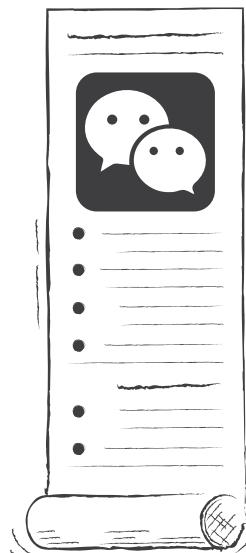


MARKET ENTRY ATELIER

特特例 Corporate Advisory and Market Entry Atelier



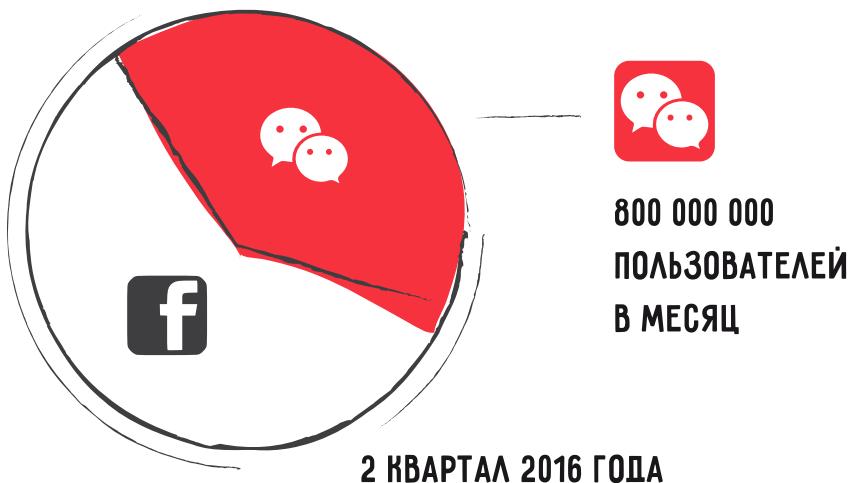
WeChat. Инструкция по применению

Возможно, вы ни разу не слышали о таком приложении как WeChat, однако именно оно считается главным китайским достижением в сфере социальных медиа.

WeChat в Китае носит название Weixin (что переводится как «маленько письмо»). Главное предназначение приложения — отправка голосовых и текстовых сообщений другим пользователям и обмен медиафайлами.

WeChat был запущен в 2012 году крупнейшим в Китае холдингом Tencent. Аудитория WeChat на 2 квартал 2016 года насчитывает 800 000 000 активных пользователей.

f
1 700 000 000
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
В МЕСЯЦ



WeChat – одна из самых популярных платформ для продвижения товаров и услуг в Китае (800 млн пользователей в 200 странах и на 20 языках ежедневно). Данная программа* позволяет не только общаться посредством голосовых, текстовых и видеосообщений, но и создавать личные блоги, новостные ленты, интернет-магазины, делиться местоположением и подписываться на новости. Большинство деловых встреч в Китае начинается не с обмена визитками, а с обмена QR кодами в WeChat и создания групп для рабочей переписки. В программу встроен переводчик, который позволяет общаться с партнерами напрямую даже без знания китайского языка.

MARKET ENTRY ATELIER

特特例 Corporate Advisory and Market Entry Atelier



Преимуществ у WeChat великое множество.

Пользователи WeChat могут записываться на прием к врачу, оплачивать коммунальные услуги, заказывать пиццу на дом, приобретать билеты в кино, переводить деньги, высылать точкуместа расположения и многое другое.

1, 2, 3 ...

Возможности WeChat



Сообщения (Instant Messaging) – текстовый и голосовой мессенджер.

Приложение поддерживает 18 языков, включая и русский, имеет функцию перевода текста.



Чаты (Chats) – создание групп, обмен текстовыми и голосовыми сообщениями, файлами, смайлами и аватарками, возможность проводить видео и аудио звонки.



