

INGENIUMTM

LEVEL TRAVEL – ОНЛАЙН СЕРВИС ДЛЯ ПОИСКА ТУРОВ

МОСКВА

ЦЕЛЬ

**ПРИВЛЕЧЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ТРАФИКА
И ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ
С ПОМОЩЬЮ ИНСТРУМЕНТОВ SMM**

СОДЕРЖАНИЕ

1. АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ ГРУПП В СОЦ.СЕТЯХ
2. ПРИВЛЕЧЕНИЕ НОВЫХ ПОДПИСЧИКОВ И КЛИЕНТОВ
3. СТРАТЕГИЯ ПО ВЕДЕНИЮ ГРУПП
4. ВКОНТАКТЕ, ФАСЕВООК, ОДНОКЛАССНИКИ – ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА
5. ПАБЛИКИ. РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ
6. ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ. РЕМАРКЕТИНГ
7. УСТРАНЕНИЕ НЕГАТИВНЫХ ОТЗЫВОВ НА СТОРОННИХ РЕСУРСАХ

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ НОВЫХ ПОДПИСЧИКОВ И КЛИЕНТОВ

**РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ
НОВЫХ ПОДПИСЧИКОВ И КЛИЕНТОВ**

1. ПРОВЕДЕНИЕ РОЗЫГРЫШЕЙ ВНУТРИ СООБЩЕСТВА

НАПРИМЕР:

С ПРИЗОМ В ВИДЕ СКИДКИ НА СУММУ 1000 РУБЛЕЙ.

НА ПЕРВОМ ЭТАПЕ РЕКЛАМИРУЕМ РОЗЫГРЫШИ В СТОРОННИХ ПАБЛИКАХ.

ДЛЯ НАБОРА МАССЫ ПОНАБИТЬСЯ 5-7 РОЗЫГРЫШЕЙ, ДАЛЬШЕ АКТИВНОСТЬ
В ГРУППЕ БУДЕТ ПОДДЕРЖИВАТЬСЯ ОРГАНИЧЕСКИ.

2. СОЗДАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО КОНТЕНТА

НАПРИМЕР:

КУЛЬТУРА И ОСОБЕННОСТИ РАЗНЫХ СТРАН, ИНТЕРЕСНЫЕ МЕСТА И ДОСТОПРИ-
МЕЧАТЕЛЬНОСТИ, ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ К ПРОСМОТРУ, НЕТИПИЧНЫЕ МЕСТА
(НЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ), ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ ДЛЯ ОТДЫХАЮЩИХ И Т.Д.

**РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ
НОВЫХ ПОДПИСЧИКОВ И КЛИЕНТОВ**

3. СОЗДАНИЕ ПРОДАЮЩЕГО КОНТЕНТА.

НЕОБХОДИМО ОЗВУЧИВАТЬ ГОРЯЧИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, СВЕЖИЕ ТУРЫ,
ПОДРОБНО ОПИСЫВАТЬ ВСЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПОЛЬЗОВАНИЯ СЕРВИСОМ
НАПРИМЕР:

ТОЛЬКО НАДЕЖНЫЕ ТУРОПЕРАТОРЫ, ПОДБОР ТУРА
И ОПЛАТА ПРЯМО ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ, SMS-ОПОВЕЩЕНИЯ И ПР.

**4. ОТВЕТЫ НА КОММЕНТАРИИ ПОДПИСЧИКОВ В ТЕЧЕНИЕ ЧАСА
(МАКСИМУМ СУТКИ)**

ЭТО ПОВЫШАЕТ ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТОВ. А НА НЕГАТИВНЫЕ СООБЩЕНИЯ
НЕОБХОДИМО ОТВЕЧАТЬ ДИПЛОМАТИЧНО И НАХОДИТЬ КОМПРОМИСС.

АНАЛИЗ ГРУППЫ В КОНТАКТЕ

АНАЛИЗ ГРУППЫ В ВКОНТАКТЕ

1. НАЗВАНИЕ СТРАНИЦЫ «LEVEL TRAVEL — ТУРЫ ОНЛАЙН» ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ LEVEL TRAVEL И КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ УСЛУГ ТУРЫ ОНЛАЙН
2. URL-АДРЕС ГРУППЫ СОДЕРЖИТ НАЗВАНИЕ БРЕНДА
3. В ПОСТАХ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ БРЕНДИРОВАННЫЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ С ЛОГОТИПОМ И УЗНАВАЕМЫМИ ФИРМЕННЫМИ ЦВЕТАМИ
4. 30% УЧАСТНИКОВ ГРУППЫ — ЖИТЕЛИ МОСКВЫ
5. В ГРУППЕ ЕСТЬ ССЫЛКА НА НЕРАБОТАЮЩЕЕ ПРИЛОЖЕНИЕ [HTTPS://VK.COM/APP3452208_29855322](https://vk.com/app3452208_29855322)
6. В РАЗДЕЛЕ ССЫЛКИ ССЫЛКА НА САЙТ [HTTPS://LEVEL.TRAVEL/](https://level.travel/) СОДЕРЖИТ UTM-МЕТКИ, СЛЕДОВАТЕЛЬНО, МОЖНО ОТСЛЕДИТЬ, ЧТО ПОСЕТИТЕЛЬ ПРИШЕЛ ИЗ ГРУППЫ ВК
7. В РАЗДЕЛЕ ССЫЛКИ ОТСУТСТВУЕТ ССЫЛКА НА ПРОФИЛЬ В ИНСТАГРАМ
8. В РАЗДЕЛЕ КОНТАКТЫ НЕ УКАЗАНО, ПО КАКИМ ВОПРОСАМ К КОМУ ОБРАЩАТЬСЯ

РЕКОМЕНДАЦИИ К ГРУППЕ В КОНТАКТЕ

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К ГРУППЕ В КОНТАКТЕ**

1. ПРЕДЛАГАЕМ РАЗРАБОТАТЬ МЕНЮ ГРУППЫ. МЕНЮ МОЖЕТ ВКЛЮЧАТЬ ТАКИЕ РАЗДЕЛЫ, КАК: О КОМПАНИИ, ТУРЫ ПО ПОПУЛЯРНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ НАПРИМЕР:

«ТУРЫ В ЕГИПЕТ», «ТУРЫ В ТУРЦИЮ» И Т.Д., ВСЕ ТУРЫ, КОНТАКТЫ. РЕКОМЕНДУЕМ ТАКЖЕ РАЗМЕЩАТЬ В «ШАПКЕ» ГРУППЫ ИНФОРМАЦИЮ ОБ АКЦИЯХ В ПРЕДПРАЗДНИЧНЫЕ / ПРАЗДНИЧНЫЕ ДНИ.

2. В РАЗДЕЛ ОБСУЖДЕНИЙ НЕОБХОДИМО ДОБАВИТЬ РАЗНЫЕ ТЕМЫ. НАПРИМЕР:

«ОТЗЫВЫ», «ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ», «АКЦИИ И СКИДКИ», «ЛУЧШЕЕ МЕСТО ДЛЯ ОТДЫХА», «КАК РАЗВЛЕЧЬСЯ В ОТПУСКЕ» И Т.Д.

