



Clubhouse! 

ЛАЙФХАКИ И ФИШКИ

MarketInga
by Inga Lamouroux

Содержание

1. Что такое Clubhouse?3
2. Кому и чем полезен Clubhouse...4
3. Clubhouse для бизнеса.....5
4. Управление интерфейсом.....6-8
5. Меры безопасности.....9-10

1. Что такое Clubhouse?

CLUBHOUSE – это голосовая соцсеть, в которой пользователи встречаются в виртуальных комнатах и обсуждают конкретные вопросы или темы.

Появившись в апреле 2020 года, своим главным маркетинговым ходом она сделала ограниченность, а значит, избранность пользователей. В начале доступ был предоставлен исключительно знаменитостям и гуру в дигитальном маркетинге, и только тем, у кого смартфон был марки Apple.

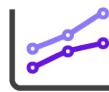
Факты:



исключительно АУДИОсоцсеть



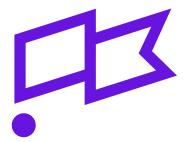
стартовала в марте 2020 года



находится в стадии РАЗВИТИЯ



оценивается в 100 000 000 \$



2. Кому и чем полезен Clubhouse

Новая голосовая соцсеть очень проста в использовании и не требует привязанности взгляда к экрану. В ней, правда, отсутствуют возможности текстовых сообщений. Если вы хотите контактировать с пользователем сети, то это можно сделать только через Instagram или Twitter.

Clubhouse ПОДХОДИТ:



Экспертам, особенно перфекционистам, которые стремятся доводить свою работу до некоего идеала, но при этом не часто имеют возможности поделиться своими достижениями, мыслями и сомнениями с широким кругом специалистов и заинтересованной аудитории;



Для построения личного бренда: на платформе можно сформировать определенный круг подписчиков для своего персонального бренда и продвигать его, делясь своими ценностными установками напрямую со слушателями-подписчиками;



Как инструмент контент-маркетинга: у маркетологов есть возможность создавать собственный аудиоконтент и перерабатывать уже существующий на других платформах (Instagram, Facebook и т. д.);



Для B2B-маркетинга: поиск клиентов, живое общение с экспертами и CEO компаний, продвижение своего продукта в процессе тематических дискуссий;



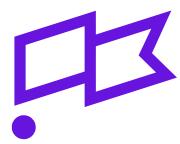
В целях лидогенерации: в тематических дискуссиях всегда появляются новые люди, которые могут стать вашими клиентами, и именно там можно получить новые контакты;



Для поиска партнеров: очень распространены комнаты, в которых встречаются инвесторы и стартапы;



Для изучения иностранных языков или приобретения инвайтов по определенной теме.



3. Clubhouse для бизнеса

Следует отметить, что в связи с пандемией рыночная ситуация (по крайне мере, в Европе) полностью изменилась. Маркетологи активно ищут новые пути и способы, как достучаться до клиента: найти его, привлечь внимание и расположить к себе. Именно эту возможность предоставляет сегодня Clubhouse. Он может стать новым инструментом маркетинга, развития бизнеса и роста продаж.



Clubhouse вместо конференций

В период пандемии и локдаунов, когда все онлайн конференции отменены, находятся новые площадки. Clubhouse – одна из них. Однако стоит учитывать, что сейчас установлено ограничение для каждой комнаты – не более 5000 человек.



Альтернатива вебинарам

Для B2B-маркетинга Clubhouse может заменить Zoom и другие аналогичные платформы. Здесь можно проводить различные онлайн встречи, всевозможные тренинги и просто делиться полезной информацией для широкого круга подписчиков. При этом нет необходимости беспокоиться о своем внешнем виде, ведь информация передается только звуком, хотя лучше держать себя в форме, так как это способствует концентрации и целевому настрою.



Как применять Clubhouse для продаж

На площадке проходят и аукционы. Недавно здесь мне встретился онлайн аукцион, на котором продали картины. Также тут можно найти клиентов для своего продукта как информационного, так и для онлайн продаж материальных товаров. Также есть возможность привлечь инфлюенсеров для раскрутки/продвижения своего продукта.



Развлечения в Clubhouse

Как проводить свое свободное время, каждый выбирает сам. Если говорить о Clubhouse, то здесь, помимо функций полезных для бизнеса, также есть и развлекательный контент: вы можете слушать музыку, посещать онлайн концерты или просто наслаждаться звучанием живого симфонического оркестра. Возможно, в будущем создатели соцсети расширят развлекательные возможности площадки, придумав что-нибудь оригинальное.



