

## Этапы крауд-маркетинга

1. **Подготовка к крауд-маркетингу:**
  - анализ бренда и его репутации,
  - определение целевой аудитории,
  - отбор площадок,
  - изучить активность площадки,
  - изучить правила площадки,
  - определить, что размещать на каждой площадке (новая тема, обсуждение в имеющейся ветке и т.д.)
2. **Размещение ссылок**
  - подготовка аккаунта (оформление, наполнение профиля),
  - определить формат размещения сообщения (с ссылкой, упоминание бренда, с анкором и т.д.)
  - размещение текста (сообщения, комментария) +ссылки или упоминания
3. **Аналитика.**
  - анализ эффективности (трафик, продажи, обсуждения, просмотры),
  - проверка размещенных комментариев,
  - повторное размещение удаленных постов (если площадка стоящая),
  - проявление активности.

### Какие ссылки размещаем:

1. Активная ссылка
2. Неактивная ссылка
3. Название компании (бренда)
4. Контактные данные
5. Ссылка на статью, форум или сервис (статей если нет на сайте, то добавить, сервис – проработать)

### Какие сообщения:

1. Отзыв
2. Рекомендация
3. Вопрос или уточнение
4. Сравнение с конкурентом
5. Совет, ответ на вопрос

### Требования к текстам:

- Уникальный
- Объем не менее 200 символов
- Максимально полезный, не лить воду
- Грамотно написанный
- Использовать изображение
- Дополнительные ссылки на источник (если возможно),
- Дать несколько ссылок и на другие ресурсы (если не запрещено), для естественности
- Уместна ли ссылка? Или достаточно упомянуть компанию.

### Площадки для размещения

[Valerevna.ru](http://Valerevna.ru)

e-mail: [info@valerevna.ru](mailto:info@valerevna.ru)

1. Популярные сервисы (вопросы/ответы, отзывы, прайс-агрегаторы)
2. Тематические сайты и форумы
3. Региональные сайты и форумы
4. Социальные сети
5. Тематические статьи на блогах
6. Видео, аудио-файлы

#### **Как найти площадки?**

1. Поисковая выдача
2. Каталоги сайтов
3. Соцсети
4. Опрос сотрудников или собственников бизнеса
5. Специализированный софт (к примеру, buzzbundle)
6. Гугл алертс

15 инструментов крауд-маркетинга, которые помогут в работе, можно найти [ТУТ](#).

#### **Факторы, влияющие на «выживаемость» ссылки**

1. Качество аккаунта (репутация, возраст, региональность, активность, ip-адрес)
2. Естественность и полезность сообщения (информация, изложенная в сообщении)
3. Качество ресурса (полезность ресурса, известность бренда)
4. Политика модераторов и редакторов площадки

#### **Анкоры для ссылок:**

- Тут, здесь
- Ссылка на страницу
- Ссылка на главную страницу
- Упоминание компании
- Упоминание бренда
- Название сайта на русском. Например, сайт.ру
- Контакты
- Адрес

#### **Процентное соотношение ссылок**

- Внутренние страницы 85-90%
- Главная страница 10-15%

#### **Прокачка профиля**

- Заполняем наиболее подробно. Чтобы профиль выглядел естественным. Ссылку в профиле лучше не указывать
- Пишем первые посты в интересующих тематиках, где можно дать развернутые ответы. Без ссылок. Для прокачки аккаунта
- Писать комментарии не в один день, а растянуть на 7-15 дней, в зависимости от площадки

[Valerevna.ru](http://Valerevna.ru)

e-mail: [info@valerevna.ru](mailto:info@valerevna.ru)