Моменты (Moments) – новостная лента, сервис, позволяющий пользователям делиться своими фотографиями, мнениями и ссылками. Ближайший западный аналог – Facebook.



Люди поблизости (People nearby) – функция позволяет увидеть, кто находится рядом: если у другого пользователя также включена эта опция. Ближайшее приложение – Tinder.

MARKET ENTRY ATELIER

特特例 Corporate Advisory and Market Entry Atelier



Случайный выбор (Message in the bottle) – функция, позволяющая быстро установить контакт с другим пользователем. Достаточно просто одновременно встрихнуть свои смартфоны – и все! Теперь не нужно узнавать контактные данные и искать человека на просторах соцсети.



WeChat e-wallet – функция мобильных платежей, которая облегчает процесс совершения покупок и осуществления взаиморасчетов. На праздники и в будни друзья отправляют друг другу «красные конверты» (Hong Bao) с деньгами для оплаты товаров и услуг через WeChat.

Статистика:



**700 000 000
АКТИВНЫХ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
ЕЖЕМЕСЯЧНО**



**200 000 000
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
ПОЛЬЗУЮТСЯ
ФУНКЦИЕЙ WECHAT PAY**



**10 000 000
ОФИЦИАЛЬНЫХ
АККАУНТОВ**

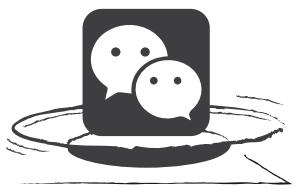


**200 000 МАГАЗИНОВ
ПРИНИМАЮТ
WECHAT PAY**

25 % пользователей проверяют WeChat больше 30 раз в день;
55.2 % пользователей проверяют WeChat более 10 раз в день;
53.6% пользователей используют WeChat для общения с друзьями и развлечения;
20 % следят за новостями официальных аккаунтов;
13.2 % совершают покупки и взаиморасчеты;
11.3 % читают аккаунты про путешествия.

MARKET ENTRY ATELIER

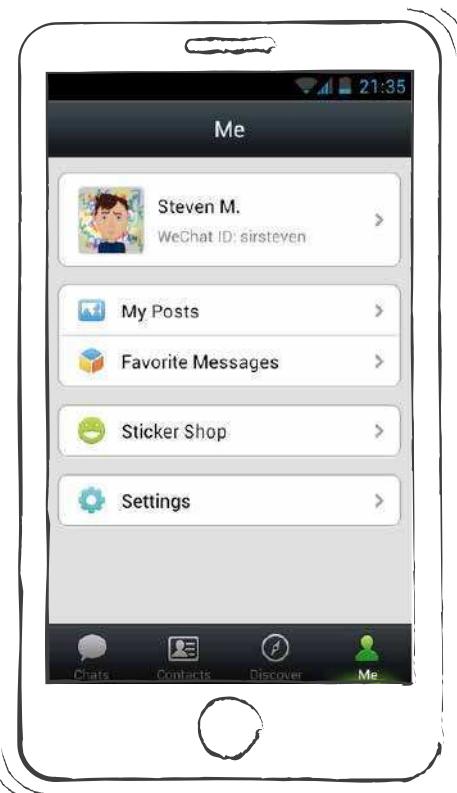
特特例 Corporate Advisory and Market Entry Atelier



WeChat предлагает возможности заведения различных аккаунтов

Personal account, личный аккаунт пользователя WeChat.

