



Решение бизнес-задач в digital  
с упором на стратегию **SMM 360°**

# VIRUS

SMM



# О нас

6

лет работы



Золотая премия  
Тэглайн 2016



SMM-агентство №1  
в ПФО по версии  
Тэглайн



Топ-20 PR-агентств  
России по версии  
РАРР



Стратегический  
подход SMM 360°

28

место в России по  
версии Тэглайн



# Присутствуем в рейтинге лучших агентств RUWARD 2017 в сферах:

- финансы;
- банки;
- страхование;
- авто- и мотобизнес;
- онлайн-сервисы;
- порталы;
- стартапы;
- FMCG-товары;
- туризм;
- государство.





## Многоканальность

Одновременно работаем с несколькими медиаканалами. Это усиливает эффективность рекламной кампании.

## Social CRM

Запросы, вопросы, заказы – отслеживаем в Social CRM, которая является единой базой потенциальных клиентов.

## Единое окно

Обращения от клиентов и отчеты по каждому инструменту кампании готовим «в режиме одного окна».

## Синхронизация

Наша система работы позволяет одновременно отслеживать эффективность по всем рекламным сообщениям.

## Достижение бизнес-показателей

Выполнение KPI и задач клиента для нас важнее всего.





Исследуем конкурентов  
и  
целевую аудиторию  
клиента

1

2

Разрабатываем  
ключевые  
сообщения

3

Создаем рекламную  
кампанию  
по стратегии SMM 360°

4

Формируем  
медиаплан кампании

5

Реализуем  
стратегию, улучшая  
ее в процессе работы

6

Достигаем KPI,  
помогаем клиенту  
улучшить бизнес-  
показатели



# Social CRM

работаем в удобной системе

## Собираем данные

---

вопросы, комментарии,  
упоминания бренда в  
социальных сетях, на форумах,  
блогах и сайтах

## Создаём стратегию

---

продвижения на каждую категорию  
пользователей

## Сортируем пользователей

---

на «холодную», «тёплую»  
и «горячую» аудиторию

## Собираем вопросы

---

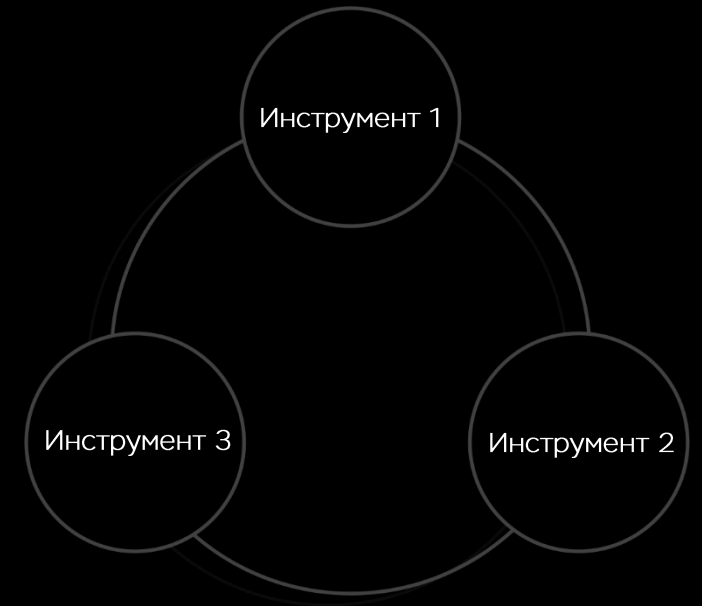
стимулируем пользователей  
к целевым действиям (покупать,  
подписываться, регистрироваться,  
переходить на сайт и т.д.)



## Многоканальная аналитика

Разные рекламные каналы работают одновременно. Мы собираем по ним полную аналитику. На основе этих данных можем в процессе работы оптимизировать и увеличивать эффективность кампании.

