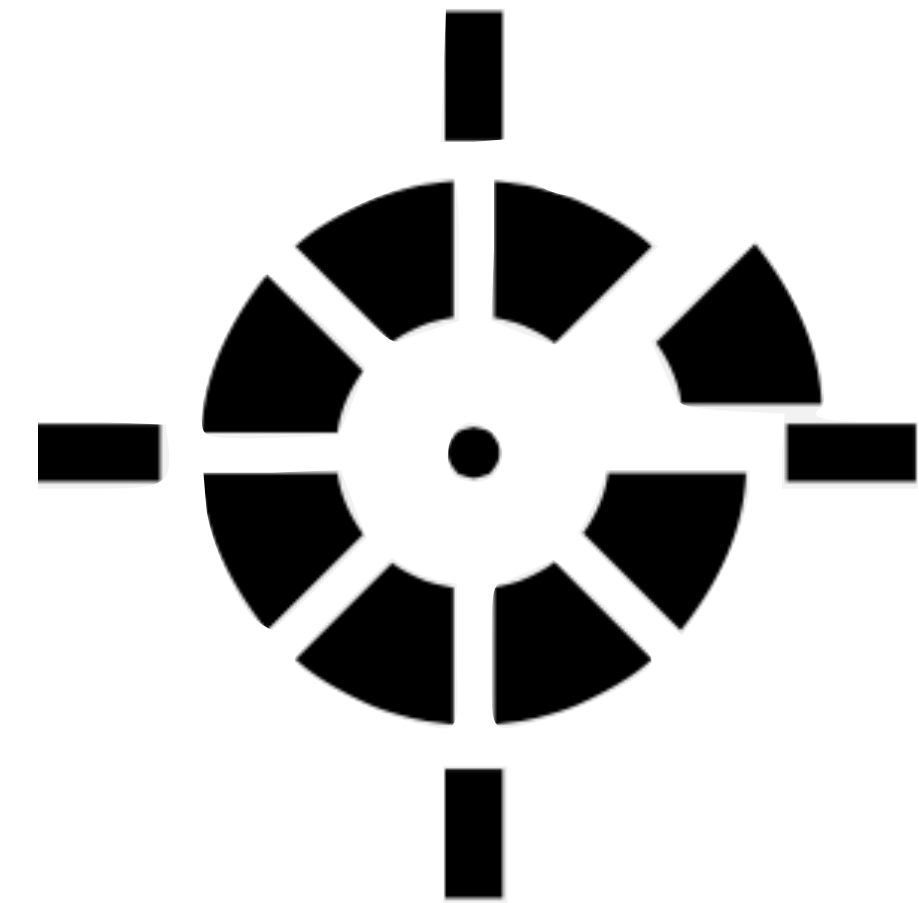
**Автоматический мониторинг**

+



**Ручная проверка**

=



**Оперативность и точность**

YouScan – отслеживает активность в SM, в том числе и обсуждение бренда лидерами мнений. Оценивает уровень репутации, определяет фанатов и противников бренда.

Система позволяет проводить глубокие исследования и оперативно выгружать качественные, проработанные отчеты.

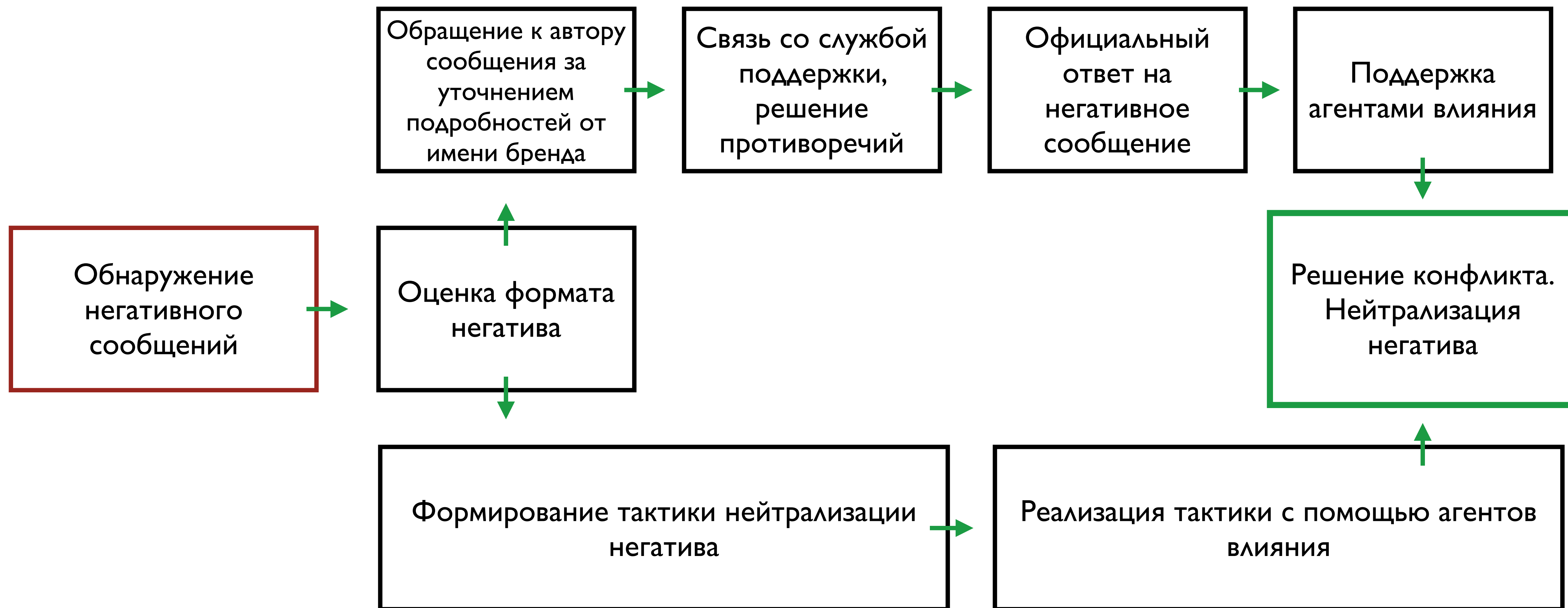


- + Самый большой охват площадок на рынке - более 250 000
- + Самое большое количество авто-площадок по-умолчанию
- + Наиболее опытная команда в исследованиях инфополя брендов

В рамках мониторинга будут обрабатываться следующие платформы:

- Площадки-отзовики
- Ключевые онлайн-ритейлеры
- Блогосфера
- Онлайн-СМИ
- Крупные тематические сообщества в социальных сетях
- Социальные сервисы: Twitter, Instagram
- Форумы

# ТАКТИКА РЕАКЦИИ НА НЕГАТИВ



- Реагирование на негатив и первичный ответ в течение 2 часов
- Детализированный ответ и решение проблемы в течение 2 суток

# ОТЧЕТЫ

## **Еженедельно - краткое описание проделанной работы:**

- количество упоминаний
- сообщения агентов влияния
- опубликованные отзывы
- случаи нивелирования негатива

## **Ежемесячно - подробный аналитический отчет:**

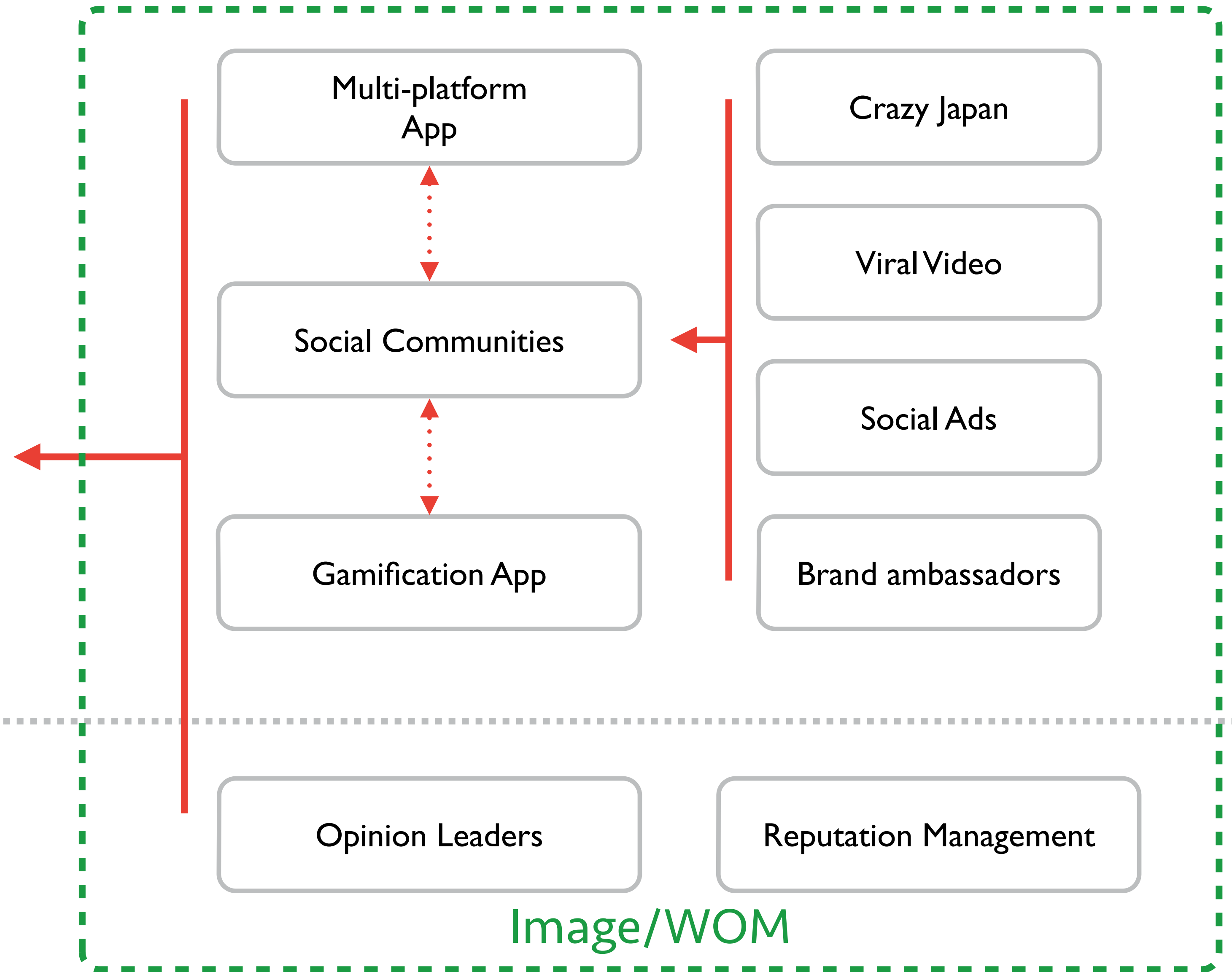
- оценка эффективности, количественные показатели за отчетный период
- динамика развития инфополя бренда
- оценка имиджа бренда
- инсайты
- тактические рекомендации для дальнейшей работы