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К ГРУППЕ ВКОНТАКТЕ**

**3. НА ДАННЫЙ МОМЕНТ В СООБЩЕСТВЕ ПУБЛИКУЕТСЯ ИНФОРМАЦИЯ
О КОНКРЕТНЫХ ТУРАХ И ЮМОРИСТИЧЕСКИЕ КАРТИНКИ ПРО ОТДЫХ.**

РЕКОМЕНДУЕМ, ПОМИМО ЭТИХ ПОСТОВ, РАЗМЕЩАТЬ ТАКЖЕ ИНФОРМАТИВНЫЕ ПОСТЫ С СОВЕТАМИ ПУТЕШЕСТВЕННИКАМ, ИНФОРМАЦИЕЙ О КУЛЬТУРЕ РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ И ОСОБЕННОСТЯХ ОТДЫХА В НИХ И Т.Д.

РЕКОМЕНДУЕМ ТАКЖЕ ОБРАТИТЬ ОСОБОЕ ВНИМАНИЕ НА КАЧЕСТВО ИЗОБРАЖЕНИЙ В ПОСТАХ ПРО ТУРЫ И ОТЕЛИ: В НЕКОТОРЫХ ИЗ НИХ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ НЕПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ФОТОГРАФИИ НИЗКОГО КАЧЕСТВА (НАПРИМЕР, ЗДЕСЬ [HTTPS://VK.COM/LEVEL.TRAVEL?Z=PHOTO-29855322_367804453%2FALBUM-29855322_00%2FREВ](https://vk.com/level.travel?z=photo-29855322_367804453%2Falbum-29855322_00%2Frev) И ЗДЕСЬ [HTTPS://VK.COM/LEVEL.TRAVEL?Z=PHOTO-29855322_368516370%2FALBUM-29855322_00%2FREВ](https://vk.com/level.travel?z=photo-29855322_368516370%2Falbum-29855322_00%2Frev)).

РЕКОМЕНДУЕМ ТАКЖЕ РАЗМЕЩАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О КОНКУРСАХ, ПРОВОДИМЫХ ВНУТРИ СООБЩЕСТВА(К ПРИМЕРУ, С ПРИЗОМ В ВИДЕ СКИДКИ НА СУММУ 1000 РУБЛЕЙ). РЕЗУЛЬТАТЫ КОНКУРСОВ ОБЯЗАТЕЛЬНО ДОЛЖНЫ БЫТЬ ОГЛАШЕНЫ НА СТЕНЕ СООБЩЕСТВА.

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К ГРУППЕ ВКОНТАКТЕ**

4. ЧАСТОТА РАЗМЕЩЕНИЯ ПОСТОВ – ДО 3-Х РАЗ В СУТКИ
(УТРОМ, ДНЕМ И ВЕЧЕРОМ).

ЖЕЛАТЕЛЬНО РАЗМЕЩАТЬ НЕ БОЛЬШЕ 3-Х ПОСТОВ В СУТКИ, ПОСКОЛЬКУ ЧАСТАЯ ПУБЛИКАЦИЯ МОЖЕТ ВЫЗВАТЬ НЕГАТИВ СО СТОРОНЫ ПОДПИСЧИКОВ. ПОСТИНГ В ОПРЕДЕЛЕННОЕ ВРЕМЯ СУТОК ПОМОЖЕТ УЗНАТЬ, В КАКОЕ ВРЕМЯ АУДИТОРИЯ НАИБОЛЕЕ АКТИВНА (ОЦЕНКА АКТИВНОСТИ БУДЕТ ПРОИЗВОДИТЬСЯ ПО КОЛИЧЕСТВУ ЛАЙКОВ, РЕПОСТОВ, КОММЕНТАРИЕВ).

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К ГРУППЕ ВКОНТАКТЕ**

5. РАЗДЕЛ «ССЫЛКИ» ДОЛЖЕН СОДЕРЖАТЬ

ССЫЛКИ НА ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ КОМПАНИИ ВКОНТАКТЕ И НА ДРУГИЕ ГРУППЫ/СТРАНИЦЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ. РЕКОМЕНДУЕМ ДОБАВИТЬ В РАЗДЕЛ ССЫЛКУ НА ПРОФИЛЬ LEVEL TRAVEL В ИНСТАГРАМЕ.

6. ПРЕДЛАГАЕМ СОЗДАТЬ В ГРУППЕ ФОТОАЛЬБОМЫ.

ПО СТАТИСТИКЕ, БОЛЬШИНСТВО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В НЕЗНАКОМОЙ ГРУППЕ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ПРОСМАТРИВАЮТ И ОЦЕНИВАЮТ ИМЕННО ФОТОАЛЬБОМЫ. В АЛЬБОМАХ МОЖНО РАЗМЕЩАТЬ ФОТОГРАФИИ С АКЦИЯМИ И СКИДКАМИ, А ТАКЖЕ ФОТОГРАФИИ ОТ УЧАСТНИКОВ И ПОБЕДИТЕЛЕЙ КОНКУРСОВ (НАПРИМЕР, АЛЬБОМ «МОЙ ОТДЫХ С LEVEL TRAVEL», В КОТОРОМ УЧАСТНИКИ БУДУТ ВЫКЛАДЫВАТЬ ФОТО ИЗ СВОИХ ПУТЕШЕСТВИЙ).

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К ГРУППЕ ВКОНТАКТЕ**

7. АДМИНИСТРАЦИЯ ГРУППЫ ДОЛЖНА ВЫПОЛНЯТЬ СЛЕДУЮЩИЕ ФУНКЦИИ:

- СТИМУЛИРОВАНИЕ АКТИВНОСТИ В ГРУППЕ

ВАЖНЫМ ПОКАЗАТЕЛЕМ АКТИВНОСТИ В ГРУППЕ МОГУТ СЛУЖИТЬ КОНКУРСЫ. АДМИНИСТРАТОР ДОЛЖЕН СТИМУЛИРОВАТЬ ПОДПИСЧИКОВ НА УЧАСТИЕ И ПООЩРЯТЬ ИХ АКТИВНОСТЬ. КРОМЕ ТОГО, ОН МОЖЕТ СОЗДАВАТЬ ИНТЕРЕСНЫЕ ДЛЯ ПОДПИСЧИКОВ ТЕМЫ, А ТАКЖЕ УЧАСТВОВАТЬ В ИХ ОБСУЖДЕНИИ.

- БЫСТРОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОДПИСЧИКАМИ

В ГРУППЕ ЕСТЬ ПОСТЫ С КОММЕНТАРИЯМИ, НА КОТОРЫЕ АДМИНИСТРАЦИЯ НИКАК НЕ ОТВЕТИЛА (К ПРИМЕРУ, [HTTPS://VK.COM/LEVEL.TRAVEL?W=WALL-29855322_3710](https://vk.com/level.travel?w=wall-29855322_3710) И [HTTPS://VK.COM/LEVEL.TRAVEL?W=WALL-29855322_3708](https://vk.com/level.travel?w=wall-29855322_3708)). РЕКОМЕНДУЕТСЯ ОТВЕЧАТЬ НА ВСЕ КОММЕНТАРИИ ОТ ПОДПИСЧИКОВ. КОММЕНТАРИИ МОГУТ ОСТАВАТЬСЯ БЕЗ ОТВЕТА МАКСИМУМ СУТКИ.

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К ГРУППЕ ВКОНТАКТЕ**

**АДМИНИСТРАТОРУ НЕОБХОДИМО ОБЩАТЬСЯ С ПОДПИСЧИКАМИ ГРУППЫ
В ФОРМАТЕ «ВОПРОС–ОТВЕТ».**

ОПТИМАЛЬНОЕ ВРЕМЯ ОТВЕТА НА ВОПРОС ДОЛЖНО СОСТАВЛЯТЬ ОТ 3-Х
ДО 24-Х ЧАСОВ;

- ВЛАДЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ О КОМПАНИИ И ЕЕ ПРОДУКЦИИ;

- НЕЙТРАЛИЗАЦИЯ НЕГАТИВНЫХ ОТЗЫВОВ И КОММЕНТАРИЕВ.