	Охват	Вовлечение	Переходы	Потраченный бюджет	Транзакции	ROI
<b><u>Публикация 1</u></b>	x	x	x	x	4x	2x
<b><u>Публикация 2</u></b>	x	x	x	x	2x	0,5x







((

*Мы берем в работу проекты, которые нам интересны и на наш взгляд – несут ценность для аудитории. Это позволяет конвертировать наш опыт и экспертизу в осязаемый для клиента результат – решение PR-задач.*

))



**ДАНИИЛ ЛАЗАРЕВ**  
**Managing Director**

((

*Работа с клиентами по стратегии SMM 360°, благодаря опыту и высокой экспертизе на каждом этапе реализации, позволяет нам достигать ощутимых и измеримых результатов для каждого проекта.*

))



**АЛЕКСЕЙ ТРЕТЬЯКОВ**  
**New Business Director**



# OUR WAY

2017

28  
место  
в TAGLINE



8  
PPAP  
Вирусная  
реклама

16  
PPAP  
SMM-  
агентства

15  
PPAP  
PR-агентства

2016

1  
место  
в RUWARD  
Саратов

65  
место  
в RUWARD  
Россия

SMM  
ПРАКТИКА  
организация  
конференции

2015

19  
место  
в PPAP

29  
место  
в TAGLINE

WAKE UP  
PROVINCE  
участник

2013 - 2014



# ОТЗЫВЫ



*Для продвижения финала Национального чемпионата «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) мы хотели придумать не простую историю, а проект, который станет своего рода наследием. Мне кажется, что нам это удалось. Проект получился ярким и интересным благодаря ребятам из VIRUS SMM, с которыми мы «зацепили» нужную нам аудиторию и создали «задел» на будущее развитие в социальных сетях.*



**ОЛЕСЯ ШЕВЧЕНКО**  
Руководитель интернет-проектов  
в Союз Ворлдскиллс Россия



*Совместно со специалистами агентства VIRUS была разработана стратегия присутствия в социальных медиа для захвата совершенно новой аудитории. Профессиональный подход агентства помог за короткое время подружиться с автомобилистами в социальных медиа, не просто продавая услугу автострахования "в лоб", а сделав СК "Клубер" верным помощником в различных ситуациях на дорогах.*



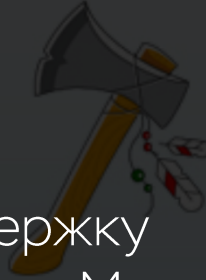
**КСЕНИЯ ОДИНЦОВА**  
Генеральный директор СК "Клубер"



*Ежегодно агрофирма «Золотая Балка» проводит музыкальный фестиваль на виноградниках #ZBFest, основным каналом продвижения которого являются социальные сети. По итогам работы мы можем отметить, что сильные стороны данного Агентства – это контент-менеджмент и поддержание вовлеченности аудитории, что положительным образом сказалось на увеличении числа подписчиков во всех социальных сетях, а также на предфестивальной активности.*



**ДАРЬЯ ГЛИНСКАЯ**  
Руководитель PR-направления  
в Винный дом Балаклавы



## Project

Специальный проект в поддержку  
V Национального чемпионата «Молодые профессионалы»

## Цели продвижения

1. Усилить информационный охват WorldSkills Hi-Tech 2016
2. Популяризировать рабочие профессии среди молодой аудитории

## Результаты рекламной кампании

1. Охват аудитории в 8 300 000 контактов
2. Более 8 900 уникальных посещений промо-страницы
3. Свыше 2 000 участников конкурса
4. Рост сообществ на 1 750 участников
5. Вирусный органический охват: свыше 200 000 уникальных пользователей





## Project

Увеличение охвата информационного поля компании OneTwoTrip

### Цели продвижения

1. Увеличение охвата информационного поля компании
2. Рост целевой аудитории сообщества в Facebook
3. Корректировка контент-стратегии
4. Рост продаж в социальных сетях

### Результаты рекламной кампании

1. Охват свыше 500 000 представителей целевой аудитории
2. Прирост сообщества в Facebook на 10 000 целевых подписчиков
3. Рост доли продаж с социальных сетей



## Project

Поддержка проекта MAN LION'S INTERCITY TOUR 2016

### Цели продвижения

---

1. Рассказывать об автопробеге
2. Повысить узнаваемость нового автобуса MAN LION'S INTERCITY в соцсетях
3. Сформировать лояльность к бренду

### Результаты рекламной кампании

---

1. Охват целевой аудитории в 399 400 пользователей
2. Сформирован пул лояльной аудитории
3. Пользователи написали под конкурсными постами 2 500 комментариев
4. Более 8 000 положительных действий на страницах





## Project

Продвижение в социальных сетях  
ТРЦ «Золотой Вавилон Ростокино»

### Цели продвижения

1. Помочь агентству Kestler&Wolf вести сообществ ТРЦ, наполнить сайт и запустить email-рассылки
2. Увеличить охват информационного поля бренда
3. Нарастить целевую аудиторию в соцсетях
4. Оперативно рассказывать аудитории об акциях