## Owned channels



## Social networks



## Social media



# Увеличение продаж: новых и б/у автомобилей, финансово-страховых услуг, запчастей и оригинального сервиса

## awareness

- Рост количества контактов с потребителями
- Увеличения качественного трафика на сайт [www.mitsubishi-motors.ru](http://www.mitsubishi-motors.ru)

## appreciation

- Создание и развитие платформ бренда в социальных сетях
- Формирование положительного имиджа, увеличение доли позитивных упоминаний
- Рост ядра лояльной аудитории

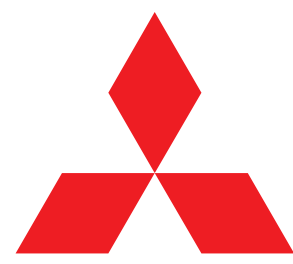
## action

- Генерация лидов: обращения, контакты для БД

## consumption/advocacy

- Формирование положительного имиджа, увеличение доли позитивных упоминаний
- Рост ядра лояльной аудитории

- Выявление инсайтов потребителей



MITSUBISHI  
MOTORS

Надежно.

# KPI'S

## awareness

1,250,000,000 IMPs

400,000 social pages paid visits

18,000 landing page paid visits

740 000 Youtube views  
(2% conversion to Website)

14 800 website visits

Search Volume increase

WOM increase

## appreciation

150 000 followers

120 000 application instals

(CRM Data Base)

Active core - 5-10%

Facebook ER - 0,8%

Vk ER - 0,1%

OK ER - 1,2%

## action

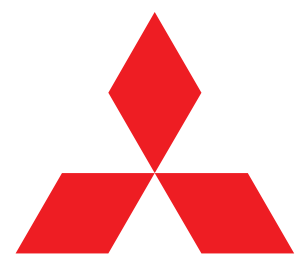
5% Conversion to calls/test-  
drive request

~ 1800 requests from LP's

## consumption/advocacy

Share of positive increase 12%

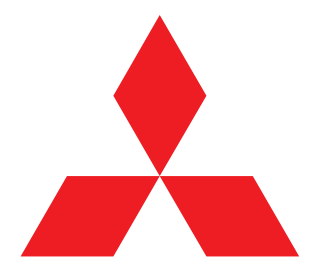
Negative ended dialogs decrease to 8%



MITSUBISHI  
MOTORS

Надежно.

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**



**MITSUBISHI  
MOTORS**

Надежно.

# ПРИЛОЖЕНИЕ



# КОНКУРЕНТЫ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

# ПЛАТФОРМЫ В СОЦСЕТЯХ

Показатель	Mitsubishi Russia	Mitsubishi Ukraine	Toyota Russia	Nissan Russia	Volkswagen Russia	Honda Russia	Ford Russia
Общая база подписчиков (чел)	2472	10018	155651	63319	276527	82274	282774
Численность сообщества Facebook (чел)	1202	10018	74767	20686	105048	68182	49467
Прирост сообщества с 1.01.15 (чел)	246	-99	3900	1110	10269	2521	-862
Средний ER поста (%)	3,7918	0,5133	0,3189	0,1629	0,2200	0,4993	0,1675
Средний ER страницы (%)	3,7918	0,5600	0,3721	0,3805	0,5354	0,6991	0,2079

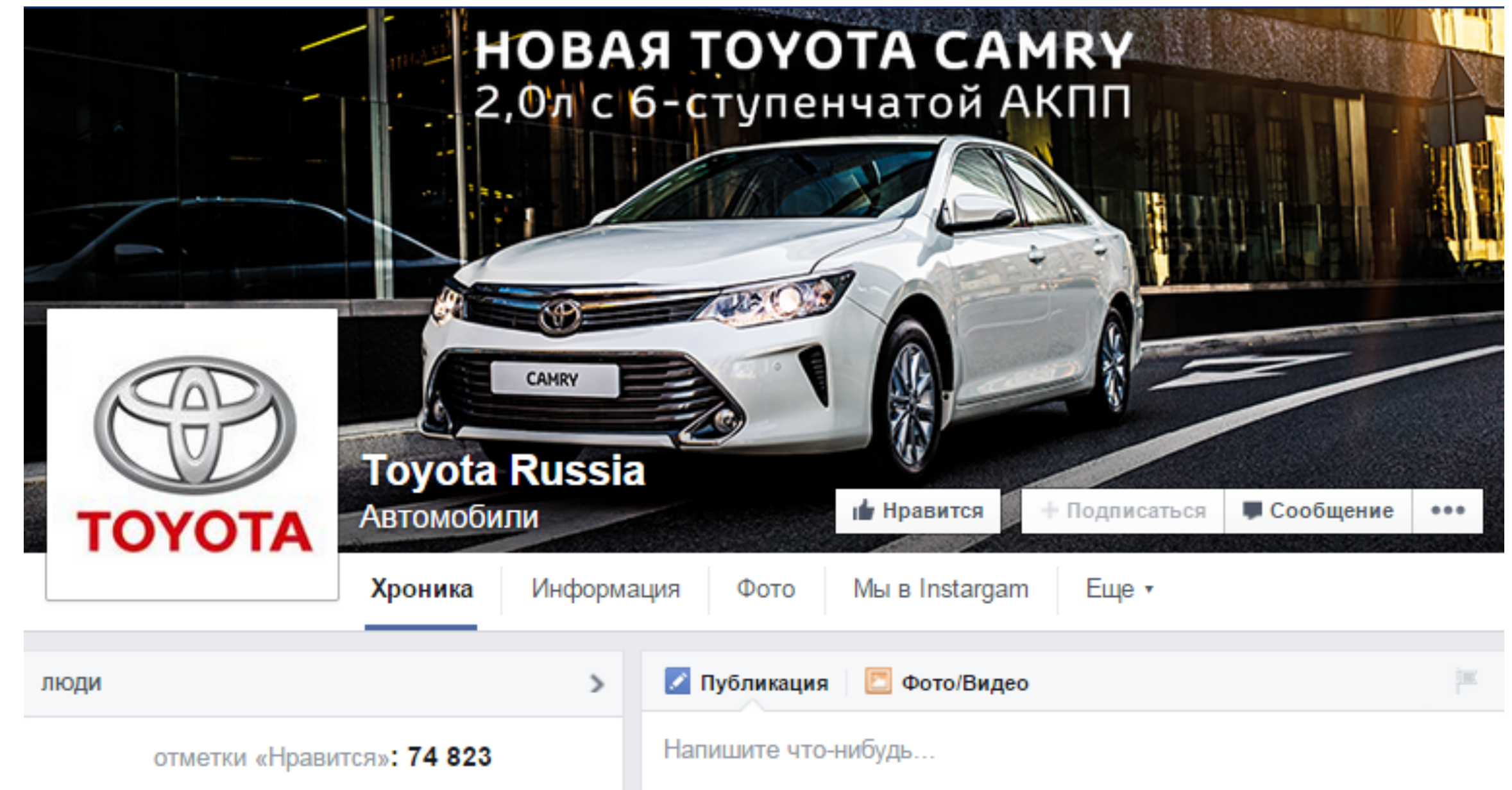


# TOYOTA RUSSIA

## ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СООБЩЕСТВЕ

Численность сообщества: 74,8 тыс.