Знакомства для отношений

Такая возможность присутствует в Clubhouse. И в одной из комнат уже обсуждались изменения соцсети в сторону встреч и знакомств. Некоторые даже прогнозируют, что это может стать одним из перспективных направлений платформы и составить конкуренцию известному Tinder. Но на сегодняшний день в комнатах встречаются партнеры, инвесторы и стартапы.

4. Управление интерфейсом

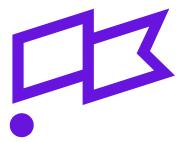
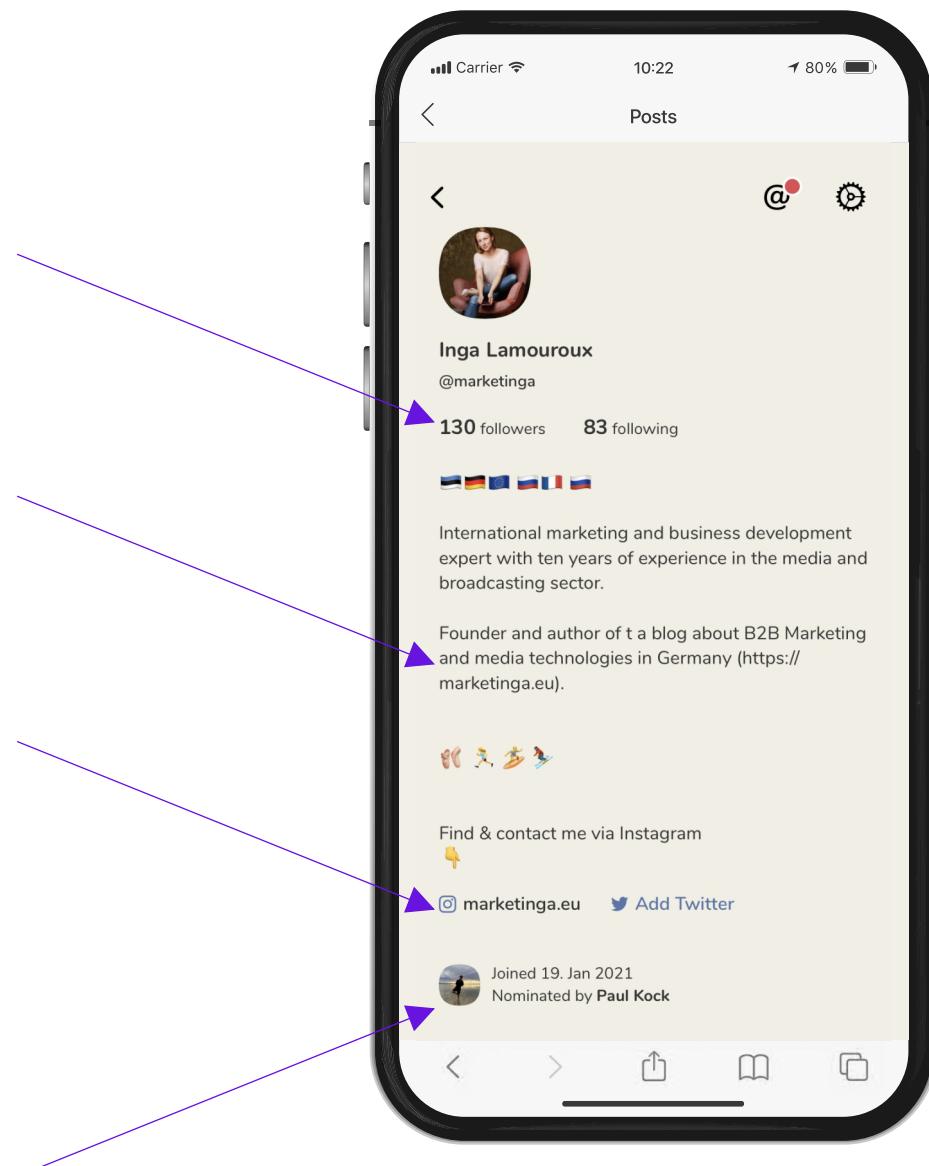
Приложение Clubhouse, доступное для скачивания в AppStore, имеет интуитивно понятный интерфейс, чем-то напоминающий Instagram.

Вверху отображается количество подписчиков и подписки.

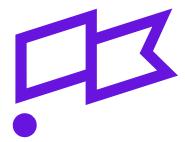
В заголовке профиля под аватаром есть место для описания.

Контакты для связи пока ограничены всё теми же Instagramом и Twitterом.

Поскольку основной фишкой соцсети является регистрация по приглашению, то в нижней части профиля, по клику на имя пригласившего, можно отследить всю историю приглашений, начиная от того, кто пригласил вас и далее по цепочке.

