

ЭКСПО

Как Екатеринбург в борьбе за «Экспо» собирает «лайки»

В борьбе за право проведения Всемирной универсальной выставки «Экспо-2020» одним из основных инструментов продвижения стал «неофициальный» интернет: социальные сети, блоги и форумы. Эксперты коммуникационного агентства Magic.inc Арсений Камышев и Платон Маматов специально для „Ъ-Экспо“ оценили, как заявка Екатеринбурга представлена во всемирной сети.

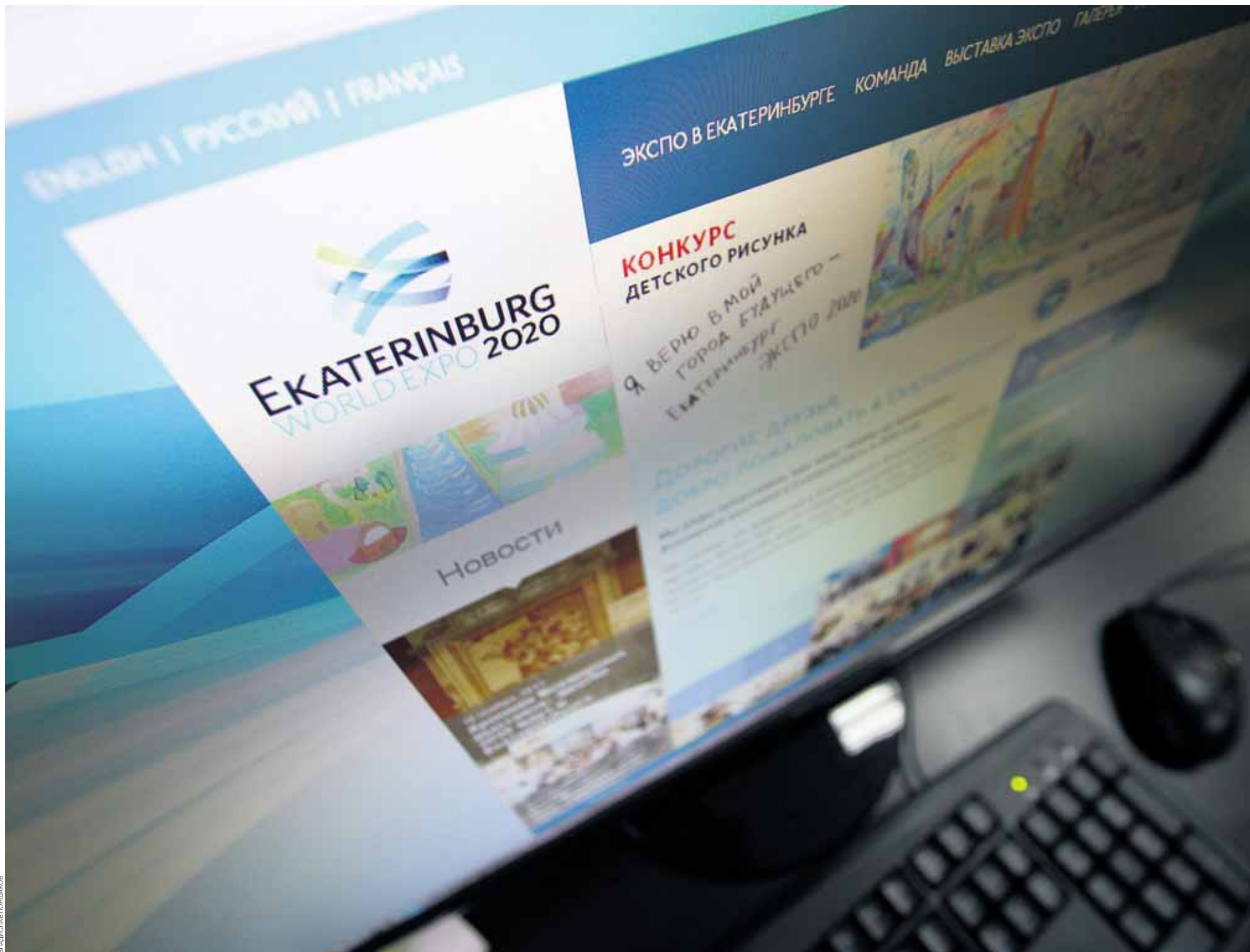
—интерактив—

У рекламной кампании с условным названием «Екатеринбург — лучший город для „Экспо-2020“» есть две основные целевые аудитории. В первую входят иностранцы — от членов заявочного комитета до будущих гостей мероприятия, во вторую — жители Екатеринбурга или, если брать шире, все россияне. Поэтому в интернете одновременно создано два взаимосвязанных проекта по продвижению Екатеринбурга в качестве площадки для «Экспо-2020». Проект на русском языке представлен на официальном сайте заявки expro2020.ru, в социальных сетях Facebook, в Twitter и канал на видеохостинге YouTube. Второй проект представлен на английском и французском языках на сайте заявки и в Facebook. Сайт expro2020.ru выглядит привлекательно, реализован качественно.