Коммуникационная идея: сочетание надежности и мощности



# TOYOTA RUSSIA

## КОНТЕНТ-ПОЛИТИКА СООБЩЕСТВА

- Большое количество брендированного контента
- Освещение и поддержка оффлайн-мероприятий
- Освещение мероприятий классического PR
- Трансляция новостей с официального сайта



Mar 15, 2015 | 14:00:02 UTC

Куда бы вы ни направились, вы всегда можете положиться на...

♥ Likes	667
💬 Comments	21
🔗 Shares	38
📊 Eng. Rate	0,9756 %

[View on Facebook](#)

# TOYOTA RUSSIA

## КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТ

- Недостаточно оперативная обработка негативных отзывов
- Регулярный постинг
- Отсутствие активаций



Total User Questions

4

Responded User Questions

4

Avg User Questions per day

0,05

Response Rate for User Questions

100,00 %

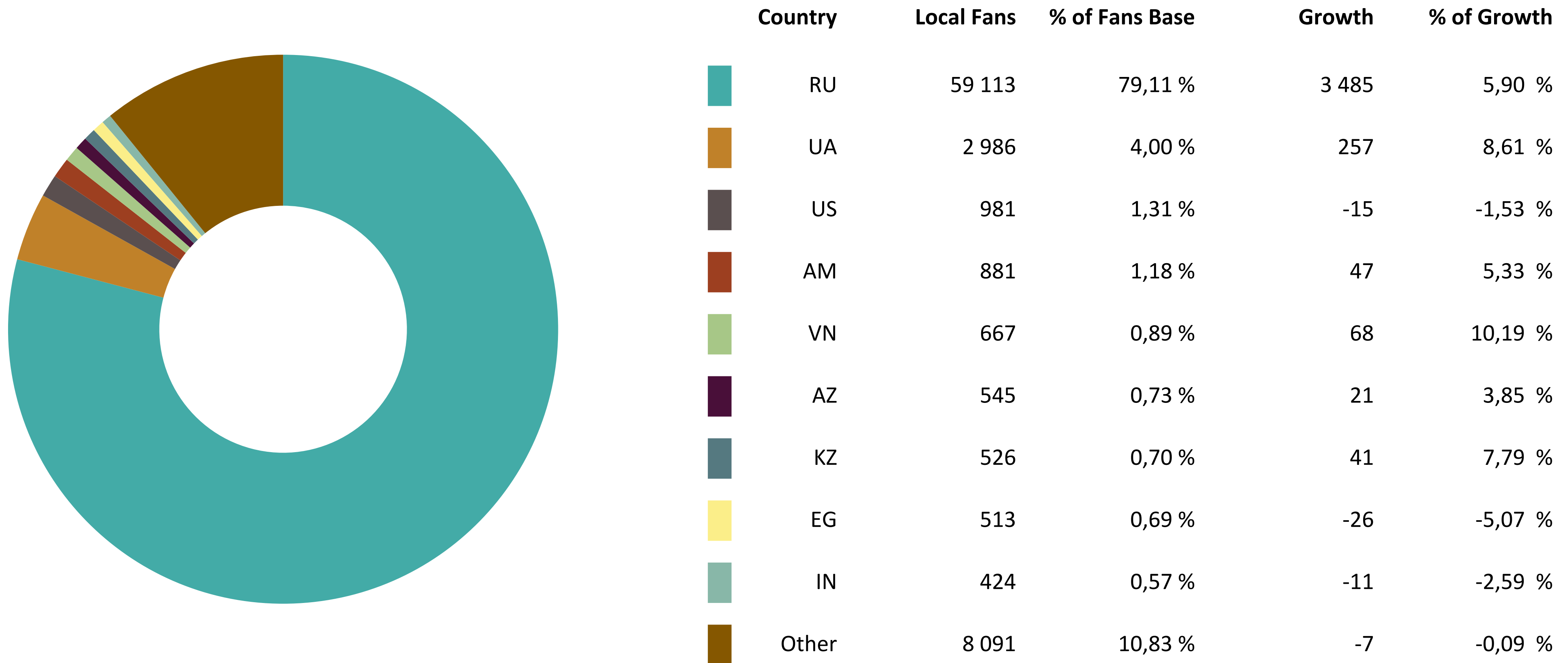
Avg Question Response Time

3 d 21 h 51 min



# Toyota Russia

## Целевая аудитория сообщества





# NISSAN RUSSIA

## ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СООБЩЕСТВЕ

Сообщество глобальное (вау-эффект от числа подписчиков)

Реальная численность сообщества: 20,6 тыс.

Коммуникационная идея: Nissan – машина для людей, ведущих активный образ жизни

NISSAN X TOUR  
QUIKSILVER

Москва • Санкт-Петербург • Екатеринбург • Новосибирск  
• Шерегеш • Красноярск • Сочи

**ТЕСТ-ДРАЙВ  
ЭКСТРИМ ШОУ  
LIVE КОНЦЕРТ**

#NissanXTour

**Nissan** ✓  
Автомобили

Свяжитесь с нами Нравится Сообщение

Хроника Информация Nissan Sentra Счастье это... Еще ▾

люди >

отметки «Нравится»: 12 177 082

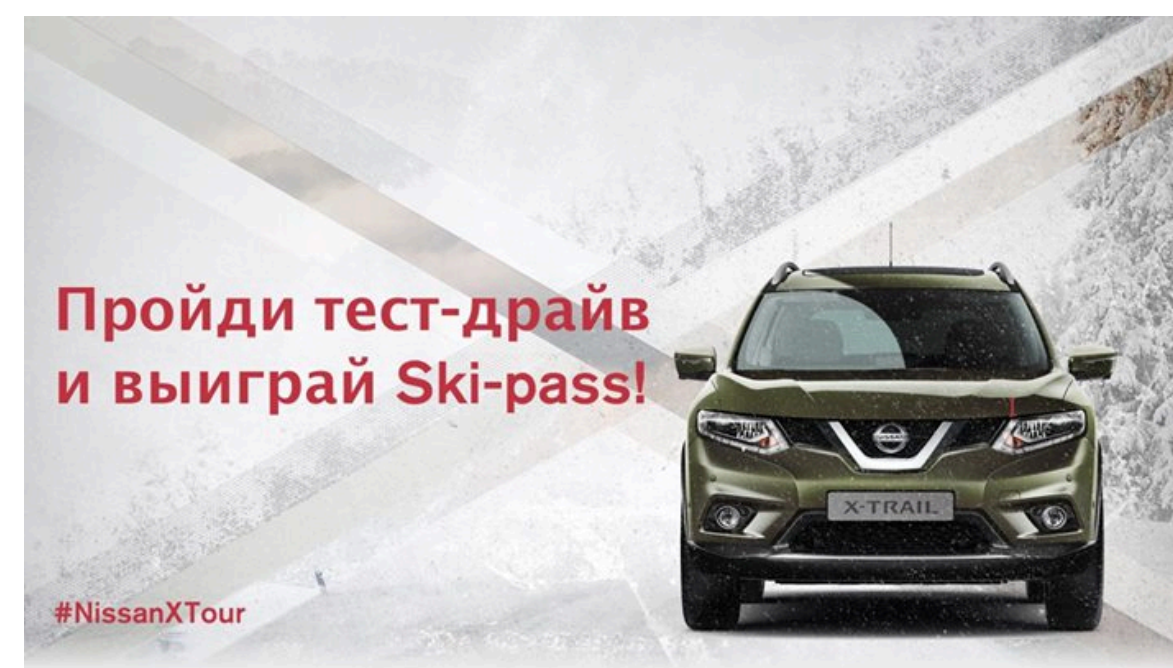
Публикация Фото/Видео

Напишите что-нибудь...

# NISSAN RUSSIA

## КОНТЕНТ-ПОЛИТИКА СООБЩЕСТВА

- Небольшое количество брендированного контента
- Освещение и поддержка оффлайн-мероприятий
- Большое количество постов, связанных с освещением мероприятий классического PR
- Трансляция новостей с официального сайта, вакансий в компании
- Большое количество видео-контента



Jan 05, 2015 | 12:30:02 UTC

Напишите отзыв о новом X-Trail и выиграйте «ски-пасс» на весь...

