



КАК СТАТЬ ПОПУЛЯРНЫМ В «ОДНОКЛАССНИКАХ»

АНТОН ФЕДЧИН,
руководитель социальной сети
«Одноклассники»

Мы как платформа для блогеров всегда отличались от других соцсетей. Пользователи ОК чаще всего собирают вокруг себя близких людей — тех, кого они действительно знают и с кем могут поделиться самыми яркими и искренними эмоциями. В этой связи и контент пользователи выбирают максимально честный и эмоциональный. Именно поэтому самые популярные блогеры в «Одноклассниках» — это стримеры, авторы прямых трансляций, которые создают настоящий живой контент через наше мобильное приложение OK Live.

Видеоплатформа ОК — №1 среди соцсетей в России. Ежедневно видео в ОК собирают более 870 млн просмотров, и из них 130 млн приходится на стримы. Как результат, ОК очень популярны как блог-платформа для так называемых lifestyle-трансляций про мир вокруг, путешествия, искусство и просто жизнь простых людей.

Основная модель монетизации блогеров в ОК — интеграции брендов внутри трансляций. Так, например, Дмитрий Барков в своем блоге о здоровом образе жизни тестирует спортивную экипировку и собирает на «лайвы» по 150 тысяч просмотров. Lifestyle-блогер Юлия Мостинкович проводит тест-драйвы автомобилей: трансляции суммарно приносят почти 300 тысяч просмотров. Средняя стоимость интеграции в стримы у популярных блогеров — 30 тысяч рублей, то есть бренд получает сравнительно дешевый контакт с аудиторией. Чем дольше длится трансляция, тем больше зрителей ее смотрит. Это уникальная особенность стриминга. Таким образом, снимая длинные, но наполненные увлекательными событиями видео, блогер может привлечь большую аудиторию зрителей, а бренд — расширить число контактов с потенциальными клиентами.

Чтобы стать популярным в ОК, достаточно хорошо разбираться в какой-то интересной теме и увлекательно о ней рассказывать в формате стрима, текста или фото. Дальше — дело техники. Например, можно воспользоваться многочисленными высокотехнологичными продуктами ОК для авторов контента. Среди них — творческая студия, которая позволяет добавлять в плеер с прямыми эфирами викторины, опросы, мотивируя зрителей активнее взаимодействовать с контентом. Инструменты поддержки авторов, создающих прямые трансляции, позволяют зрителям во время эфира поощрять блогера платными подарками, которые он может конвертировать в денежные средства или в оплату виртуальных сервисов соцсети. ОК также постоянно проводят различные спецпроекты, поддерживающие талантливых блогеров, создающих уникальный контент. Авторы наиболее популярных в ОК стримов или другого контента могут рассчитывать на поддержку со стороны соцсети.



КАК СТАТЬ ПОПУЛЯРНЫМ ВО «ВКОНТАКТЕ»

КОНСТАНТИН СИДОРКОВ,
директор
по стратегическим коммуникациям
«ВКонтакте»:

«ВКонтакте» исторически служит площадкой для старта молодых создателей контента — музыкантов, иллюстраторов, блогеров и других авторов. И конечно же, одна из главных особенностей VK — паблики, которые объединяют как небольшие локальные комьюнити, так и огромные сообщества людей по интересам. Многие создатели контента используют формат пабликов для своего продвижения.

В рекламном кабинете «ВКонтакте» доступно множество разных форматов, которые помогут найти свою аудиторию. Стоимость привлечения подписчиков будет зависеть от множества факторов: выбранных форматов, креативов, величины аудитории, тематики. В прошлом году рекламодателям стал доступен прогноз результатов: система подскажет примерный бюджет, какой охват и количество переходов можно получить. Таргетированная реклама, реклама в «Историях», видеореклама — все это помогает блогерам выходить на многомиллионную аудиторию «ВКонтакте» и получать органические и вирусные охваты. Но важным критерием для создания хайпа, конечно, является сам контент, который создает автор. Сейчас недостаточно просто запустить рекламу в день выхода релиза, а нужно начинать работать с аудиторией заблаговременно: разогревать фанатов анонсами в паблике, общаться с аудиторией — например, через прямые трансляции, делать коллаборации с другими лидерами мнений, использовать конкурсные механики для взаимодействия с поклонниками, подробно анализировать аудиторию, чтобы обыгрывать интересные темы и тренды, и задействовать для продвижения все релевантные площадки.

Если говорить о музыкантах, из «ВКонтакте» на большой музыкальной арене появились Макс Корж, Jah Khalib, Скриптонит, Тима Белорусских и огромное количество других исполнителей. Из последних примеров — нашумевший музыкальный релиз блогера Моргенштерна принес артисту десятки миллионов прослушиваний.

И специально для начинающих авторов мы запустили программу VK Talents (vk.com/talents) — она помогает создателям интересного контента получить бесплатное продвижение в соцсети и даже стать участником крупных международных проектов и фестивалей. Если вы молодой автор, свой путь к славе стоит начинать со знакомства с VK Talents.



на GoPro не собираюсь. Если говорить о Handycam, мне было важно, чтобы можно было одновременно выполнять роли и оператора, и интервьюера, и ведущего, то есть нет ни времени, ни возможности заморачиваться с фокусом, выставлением диафрагмы и так далее».

Кроме двух камер блогер брал в поездку внешние аккумуляторы и MacBook Pro (от 109 тыс. руб.) для обработки видео. Впрочем, оказалось, что монтажом и подготовкой записей удобнее заниматься по возвращении из поездки. «Потом я купил себе планшет белорусско-китайского бренда Prestigio Visconte — это просто находка. Он стоил меньше \$200 (11,6 тыс. руб. по курсу 58,3 за \$1), но это планшет с полноценной ОС Windows, двумя USB-портами и клавиатурой — очень удобно, когда тебе нужно просто перекидывать с флешек на жесткие диски и писать сценарии», — продолжает Леонид Пашковский. Короче, по подсчетам «Денег», его суммарные траты на экипировку могли достигнуть 208 тыс. руб.

Илья Бородин, представитель медиасети Yoola, сотрудничающей с крупнейшими блогерами рунета, считает, что минимальный набор для начинающего блогера — это телефон и микрофон-петличка (от 720 до 10,9 тыс. руб.). Однако для съемок более сложных сюжетов, которые делает, например, Анастасия Ивлеева или «Клик-Клак шоу», выпуск каждого ролика может стоить до 300 тыс. руб. Сюда входят инвестиции в команду, которая может достигать и 50 человек. Кстати, надо учитывать, что на создание одной серии может уйти от двух до семи дней.

Грузим софт

На обязательных расходах на «железо» можно остановиться и использовать бесплатные текстовые, фото- и видеоредакторы. В случае если покупки не избежать, надо помнить, что для любой операционной системы продается пакет программ Microsoft стоимостью около 6 тыс. руб. и пакет Adobe Creative Cloud, аренда которого