АДМИНИСТРАТОР ДОЛЖЕН ПОНИМАТЬ СУТЬ НЕДОВОЛЬСТВ СО СТОРОНЫ ПОД-
ПИСЧИКОВ, УМЕТЬ БЫСТРО И ВЕЖЛИВО СГЛАЖИВАТЬ «ОСТРЫЕ УГЛЫ», ПРЕДЛА-
ГАТЬ РАЗЛИЧНЫЕ ВАРИАНТЫ РАЗРЕШЕНИЯ КОНФЛИКТА, УМЕТЬ ПРИВОДИТЬ ХО-
РОШИЕ ДОВОДЫ В ПОЛЬЗУ КОМПАНИИ;

ОЗНАКОМЬТЕСЬ СО ВСЕМИ ТРЕБОВАНИЯМИ
К АДМИНИСТРАТОРУ СООБЩЕСТВ

СКАЧАТЬ

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К ГРУППЕ ВКОНТАКТЕ**

8. ПРОВЕДЕНИЕ ИНТЕРЕСНЫХ КОНКУРСОВ В ГРУППЕ

СТИМУЛИРУЕТ АКТИВНОСТЬ СРЕДИ ПОДПИСЧИКОВ, А ТАКЖЕ ПОЗВОЛЯЕТ НЕНАВЯЗЧИВО БРЕНДИРОВАТЬ АГЕНТСТВО LEVEL TRAVEL И РЕКЛАМИРОВАТЬ ЕГО УСЛУГИ.

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ПОДПИСЧИКОВ В УЧАСТИЕ МОЖЕТ ГАРАНТИРОВАТЬ, ЧТО ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ БУДЕТ РАСПРОСТРАНЯТЬСЯ ПО ТИПУ «САРАФАННОГО» РАДИО ОТ ПОДПИСЧИКОВ К ИХ ДРУЗЬЯМ, РОДСТВЕННИКАМ И ЗНАКОМЫМ.

УСЛОВИЯ КОНКУРСА ДОЛЖНЫ БЫТЬ МАКСИМАЛЬНО ПРОСТЫ ДЛЯ ЕГО УЧАСТНИКОВ И НЕ ДОЛЖНЫ ТРЕБОВАТЬ ОТ НИХ СЛОЖНЫХ ДЕЙСТВИЙ.

НАПРИМЕР:

НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ ОРГАНИЗОВЫВАТЬ КОНКУРС, ПРИЗОМ В КОТОРОМ БУДУТ БОНУСНЫЕ БАЛЛЫ НА КАРТОЧКУ МНОГО.РУ — ЭТО РЕЗКО СУЖАЕТ АУДИТОРИЮ КОНКУРСА ДО ТЕХ, У КОГО ЕСТЬ ЭТА КАРТОЧКА.

АНАЛИЗ СТРАНИЦ В ИНСТАГРАМ

АНАЛИЗ СТРАНИЦ В ИНСТАГРАМ

1. В ПОСТАХ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ СЛИШКОМ ПОПУЛЯРНЫЕ ХЕШТЕГИ (НАПРИМЕР, #МОСКВА, #НИЖНИЙНОВГОРОД И ПР.). ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОДОБНЫХ ХЕШТЕГОВ ПРИВОДИТ К ТОМУ, ЧТО ФОТОГРАФИИ НЕНАДОЛГО ЗАДЕРЖИВАЮТСЯ В ВЫДАЧЕ ПОИСКА ПО ХЕШТЕГАМ И, КАК ПРАВИЛО, ОСТАЮТСЯ НЕЗАМЕЧЕННЫМИ.
2. ПОЛЕ ИМЕНИ АККАУНТА НЕ ЗАПОЛНЕНО. РЕКОМЕНДУЕМ ЗАПОЛНИТЬ ПОЛЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПОПУЛЯРНОГО ПОИСКОВОГО ЗАПРОСА: ЭТО ПРИВЕДЕТ К ТОМУ, ЧТО АККАУНТ БУДЕТ ВИДЕН В ВЫДАЧЕ ПО ЭТОМУ ЗАПРОСУ («КУПИТЬ ТУР ОНЛАЙН», «ТУР ОНЛАЙН»)
3. РАЗМЕР ИЗОБРАЖЕНИЯ НА АВАТАРКЕ НЕ СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ К ФОРМАТУ АВАТАРА В ИНСТАГРАМ.
4. ССЫЛКИ НА САЙТ НЕ СОДЕРЖАТ UTM МЕТОК, СООТВЕТСТВЕННО, НЕВОЗМОЖНО ОТСЛЕДИТЬ, ЧТО ПОСЕТИТЕЛЬ ПРИШЕЛ НА САЙТ С ПРОФИЛЯ В ИНСТАГРАМЕ.

АНАЛИЗ СТРАНИЦ В ИНСТАГРАМ

5. НА СТРАНИЦЕ ОТСУТСТВУЮТ ЦЕЛЕВЫЕ КОММЕНТАРИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
6. ПОСТЫ ВЫХОДЯТ НЕРЕГУЛЯРНО (12 ПОСТОВ ЗА АПРЕЛЬ, 4 ПОСТА ЗА МАЙ).
7. В ПОСТАХ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ИЗОБРАЖЕНИЯ НИЗКОГО КАЧЕСТВА.
8. ВО МНОГИХ ПОСТАХ ХЕШТЕГИ ИДУТ ПЕРЕД ТЕКСТОМ, А НЕ НАОБОРОТ.

РЕКОМЕНДАЦИИ К СТРАНИЦЕ В ИНСТАГРАМ

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К СТРАНИЦЕ В ИНСТАГРАМ**

1. ПОЛЕ «ИМЯ» НЕОБХОДИМО ЗАПОЛНИТЬ ТАКИМ ОБРАЗОМ, ЧТОБЫ В ПОИСКЕ ИНСТАГРАМА ДАННАЯ СТРАНИЦА НАХОДИЛАСЬ В ВЫДАЧЕ ПОДОБНЫХ РЕЛЕВАНТНЫХ СТРАНИЦ.

НАПРИМЕР:

«КУПИТЬ ТУРЫ ОНЛАЙН» ИЛИ «ТУРЫ ОНЛАЙН».

2. АВАТАР СТРАНИЦЫ ДОЛЖЕН СОДЕРЖАТЬ ЛОГОТИП ИЛИ ФИРМЕННУЮ СИМВОЛИКУ.

РЕКОМЕНДУЕМ ПОДОБРАТЬ КАРТИНКУ, СООТВЕТСТВУЮЩУЮ ТРЕБОВАНИЯМ К АВАТАРКЕ В ИНСТАГРАМ.

3. В ОПИСАНИЕ СТРАНИЦЫ РЕКОМЕНДУЕМ ДОБАВИТЬ ТЕКСТ С ПРИЗЫВОМ К ДЕЙСТВИЮ. НАПРИМЕР:

«ПОДБЕРИТЕ ТУР НА САЙТЕ», «ЗАБРОНИРУЙТЕ ТУР НА САЙТЕ».