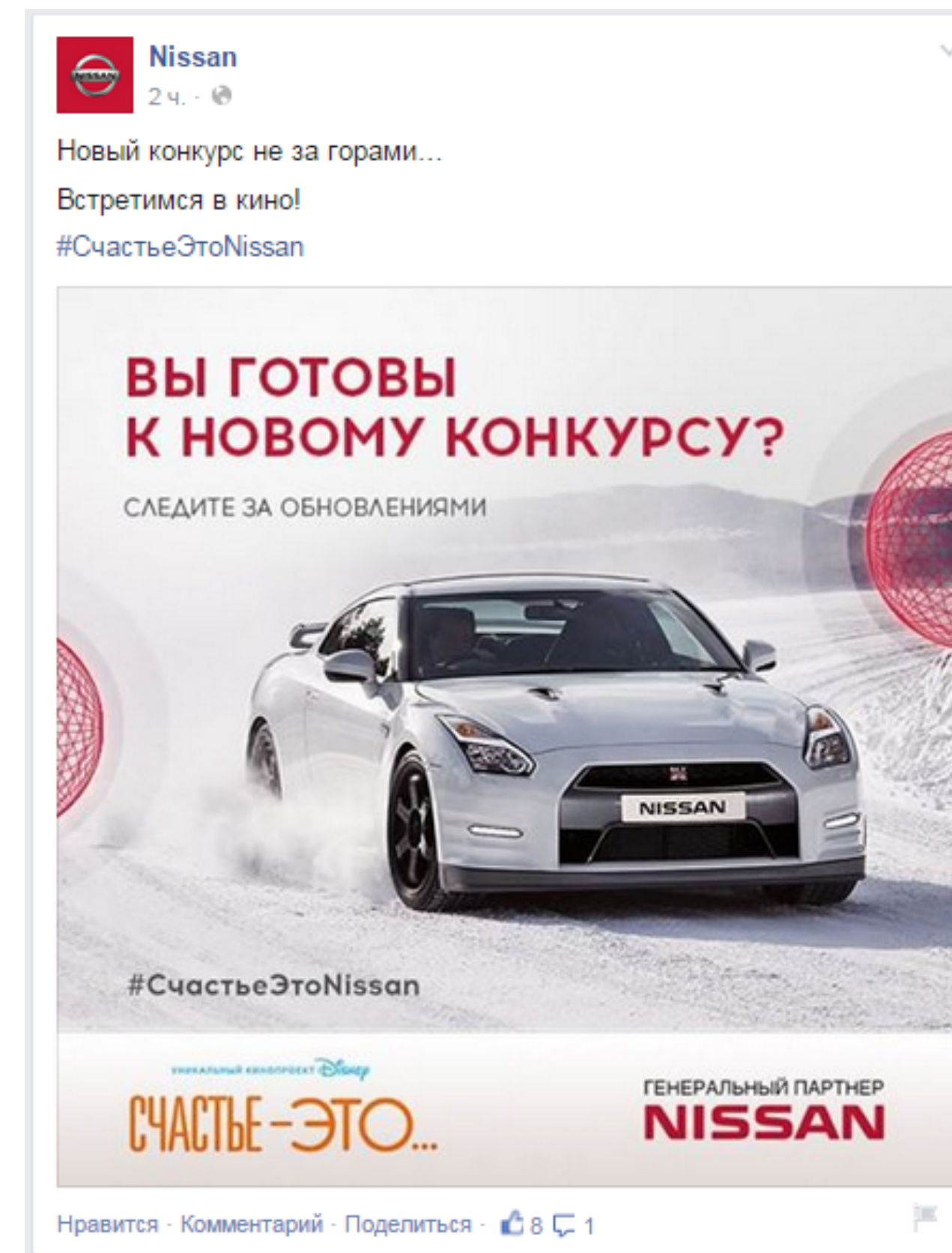
❤ Likes	189
💬 Comments	173
📄 Shares	19
📊 Eng. Rate	1,9349 %
🔗 <a href="#">View on Facebook</a>	

# NISSAN RUSSIA

## КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТ

- Отсутствует работа с негативными отзывами (публикации отключены)
- Регулярный постинг
- Активации и конкурсы используются с достаточно высокой частотой

Пример: #СчастьеЭто совместно с Disney

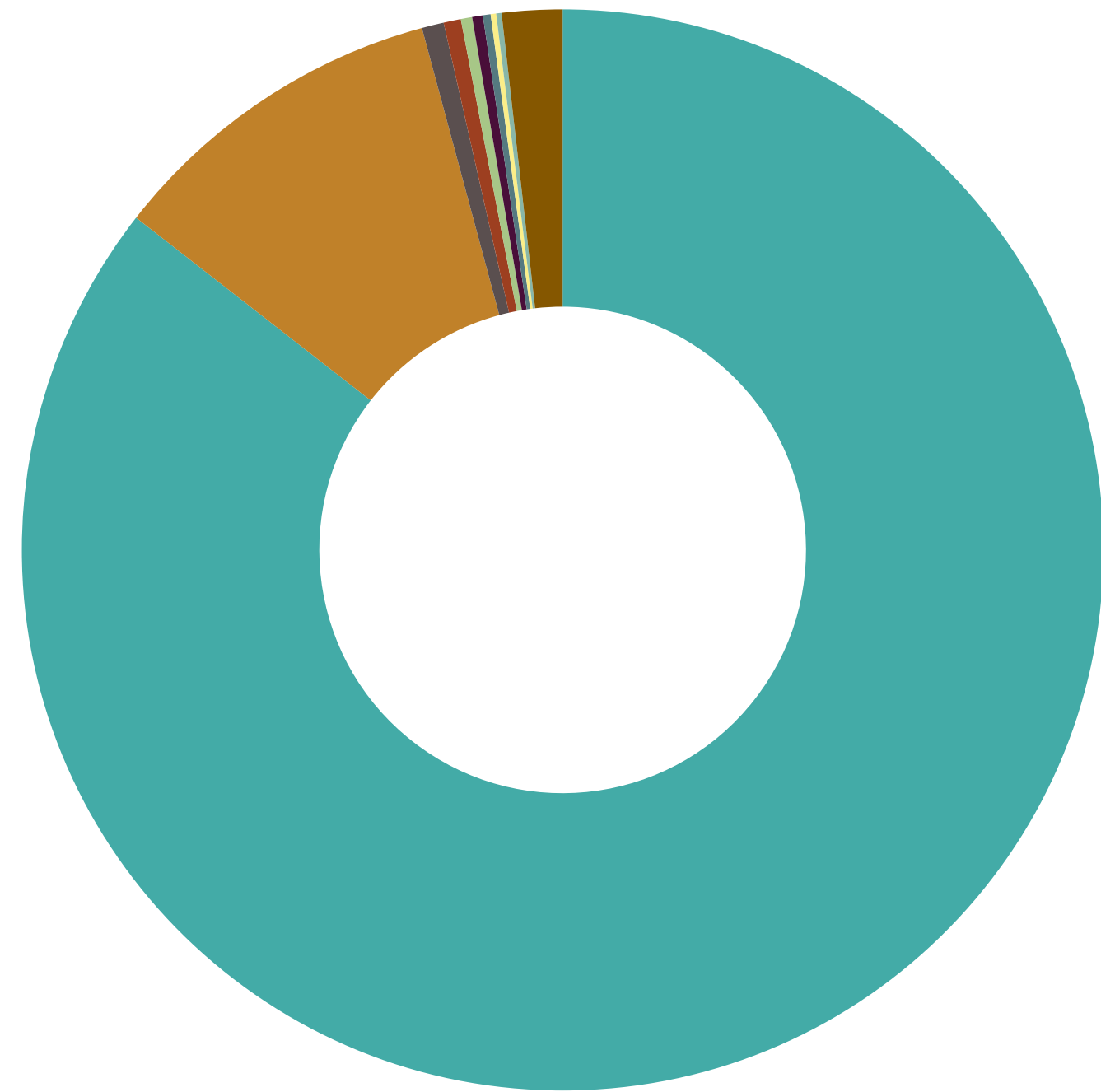


Total User Questions	2
Responded User Questions	2
Avg User Questions per day	0,02
Response Rate for User Questions	100,00 %
Avg Question Response Time	1 d 1 h 39 min



# NISSAN RUSSIA

## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ СООБЩЕСТВА



Country	Local Fans	% of Fans Base	Growth	% of Growth
RU	17 694	85,54 %	810	4,58 %
UA	2 125	10,27 %	331	15,58 %
AM	136	0,66 %	22	16,18 %
AZ	107	0,52 %	7	6,54 %
US	70	0,34 %	15	21,43 %
TR	66	0,32 %	-4	-6,06 %
GE	48	0,23 %	-6	-12,50 %
IN	34	0,16 %	-6	-17,65 %
GB	33	0,16 %	11	33,33 %
Other	373	1,80 %	-70	-18,77 %

# NISSAN RUSSIA

## АКТИВАЦИЯ #СЧАСТЬЕЭТО

ПРОЕКТ Disney

**СЧАСТЬЕ — ЭТО...**

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР

**NISSAN**

INSTAGRAM ЛЕНТА  
НОВОСТИ

**О ПРОЕКТЕ**

ПОБЕДИТЕЛИ  
ВСЕРОССИЙСКОГО  
КОНКУРСА

ПРАВИЛА ЭСТАФЕТЫ

EXCITEMENT, SUCCESS  
AND INNOVATION

### ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

«Счастье — это...» — уникальный проект для молодых кинематографистов и всех поклонников Disney в России. Главным итогом проекта станет создание полнометражного фильма в формате киноальманаха, состоящего из семи новелл о счастье.

Сценаристами фильма стали победители «Конкурса сценаристов», а режиссёрами, соответственно, победители «Конкурса режиссёров». Одна из семи новелл фильма основана на сценарной идее, победившей во «Всемирном конкурсе сценарных идей». Кроме того, в актерский состав фильма войдут победители «Всемирного кастинга», принять участие в котором могли все желающие. Конкурсные этапы проекта «Счастье — это...» проводились с апреля по сентябрь 2014 года. Победители уже объявлены, и в настоящий момент под руководством продюсерской команды Disney идет активная подготовка к съёмкам фильма «Счастье — это...».