Чаще всего не используется для маркетинговых целей. Регистрация происходит по аналогии с другими популярными мессенджерами - по номеру телефона. При первом запуске программы необходимо ввести свой мобильный номер, на который будет отправлен код подтверждения. *Voila!*



PERSONAL ACCOUNT

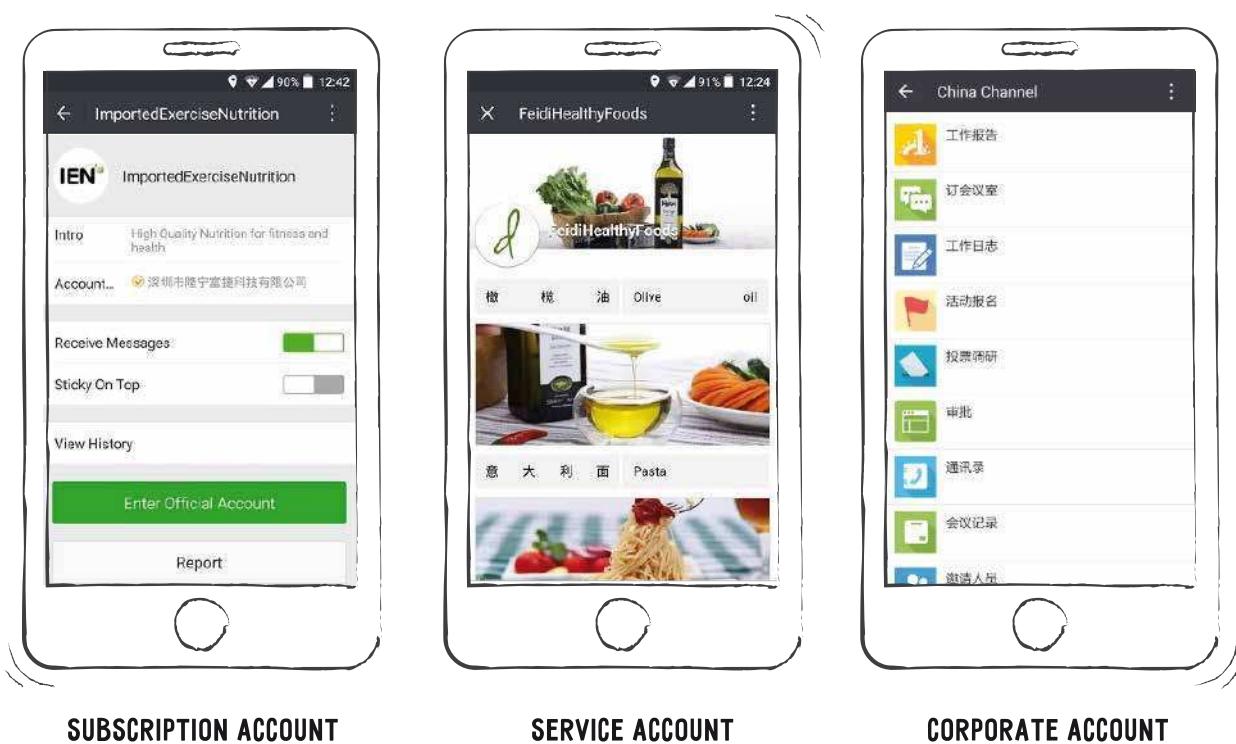
Официальные аккаунты бывают трех типов: подписной, сервисный и корпоративный.

Базовые функции всех официальных аккаунтов позволяют публиковать новости и статьи, которые приходят вашим подписчикам в виде уведомлений. Однако, при желании учетную запись можно превратить в полноценную торговую платформу, встроив туда меню с обратной связью, прайсами, каталогами, возможностью принимать платежи и тп.

MARKET ENTRY ATELIER

特特例 Corporate Advisory and Market Entry Atelier

Официальный аккаунт может стать вашим локомотивом в продвижении на пространствах китайского мобильного интернета. А если помнить, что большинство жителей Китая выходят в интернет через свои смартфоны, то WeChat становится особенно ценным инструментом продвижения компании.



Корпоративный аккаунт (Corporate account) – внутренний инструмент
– позволяет обмениваться информацией с сотрудниками компании.

Сервисный аккаунт (Service account) (например, WeChat ID: tiffanyandcoofficial) позволяет сделать меню, соответственно, данный аккаунт можно использовать, как мобильное приложение. Также есть возможности отвечать на вопросы клиентов, интегрировать онлайн магазин, отправлять 4 новости в месяц, новости появляются в папке с подписками.