РЕКОМЕНДУЕМ ТАКЖЕ ДОБАВИТЬ UTM МЕТКУ В ССЫЛКУ, ВЕДУЩУЮ НА САЙТ (ТАКИМ ОБРАЗОМ, МОЖНО БУДЕТ ОТСЛЕДИТЬ ПЕРЕХОД НА САЙТ С ПРОФИЛЯ В ИНСТАГРАМ).

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К СТРАНИЦЕ В ИНСТАГРАМ**

4. НА ДАННЫЙ МОМЕНТ В ПРОФИЛЕ ПУБЛИКУЕТСЯ ИНФОРМАЦИЯ О ТУРАХ И ЮМОРИСТИЧЕСКИЕ КАРТИНКИ.

РЕКОМЕНДУЕМ ТАКЖЕ РАЗМЕЩАТЬ КРАТКИЕ ПОЛЕЗНЫЕ ЗАМЕТКИ ДЛЯ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ: СОВЕТЫ, ФАКТЫ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ И ПР.

ПУБЛИКУЕМЫЕ ФОТОГРАФИИ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ХОРОШЕГО КАЧЕСТВА (ОСОБЕННО ЭТО КАСАЕТСЯ ФОТОГРАФИЙ ОТЕЛЕЙ И ПР.,) ПОСКОЛЬКУ ЭТО НАПРЯМУЮ ВЛИЯЕТ НА ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ АУДИТОРИИ В ПРЕДЛОЖЕНИИ.

ПО АНАЛОГИИ С ДРУГИМИ СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ В ИНСТАГРАМЕ ВАЖНО ПРОВОДИТЬ РАЗЛИЧНЫЕ КОНКУРСЫ, РЕЗУЛЬТАТЫ КОТОРЫХ ОБЯЗАТЕЛЬНО ДОЛЖНЫ БЫТЬ ОСВЕЩЕНЫ НА СТРАНИЦЕ.

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К СТРАНИЦЕ В ИНСТАГРАМ**

5. РЕКОМЕНДУЕМ ВСЕГДА РАЗМЕЩАТЬ ХЕШТЕГИ ПОСЛЕ ТЕКСТА В ПОСТЕ.

ЕСЛИ ЧИТАТЕЛЬ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ВИДИТ ОДНИ ХЕШТЕГИ, ОН НЕ ПОЙМЕТ СУТИ ПОСТА И, ВЕРОЯТНЕЕ ВСЕГО, ДАЖЕ НЕ ДОЛИСТАЕТ ДО САМОГО ОПИСАНИЯ.

ПОСТЫ ДОЛЖНЫ СОДЕРЖАТЬ ОФИЦИАЛЬНЫЙ ХЕШТЕГ КОМПАНИИ (НАПРИМЕР, #LEVELTRAVEL), ПОСКОЛЬКУ ЭТО ВЛИЯЕТ НА УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА В ДАЛЬНЕЙШЕМ И ВОЗМОЖНОСТЬ БЫСТРОГО ПОИСКА В ИНСТАГРАМЕ.

ТАКЖЕ НЕОБХОДИМО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ХЕШТЕГИ, ОТВЕЧАЮЩИЕ ЗАПРОСАМ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ.

НАПРИМЕР:

#ТУРЫОНЛАЙН, #КУПИТЬТУР #ОНЛАЙНТУР,
#ТУРИЗМОСКВЫ, #МОСКВАХУРГАДА И Т.Д.).

НО ПОПУЛЯРНЫЕ ХЕШТЕГИ ТИПА #ТУРЫ, #ПУТЕШЕСТВИЯ, #ОТДЫХ И Т.Д. ИСПОЛЬЗОВАТЬ НЕ СЛЕДУЕТ, ПОСКОЛЬКУ УНИКАЛЬНОСТЬ ЭТОГО ХЕШТЕГА СЛИШКОМ МАЛА И НАШИ ПОСТЫ БУДУТ ОЧЕНЬ БЫСТРО ПОКИДАТЬ ПЕРВЫЕ СТРОКИ ЛЕНТЫ.

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К СТРАНИЦЕ В ИНСТАГРАМ**

**6. ЧАСТОТА РАЗМЕЩЕНИЯ ПОСТОВ – ДО 3-Х РАЗ В СУТКИ
(УТРОМ, ДНЕМ И ВЕЧЕРОМ).**

ЖЕЛАТЕЛЬНО РАЗМЕЩАТЬ НЕ БОЛЬШЕ 3-Х ПОСТОВ В СУТКИ, ПОСКОЛЬКУ ЧАСТАЯ ПУБЛИКАЦИЯ МОЖЕТ ВЫЗВАТЬ НЕГАТИВ СО СТОРОНЫ ПОДПИСЧИКОВ. ПОСТИНГ В ОПРЕДЕЛЕННОЕ ВРЕМЯ СУТОК ПОМОЖЕТ УЗНАТЬ, В КАКОЕ ВРЕМЯ АУДИТОРИЯ НАИБОЛЕЕ АКТИВНА (ОЦЕНКА АКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДИТСЯ ПО КОЛИЧЕСТВУ ЛАЙКОВ, РЕПОСТОВ, КОММЕНТАРИЕВ).

7. АДМИНИСТРАЦИЯ ГРУППЫ ДОЛЖНА ВЫПОЛНЯТЬ СЛЕДУЮЩИЕ ФУНКЦИИ:

- БЫСТРОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОДПИСЧИКАМИ.
ОТВЕТЫ ПОДПИСЧИКАМ НА КОММЕНТАРИИ К ФОТОГРАФИЯМ. ОПТИМАЛЬНОЕ ВРЕМЯ ОТВЕТА НА ВОПРОС ДОЛЖНО СОСТАВЛЯТЬ ОТ 3-Х ДО 24-Х ЧАСОВ;
- ВЛАДЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ О КОМПАНИИ И ЕЕ ПРОДУКЦИИ;
- НЕЙТРАЛИЗАЦИЯ НЕГАТИВНЫХ ОТЗЫВОВ И КОММЕНТАРИЕВ.
АДМИНИСТРАТОР ДОЛЖЕН ПОНИМАТЬ СУТЬ НЕДОВОЛЬСТВ СО СТОРОНЫ ПОДПИСЧИКОВ, УМЕТЬ БЫСТРО И ВЕЖЛИВО СГЛАЖИВАТЬ «ОСТРЫЕ УГЛЫ», ПРЕДЛАГАТЬ РАЗЛИЧНЫЕ ВАРИАНТЫ РАЗРЕШЕНИЯ КОНФЛИКТА, УМЕТЬ ПРИВОДИТЬ ХОРОШИЕ ДОВОДЫ В ПОЛЬЗУ КОМПАНИИ;
- СТИМУЛИРОВАНИЕ АКТИВНОСТИ НА СТРАНИЦЕ.
ВАЖНЫМ ПОКАЗАТЕЛЕМ АКТИВНОСТИ МОГУТ СЛУЖИТЬ КОНКУРСЫ. АДМИНИСТРАТОР ДОЛЖЕН СТИМУЛИРОВАТЬ ПОДПИСЧИКОВ НА УЧАСТИЕ И ПООЩРЯТЬ ИХ АКТИВНОСТЬ.