### Результаты рекламной кампании

1. Привлечено более 6 900 участников в сообщество бренда.
2. Охват аудитории составил более 1 100 000
3. Свыше 375 размещенных акций на сайте
4. 31 email-рассылка



## Project

Как мы продали услуги страхования через социальные сети на 1 500 000 рублей

### Цели продвижения

1. Работа с комьюнити: нивелировать негатив клиентов, оперативно решать проблем, отвечать на вопросы
2. Управление репутацией: работа на тематических форумах через агентов влияния
3. Сформировать имидж страховой компании, которая в первую очередь думает о клиентах
4. Генерировать трафик на посадочную страницу
5. Увеличить количество подписчиков и охват публикаций

### Результаты рекламной кампании

1. Более 300 заявок на услуги КАСКО
2. Более 15 заключенных договоров с чеком 80-100 тыс. рублей
3. Прирост более 3 000 пользователей из целевой аудитории бренда (премиум сегмент)
4. Более 200 положительных отзывов на популярных ресурсах
5. Работа с клиентами на всех этапах: «холодная», «тёплая», «горячая» аудитория





**d-c-fix**<sup>®</sup>

## Project

Вывод бренда D-C-FIX на российский рынок

### Цели продвижения

---

1. Вывести бренд на российский рынок
2. Раскрыть ключевые преимущества продукта
3. Создать примеры применения продукта на российском рынке

### Результаты рекламной кампании

---

1. Свыше 100 участников в конкурсе со сложной механикой (DIY)
2. Сами создавали контент, который преимущество плёнки D-C-FIX
3. Привлекли в сообщества бренда 9 000 представителей целевой аудитории
4. Охватили больше 2 800 000 пользователей
5. Более 15 000 активностей в сообществах бренда
6. ER post выше среднерыночных показателей в 2-5 раз (в зависимости от площадки)



## Project

Продвижение бренда «Омский бекон» в социальных сетях

### Цели продвижения

1. Увеличить охват информационного поля бренда
2. Нарастить целевую аудиторию во «ВКонтакте»
3. Повысить лояльность аудитории

### Результаты рекламной кампании

1. Свыше 40 000 участников wiki-тестов
2. Привлекли в сообщество более 23 000 участников
3. Свыше 100 фотографий приготовленных блюд в разделе «Ваши кулинарные победы»
4. Охват аудитории превысил 6 800 000
5. Более 45 000 активностей в сообществе бренда
6. Опубликовали 827 постов





## Project

Продвижение промо-акции одного из крупнейших производителей мягкой мебели в России

### Цели продвижения

1. В короткие сроки прорекламирровать уникальное предложение бренда на два региона

### Результаты рекламной кампании

1. Охвачено свыше 150 000 жителей Ростова-на-Дону и Перми
1. Свыше 2 000 000 показов рекламных объявлений
2. Свыше 1 000 переходов по максимально релевантным объявлениям
3. Самый качественный канал среди интернет-рекламы по отказам, глубине просмотра, времени на сайте и максимальной релевантности объявления.



## Project

Продвижение бренда производителя мягкой мебели

### Цели продвижения

1. Увеличить узнаваемость бренда
2. Донести ключевые преимущества через промо-акции

### Результаты рекламной кампании

1. Охвачено свыше 170 000 жителей Самары, Казани, Перми, Челябинска и Нижнего Новгорода
2. Перевыполнение KPI в 1,7 раза
3. Более 40 000 просмотров рекламного ролика целевой аудиторией, интересующейся покупкой мягкой мебели
4. Самый качественный канал среди интернет-рекламы по отказам, глубине просмотра, времени на сайте и максимальной релевантности объявления.



## Project

Продвижение бренда «Ясная Горка»  
в социальной сети «Одноклассники»

### Цели продвижения

1. Создать сообщество с нуля
2. Увеличить охват информационного поля бренда
3. Собрать в сообществе целевую аудиторию
4. Увеличить лояльность аудитории

### Результаты рекламной кампании

1. Коэффициент вовлеченности 2.03%
2. Привлекли более 3 000 участников в сообщество бренда
3. Свыше 7 000 посещений группы за месяц
4. Охват аудитории составил более 420 000
5. Более 1 500 активностей в сообществе бренда
6. Всего 28 публикаций





