

Введение

В последние несколько лет стали очень популярны социальные сети: из передовой технологии они превратились в неотъемлемый компонент корпоративной маркетинговой стратегии. В современном деловом климате компании не могут игнорировать стратегии интернет-маркетинга, которые способствуют их взаимодействию с клиентами и получению откликов в режиме реального времени. У компаний нет выбора: либо они используют социальные сети, либо попросту не выживают.

Именно на этом маркетинговом поле и родилась Pinterest — социальная сеть, которая позволяет пользователям загружать изображения или видео, создавая цифровые доски — коллекции так называемых пинов*, которые обычно объединены общей темой.

Появившаяся в 2009 году сеть Pinterest сначала интересовала в основном американских женщин. Люди пользовались ею, но она казалась тайной, которую тщательно ото всех скрывали и о которой знали только избранные — в основном те, кто планировал свадьбы

* Пин (pin) — любое изображение (контент), опубликованное на Pinterest.
Прим. перев.

или делился рецептами. Переломный момент для Pinterest еще не наступил.

Хотя зарегистрироваться в Pinterest можно только по приглашению, в конце 2011 года для платформы настал звездный час, и ее популярность начала расти с невиданной скоростью. Интернет будоражили новости о том, что звезды, политики и другие известные личности ставили Pinterest на один уровень с обожаемым ими рестораном In-N-Out Burger*.

Сообщалось, что в январе 2012 года сайт привлек более 10 миллионов уникальных посетителей; в социальных сетях появилась информация, что преодолен 10-миллионный порог — за всю историю существования социальных медиа такого уровня посещаемости за такой короткий срок не достигала еще ни одна платформа.

Уровень популярности Pinterest все растет. Не проходит и дня, чтобы мир не потрясла очередная новость о рекорде по популярности или привлеченному трафику, который побила эта сеть.

Кульминацией, особенно для тех, кто внимательно следил за развитием событий, стал ссылочный трафик Pinterest, который превзошел все ожидания.

Согласно сайту Shareaholic**, в январе 2012 года Pinterest привлекала больше трафика на сайты и блоги, чем YouTube, Google+ и LinkedIn, вместе взятые***. В феврале 2012 года Pinterest обошла

* In-N-Out Burger — американская частная компания, региональная сеть ресторанов быстрого обслуживания на западе США; основана в 1948 году. По данным на сентябрь 2012 года, в нее входило 281 заведение. *Прим. ред.*

** Shareaholic — онлайн-инструмент для обмена ссылками и информацией с другими участниками, число уникальных посетителей за месяц превышает 250 миллионов человек. Предоставляет доступ в различные социальные сети и услуги электронной почты. Создан в 2008 году. *Прим. ред.*

*** <http://blog.shareaholic.com/2012/01/pinterest-referral-traffic/>.

по этому показателю даже Twitter. Очевидно, некогда секретное оружие стало золотой жилой для бизнеса*.

В интернете появилось множество статей с анализом компаний и блогов, на которые обрушилась лавина трафика от Pinterest. Каждая последующая история кажется удивительней предыдущей.

Но самое важное даже не это. Пользователи Pinterest действительно покупают. Опрос PriceGrabber** показал, что 21% участников Pinterest приобретали то, что видели на досках других участников. Маркетеры всего мира слышали эти цифры, и они отзывались в их ушах звуком кассовых аппаратов, пробивающих чеки***.

Какая выгода в этом для вас как для владельца компании?

Если забыть о рекламной шумихе, социальная сеть Pinterest открывает перед компанией двери в новый мир. Сайт уже завоевал репутацию исключительно мощного и вызывающего зависимость инструмента. Кроме того, это очень полезная платформа для владельцев компаний, которые ищут возможность рекламировать свои продукты в интернете.

Pinterest открывает в каждом талант к скрапбукингу**** — созданию приятных на вид вещей — и дает возможность показать их всем. Можно представить эту сеть в виде огромной комнаты, куда люди приносят коллекции любимых вещей — все, что они считают

* <http://blog.shareaholic.com/2012/03/pinterest-referral-traffic-2/>.

** PriceGrabber — сервис сравнения цен, сотрудничающий более чем с 13 тысячами продавцов и предоставляющий информацию о миллионах продуктов из 25 различных категорий. Функционирует с 1999 года. *Прим. перев.*

*** <http://thenextweb.com/insider/2012/03/28/survey-21-of-users-on-pinterest-have-purchased-an-item-that-they-found-on-the-site/>.

**** Скрапбукинг (от англ. scrap — вырезка и book — книга) — вид рукоделия: изготовление и оформление фотоальбомов. *Прим. ред.*

интересным. Их цель — собрать разный материал для коллекций и найти единомышленников.

Система Pinterest очень проста. Нужно только добавлять («пинить») изображения и видео в тематические коллажи на сайте. Каждый пин ссылается на источник изображения, будь то запись в блоге, статья, каталог или другая страница, где всегда можно найти более подробную информацию. Все очень просто.

