Автор: Administrator
07.12.2018 23:59 -



Чтобы пройти химиотерапию, лечившая рак Лиз Дуайер носила рубашку своей любимой группы, 80-х годов «Depeche Mode», каждый раз, когда она отправлялась в клинику. «Это приносит мне хорошие воспоминания и заставляет меня почувствовать, что я снова живу», - говорила она в видео для группы, вытирая слезы. Это всего лишь одна из многих историй на странице Facebook группы «Depeche Mode». Группа набирает популярность в соцсетях. Идея создания страницы направлена на продвижение выпуска студийных альбомов «Depeche Mode».

Продвижение новых альбомов

Более трех тысяч человек подали заявку в начале этого года после того, как вокалист Дейв Гаан опубликовал сообщение, в котором приглашал людей участвовать в продвижении страницы на Facebook. Менеджмент «Depeche Mode» также помог привлечь поклонников. Даже группа «Linkin Park» подписалась на страницу «Depeche Mode», в тот день, когда вышел их собственный новый альбом. «Мы выросли на «Depeche Mode», - пишет группа в своем первом посте. «Они были одним из наших ранних влияний - от звука, который они использовали до того, как они компоновали песню».

BBH L.A. и творческий магазин Facebook - это творческие силы, лежащие в основе идеи

поглощения. «Наша миссия, когда мы впервые ее представили, сосредоточилась на том, как мы продвигаем новый альбом для группы, которая существует уже тридцать лет, и мы позволили фанатам сделать это за нас», - сказала старший журналист BBH L.A. Эмили Розен. BBH продолжает находить поклонников, ищет интригующие истории, которые могут совпасть с туром группы. Более крупные бренды могут найти полезные советы в проекте. «Это не требует, чтобы группа активно продвигалась, - сказал Алекс Поллок, один из менеджеров группы. «Это гораздо больше касается поклонников, говорящих с другими фанатами. Это платформа для них, чтобы они собирались вместе и таким образом влияли на группу».

Платформа для публикации писем фанатов

То, что «Depeche Mode» набрала популярность в соцсетях, обеспечивает механизм для последовательных, «аутентичных» сообщений, поскольку тур группы продолжается в следующем году. «Это скорее платформа для публикации, чем одноразовая кампания, - говорит глобальный главный креативный директор BBH. Передача вашей страницы в руки поклонников сопряжена с рисками, поскольку может получиться что-то сомнительное, например, высказывание ненависти. BBH и Facebook создали инструмент, связанный с API-интерфейсом, чтобы гарантировать, что сообщения соответствуют определенным стандартам. BBH также участвует в процессе, когда участники рассказывают свои истории. «Наша роль заключается в том, чтобы помочь людям найти повествование», - сказал менеджер сообщества Карл Стивенс. «Некоторые из них имеют очень четкое представление об истории, которую они хотят рассказать, но есть и другие, которые не знают, как выразить свои чувства и эмоции».

В первый месяц кампании, начавшейся в марте, на странице «Depeche Mode» наблюдалось увеличение числа пользователей на 26,4%.