## Project

Увеличить охват информационного поля интернет-журнала 7sisters

### Цели продвижения

1. Увеличить охват информационного поля интернет-журнала
2. Нарастить целевую аудиторию сообщества бренда в Facebook
3. Составить рекомендации и скорректировать контент-стратегию
4. Стимулировать и увеличить число переходов на сайт из социальных сетей

### Результаты рекламной кампании

1. Охват свыше 2 100 000 представителей целевой аудитории
2. Свыше 77 700 переходов на сайт
3. Привлечено в сообщество Facebook более 5 500 целевых подписчиков целевой аудитории
4. Более 12 000 взаимодействий с публикациями





## Project

Комплексное SMM-продвижение для АЗК «Торэко»

### Цели продвижения

1. Привлечь в соцсети автовладельцев из определенных регионов в возрасте 18-35 лет
2. Отработать типичные для АЗС возражения по качеству топлива и «недоливу»
3. Организовать клиентскую поддержку в соцсетях
4. Вовлечь аудиторию в жизнь компании

### Результаты рекламной кампании

1. Привлечено более 8 000 представителей целевой аудитории
2. Показатель вовлеченности составил 5,2%
3. Охвачено более 150 000 человек
4. Время реагирования на комментарии в рабочее время сократилось до 30 минут
5. Негатив, связанный с качеством топлива, сократился в сообществах компании на 90%



# ГОРЬКО!

## Project

Распространение вирусного тизера к/ф «Горько»

## Цели продвижения

1. Запустить вирусный тизер к выходу фильма «Горько» в прокат

## Результаты рекламной кампании

1. Тизер четыре дня был топ-1 в трендах YouTube
2. За время кампании набрал больше 1 000 000 просмотров
3. Вызвал обсуждения вокруг кинофильма





## Project

Продвижение бренда «Фамильные колбасы»

### Цели продвижения

1. Вывести на рынок Самарской области новую продуктовую линейку колбасных изделий «Та Самая»
2. Повысить узнаваемость бренда

### Результаты рекламной кампании

1. Охват свыше 350 000 пользователей Самарской области



## Project

Повышение узнаваемости бренда LodkaHaus

### Цели продвижения

1. Повысить узнаваемость компании LodkaHaus на федеральном рынке
2. Вывести на рынок бренд речных яхт Thoroughbred Houseboats

### Результаты рекламной кампании

1. Охват целевой аудитории 57 000 человек
2. В сообщества компании привлекли свыше 1 200 представителей целевой аудитории
3. Обращения к представителям компании, связанные с приобретением хаусботов.



## Project

Повысить узнаваемости бренда «Tele2.Гудок»

### Цели продвижения

1. Увеличить охват информационного поля услуги
2. Повысить узнаваемости бренда среди молодой и активной аудитории
3. Увеличить число подписчиков официального сообщества

### Результаты рекламной кампании

1. Свыше 3 100 000 контактов с целевой аудиторией
2. Привлекли в сообщества больше 20 000 представителей целевой аудитории
3. Увеличили вовлеченность аудитории в контент





## Project

Сформировать лояльность к бренду InfoLife

### Цели продвижения

1. Вывести продукт на рынок
2. Повысить узнаваемость в социальных медиа
3. Сформировать лояльность к бренду

### Результаты рекламной кампании

1. Свыше 3 100 000 контактов с целевой аудиторией
2. В сообщество привлечено больше 20 000 представителей целевой аудитории
3. Выросла вовлеченность аудитории в контент



## Project

Увеличение количества подписчиков  
официального сообщества «AMD Россия»

### Цели продвижения

1. Привлечь первоначальную аудиторию в новое сообщество бренда
2. Повысить узнаваемости бренда среди геймеров
3. Увеличить число подписчиков официального сообщества

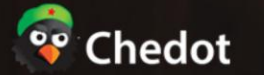
### Результаты рекламной кампании

1. Свыше 2 300 000 контактов с целевой аудиторией
2. В сообщество привлекли 10 000 человек из целевой аудитории
3. Увеличили узнаваемость бренда
4. Запустили новую площадку





ARISF  
Display ads for Mobile App



## Project

Масштабное продвижение браузера Chedot

### Цели продвижения

1. В сжатые сроки продвинуть браузер среди жителей Египта
2. Увеличить число скачиваний и установки браузера

### Результаты рекламной кампании

1. Охвачено свыше 2 000 000 жителей Египта
2. Свыше 21 000 скачиваний браузера за 7 дней



# OUR Contacts

---

+7 (495) 255-28-77  
info@vismm.ru

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