

Раймонд Сток

интернет-маркетинг



SMM

продвижение
и оптимизация
в социальных сетях

самая актуальная информация

12+

Раймонд Сток

**SMM продвижение и
оптимизация в социальных сетях**

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Сток Р.

SMM продвижение и оптимизация в социальных сетях /
Р. Сток — «ЛитРес: Самиздат», 2020

SMM (Social Media Marketing) – основан на продвижении бизнеса в социальных сетях. Принцип его действия основывается на определённом комплексе действий, которые включают в себя: создание, дальнейшее поддержание имиджа канала, раскрутка, живое общение и многое другое. SMM обеспечивает появление новых посетителей в сообществе компании из сторонних ресурсов, просмотр контента, подстегивая заинтересованность к продукции либо услуге.

Содержание

Для чего необходимо SMM	6
Кто такой SMM-менеджер	7
Принцип работы	8
Составляющие	9
Конец ознакомительного фрагмента.	10

На сегодняшний день все большее число потребителей проводят личное время в социальных сетях и в целях успешного продвижения бизнеса необходимо применить как можно больше каналов продвижения. Под SMM понимают метод, позволяющий привлечь целевую аудиторию.

Для чего необходимо SMM

SMM (Social Media Marketing) – основывается на продвижении бизнеса клиента в социальных сетях. Принцип действия основывается на комплексе действий, включающих в себя: создание, дальнейшее поддержание имиджа канала, раскрутка, живое общение и многое другое.

Чтобы раскрутка на просторах интернета приносила прибыль недостаточно просто создать отдельную страницу. Ежедневно на ней должна появляться интересная информация, постоянная работа с клиентами, а также не мешает совместная работа с другими каналами. Только за счет комплексного метода результат не заставит себя долго ждать.

SMM обеспечивает появление новых посетителей в сообществе компании из других сторонних ресурсов, просмотру контента, тем самым подстегивая заинтересованность к продукции или услуге. Реклама в социальных сетях может выкладываться на просторах следующих социальных сетей: *ВКонтакте, Twitter, Instagram, Facebook и другие*. Но это не значит, что потенциальные клиенты станут серьезнее относиться к продукции или услуге, посмотрев на обычный пост. SMM-менеджеры умеют подстегивать интерес используя качественную стратегию для привлечения трафика.

Под трафиком понимают показатель определения эффективности SMM. Больше половины трафика в бизнес индустрии привлекается из соцсетей. Именно поэтому в данной книге будут рассмотрены эффективные способы увеличения количества клиентов.

Кто такой SMM-менеджер

К главным обязанностям SMM-менеджера относят продвижение товаров, а также услуг, преимущественно через социальные сети. Квалифицированный специалист занимается не только наполнением страниц рекламой и контентом, у него множество других задач. Многие компании не понимают важность работы менеджера по продвижению продукции через интернет-рекламу, тем самым упуская колоссальную выгоду. Около 95 процентов продвижением бизнеса в сети занимаются не профессионалы даже не обучавшиеся мастерству. Из-за чего появляется большое количество некачественного контента.

Навыки: понимание работы социальных сетей, интернет-маркетинга, умение работать с фрилансерами, работа в команде, грамотная письменная и устная речь, ответственность, общительность, исполнительность. Также можно выделить внимательность к мелким деталям, инициативность, любознательность, стремление к развитию.

В связи с высокой конкурентностью в социальных сетях стоит вопрос нехватки действительно уникального контента, способного привлечь больше клиентов. Однако компаниям проще сэкономить и заниматься группой самостоятельно, что приводит к полному провалу.

Обязанности:

- создание, ведение сообщества в социальных сетях. Своевременное пополнение контентом;
- разработка стратегии по продвижению продукции;
- продвижение продукции или услуги в соцсетях;
- создание креативных конкурсов, специальных проектов для привлечения новых клиентов;
- приготовление отчетов по результатам продвижения, аккаунтов;
- подробный анализ страниц конкурентов в соцсетях;
- качественный подбор исполнителей работы и дальнейший контроль над ними;
- анализ, мониторинг информационного поля, отслеживание тенденций, входящих в моду, новости отрасли;
- моментальная обратная связь с подписчиками сообщества, поддержка диалогов, повышение активности.

Стоит обратить внимание, что работа с различными медийными системами подойдет только лицам, открытым к диалогу. Склонные к одиночеству люди не смогут поддерживать на странице живое открытое общение. На пути всего продвижения SMM-менеджеру необходимо продумывать каждый шаг. Ведь именно от него будет зависеть успех всего предприятия. В случае отсутствия результатов компания потеряет внушительную сумму денежных средств.

Принцип работы

До момента создания группы необходимо продумать каждый план действий:

Мониторинг конкурентов, анализ их социальных сетей, принцип работы с клиентами.

Выяснить на каком этапе находится компания: рейтинг, репутация, отличительные качества.

Определить целевую аудиторию: возраст, пол, интересы, формат общения, нужны, увлечения и многое другое. Например, создавая группу для беременных не иррационально стараться привлечь как можно больше мужчин.

Создать уникальное предложение, которое выделит группу от всех остальных: низкие цены, экологичные материалы, бесплатная доставка.

Решить какой именно способ раскрутки в социальной сети принесет больше клиентов.

Первое на что обратит внимание новый посетитель страницы – графическое оформление. Именно поэтому так важно создать качественное оформление в ярком, но приятном, а главное запоминающем дизайне.

Составляющие

Задача SMM-специалиста – постоянная работа с контентом, который размещается в сообществе. Главная особенность состоит не только в придумывании и проработке выкладываемых постов, но и в их регулярности, а также в актуальности. Клиент быстро отпишется, если новостная группа обновляет информацию лишь пару раз в неделю.

Категории контента:

– *образовательный* – создается с целью создания постов с познавательной информацией: *Книга Гиннеса, все о животных, особенности жизни в средневековье и прочее;*

– *развлекательный* – рассчитан на клиентов, желающих расслабиться и посмеяться. Можно выкладывать фото, видео или краткие смешные истории, анекдоты;

– *новостной* – новости могут быть как всемирные, так и происходящие в определенной организации;

– *коммерческий* – направлен на предоставление товаров или услуг с подробным описанием каждого вида;

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.