*Съёмки запланированы на ноябрь 2014 года. Картина выйдет в широкий прокат в начале 2015 года.*



«Мы рады представить проект «Счастье — это...», над которым работаем последние несколько лет, и гордимся тем, что это событие объединило так много талантливых людей, — комментирует Марина Жигалова-Озкан, генеральный директор Disney в России. — Я хочу сказать огромное спасибо всем режиссерам и актерам, которые согласились нас поддержать, и пожелать удачи участникам. Уверена, что все вместе мы снимем замечательный фильм в лучших традициях Disney».



#СЧАСТЬЕЭТО  
#ЭСТАФЕТАСЧАСТЬЯ #NIS SAN

8 декабря  
Старт эстафеты

15 января  
Объявление победителей эстафеты

31 января  
Премьера социальной новеллы

Март 2015  
Премьера киноальманаха "Счастье - это..."

УНИКАЛЬНЫЙ КИНОПРОЕКТ Disney

**СЧАСТЬЕ — ЭТО...**


О проекте

Жюри

Партнеры

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР


**NISSAN**



Disney дарит зрителям счастье!

Молодые кинематографисты под руководством мэтров отечественного кино, начинающие актеры и звезды встретились в уникальном кинопроекте. Семь непохожих историй, семь разных хэппи-эндов, семь доказательств того, что каждый достоин счастья. В период с 26 марта по 9 апреля приходите с любимыми, близкими, родными в кинотеатры и получите билеты в подарок от компании Disney.

Читать далее



«Счастье — это...» — уникальный проект для молодых кинематографистов и всех поклонников Disney в России. Главным итогом проекта станет создание полнометражного фильма в формате киноальманаха, состоящего из семи новелл о счастье.

Главный партнер проекта – Nissan, который в ближайшее время анонсирует внутреннюю активацию под данный проект

# NISSAN RUSSIA

## АКТИВАЦИЯ #СЧАСТЬЕЭТО

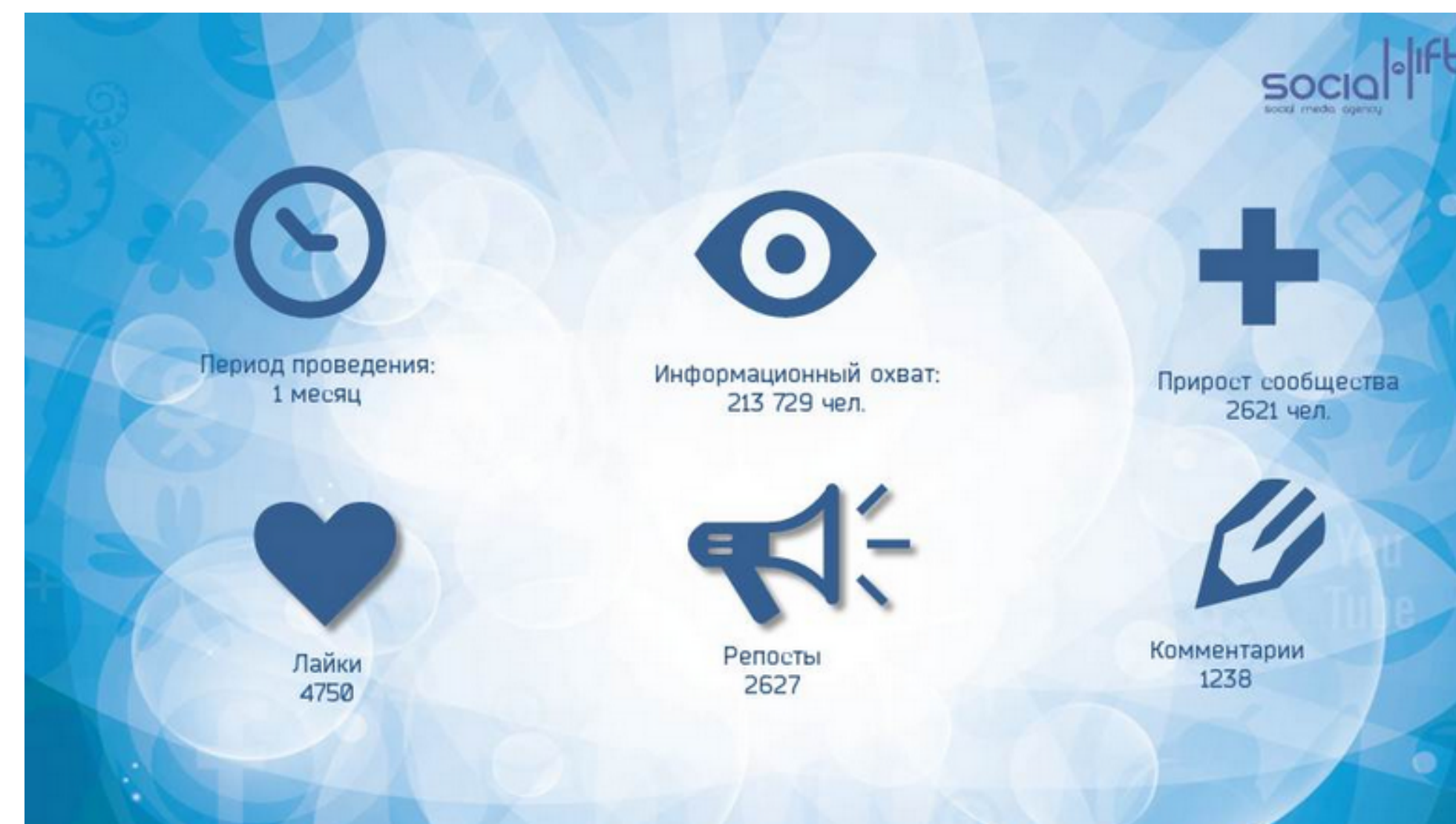
Ульяновский кейс по увеличению тест-драйвов.

Цель: увеличить в 3 раза количество тест-драйвов Nissan Juke

ЦА: состоятельные девушки от 21 года, живущие в Ульяновске и Ульяновской области

Решение: Креативная команда предположила, что девушек заинтересует возможность не просто прокатиться на новом Nissan Juke и оценить его, но и стать героиней видеоролика. Путешествовали участница с ведущим.

Все происходящее в салоне с разрешения девушек снималось на камеру Go Pro, установленную на панели автомобиля. Смонтированный видеоролик с лучшими фрагментами поездки выкладывался на странице проекта во ВКонтакте после тест-драйва. Стимулом к распространению видео было голосование – каждая участница проекта могла не просто прокатиться и стать героиней веселого ролика, но и побороться за главный приз – iPad Mini. Чтобы выйти в финал, участницам нужно было набрать за свой ролик как можно больше голосов, которые приравнивались к репостам (1 голос = 1 репост). Девушки активно призывали друзей публиковать видео на своих страницах и получали голоса, а команда проекта получала охват.



Итоги активации:

**70** тест-драйвов (в 3 раза больше обычных статистических показателей)

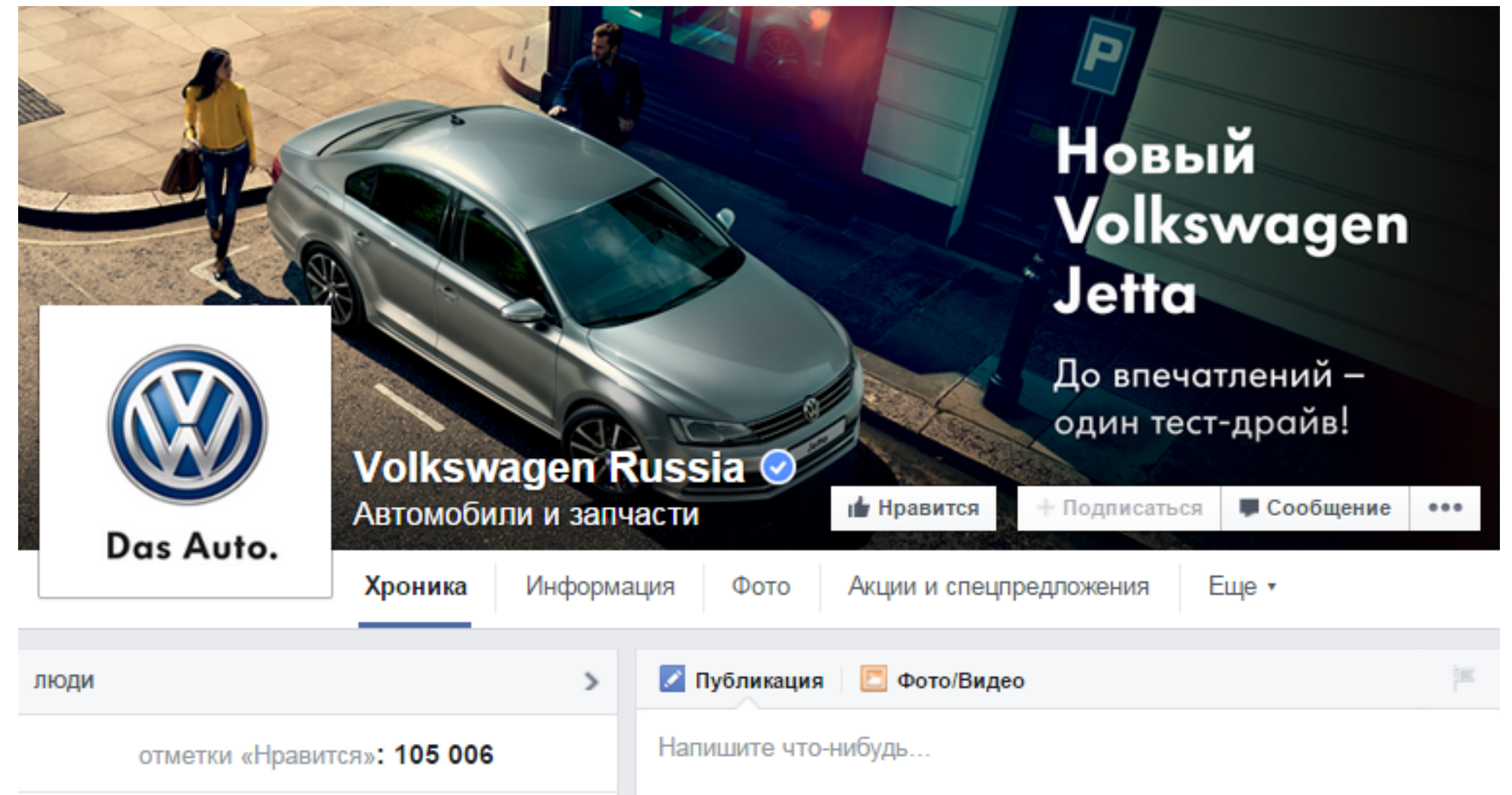
**18** машин куплено

# VOLKSWAGEN RUSSIA

## ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СООБЩЕСТВЕ

Численность сообщества: 105 тыс.

Коммуникационная идея: VW – бренд для любителей загородных путешествий



Новый  
**Volkswagen  
Jetta**

До впечатлений –  
один тест-драйв!

**Volkswagen Russia** ✓  
Автомобили и запчасти

Нравится Подписаться Сообщение

Хроника Информация Фото Акции и спецпредложения Еще ▾

люди >

публикация Фото/Видео

отметки «Нравится»: 105 006

Напишите что-нибудь...

# VOLKSWAGEN RUSSIA

## КОНТЕНТ-ПОЛИТИКА СООБЩЕСТВА

- Большое количество брендированного контента
- Освещение и поддержка оффлайн-мероприятий
- Трансляция новостей с официального сайта компании
- Основной формат контента – сторителлинг
- Ссылки на публикации о бренде в онлайн-СМИ



Feb 06, 2015 | 08:49:32 UTC



Нет ничего лучше, чем новый автомобиль! Особенно если этот...

❤ Likes 1 098

💬 Comments 63

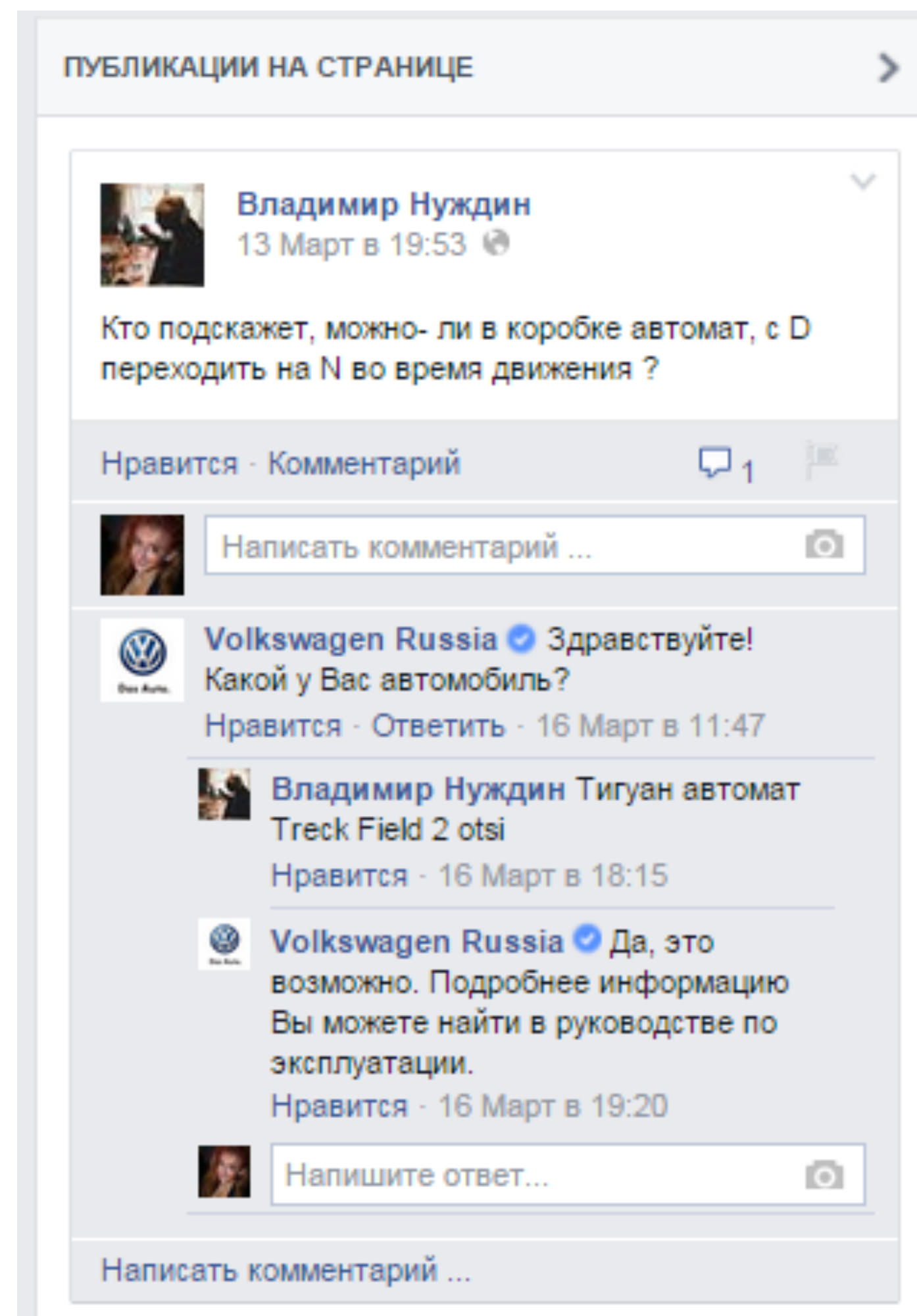
🔗 Shares 38

📊 Eng. Rate 1,1751 %

[View on Facebook](#)

# VOLKSWAGEN RUSSIA КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТ

- Недостаточно высокая скорость обработки негативных комментариев
- Регулярный постинг
- Активации используются часто. Пример – ежедневная рубрика #VW дня



