

Глава 1

Почему Pinterest?

Ана Уайт начала вести свой блог (ana-white.com) в 2009 году. Она хотела рассказать всем о своем увлечении — работе по дереву. На сайте Уайт размещала собственные дизайн-проекты мебели — среди них шикарная кровать, созданная ею для собственного интерьера. Каждый день Ана публиковала в блоге новые дизайнерские решения и фотографии и делилась историями о том, как жилось ее семье в условиях сельской Аляски.

Каждый месяц блог Уайт просматривают около 3 миллионов посетителей. И хотя показатели трафика сами по себе удивительны, его источник, возможно, удивит еще больше.

Главный источник трафика для блога Уайт — социальная сеть Pinterest, которая ежедневно привлекает на сайт 6000 уникальных посетителей. Домохозяйка с Аляски, создавшая этот блог, уже через год поняла, что дохода от его рекламы хватит на содержание семьи*.

Pinterest — идеальная платформа для блога Уайт. На этом сайте изображения, проекты мебели и фотографии домашних

* <http://www.socialmediaexaminer.com/how-alaskan-mom-brings-millions-to-her-carpentry-blog/>.

интерьеров кочуют со страницы на страницу — пользователи, желающие обновить интерьер, делятся ее сообщениями с друзьями. Вы и сами можете оценить ее стратегию размещения контента (@antiquewhite).

История успеха Уайт как блогера и участника Pinterest поразительна, а ее дизайн-проекты прекрасны. Я рассказываю вам об этом не только для того, чтобы представить талантливого дизайнера, но и для того, чтобы проиллюстрировать на ее примере возможности сети Pinterest. Если сделать все грамотно, маркетинговая стратегия в Pinterest может стать мощным источником трафика на ваш сайт — это поможет вам создать сообщество преданных подписчиков и поклонников.

Концепция Pinterest

Бен Силберманн, сооснователь Pinterest, был дотошным коллекционером: в детстве он хранил дома стеклянные коробки с жуками и марками. И именно это увлечение вдохновило его на создание Pinterest. Силберманн отметил, что коллекционирование — увлечение повсеместное, и захотел создать сайт, который облегчил бы и сделал более интересным процесс подбора и размещения коллекций в интернете*. Потворствование духу коллекционера, который есть в каждом, и стало одной из причин того, что этот сайт «вызывает привыкание».

Доктор Кристофер Лонг, читающий лекции по потребительской психологии в Баптистском университете Оуачита, объясняет этот феномен так: «Доски, которые создают участники Pinterest, — что-то вроде коллажей личного счастья. [Это] вещи, которые я ценю,

* http://www.nytimes.com/2012/03/12/technology/start-ups/pinterest-aims-at-the-scrapbook-maker-in-all-of-us.html?_r=3&pagewanted=1 (11 марта 2012 года).

люблю, отражение моего внутреннего мира — и неважно, что это: кексы, голый торс Дэвида Бекхэма или вдохновляющие цитаты»*.

Челси Смит, специалист по социальным сетям в Oreck**, сказала, что руководитель попросил ее создать корпоративный аккаунт в Pinterest вскоре после того, как во время путешествия с семьей в Мексику сделал интересное открытие. Он заметил, что всех женщин, которые отдыхали вместе с ними, Pinterest привлекала больше, чем загар и коктейли «Маргарита»! Он признался, что на тот момент не совсем понимал принцип работы сайта, но точно знал одно: «Там происходит нечто грандиозное. Мы просто обязаны зарегистрироваться на этом сайте!» У Смит уже был опыт создания аккаунта в Pinterest для компании, реализующей пылесосы, и поэтому руководство дало добро на то, чтобы она вплотную занялась планированием промокампаний и для Oreck.

Затягивает? Да. Гениальная маркетинговая стратегия для Oreck? Безусловно.

Сегодня многие продвинутые компании регистрируются в Pinterest: сеть уже завоевала репутацию надежного источника трафика. Вам стоит последовать их примеру.

Целевая аудитория Pinterest

Большую часть базового контингента посетителей Pinterest составляют женщины. И хотя статистические данные в разных источниках разнятся, многие исследователи считают, что примерно 60% пользователей Pinterest в США — женщины в возрасте 25–34 лет.

Нельзя сказать, что сайт ориентирован только на прекрасную половину человечества; это просто сервис, который позволяет

* <http://www.visualnews.com/2012/03/26/why-is-pinterest-so-addictive/>.

