

Пости за любовь

Интернет-дневники становятся новой рекламной площадкой с миллионной аудиторией.

Съездила недавно на два дня в город Кемер (Турция) на Первый слет блоггеров-путешественников. Компания подобралась что надо — почти сотня активно пишущих о собственных путешествиях в личные дневники блоггеров с Livejournal.com (далее ЖЖ), Liveinternet.ru (ЛиРу) и сайта туристических брендов TBG-Brand.ru, принявших участие в конкурсе на лучший репортаж о турпоездке на своих ресурсах.

Привезли счастливых отдыхающих в Турцию заинтересованные лица — Сеть «ТБГ. Туристические бренды» и один из крупнейших российских туроператоров. «Новая» поехала выяснять, зачем.

Слет блоггеры тут же окрестили Улетом: и компания единомышленников позволяла, и пятизвездочный отель с All inclusive, и развлекательная программа — ужин на горной реке с поеданием барана и дневное катание на яхте с купанием в открытом море. Победителей конкурса и «шишек» блогосферы везли бесплатно, с вышедших в финал участников брали 200 долларов за все удовольствие. Блоггеры ели, пили, купались и танцевали так, чтобы было что вспомнить, а главное, написать — не за красивые же глаза их, в конце концов, почти задаром пригласили на курорт.

Не побрезговали заглянуть в Турцию и авторитеты. Авторитеты ЛиРу ночью прыгали в море с пирса, плясали на дискотеках, заваливали всех сувенирными значками и желали Носику приятного аппетита. Основатель Газета.ru, Вести.ru и прочего, а ныне руководитель российской части «Живого Журнала» Антон Носик заехал на денек из Стамбула. Прохаживался у бассейна с грузом ответственности и ноутбуком и тихо улыбался бурно отдыхающим. Однажды был замечен произносившим фразу: «Liveinternet? А что это такое?». После выступления на официальной части больше в Кемере замечен не был. Руководитель Liveinternet Валентин Любимов был замечен везде, где было весело и необходимо.

Официальная часть — несколько часов докладов в конференц-зале отеля — пользовалась удивительным для заочной погоды успехом. Представитель TBG Сергей Чумичев долго рассказывал об истории туризма. Начал с первобытно-общинного строя и утверждения, что первым туристическим блогом был «эпос о Гильгамеше», «комментарии к которому продолжают оставлять и поныне», закончил констатацией появления «путешествующих субъектов» — нетократов, для которых путешествия — образ жизни, а блоги — «мощный механизм выстраивания социальных сетей и оперирования информационными потоками». Любимов рассказывал о том, что при всем развитии разных способов самовыражения в Сети пока еще недостаточно средств для описания своей поездки и выкладки привезенной с собой из отдыха информации, будь то фото, видео или тексты.

Наибольшее оживление в зале вызвал доклад заместителя руководителя проекта CheapTrip.ru по идеологическим вопросам Ирины Старостиной «Халява как двигатель турблоггера». А директор по рекламе и связям с общественностью Liveinternet.ru Руслан Чачанов рассказал о среднем возрасте интернет-туриста (женщины — 24 года, мужчины — 28), его «географии» (Москва — 58%, Санкт-Петербург — 18%, Владивосток, Самара Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород, Челябинск — по 1 — 2% каждый, остальные города — 17,5%) и технологиях продажи рекламы в блогах.

Самые дальновидные предприниматели уже давно рассматривают блоги как перспективную рекламную площадку. Есть множество способов коммерческого размещения (подробнее о них — в ближайших номерах «Новой»), начиная с пресловутых баннеров, заканчивая скрытой рекламой в личных дневниках. И если баннеры в силу цены доступны разве что крупным компаниям, то у простых блоггеров запросы куда меньше. Сил они к получению заработка прилагают не много — как известно: чем короче пост, тем больше народа его читает, а деньги какие-никакие лишними не бывают.

«Сумма колеблется от 10 до 1000 долларов за сообщение, — говорит Валентин Любимов. — Скрытый маркетинг — распространенное явление в рекламном мире, и есть фирмы, которые специализируются на создании вирусного свойства компаний для продвижения того или иного бренда». Вирусного свойства

компании не раз обращались и к самому Валентину. Он «тысячник» — имеет около десяти тысяч «френдов» и, соответственно, авторитет. Есть один минус — платные сообщения чаще всего хорошо видны, и аудитории такая явная «джинса» нравится далеко не всегда, что, соответственно, приводит к снижению авторитета.