Total User Questions

6

Responded User Questions

5

Avg User Questions per day

0,07

Response Rate for User Questions

83,33 %

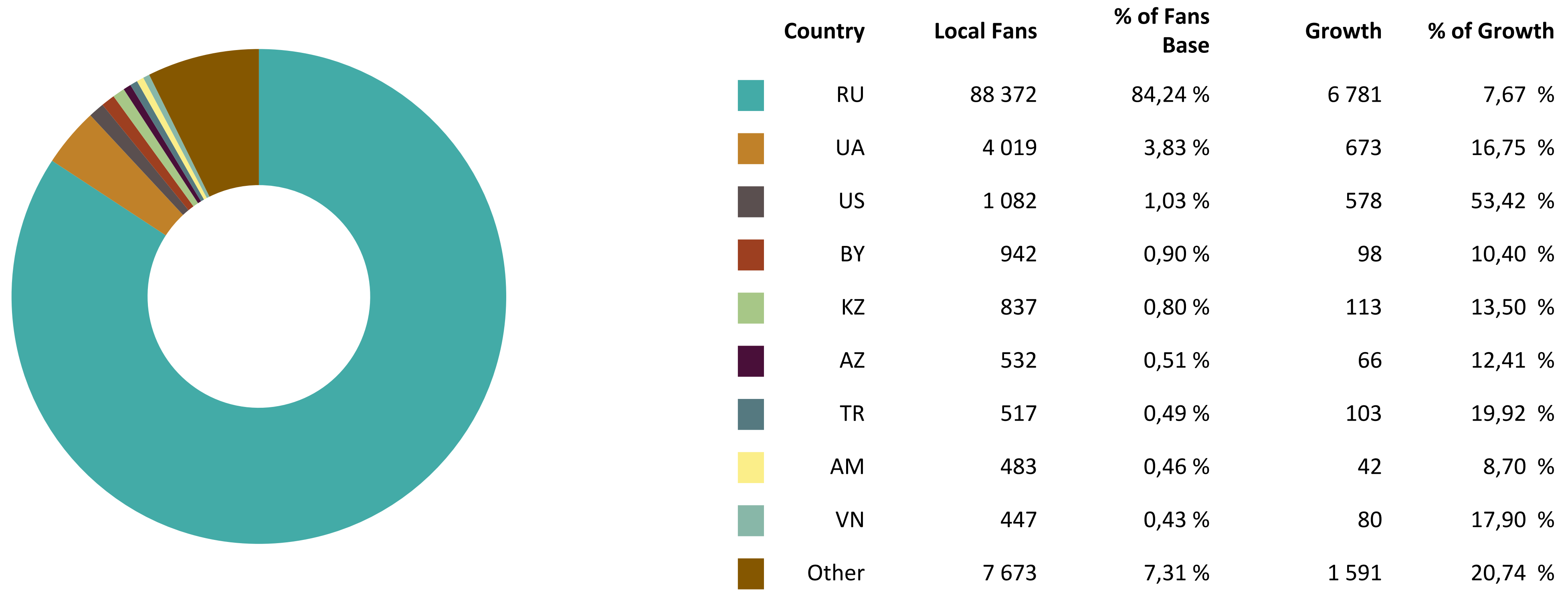
Avg Question Response Time

16 h 30 min



# VOLKSWAGEN RUSSIA

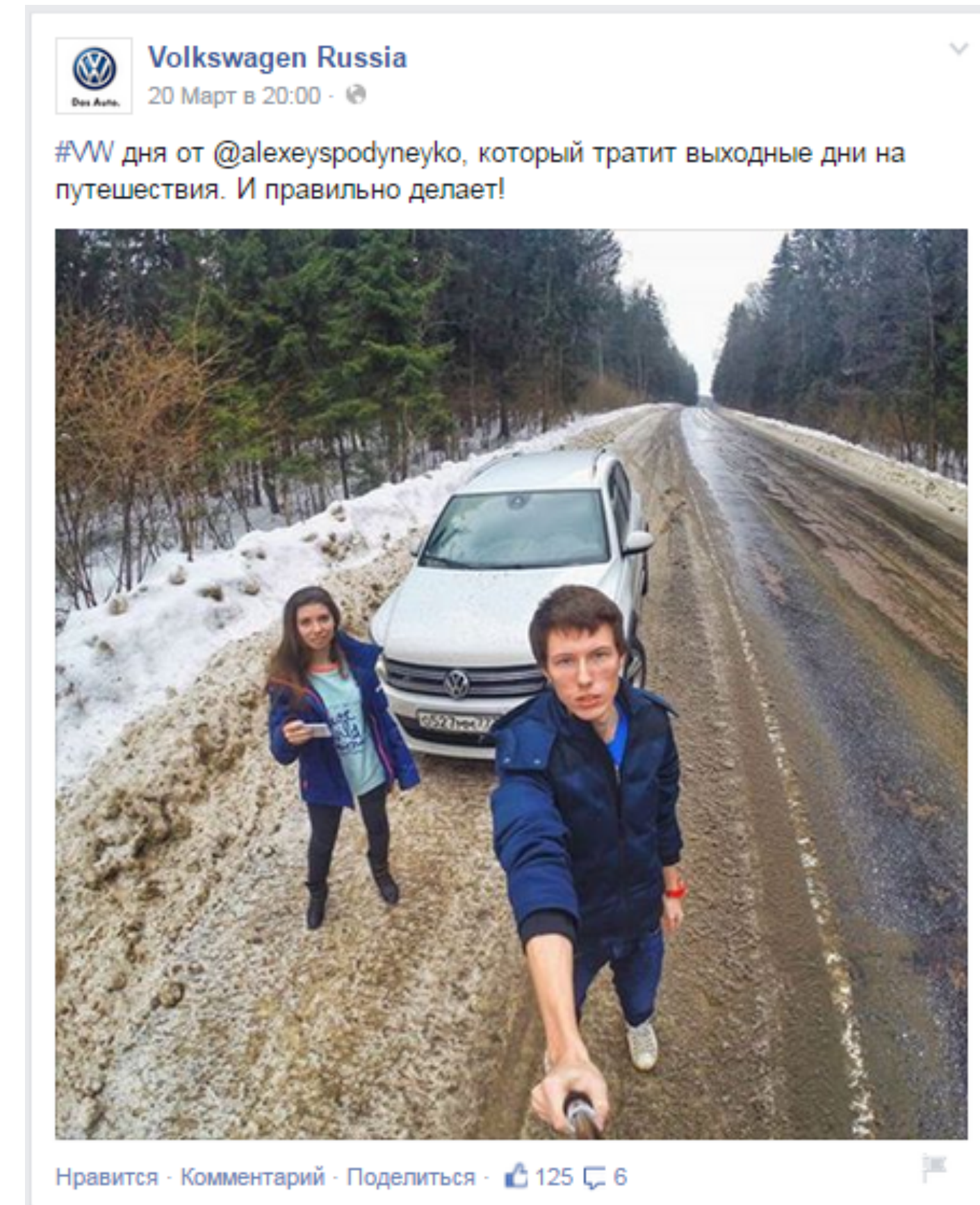
## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ СООБЩЕСТВА



# VOLKSWAGEN RUSSIA АКТИВАЦИЯ #VW ДНЯ

Бренд призывает активных подписчиков сообщества делать фото своих поездок на Volkswagen и делиться ими с сообществом.

Самые качественные фото попадают в рубрику «#VW дня» и публикуются от имени сообщества в ленте новостей





# VOLKSWAGEN RUSSIA КЕЙС DRIVE TO SOCHI

Задачи: Объединение десятков различных активностей VGR в единую Олимпийскую кампанию;

Донесение информации о проекте до наиболее широкой аудитории в интернете и медиа;

Освещение центральной активности VGR – технологичного павильона, который находился в Олимпийском парке в Сочи.

Решение: Создание Facebook-сообщества Drive To Sochi. Именно в нем появлялась информация о разнообразных активностях Volkswagen Group Rus. Таким образом сообщество стало своеобразной landing page всего Олимпийского проекта;

Производство нескольких вирусных видео со знаменитостями;

Партнерство с несколькими популярными площадками, среди которых спортивный портал Championat.com и государственная радиостанция МАЯК;

Разработка медиасервера для партнеров и журналистов, где хранились все фото- и видеоматериалы по проекту.



Результаты:

Более 100 000 гостей посетили Олимпийский павильон за время Зимних Игр 2014 в Сочи;

64 часа прямого эфира радиостанции «Маяк» из Павильона VOLKSWAGEN Group Rus;

Более 10 000 000 слушателей Олимпийского шоу от VOLKSWAGEN Group Rus;

Более 25 000 подписчиков в сообществе Drive To Sochi за 3 месяца;

Более 2 500 000 просмотров видео на YouTube;

Более 45 000 лайков под видео;

Более 70 представителей СМИ были зарегистрированы на медиа-сервере DrivetoSochi.com;

Более 5 000 000 просмотров на [championat.com](http://championat.com).

# HONDA RUSSIA

## КОНТЕНТ-ПОЛИТИКА СООБЩЕСТВА

- Смещение авто- и мото- тематик
- Большое количество брендированного контента
- Анонсы новостей бренда



Jan 09, 2015 | 07:05:05 UTC

Почти 20 лет разницы...#Honda  
#Civic #TypeR

❤ Likes 979

💬 Comments 34

🔗 Shares 19

📊 Eng. Rate 1,5587 %

[View on Facebook](#)

# HONDA RUSSIA

## КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТ

- Не ведутся мероприятий по работе с негативной информацией и спамом
- Регулярный постинг
- Активации используются часто, в формате вопросов и опросов подписчиков сообществ