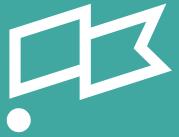
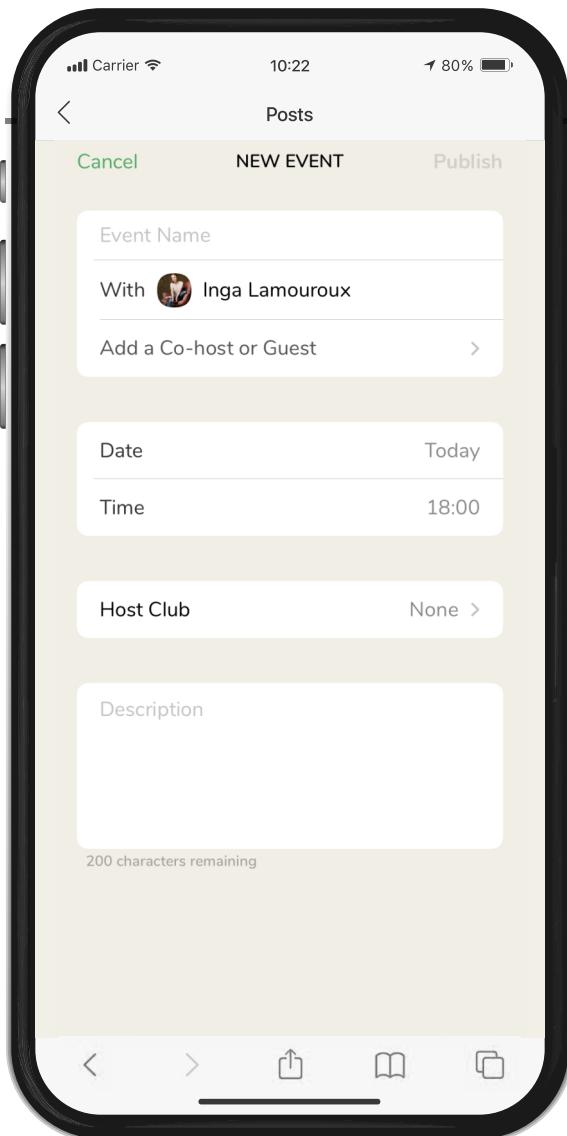


Алгоритмы соцсети рекомендуют подписки в клубы по интересам, исходя из чаще всего посещаемых вами комнат для дискуссий.



Возможность самому создавать комнату для дискуссии открывается для всех, независимо от участия в каком-либо клубе. Также есть возможность самостоятельно создать клуб, но на это потребуется больше времени.

Кроме того, оповещение о мероприятии будет приходить прямо на телефон пользователя, у которого установлено приложение и нет необходимости делать дополнительную рассылку по контактам. При этом охват и вовлеченность аудитории может быть выше, чем в Zoom и его аналогах, за счет более простого способа коммуникационного взаимодействия (пользователь может слушать беседы в фоновом режиме, не отрываясь от обычных занятий).



5. Меры безопасности

При входе в виртуальную комнату вас не слышат участники, и о вашем присутствии там никому из вашего контактного круга не известно. Но стоит вам «поднять руку и выйти на сцену», стать докладчиком, ваши подписчики будут оповещены об этом. Поэтому будьте внимательны к тому, на каких сценах вы выступаете.

Помните, когда вы выходите на сцену, ваш микрофон включается автоматически. По окончании речи его необходимо отключить вручную, а то все будут и далее слышать вас (что вы обсуждаете или фоновый шум).

Обсуждения вне видео- и текстового формата несколько ограничивает общение, но и здесь люди придумали свои СИГНАЛЫ:

-  Быстрое включение/выключение микрофона означает **апплодисменты**
-  Если вы хотите **вступить в беседу**, то надо включить микрофон
-  Если вы хотите **покинуть сцену и комнату, не прерывая дискуссию**, переходите со сцены в аудиторию и только потом уже покидайте комнату.

БУДЬТЕ ВНИМАТЕЛЬНЫСЬ:

-  **приглашениями в сеть**
-  **отслеживанием в сети**
-  **дискуссионной группой**
-  **обсуждаемыми темами**

В принципе, участие в дискуссии в виртуальной комнате мало отличается от выступления на РАДИО: вас слышат не только незнакомые, но и ваш круг общения.

Есть также и ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ в дискуссиях:

-  Вести себя вежливо
-  Не создавать скандала
-  Не использовать некорректную информацию
-  Не приукрашивать или видоизменять информацию
-  Не провоцировать слушателей
-  Быть открытым к другим мнениям
-  Не осуждать других.