ОЗНАКОМЬТЕСЬ СО ВСЕМИ ТРЕБОВАНИЯМИ К АДМИНИСТРАТОРУ СООБЩЕСТВ

СКАЧАТЬ

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К СТРАНИЦЕ В ИНСТАГРАМ**

8. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОДПИСЧИКОВ НА СТРАНИЦУ

БУДЕТ ОСУЩЕСТВЛЯТЬСЯ С ПОМОЩЬЮ ПРОВОДИМЫХ КОНКУРСОВ (СМ. ПУНКТ 9), РЕКОМЕНДАЦИЙ ЛИДЕРОВ МНЕНИЯ (РЕПОСТЫ И ПОСТЫ С ОТЗЫВАМИ), ПОДПИСОК НА ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ И ЛАЙКОВ НА СТРАНИЦАХ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ.

РЕКОМЕНДУЕМ СОСТАВИТЬ СПИСОК ЛИДЕРОВ МНЕНИЯ, СО СТРАНИЦ КОТОРЫХ МОЖНО НЕНАВЯЗЧИВО РЕКЛАМИРОВАТЬ УСЛУГИ КОМПАНИИ. ДЕЙСТВИЯ КАСАТЕЛЬНО ПОДПИСОК, ЛАЙКОВ, КОММЕНТАРИЕВ И РЕПОСТОВ В ИНСТАГРАМЕ ОГРАНИЧЕНЫ, Т.Е. НЕ БОЛЕЕ 1 000 ОДИНАКОВЫХ ДЕЙСТВИЙ В СУТКИ.

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К СТРАНИЦЕ В ИНСТАГРАМ**

9. ПРОВЕДЕНИЕ ИНТЕРЕСНЫХ КОНКУРСОВ НА СТРАНИЦЕ В ИНСТАГРАМЕ

СТИМУЛИРУЕТ АКТИВНОСТЬ СРЕДИ ПОДПИСЧИКОВ, А ТАКЖЕ ПОЗВОЛЯЕТ НЕНАВЯЗЧИВО БРЕНДИРОВАТЬ КОМПАНИЮ LEVEL TRAVEL И РЕКЛАМИРОВАТЬ ЕЕ УСЛУГИ. ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ПОДПИСЧИКОВ В УЧАСТИЕ МОЖЕТ ГАРАНТИРОВАТЬ, ЧТО ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ БУДЕТ РАСПРОСТРАНЯТЬСЯ ПО ТИПУ «САРАФАННОГО» РАДИО ОТ ПОДПИСЧИКОВ К ИХ ДРУЗЬЯМ, РОДСТВЕННИКАМ И ЗНАКОМЫМ.

РЕКОМЕНДУЕМ ВСЕХ КЛИЕНТОВ ПРИ ПОДТВЕРЖДЕНИИ БРОНИРОВАНИЯ ТУРА ИНФОРМИРОВАТЬ О ВОЗМОЖНОСТИ УЧАСТВОВАТЬ В КОНКУРСЕ В ИНСТАГРАМ С ПРИЗОМ В ВИДЕ СКИДКИ В РАЗМЕРЕ 1000 РУБЛЕЙ НА СЛЕДУЮЩИЙ ТУР.

ЧТОБЫ УЧАСТВОВАТЬ В РОЗЫГРЫШЕ, КЛИЕНТ ДОЛЖЕН ВЫЛОЖИТЬ ФОТО В ИНСТАГРАМ, ПОСТАВИВ ХЕШТЕГ #LEVELTRAVEL И ОТМЕТИВ ПРОФИЛЬ LEVEL. TRAVEL НА ФОТО. КАЖДЫЙ МЕСЯЦ МОЖНО ВЫБИРАТЬ ЛУЧШЕЕ ФОТО И НАГРАЖДАТЬ ПОБЕДИТЕЛЯ СКИДКОЙ.

АНАЛИЗ СТРАНИЦЫ НА FACEBOOK

АНАЛИЗ СТРАНИЦЫ НА FACEBOOK

1. ССЫЛКА НА САЙТ НЕ СОДЕРЖИТ UTM-МЕТКИ, СЛЕДОВАТЕЛЬНО, НЕВОЗМОЖНО ОТСЛЕДИТЬ, С КАКОЙ КОНКРЕТНО СТРАНИЦЫ ПРОИЗВЕДЕН ПЕРЕХОД.
2. НА СТРАНИЦЕ ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ОСТАВИТЬ ОТЗЫВ, БОЛЬШИНСТВО ОТЗЫВОВ С ОЦЕНКОЙ «5»
3. МАЛЕНЬКОЕ КОЛИЧЕСТВО ОТЗЫВОВ— ВСЕГО 9.
4. В ПОСТАХ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ БРЕНДИРОВАННЫЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ С ЛОГОТИПОМ ИУЗНАВАЕМЫМИ ФИРМЕННЫМИ ЦВЕТАМИ
5. ПРИЛОЖЕНИЕ, ИНТЕГРИРОВАННОЕ В СТРАНИЦУ, ФУНКЦИОНИРУЕТ КОРРЕКТНО

РЕКОМЕНДАЦИИ К СТРАНИЦЕ НА FACEBOOK

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К СТРАНИЦЕ НА FACEBOOK**

1. НА ДАННЫЙ МОМЕНТ В СООБЩЕСТВЕ ПУБЛИКУЕТСЯ ИНФОРМАЦИЯ О КОНКРЕТНЫХ ТУРАХ И ЮМОРИСТИЧЕСКИЕ КАРТИНКИ ПРО ОТДЫХ.

РЕКОМЕНДУЕМ, ПОМИМО ЭТИХ ПОСТОВ, РАЗМЕЩАТЬ ТАКЖЕ ИНФОРМАТИВНЫЕ ПОСТЫ С СОВЕТАМИ ПУТЕШЕСТВЕННИКАМ, ИНФОРМАЦИЕЙ О КУЛЬТУРЕ РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ И ОСОБЕННОСТЯХ ОТДЫХА В НИХ И Т.Д.

2. РЕКОМЕНДУЕМ ДОБАВИТЬ КНОПКУ С ПРИЗЫВОМ К ДЕЙСТВИЮ

«ЗАБРОНИРОВАТЬ СЕЙЧАС», А ТАКЖЕ ВМЕСТО СУЩЕСТВУЮЩЕЙ ВКЛАДКИ «ФОТО» РАЗМЕСТИТЬ ВКЛАДКУ «ПОДОБРАТЬ ТУР».

3. ЧАСТОТА РАЗМЕЩЕНИЯ ПОСТОВ – ДО 3-Х РАЗ В СУТКИ (УТРОМ, ДНЕМ И ВЕЧЕРОМ).

ЖЕЛАТЕЛЬНО РАЗМЕЩАТЬ НЕ БОЛЬШЕ 3-Х ПОСТОВ В СУТКИ, ПОСКОЛЬКУ ЧАСТАЯ ПУБЛИКАЦИЯ МОЖЕТ ВЫЗВАТЬ НЕГАТИВ СО СТОРОНЫ ПОДПИСЧИКОВ. ПОСТИНГ В ОПРЕДЕЛЕННОЕ ВРЕМЯ СУТОК ПОМОЖЕТ УЗНАТЬ, В КАКОЕ ВРЕМЯ АУДИТОРИЯ НАИБОЛЕЕ АКТИВНА (ОЦЕНКА АКТИВНОСТИ ПРОИСХОДИТ ПО КОЛИЧЕСТВУ ЛАЙКОВ, РЕПОСТОВ, КОММЕНТАРИЕВ).