Подписной аккаунт (Subscription account) (например, WeChat ID: bjcocacola) позволяет размещать неограниченное кол-во новостей, новости появляются в Чате, сделать меню только для корпоративного аккаунта, прошедшего верификацию WeChat, предоставив комплект необходимых документов. Нет возможности интеграции онлайн магазина.

MARKET ENTRY ATELIER

特特例 Corporate Advisory and Market Entry Atelier

Как правильно привлечь пользователей в WeChat?

Размещение QR-кода в WeChat

Размещение QR-кода в новостях и учетных записях компании с целью продвижения собственного аккаунта и увеличения количества пользователей.



Интересные цифры и кейсы:

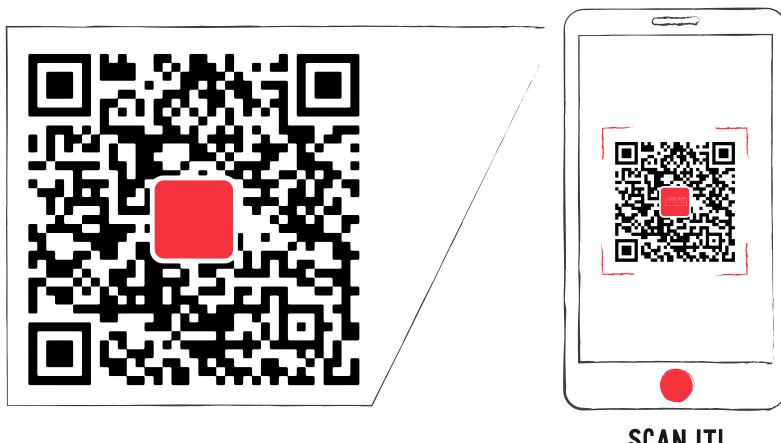
Каждый 7 пользователь, прочитавший вашу новость, подписывается на Ваш официальный аккаунт.

QR коды offline

Размещение QR кодов оффлайн – еще одна возможность продвижения официального аккаунта. QR коды можно использовать в полиграфии, презентациях компании, визитках сотрудниках, рекламной продукции в точках продаж. Самый распространенный вид механики: отсканируй QR код, подпишись на рассылку новостей нашего официального аккаунта в период с XX.XX по XX.XX и получи возможность выиграть приз. Стоимость приза не обязательно должна быть высокой, правильнее разыгрывать нужный и полезный подарок.

Интересные цифры и кейсы:

Wechat дает возможность создавать свои и сканировать QR коды личного и официального аккаунта, код группы (при условии 100 участников в группе), QR код для оплаты товаров.



MARKET ENTRY ATELIER

特特例 Corporate Advisory and Market Entry Atelier



Использование KOL

KOL (Key Opinion Leaders) – пользователи социальных сетей с большим количеством подписчиков, сложившейся репутацией. Если данные люди размещают или рекомендуют информацию о продукте, она сразу же доступна большему числу пользователей, ей доверяют. В Китае KOL часто делают репост информации со своими комментариями (которые предварительно согласовываются сторонами).

Интересные цифры и кейсы:

Компания BRASSERIE DE MONACO, производитель элитных сортов пива, строит свою контентную стратегию на подготовке качественного информационного наполнения аккаунта, описания элитного образа жизни. Для продвижения своего аккаунта они регулярно привлекают KOL. В среднем KOL помогает нарастить число просмотров новостей, KPI выставляются индивидуально.



MARKET ENTRY ATELIER

特特例 Corporate Advisory and Market Entry Atelier



Рекламные возможности

WeChat позволяет настраивать географический и демографический таргенинг.



