

Что такое SMM-маркетинг, и как это работает?



Стэлла Мариус
Интернет-маркетинг

12+

Стэлла Мариус

**Что такое SMM-маркетинг,
и как это работает?**

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Мариус С.

Что такое SMM-маркетинг, и как это работает? / С. Мариус —
«ЛитРес: Самиздат», 2020

Стоит понимать, что социальные сети – это именно то место, где может обитать целевая аудитория для того или иного бизнеса. SMM позволяет легко взаимодействовать со своими постоянными и потенциальными клиентами.

Содержание

Что такое SMM-маркетинг и как это работает?	5
Какие возможности открывается SMM перед бизнесом?	6
Преимущества SMM для бизнеса	7
Ретаргетинг	8
О чем не стоит забывать	9
Конец ознакомительного фрагмента.	10

Что такое SMM-маркетинг и как это работает?

SMM или же Social Media Marketing – это еще один эффективный инструмент продвижения своего бизнеса, используя для этого социальные сети, различные форумы и тематические блоги. На сегодняшний день SMM является прогрессивным методом раскрутки и позволяет достичь по-настоящему быстрых результатов по привлечению целевой аудитории. Чтобы убедиться в этом, достаточно просто взглянуть на данные, которые были получены в результате социологических опросов:

Среднестатистический пользователь сети Интернет в неделю уделяет социальным сетям, как минимум, 8 часов своего времени;

Более 20% всех пользователей Интернета рассматривают социальные сети, как наиболее удобный источник получения нужной информации;

Более 70% компаний взаимодействуют со своими клиентами через социальные сети, проводя в них опросы, обсуждения и конкурсы;

Практически все пользователи русскоязычного интернета хоть раз в день посещают социальные сети для общения с друзьями или получения конкретной информации.

Какие возможности открываются SMM перед бизнесом?

Стоит понимать, что социальные сети – это именно то место, где может обитать целевая аудитория для того или иного бизнеса. SMM позволяет легко взаимодействовать со своими постоянными и потенциальными клиентами:

Увеличивать лояльное отношение аудитории к предлагаемому продукту;

Знакомить с новиками бизнеса;

Изучать отзывы и пожелания клиентов;

Привлекать внимание к продвигаемому продукту через обсуждения и конкурсы;

«Дожимать» клиентов сделать покупку, используя для этого различные методы;

Подогревать интерес аудитории к продвигаемому продукту и прочее.

Преимущества SMM для бизнеса

Ведя активную работу с социальными сетями, у владельцев бизнеса действительно есть все шансы добиться особого успеха в продвижении своего продукта. Они позволят хорошо изучить интересны целевой аудитории, объединив их в кругу различных пабликов, тематических групп или корпоративных страниц.

SMM продвижение отличается несколькими важными особенностями, благодаря которым это направление и обрело большую популярность на рынке:

Стоимость SMM позволяет начать работу с минимальными вложениями;

Достаточно хорошо поработать над имиджем своего бизнеса, чтобы потом этот самый имидж начал работать на благо компании, принося ей хорошие доходы;

Охват большого количества пользователей и возможность тщательно формировать свою целевую аудиторию.

Привлекает и то, что SMM позволяет легко определять параметры своей целевой аудитории и для каждой отдельной категории создавать отдельные объявления, которые будут видны исключительно конкретным пользователям.

Ретаргетинг

Это понятие, которое напрямую связано с SMM. Таргетинг позволяет продвигать свой бизнес в сети, имея при этом собственного сайта. Достаточно просто создать тематическое сообщение или магазин на базе одной из социальных сетей. Ретаргетинг используется для того, чтобы максимально убедить свою целевую аудиторию в том, что ей нужен товар, который рекламируется. Это своеобразный рычаг дожима для пользователей завершить начатое дело.

Объявления ретаргетинга способны не только вернуть пользователей на сайт, но и показать им те объявления, которыми они интересовались ранее. Стоимость такой услуги, если она заказывается в специальных агентствах, будет зависеть от сложности реализуемого проекта, а также объема работы. Тем не менее, это значительно дешевле, чем в случае с SEO, от чего SMM сегодня составляет этому виду продвижения особую конкуренцию. Впрочем, отдавать предпочтение только ему, пренебрегая при этом необходимость SEO, тоже не стоит. Объединив эти два мощных инструмента продвижения, можно будет быстро добиться успеха.

О чем не стоит забывать

Занимаясь SMM, стоит помнить, что основное назначение данного инструмента – это увеличение прибыли. Для того, чтобы конвертировать привлеченных пользователей в деньги от их заказов, стоит руководствоваться следующими рекомендациями:

Из социальных сетей пользователей стоит направлять на основной сайт, где можно будет хорошо изучить представленную информацию и принять решение о покупке товара или услуги;

Указывать в профиле данные для связи и заказа;

Отправлять пользователей на посадочные страницы, где можно ознакомиться не только с основными услугами и товарами компании, но и акциями;

Мотивировать свою целевую аудиторию оставлять свои контактные данные и привлекать к сотрудничеству друзей, предлагая взамен скидки или бесплатные товары;

Постоянно заниматься развитием группы и привлекать новых подписчиков.

Все вышеперечисленное можно делать не только с помощью рекламы в пабликах социальных сетей, но и через публикации популярных блогеров, которые имеют большое количество подписчиков. Как правило, для начальной раскрутки группы или сообщества, применяется автоматическая накрутка подписчиков. Как показывает практика, новые пользователи значительно охотней присоединяются к тем группам, где количество подписчиков начинается от 3-4 тысяч.

Для того, чтобы затраты на SMM оправдали себя и позволили достичь желаемого результата, крайне важно выработать грамотный контент-маркетинговый план. Большинство агентств, которые предоставляют свои услуги по SMM, в данном ключе предпочитают ориентироваться на профили пользователей. Это позволяет не только быстро, но и максимально правильно создать стратегию, которая будет включать следующие моменты:

Различные вариации контента (познавательный, развлекательный);

Формат контента (публикации, фото, видео);

Регулярность публикации (определяется с учетом особенностей поведения пользователей);

Цель размещения публикаций (нужно мотивировать пользователя сделать покупку, сделать репост, пригласить друзей и прочее).

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.