4. АДМИНИСТРАЦИЯ ГРУППЫ ДОЛЖНА ВЫПОЛНЯТЬ СЛЕДУЮЩИЕ ФУНКЦИИ:

- СТИМУЛИРОВАНИЕ АКТИВНОСТИ В ГРУППЕ

ВАЖНЫМ ПОКАЗАТЕЛЕМ АКТИВНОСТИ В ГРУППЕ МОГУТ СЛУЖИТЬ КОНКУРСЫ. АДМИНИСТРАТОР ДОЛЖЕН СТИМУЛИРОВАТЬ ПОДПИСЧИКОВ НА УЧАСТИЕ И ПО-ОЩРЯТЬ ИХ АКТИВНОСТЬ. КРОМЕ ТОГО, ОН МОЖЕТ СОЗДАВАТЬ ИНТЕРЕСНЫЕ ДЛЯ ПОДПИСЧИКОВ ТЕМЫ, А ТАКЖЕ УЧАСТВОВАТЬ В ИХ ОБСУЖДЕНИИ.

- БЫСТРОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОДПИСЧИКАМИ

РЕКОМЕНДУЕТСЯ ОТВЕЧАТЬ НА ВСЕ КОММЕНТАРИИ ОТ ПОДПИСЧИКОВ. КОММЕНТАРИИ МОГУТ ОСТАВАТЬСЯ БЕЗ ОТВЕТА МАКСИМУМ СУТКИ. АДМИНИСТРАТОРУ НЕОБХОДИМО ОБЩАТЬСЯ С ПОДПИСЧИКАМИ ГРУППЫ В ФОРМАТЕ «ВОПРОС – ОТВЕТ». ОПТИМАЛЬНОЕ ВРЕМЯ ОТВЕТА НА ВОПРОС ДОЛЖНО СОСТАВЛЯТЬ ОТ 3-Х ДО 24-Х ЧАСОВ;

- ВЛАДЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ О КОМПАНИИ И ЕЕ ПРОДУКЦИИ;

- НЕЙТРАЛИЗАЦИЯ НЕГАТИВНЫХ ОТЗЫВОВ И КОММЕНТАРИЕВ.

АДМИНИСТРАТОР ДОЛЖЕН ПОНИМАТЬ СУТЬ НЕДОВОЛЬСТВ СО СТОРОНЫ ПОДПИСЧИКОВ, УМЕТЬ БЫСТРО И ВЕЖЛИВО СГЛАЖИВАТЬ «ОСТРЫЕ УГЛЫ», ПРЕДЛАГАТЬ РАЗЛИЧНЫЕ ВАРИАНТЫ РАЗРЕШЕНИЯ КОНФЛИКТА, УМЕТЬ ПРИВОДИТЬ ХОРОШИЕ ДОВОДЫ В ПОЛЬЗУ КОМПАНИИ;

ОЗНАКОМЬТЕСЬ СО ВСЕМИ ТРЕБОВАНИЯМИ К АДМИНИСТРАТОРУ СООБЩЕСТВ

СКАЧАТЬ

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К СТРАНИЦЕ НА FACEBOOK**

5. РЕКОМЕНДУЕМ ДОБАВИТЬ ФОТОАЛЬБОМЫ.

В АЛЬБОМАХ МОЖНО РАЗМЕЩАТЬ ФОТОГРАФИИ С АКЦИЯМИ И СКИДКАМИ, А ТАКЖЕ ФОТОГРАФИИ ОТ УЧАСТНИКОВ И ПОБЕДИТЕЛЕЙ КОНКУРСОВ.

НАПРИМЕР:

АЛЬБОМ «МОЙ ОТДЫХ С LEVEL TRAVEL», В КОТОРОМ УЧАСТНИКИ БУДУТ ВЫКЛАДЫВАТЬ ФОТО ИЗ СВОИХ ПУТЕШЕСТВИЙ.

6. ПРОВЕДЕНИЕ ИНТЕРЕСНЫХ КОНКУРСОВ В ГРУППЕ СТИМУЛИРУЕТ АКТИВНОСТЬ СРЕДИ ПОДПИСЧИКОВ, А ТАКЖЕ ПОЗВОЛЯЕТ НЕНАВЯЗЧИВО БРЕНДИРОВАТЬ АГЕНТСТВО LEVEL TRAVEL И РЕКЛАМИРОВАТЬ ЕГО УСЛУГИ. ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ПОДПИСЧИКОВ В УЧАСТИЕ МОЖЕТ ГАРАНТИРОВАТЬ, ЧТО ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ БУДЕТ РАСПРОСТРАНЯТЬСЯ ПО ТИПУ «САРАФАННОГО» РАДИО ОТ ПОДПИСЧИКОВ К ИХ ДРУЗЬЯМ, РОДСТВЕННИКАМ И ЗНАКОМЫМ. УСЛОВИЯ КОНКУРСА ДОЛЖНЫ БЫТЬ МАКСИМАЛЬНО ПРОСТЫ ДЛЯ ЕГО УЧАСТНИКОВ И НЕ ДОЛЖНЫ ТРЕБОВАТЬ ОТ НИХ ЛИШНИХ ДЕЙСТВИЙ.

НАПРИМЕР:

НЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ ОРГАНИЗОВЫВАТЬ КОНКУРС, ПРИЗОМ В КОТОРОМ БУДУТ БОНУСНЫЕ БАЛЛЫ НА КАРТОЧКУ МНОГО.РУВ — ЭТО РЕЗКО СУЖАЕТ АУДИТОРИЮ КОНКУРСА ДО ТЕХ, У КОГО ЕСТЬ ЭТА КАРТОЧКА.

**РЕКОМЕНДАЦИИ
К СТРАНИЦЕ НА FACEBOOK**

7. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОДПИСЧИКОВ В СООБЩЕСТВО

БУДЕТ ОСУЩЕСТВЛЯТЬСЯ ПОСРЕДСТВОМ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ,
А ТАКЖЕ С ПОМОЩЬЮ ПРОВОДИМЫХ НА СТРАНИЦЕ КОНКУРСОВ.

АНАЛИЗ И РЕКОМЕНДАЦИИ К СТРАНИЦЕ TWITTER

**АНАЛИЗ И РЕКОМЕНДАЦИИ
К СТРАНИЦЕ TWITTER**

1. СООТНОШЕНИЕ ЧИТАТЕЛЕЙ К ЧИТАЕМЫМ ПРИМЕРНОЕ 2 К 1
2. АУДИТОРИЯ СТРАНИЦЫ НЕАКТИВНА, ОТСУТСТВУЮТ РЕТВИТЫ И КОММЕНТАРИИ
3. ТЕКСТ В ПОСТАХ ЧАСТО ОБОРВАН. РЕКОМЕНДУЕТСЯ СТРОИТЬ ПОСТ ТАКИМ ОБРАЗОМ, ЧТОБЫ СУТЬ ОТРАЖАЛАСЬ ПОЛНОСТЬЮ В САМОМ ТВИТЕ.
4. РЕКОМЕНДУЕМ В ТВИТАХ РАЗМЕЩАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О ГОРЯЩИХ ТУРАХ И ВЕСТИ НА САЙТ(ССЫЛКА ДОЛЖНА СОДЕРЖАТЬ UTM МЕТКИ), А ТАКЖЕ АНОНСИРОВАТЬ ЗАМЕТКИ С ПОЛЕЗНЫМИ СОВЕТАМИ ДЛЯ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ И ПРОЧЕЙ ИНФОРМАЦИЕЙ О СТРАНАХ И ПУТЕШЕСТВИЯХ(ВЕСТИ В ГРУППУ ВК НА СООТВЕТСТВУЮЩИЙ ПОСТ).
5. УВЕЛИЧЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА ПОДПИСЧИКОВ БУДЕТ ОБЕСПЕЧИВАТЬСЯ ЗА СЧЕТ ПОДПИСОК НА ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ.