Размещение рекламного баннера

Cost-per-click (CPC) или Cost-per-Mile (CPM) – размещение рекламного баннера, вы платите при переходе на Вашу страницу (CPC) или при 1000 просмотре баннеров вне зависимости от количества переходов (CPM).

Средняя стоимость:

CPM без геолокации / от 6 USD

CPM городов Tier 1 (Пекин, Шанхай и пр) / от 20 USD

Минимальный бюджет на размещение рекламы: от 30 000 USD



В качестве альтернативных вариантов можно рассмотреть возможность ко-промо и договориться с администраторами популярных официальных аккаунтов о размещении баннера на их ресурсах в обмен на баннер в Вашем.

MARKET ENTRY ATELIER

特特例 Corporate Advisory and Market Entry Atelier



Размещение рекламы в конце новостей

Размещение рекламы в конце новостей аккаунтов, в которых кол-во пользователей превышает 100 000 человек. Это недорогой способ привлечения пользователей на этапе формирования базы данных подписчиков (средняя стоимость размещения информации от 300 USD за баннер). Однако, click through rate (CTR) подобного вида рекламы крайне невысок, а целевая аудитория размыта.



Размещение рекламы в Моментах

Размещение рекламы в Моментах – один из самых эффективных и дорогих видов рекламы в WeChat. Минимальный контракт старта рекламной кампании – 200 000 юаней / 30 000 USD. Кампании проводятся на основе геолокации, портрета целевой аудитории, времени размещения и пр. критериям. СРМ за 1000 просмотров – от 40 до 140 юаней (зависит от города).



MARKET ENTRY ATELIER

特特例 Corporate Advisory and Market Entry Atelier



O2O (Offline to Online)

Данный вид рекламы открывает большие возможности.
Единственным ограничителем выступает ваш бюджет.

Интересные цифры и кейсы:

Uniqlo - японский производитель повседневной одежды запустил эффективную механику O2O кампании, в которой каждый покупатель мог сфотографироваться на фоне достопримечательностей Нью Йорка, Токио и Лондона в выбранном комплекте одежды. Фотография размещалась в официальном аккаунте компании, треть пользователей делала аналогичный пост в своих Моментах.

За период проведения кампании число подписчиков увеличилось с 400 000 до 1 000 000 человек.



Starbucks нарастил базу пользователей через свою «эмоциональную» компанию: пользователю предлагалось высказать эмоцию (emoticon), на которую Starbucks отвечал музыкальной композицией, передающей настроение от эмоции. В течении недели компания получала до 22 000 сообщений в день.



MARKET ENTRY ATELIER

特特例 Corporate Advisory and Market Entry Atelier

Флеш распродажа (Flash – sales)

Механика "flash-sale" заключается в предоставлении единичных образцов товаров класса люкс с большими скидками (70-75%). Благодаря скидкам, даже представители среднего класса могут позволить себе время от времени приобретать дорогие товары за приемлемую цену.



Компания Xiaomi часто использует данную технику для повышения вовлеченности клиентов. Так, в марте 2016 года компания продала 14 млн смартфонов Xiaomi 5, активно используя данную механику 2 раза в неделю.



MARKET ENTRY ATELIER

特特例 Corporate Advisory and Market Entry Atelier



Интересные комбинации

Забавный "дождь" из различных эмоций можно запустить при наборе определенных слов и словосочетаний на китайском или английском:

Торт со свечками ко дню рождения: 生日快乐 или Birthday

Звезды (конфетти): 想你了 или miss you или miss u

Поцелуи: 么么哒 или XOXO или ciut или baci или besos

Елочки: 圣诞快乐 или Christmas

Хэлоуин: 万圣节快乐 или Halloween

Деньги: 恭喜发财

Рыбки: 年年有余 или 年年有鱼

Яблоки: 一路平安 или 平平安安

Поезд: 回家 или 火车 или 春运

Лошадь: 马上就成



HAPPY BIRTHDAY

MISS YOU

XOXO, LOVE AND KISSES,
KISSES AND HUGS