Но ценность Pinterest заметна не сразу. Маркетеры, возможно, посмотрят на чудесные фотографии разных блюд, модной одежды и свадебных церемоний и подумают: «Вряд ли этот сайт будет мне полезен». Однако возможности этих изображений и досок удивительны. Благодаря Pinterest перед компаниями открывается огромный мир визуального маркетинга.

Постепенно Pinterest прижилась в мире интернет-маркетинга — и компании ее заметили. Вскоре появился целый поток записей в блогах и статей о том, как использовать эту сеть в деловых целях. Это не стало неожиданностью. Я постараюсь рассказать вам о некоторых наиболее удачных маркетинговых стратегиях. Я собрала их в одной книге, чтобы вы всегда знали, где найти нужные вам идеи.

С 2005 года я работаю специалистом по продвижению в социальных сетях, обучая предпринимателей и владельцев компаний, как заработать еще больше денег, усовершенствовать взаимодействие с клиентами при помощи сайтов с богатым информационным наполнением, маркетинга в социальных сетях и видеокампаний. Всем клиентам я объясняю основные принципы контент-маркетинга (более подробно расскажу об этом в следующих главах).

Присоединившись к Pinterest, я провела немало часов, добавляя изображения на разные полезные доски, количество которых постоянно увеличивается. Мне нет смысла вас обманывать, Pinterest — это весело. Мне очень нравится эта платформа.

Кроме того, у этой сети есть и другие преимущества. Она помогает мне налаживать связи с целевой аудиторией, инициировать обсуждения на темы, важные для моей работы. Сеть дает возможность заглянуть в мир моих идеальных клиентов, узнать о том, что происходит в их домах, садах, кухнях и офисах, и понять их ценности. Я могу обеспечить своих подписчиков великолепным контентом (и на практике применить принципы контент-маркетинга, которым обучаю своих клиентов).

Платформа Pinterest помогает строить отношения с партнерами, коллегами и клиентами. Кроме того, она уже стала вторым по значимости генератором трафика на мой бизнес-сайт.

Эта книга адресована владельцам компаний, маркетерам, представителям PR-сообщества и блогерам, которые намерены расширить свой бизнес. Она будет полезна сотрудникам некоммерческих организаций, писателям, агентам перемен* и всем, кто хочет донести свое послание до людей или выполнить определенную миссию.

Если вам необходимо рассказать миру о том, чем вы занимаетесь, «достучаться» до определенной аудитории, — эта книга для вас.

Обзор

В первых главах я объясню, как извлечь из Pinterest наибольшую выгоду, и расскажу, как устроен процесс пиннинга — публикации изображений и видео на досках в сети — и чем он может помочь вашей компании. Я расскажу о Pinterest и открою секрет — почему эта платформа должна стать важной частью вашей стратегии интернет-маркетинга.

* Агенты перемен — лица, роль которых заключается в содействии изменениям, стимулировании и координации преобразований. *Прим. перев.*

Затем поясню каждый этап разработки убедительного и привлекательного профиля в Pinterest и научу создавать пины и доски, которые помогут заложить прочный фундамент для маркетинговых мероприятий. Я расскажу, как создать аккаунт, составить привлекательный профиль, разработать собственную стратегию брендинга в Pinterest, организовать доски, добавить или скопировать изображения и как взаимодействовать в рамках пользовательского интерфейса Pinterest.

Потом перейду к практическим аспектам маркетинговых методов: созданию великолепного контента, оптимизации сайтов и блогов для пиннинга и привлечения подписчиков. Вы узнаете, как интегрировать Pinterest с другими социальными сетями (включая Facebook, Twitter и любые блоги), отслеживать тенденции и контролировать взаимодействие в этой сети.

Я также рассмотрю более продвинутые маркетинговые стратегии, которые можно применять в Pinterest для взаимодействия с подписчиками, привлечения целевой аудитории и использования приложения для iPhone. Кроме того, дам рекомендации для разных типов компаний (например, B2B-компании и некоммерческие организации). В конце книги приведен раздел об авторских правах на контент, опубликованный в Pinterest: я расскажу вам о сложной сетевой этике.

Вы увидите краткий план действий и рекомендации о том, как не потерять время в Pinterest. Очень важно научиться превращать подписчиков (и посетителей вашего сайта, которых вы привлекаете с помощью Pinterest) в активных клиентов.

Безусловно, универсального рецепта успешной деятельности в Pinterest не существует. Но я покажу множество разнообразных интересных и творческих идей для маркетинга с использованием новой социальной платформы. Не все подойдут именно вам. Мне бы очень хотелось, чтобы, прочитав эту книгу, вы поняли, как

функционирует сеть Pinterest. Она может стать искрой, из которой зародится пламя идей среди участников маркетинговой команды, отдела обслуживания клиентов или благотворительного фонда.

Вы можете стать частью динамичной и увлеченной группы коллекционеров и мастеров виртуального скрапбукинга. А если вы умны и внимательны, то сможете использовать Pinterest в качестве мощного маркетингового инструмента для развития бизнеса, увеличения заработка и создания крупных сообществ почитателей вашего бренда.