АНАЛИЗ И РЕКОМЕНДАЦИИ К СТРАНИЦЕ TWITTER

6. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЧАСТОТА РАЗМЕЩЕНИЯ ТВИТОВ – ДО 3-Х РАЗ В СУТКИ (УТРОМ, ДНЕМ И ВЕЧЕРОМ).

ЖЕЛАТЕЛЬНО РАЗМЕЩАТЬ НЕ БОЛЬШЕ 3-Х ТВИТОВ В В СУТКИ, ПОСКОЛЬКУ ЧАСТАЯ ПУБЛИКАЦИЯ МОЖЕТ ВЫЗВАТЬ НЕГАТИВ СО СТОРОНЫ ПОДПИСЧИКОВ. ПОСТИНГ В ОПРЕДЕЛЕННОЕ ВРЕМЯ СУТОК ПОМОЖЕТ УЗНАТЬ, В КАКОЕ ВРЕМЯ АУДИТОРИЯ НАИБОЛЕЕ АКТИВНА (ОЦЕНКА АКТИВНОСТИ ПРОИСХОДИТ ПО КОЛИЧЕСТВУ РЕТВИТОВ И ДОБАВЛЕНИЙ В ИЗБРАННОЕ).

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В ВКОНТАКТЕ

**ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА
ВО ВКОНТАКТЕ**

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- ЖЕНЩИНЫ И МУЖЧИНЫ ОТ 18 ЛЕТ;
- ГЕО (МОСКВА);
- ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПО ИНТЕРЕСАМ (АКТИВНЫЙ ОТДЫХ, ПУТЕШЕСТВИЯ, РАЗВЛЕЧЕНИЯ, ФОТОГРАФИЯ, УВЛЕЧЕНИЯ И ХОББИ И Т.Д.);
- АКТИВНЫХ ПОДПИСЧИКОВ СООБЩЕСТВ ПО ТЕМАТИКАМ: ПУТЕШЕСТВИЯ, АКТИВНЫЙ ОТДЫХ, РАЗВЛЕЧЕНИЯ, А ТАКЖЕ УЧАСТНИКОВ ОБСУЖДЕНИЙ В ДАННЫХ СООБЩЕСТВАХ. (АКТИВНОСТЬ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ КОЛИЧЕСТВОМ ЛАЙКОВ, КОММЕНТАРИЕВ, РЕПОСТОВ);
- ПОДПИСЧИКОВ СООБЩЕСТВ КОНКУРЕНТОВ (ОФФЛАЙН ТУРАГЕНТСТВ);
- ПОДПИСЧИКОВ СООБЩЕСТВ ВИЗОВЫХ ЦЕНТРОВ И Т.Д.

**ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА
ВО ВКОНТАКТЕ**

РАЗМЕЩЕННАЯ ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В ВК НАПРАВЛЕНА
НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ ДВУМЯ ПУТЯМИ:

А) ПОСРЕДСТВОМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОДПИСОК НА СООБЩЕСТВО ВКОНТАКТЕ;

Б) СРАЗУ НА СТРАНИЦЫ САЙТА (НА СТРАНИЦЫ КОНКРЕТНЫХ ТУРОВ).
ОБА СПОСОБА ПРИВЛЕЧЕНИЯ, В КОНЕЧНОМ ИТОГЕ,
ДОЛЖНЫ ПРИВЕСТИ К ОФОРМЛЕНИЮ ТУРА.

**РЕКЛАМНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ
В ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАБЛИКАХ
В КОНТАКТЕ**

**РЕКЛАМНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ
В ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАБЛИКАХ ВКОНТАКТЕ**

РЕКЛАМИРОВАТЬ В СТОРОННИХ ПАБЛИКАХ МОЖНО САМЫЕ ВЫГОДНЫЕ ТУРЫ.
ПОДБИРАТЬСЯ ПАБЛИКИ БУДУТ ПО СЛЕДУЮЩИМ ПАРАМЕТРАМ:

- КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ ИЗ НАШЕГО ГЕО
ДОЛЖНО СОСТАВЛЯТЬ БОЛЕЕ 30%);
- КОЛИЧЕСТВО ПОСЕЩЕНИЙ В ДЕНЬ
(ДОЛЖНО БЫТЬ НЕ МЕНЕЕ 2000 УНИКАЛЬНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ);
- ПО ПОЛУ И ВОЗРАСТУ (КАКОЙ ПОЛ И ВОЗРАСТ ПРЕОБЛАДАЕТ В ГРУППЕ)
И Т.Д.

**РЕКЛАМНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ
В ТЕМАТИЧЕСКИХ ПАБЛИКАХ ВКОНТАКТЕ**

РАЗМЕЩЕННЫЕ ПОСТЫ В СТОРОННИХ ПАБЛИКАХ В ВКОНТАКТЕ НАПРАВЛЕННЫ НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ ДВУМЯ ПУТЯМИ:

А) ПОСРЕДСТВОМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОДПИСОК НА СТРАНИЦУ ВКОНТАКТЕ;

Б) СРАЗУ НА СТРАНИЦЫ САЙТА (НА СТРАНИЦЫ КОНКРЕТНЫХ ПРОДУКТОВ).
ОБА СПОСОБА ПРИВЛЕЧЕНИЯ, В КОНЕЧНОМ ИТОГЕ,
ДОЛЖНЫ ПРИВЕСТИ К ОФОРМЛЕНИЮ ТУРА.

НАПРИМЕР:

В ГРУППАХ ВК МОЖНО РАЗМЕЩАТЬ ИНФОРМАЦИЮ О КОНКУРСАХ, ПРОВОДИ-
МЫХ ВНУТРИ НАШЕГО СООБЩЕСТВА. ПРИЗОМ МОЖЕТ БЫТЬ СКИДКА НА ОТДЫХ
В 20%.

УСЛОВИЯ КОНКУРСА ДОЛЖНЫ БЫТЬ ПРОСТЫМИ:

- ВСТУПИТЬ В СООБЩЕСТВО;
- СДЕЛАТЬ РЕПОСТ ЗАПИСИ У СЕБЯ НА СТЕНЕ;

ПОБЕДИТЕЛЬ БУДЕТ ОПРЕДЕЛЕН СЛУЧАЙНЫМ ОБРАЗОМ С ПОМОЩЬЮ СПЕЦИ-
АЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ. РЕЗУЛЬТАТЫ КОНКУРСА ОБЯЗАТЕЛЬНО НУЖНО ОЗВУ-
ЧИТЬ В ГРУППЕ.

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В FACEBOOK

**ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА
В FACEBOOK**

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- ЖЕНЩИНЫ И МУЖЧИНЫ
- ВОЗРАСТ – ОТ 18 ЛЕТ
- ГЕО – МОСКВА
- ИНТЕРЕСЫ: ПУТЕШЕСТВИЯ, ТУРИЗМ, АКТИВНЫЙ ОТДЫХ, РАЗВЛЕЧЕНИЯ, ФОТОГРАФИЯ И Т.Д.