Но есть еще один путь к посту блоггера — добровольные «пожертвования». Многие компании дарят блоггерам мобильные телефоны, клубные карты и прочие мелкие прелести жизни. Это как девушку сводить в ресторан и на прощание поцеловать в щечку. Ты от нее ничего не требуешь, а она чувствует себя благодарной, вспыхивает любовью и хочет сделать взамен что-то хорошее. И появляются посты — не заказные, а, так сказать, благодарственные.

Туризм же в подобном деле вообще благодарное поле. Съездить на халяву или за копейки в поездку — кому не приятно? И почему не отписаться хорошо, когда вокруг море, солнце, девушки красивые... Отдача от таких постов внушительная — фотографии красивые, эмоции положительные, тема всем близкая. После поездки в блогах принявших в ней участие появилось огромное количество постов — с многочисленными благодарностями организаторам, дифирамбами отелю, сервису и Турции вообще. Те, кто в поездку не попал, массово плачут в комментариях и копят деньги на собственный вояж.

Валентин уверяет, что сам чист — за информацию в своем блоге денег не берет. Зато после поездки в Турцию тоже чистосердечно рассказывает, как его вылавливали шестом из бассейна, и как все остальное тоже было весело, и как с руководителем организаторов Александром Ивановым говорили о важности узнаваемости бренда в туризме. Вот и Носик в своем турецком докладе долго рассказывал о том, что блоги не содержат «заказухи» и «авторитет» никогда не будет размещать приукрашенную информацию о странах и отелях. Тем временем на сайте ЖЖ висит рекламный баннер джаз-фестиваля в Архангельском, призывающий блоггеров написать в своем дневнике анонс за билет. А тысячник ЖЖ Гоблин Гага на днях призвал авторитетных товарищей посетить «закрытый показ для блоггеров фильма Балабанова «Груз 200». «Бесплатно, естественно. Скажу честно, приглашаем только «тысячников», потому как имеем надежду, что посмотрят и что-нибудь напишут».

Настойчиво циркулирует слух, что тысячники разных ресурсов собираются создать скоординированный медиапроект — альтернативную рекламную кампанию, которая будет централизованно запускать рекламу в дневники.

Стремление к объединению у блоггеров вообще налицо. Несколько дней спустя после Турции была на, можно сказать, историческом событии — первом «межгалактическом» кий-турнире. В качестве представителей галактик значились команды блоггеров с Livejournal.com и Liveinternet.ru, молодежного телеканала O2TV, NewMediaStars, владеющей русским ЖЖ компании СУП и Фонда эффективной политики. В качестве интриги — «первая совместная вечеринка» блоггеров конкурирующих порталов, которую организовали их же активисты — goblin_gaga, scandal_max и sholademi из ЖЖ и «междусобойщики», «ПроКуратор», Dagich и Media_Sapiens из ЛиРу. Разрекламированная в Сети акция принесла плоды. Вместительный бильярдный клуб был забит под завязку.

Пока товарищи играли в бильярд, расположившийся на барной стойке Гоблин кричал: «Это ... мы организовали! Мы собрали людей! Не думайте, что мы ... жадные! Лайвинтернет, ЖЖ — все, кто хотел, пришли! Пусть играют в бильярд, слушают музыку, мы владеем блогосферой!».

Блоггерам владеть блогосферой ее реальные владельцы пока не мешают. Так же, как объединяться. Носик, конечно, прекрасно знает о том, что такое Liveinternet, и популяризация блогосферы любыми путями — в его интересах. Они с Любимовым в Турцию, конечно, не загорать приехали, а продвигать дело наращивания блог-пузыря. Потому что за блогами — информационное и рекламное будущее. А зарвавшихся пользователей всегда можно забанить. Перетягивать же пользователей с конкурирующих сайтов сегодня нет смысла — в интернет каждый день приходят тысячи новых. Знают об этом и рекламщики, заинтересованные в адресной и мобильной рекламе.

Конечно, пока существуют и проблемы во взаимоотношениях блогов и рекламы. Взять тот же туризм. «Наиболее доступно выразить настроение от поездки можно при помощи фото, а лучше видео, — говорит Валентин. — В российском интернете развитие видеотехнологий пока в зачаточном состоянии. Не у всех достаточно широкий канал доступа, а в регионах и вовсе беда. Есть два монополиста, дающие регионам интернет: Транстелеком и Ростелеком, зарабатывающие огромные суммы на трафике. Если в Москве платят 20 долларов в месяц за выделенный канал, то в провинции пользователь платит 20 долларов за 10 часов тормозного интернета, поэтому скачивать фото и видео по 5 — 10 минут он не будет. Будущее интернета за тем, чтобы нарушить эту монополию».

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot_bot](#)

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)