** Oreck — американская компания, производитель бытовой техники. Основана в 1963 году. *Прим. ред.*

участникам собирать в интернете все, что им нравится, и размещать изображения. В начале своего существования Pinterest почему-то пользовалась особой популярностью у молодых женщин. Но сеть развивается и уже привлекает мужчин, равнодушных к гаджетам, любителей ремонта и обустройства дома.

Специалист по продвижению в социальных сетях Майк Стрит (@mikestreet), например, создал великолепную коллекцию изображений, которые нравятся мужчинам, на доске под названием BroPin*. Его доска — коллаж, поддерживаемый совместными усилиями более 35 мужчин, — включает около 800 изображений самых популярных у сильного пола одежды, автомобилей, устройств и продуктов питания. А Бен Голдер (@beng), студент из Барселоны, изучающий экологическую архитектуру и дизайн, привлек уже около 200 тысяч подписчиков к своему аккаунту, пестрящему досками о робототехнике и архитектуре «с мужским характером».

Пользователей Pinterest во всем мире становится все больше, и в других странах соотношение между мужчинами и женщинами отличается от соотношения в США. Например, сеть ежемесячно привлекает около 200 тысяч уникальных посетителей из Великобритании, причем большинство из них (56%) — мужчины.

Не верьте тем, кто утверждает, что Pinterest подойдет только для женщин или для рекламы того, что нравится им, например свадебных нарядов или моды. Позже я расскажу, как некоммерческие организации и B2B-компании могут извлечь выгоду из Pinterest. В любом случае это многоцелевой, удобный и простой в использовании инструмент, который может принести колоссальную пользу разным компаниям и их клиентам.

* BroPin — англ. *bro* — «братан» и *pin* — изображение на сайте Pinterest. Прим. перев.

Почему Pinterest?

Почему в маркетинговых целях лучше использовать именно Pinterest? Вот несколько причин, по которым продвинутые и эффективные компании используют именно ее для генерирования новых лидов*, привлечения трафика на сайты и взаимодействия с клиентами:

- **Pinterest может стать элементом вашей маркетинговой стратегии управления контентом.** Контент — по-прежнему определяющий фактор в интернете, а визуальный контент Pinterest поможет довести вашу онлайн-стратегию до совершенства. Публикации в блогах, социальных сетях и на сайтах, где можно размещать изображения, помогают привлекать новых клиентов и строить добрые отношения с имеющимися. Если контент интересен, ваши потребители и подписчики обязательно расскажут друзьям о концепции вашего бренда. Разве не об этом вы мечтали?
- **Люди принимают решения о покупке на основании того, что они видят в социальных сетях.** Массачусетская компания HubSpot, которая предоставляет программное обеспечение для маркетинга, сообщила в январе 2012 года, что в 71% случаев люди приобретают продукты, рекомендованные их друзьями в социальных сетях. Продвинутые компании не упустят возможности сделать все для того, чтобы их продукты было удобно искать и рекомендовать в Pinterest и на других подобных ресурсах**.
- **Платформа придает бренду «человеческий облик».** Визуальные возможности сети Pinterest позволяют рассказать клиентам

* Новые потенциальные клиенты, заинтересовавшиеся продуктами компании. *Прим. ред.*

** <http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/30239/71-More-Likely-to-Purchase-Based-on-Social-Media-Referrals-Infographic.aspx>.

(в том числе потенциальным) о сути бренда, цели и миссии компании. Чем ярче ваши доски отражают характер вашего бренда, тем более «человечной» будет казаться компания — и тем большего успеха вы добьетесь в Pinterest.

- **Сеть может стать постоянным источником вдохновения.** Независимо от отрасли, взаимодействие в Pinterest и великолепный контент — отличный источник вдохновения. Для художников, фотографов и представителей других творческих профессий Pinterest становится «музой».
- **Можно использовать сеть для поиска единомышленников.** Коллекционируя и управляя интересным контентом на Pinterest, вы сумеете привлечь единомышленников. Вы можете создать крепкое сообщество ярких личностей вне зависимости от того, чем вы занимаетесь: продаете книги, рекламируете тренинги или пиарите свою книгу в надежде найти крупное издательство. Эта платформа предоставляет практически неограниченные возможности!

Теперь вы знаете, почему маркетинг в Pinterest — отличное решение для современных компаний. Попробуйте использовать эту сеть. Для начала я расскажу, как создать в сети Pinterest привлекательный корпоративный профиль.