РАЗМЕЩЕННАЯ ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В ФЕЙСБУКЕ
НАПРАВЛЕНА НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ АУДИТОРИИ ДВУМЯ ПУТЯМИ:

А) ПОСРЕДСТВОМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОДПИСОК НА СТРАНИЦУ ФЕЙСБУКА;

Б) СРАЗУ НА СТРАНИЦЫ САЙТА (НА СТРАНИЦЫ КОНКРЕТНЫХ ТУРОВ).
ОБА СПОСОБА ПРИВЛЕЧЕНИЯ, В КОНЕЧНОМ ИТОГЕ,
ДОЛЖНЫ ПРИВЕСТИ К ОФОРМЛЕНИЮ ТУРА.

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В ОДНОКЛАССНИКАХ

**ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА
В ОДНОКЛАСНИКАХ**

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

- ЖЕНЩИНЫ И МУЖЧИНЫ
- ВОЗРАСТ - ОТ 18 ЛЕТ
- ГЕО – МОСКВА.
- ИНТЕРЕСЫ (ПУТЕШЕСТВИЯ, ТУРИЗМ, АКТИВНЫЙ ОТДЫХ, ФОТОГРАФИЯ, И Т.Д.)
- ПОДПИСЧИКИ ГРУПП ПО ТЕМАТИКАМ: ПУТЕШЕСТВИЯ, АКТИВНЫЙ ОТДЫХ, РАЗВЛЕЧЕНИЯ И Т.П.

РАЗМЕЩЕННАЯ ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В ОДНОКЛАСНИКАХ
НАПРАВЛЕНА НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ СРАЗУ НА САЙТ
(НА КОНКРЕТНЫЕ СТРАНИЦЫ ТУРОВ).

**ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ.
РЕМАРКЕТИНГ**

**ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ.
РЕМАРКЕТИНГ**

РЕМАРКЕТИНГ ЯВЛЯЕТСЯ САМЫМ ЭФФЕКТИВНЫМ ИНСТРУМЕНТОМ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ, ПОСКОЛЬКУ ОН ПОЗВОЛЯЕТ СОВЕРШАТЬ ПОВТОРНУЮ «КОММУНИКАЦИЮ» С ЛЮДЬМИ, ПОСЕТИВШИМИ ВАШ САЙТ. ОТ КОЛИЧЕСТВА АУДИТОРИИ ЗАВИСИТ ПРОДУКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ДАННОГО ВИДА РЕКЛАМЫ. ЕСЛИ КАКИЕ-ЛИБО ИСТОЧНИКИ НЕ ОБЕСПЕЧАТ ВАС ПРЯМЫМИ ПРОДАЖАМИ, РЕМАРКЕТИНГ СМОЖЕТ КОМПЕНСИРОВАТЬ НЕ ОЧЕНЬ УСПЕШНЫЕ ПРОЕКТЫ С ПОМОЩЬЮ ОБЩЕГО КОЛИЧЕСТВА ЛИДОВ(ЗАЯВОК) И ИХ СТОИМОСТИ.

РЕМАРКЕТИНГ ОРИЕНТИРОВАН НА:

- ПОСЕТИТЕЛЕЙ, НЕ ОСТАВИВШИХ ЗАЯВКУ НА ВАШЕМ САЙТЕ (Т.Е. ОЗНАКОМИЛИСЬ СПРЕДСТАВЛЕННЫМИ ПРОДУКТАМИ, НО НЕ ПЕРЕШЛИ К ОФОРМЛЕНИЮ ТУРА);
- ДЛЯ ВСЕХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ПОСАДОЧНОЙ СТРАНИЦЫ.

УСТРАНЕНИЕ НЕГАТИВНЫХ ОТЗЫВОВ НА СТОРОННИХ РЕСУРСАХ

УСТРАНЕНИЕ НЕГАТИВНЫХ ОТЗЫВОВ НА СТОРОННИХ РЕСУРСАХ

РАБОТА С НЕГАТИВОМ — ОДНО ИЗ ВАЖНЕЙШИХ НАПРАВЛЕНИЙ В РАБОТЕ НАД РЕПУТАЦИЕЙ КОМПАНИИ. КАК БЫ ТОЧНО И ГРАМОТНО НИ БЫЛИ НАСТРОЕНЫ ВАШИ РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ, КАК БЫ МНОГО ТЕМАТИЧЕСКИХ ПОРТАЛОВ ВЫ НИ ОХВАТИЛИ, ВЫ НИКОГДА НЕ ПОЛУЧИТЕ НИЗКУЮ СТОИМОСТЬ ЛИДА (ЗАЯВОК/ЗВОНКОВ), ЕСЛИ В СЕТИ ПРО ВАС НАПИСАНО МНОГО НЕГАТИВНЫХ ОТЗЫВОВ.

ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ ИЛИ УЛУЧШЕНИЯ РЕПУТАЦИИ ВАЖНО УВЕЛИЧИВАТЬ КОЛИЧЕСТВО ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ОТЗЫВОВ О КОМПАНИИ. НА ТЕХ ПЛОЩАДКАХ, ГДЕ УЖЕ ОПУБЛИКОВАНЫ ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ОТЗЫВЫ, НУЖНО РАЗМЕЩАТЬ ОТЗЫВЫ-ОПРОВЕРЖЕНИЯ ИЛИ ОТВЕТЫ ОТ ПРЕДСТАВИТЕЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ, В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СЛОЖНОСТИ СИТУАЦИИ.

**УСТРАНЕНИЕ НЕГАТИВНЫХ ОТЗЫВОВ
НА СТОРОННИХ РЕСУРСАХ**

ОДНИМ ИЗ ЭФФЕКТИВНЫХ СПОСОБОВ РЕКЛАМИРОВАНИЯ ПРОДУКТОВ КОМПАНИИ ЯВЛЯЕТСЯ РАЗМЕЩЕНИЕ ОТЗЫВОВ НА ТЕМАТИЧЕСКИХ ФОРУМАХ, ПОСВЯЩЕННЫМ ПУТЕШЕСТВИЯМ, КОНКРЕТНЫМ СТРАНАМ И ИХ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЯМ, АКТИВНОМУ ОТДЫХУ И ПР.

ИНФОРМАЦИЯ И ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ОТЗЫВЫ, РАЗМЕЩЕННЫЕ ОТ ЛИЦА «КЛИЕНТОВ» КОМПАНИИ, ПОЗВОЛЯТ СФОРМИРОВАТЬ ДОВЕРИТЕЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ К LEVEL TRAVEL, ЧТО В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ ПОВЛИЯЕТ НА ЖЕЛАНИЕ СТАТЬ КЛИЕНТОМ КОМПАНИИ.

ТЕСТОВЫЙ ЗАПУСК

ТЕСТОВЫЙ ЗАПУСК

ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ РЕКЛАМЫ ПРЕДЛАГАЕМ ЕЕ ЗАПУСК В ТЕСТОВОМ ВАРИАНТЕ. В ОСНОВНОМ ЭТО КАСАЕТСЯ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ И РАЗМЕЩЕНИЯ ПОСТОВ В СТОРОННИХ ПАБЛИКАХ.

ПО ИСТЕЧЕНИЮ ТЕСТОВОГО ПЕРИОДА МЫ СМОЖЕМ ПРОВЕСТИ АНАЛИЗ И ВЫЯВИТЬ НЕ РАБОТАЮЩИЕ ИСТОЧНИКИ, АУДИТОРИИ И ОТКЛЮЧИТЬ ИХ.

INGENIUM™

**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**

INGENIUM TEAM

+7 (495) 775-58-49
theingenium.ru