В верхней части сайта легкодоступны как различные языковые версии, так и отсылки к представительствам в социальных сетях. Визуально «шапка» сайта четкая, ясная, демонстрирует совершенно реальными фотографиями привлекательность города и региона для посещения. Текст на сайте легко читается, меню нельзя назвать сложным или непонятным, блок с поддержкой заявки доступен на всех страницах. Отдельно можно отметить раздел, посвященный городскому туристическому маршруту «Красная Линия», который выполнен очень наглядно и удобно. Из недостатков можно отметить отсутствие версии, адаптированной для современных мобильных устройств, и слабую интеграцию социальных сетей: она представлена в виде малозаметных «кнопок».

Сделай выставке «лайк»

Русская, английская и французская страницы заявки Екатеринбурга в Facebook регулярно пополняются релевантными публикациями, цель которых ознакомить читателей с о-



Эксперты считают официальный сайт заявочного комитета «Экспо-2020» в Екатеринбурге качественным и привлекательным

дом и продемонстрировать активную подготовку к проведению выставки. К середине ноября русскоязычная страница «Экспо-2020» в Facebook собрала 2335 пользователей, из которых активны около 200. 1431 человек подписался на английскую страницу (из них активны 164), 1206 подписок есть у французской страницы (активны 314). Отметим любопытную особенность: многие подписчики англоязычной страницы проживают, судя по их данным, в Екатеринбурге. А пользователи,

отметившиеся на французской странице «Экспо-2020», в качестве города своего проживания указывают турецкий Стамбул.

140 знаков про «Экспо»

Русский и французский твиттеры «Экспо» регулярно пополняются свежими записями на релевантные темы. Это «текстовый анонс плюс ссылка на стороннюю публикацию». Полностью отсутствуют сообщения, провоцирующие интерактив, обеспечивающие общение с аудиторией и ее эмоциональное вовлечение. То есть авторы твиттеров «Экспо» по какой-то причине пренебрегли фактором интерактивного общения, который

является основополагающим для формата микроблога. Возможно, именно поэтому в твиттерах «Экспо» практически полностью отсутствуют «ретвиты». Почти никто из 930 подписчиков (893 в «русском» и 37 во «французском» микроблогах) не хочет делиться со своими друзьями новостями о подготовке к выставке.

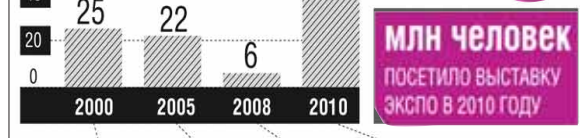
Лучше один раз увидеть

Канал «Экспо-2020» на YouTube содержит 53 ролика, которые были просмотрены в общей сложности около 60 тыс. раз. Количество подписчиков — 138 человек. Почти все ролики на русском и лишены субтитров.

Фигуры умолчания

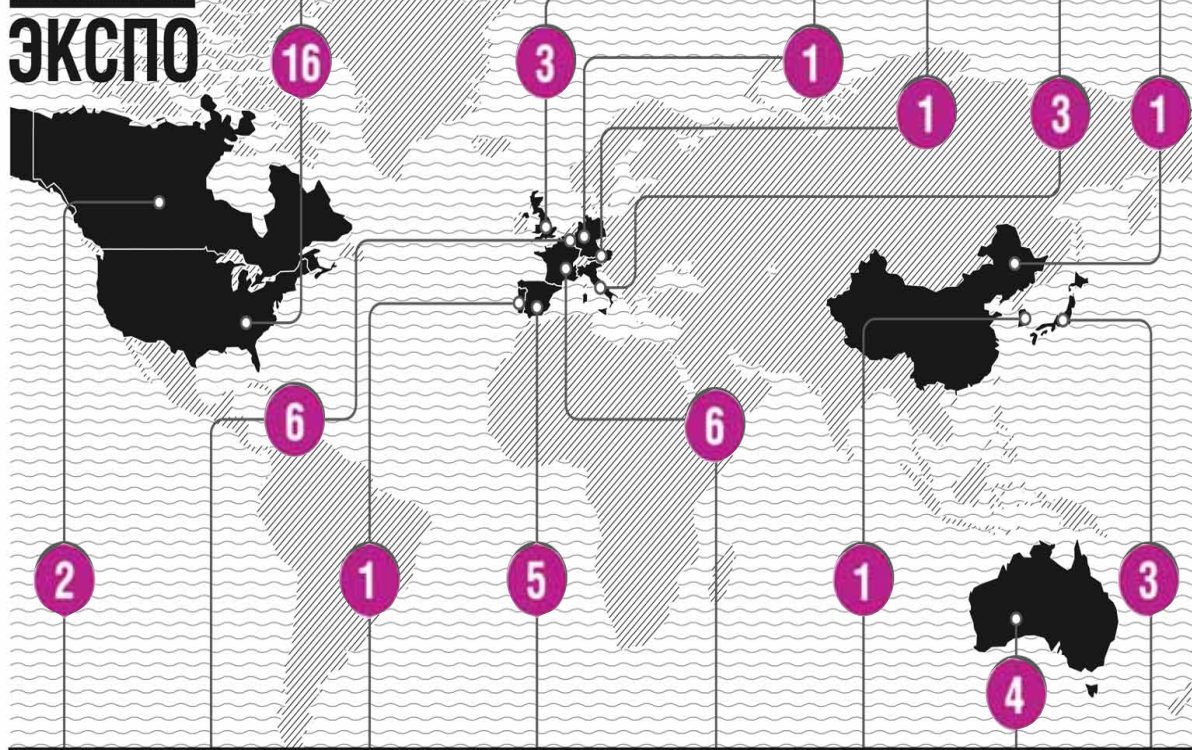
Авторы заявки «Экспо-2020» ограничились Facebook, Twitter и YouTube, не став продвигать ее на других площадках. Пренебрежение Google+ понятно и вполне допустимо, поскольку эта социальная сеть мало посещается не только в России, но и за ее границами. Однако, например, социальная сеть ВКонтакте является одной из крупнейших в мире, а в России ее популярность даже выше, чем у Facebook. В одном только Екатеринбурге проживает более 1 млн пользователей ВКонтакте. Впрочем, группа энтузиастов создала неофициальное сообщество «EXPO-2020: перезагрузка», насчитывающее более 6 тыс. подписчиков.