Total User Questions

2

Responded User Questions

0

Avg User Questions per day

0,02

Response Rate for User Questions

0 %

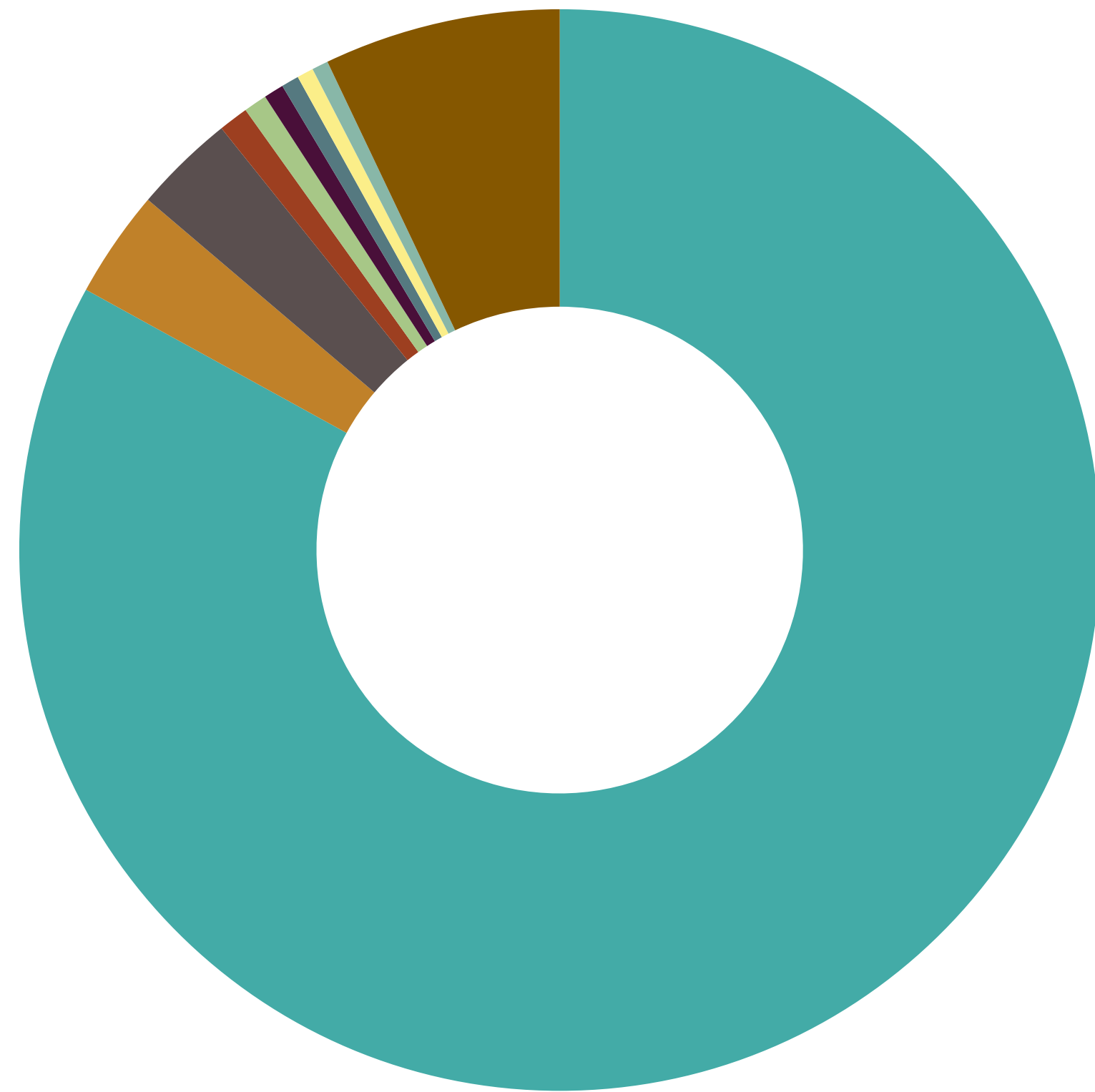
Avg Question Response Time

0 min



# Honda Russia

## Целевая аудитория сообщества



Country	Local Fans	% of Fans Base	Growth	% of Growth
RU	56 569	82,99 %	2 113	3,74 %
UA	2 195	3,22 %	109	4,97 %
GE	2 060	3,02 %	-42	-2,04 %
AM	607	0,89 %	3	0,49 %
BY	475	0,70 %	12	2,53 %
US	408	0,60 %	11	2,70 %
TR	358	0,53 %	18	5,03 %
AZ	337	0,49 %	18	5,34 %
KZ	332	0,49 %	18	5,42 %
Other	4 820	7,07 %	240	4,98 %



# FORD RUSSIA

## ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О СООБЩЕСТВЕ

Численность сообщества: 49,4 тыс.

Коммуникационная идея: Ford – только  
положительные эмоции

НОВЫЙ FORD MONDEO  
Динамические Светодиодные (LED) Фары

Ford Russia  
Автомобили

Хроника | Информация | Фото | Видео | Еще ▾

люди >

отметки «Нравится»: 49 468

Ford Russia  
8 ч. · 🌐

Юбилейный EcoSport произведен в Набережных Челнах.

# FORD RUSSIA

## КОНТЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

- Большое количество брендированного контента
- Трансляция новостей компании
- Основной формат контента – сторителлинг
- Большое количество качественного видеоконтента
- Освещение оффлайн-мероприятий



Официальные дилеры Ford по всей России начали прием заказов...

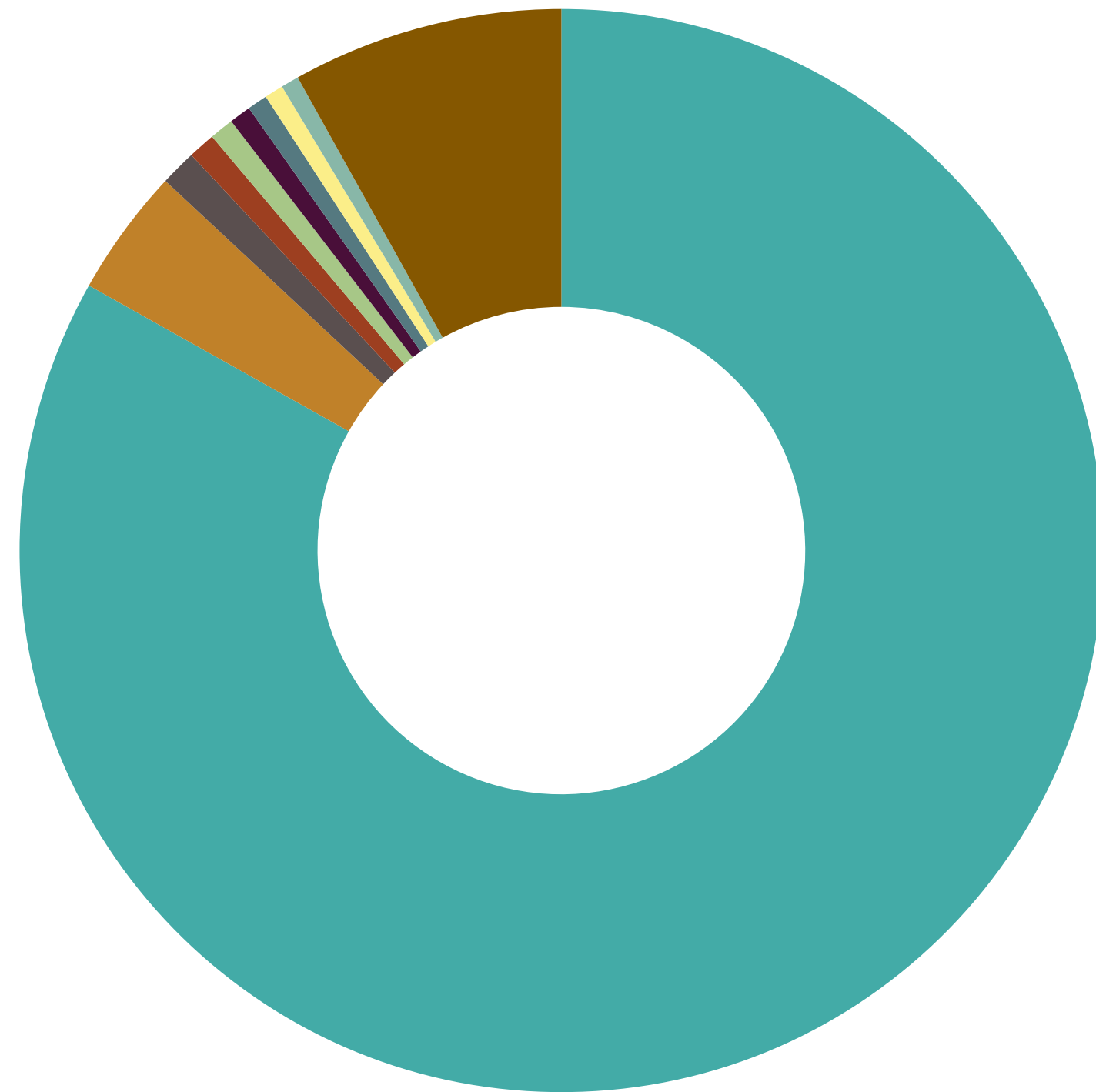


♥ Likes	275
💬 Comments	88
📄 Shares	46
📉 Eng. Rate	0,8140 %
🔗	<a href="#">View on Facebook</a>



# FORD RUSSIA

## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ СООБЩЕСТВА



Country	Local Fans	% of Fans Base	Growth	% of Growth
RU	41 132	83,14 %	-977	-2,38 %
UA	1 888	3,82 %	62	3,28 %
AM	532	1,08 %	-13	-2,44 %
AZ	403	0,81 %	-9	-2,23 %
IN	358	0,72 %	-17	-4,75 %
BY	319	0,64 %	1	0,31 %
US	297	0,60 %	0	0 %
KZ	278	0,56 %	-5	-1,80 %
MD	264	0,53 %	1	0,38 %
Other	4 002	8,09 %	101	2,52 %



# HONDA RUSSIA

## КЕЙС «ГОВОРЯЩИЙ СМАРТ-КРОССОВЕР»

Задача:

Обратить внимание аудитории на все возможности Ford Kuga и заинтересовать в новом продукте.

Решение:

Создание промосайта, на котором каждый желающий мог не просто посмотреть на автомобиль, а даже поговорить с ним. Ford Kuga мог ответить на все интересующие вопросы, записать пользователя на тест-драйв, рассказать о цене и продемонстрировать свои ключевые особенности. Пользователи с удовольствием общались с консультантом и на общие темы — разработчики сделали его общительным и остроумным. В процессе проведения рекламной кампании автомобиль Ford Kuga обучался и становился умнее, запоминал новые фразы. Данная технология была создана при помощи компании «Наносемантика».

Кампания проходила в 2 волны — весной и осенью 2013 года.

Итоги:

2 966 420 посещений сайта, более 19 тысяч пользователей оставили адреса электронной почты в период первых двух недель, когда цена на автомобиль ещё не была объявлена, более 600 000 сообщений было отправлено в рамках диалогов с Ford Kuga, отличные результаты по предзаказам.