КОЛИЧЕСТВО ПОСЕТИТЕЛЕЙ И ПРЕДСТАВЛЕННЫХ СТРАН НА ВЫСТАВКАХ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 10 ЛЕТ



Год	Филладельфия, 1876 г.	Чикаго, 1893 г.	Буффало, 1901 г.	Сент-Луис, 1904 г.	Норволк, 1907 г.	Сиятл, 1909 г.	Сан-Диего, 1915 г.	Сан-Франциско, 1915 г.	Чикаго, 1933 г.	Нью-Йорк, 1939 г.	Сиятл, 1962 г.	Нью-Йорк, 1964 г.	Сан-Антонио, 1968 г.	Спокан, 1974 г.	Ноксвилл, 1982 г.	Новый Орлеан, 1984 г.	Лондон, 1851 г.	Лондон, 1862 г.	Дублин, 1907 г.	Ганновер, 2000 г.	Вена, 1873 г.	Милан, 1906 г.	Турин, 1911 г.	Генуя, 1992 г.	Шанхай, 2010 г.
-----	-----------------------	-----------------	------------------	--------------------	------------------	----------------	--------------------	------------------------	-----------------	-------------------	----------------	-------------------	----------------------	-----------------	-------------------	-----------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-------------------	---------------	----------------	----------------	----------------	-----------------

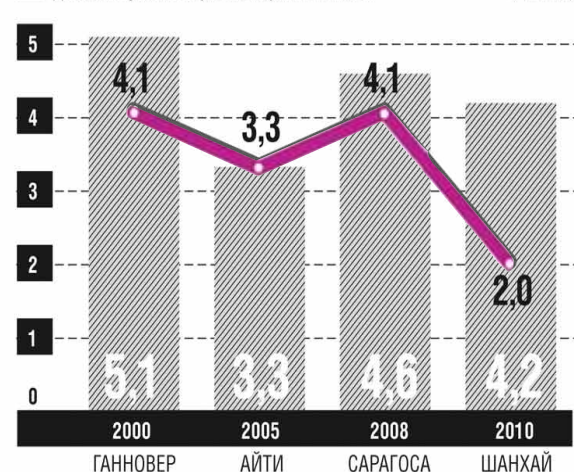
ВСЕ ВЫСТАВКИ ЭКСПО



Год	Монреаль, 1967 г.	Банквер, 1986 г.	Гент, 1813 г.	Брюссель, 1897 г.	Льеж, 1905 г.	Брюссель, 1910 г.	Брюссель, 1935 г.	Брюссель, 1958 г.	Лиссабон, 1998 г.	Барселона, 1888 г.	Барселона, 1929 г.	Севилья, 1929 г.	Севилья, 1992 г.	Сарагоса, 2008 г.	Париж, 1855 г.	Париж, 1867 г.	Париж, 1878 г.	Париж, 1889 г.	Париж, 1900 г.	Париж, 1937 г.	Тэджон, 1993 г.	Сидней, 1879 г.	Мельбурн, 1880 г.	Мельбурн, 1888 г.	Брисбен, 1988 г.	Осака, 1970 г.	Цзучуба, 1985 г.	Айти, 2005 г.
-----	-------------------	------------------	---------------	-------------------	---------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	--------------------	--------------------	------------------	------------------	-------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	-----------------	-----------------	-------------------	-------------------	------------------	----------------	------------------	---------------

РАСХОДЫ И ДОХОДЫ ВЫСТАВОК ЗА ПОСЛЕДНИЕ 10 ЛЕТ

Расходы на организацию и проведение выставок (серая заливка), Доход, полученный организаторами выставок (розовая линия)



СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ РОССИИ, ГЕРМАНИИ, США И КИТАЯ В ВЫСТАВКАХ ЭКСПО ЗА ПОСЛЕДНИЕ 10 ЛЕТ

В 2000, 2008 годах не участвовали

