ЧРОО «Солнечный день»

Курс «СММ. Продвижение в социальных сетях»

SMM

Урок 1

- "Введение в СММ"

СЧАСТЛИВЫЙ ВОЗРАСТ

Что же такое SMM?

Маркетинг в социальных сетях (англ. Social media marketing, **SMM**) – это полноценный маркетинг, а не только продвижение через различные социальные платформы.

Social Management является частью маркетинговой и коммуникационной стратегии.

SMM отвечает за 3 вещи:

1. Контент
2. Коммуникация
3. Трафик

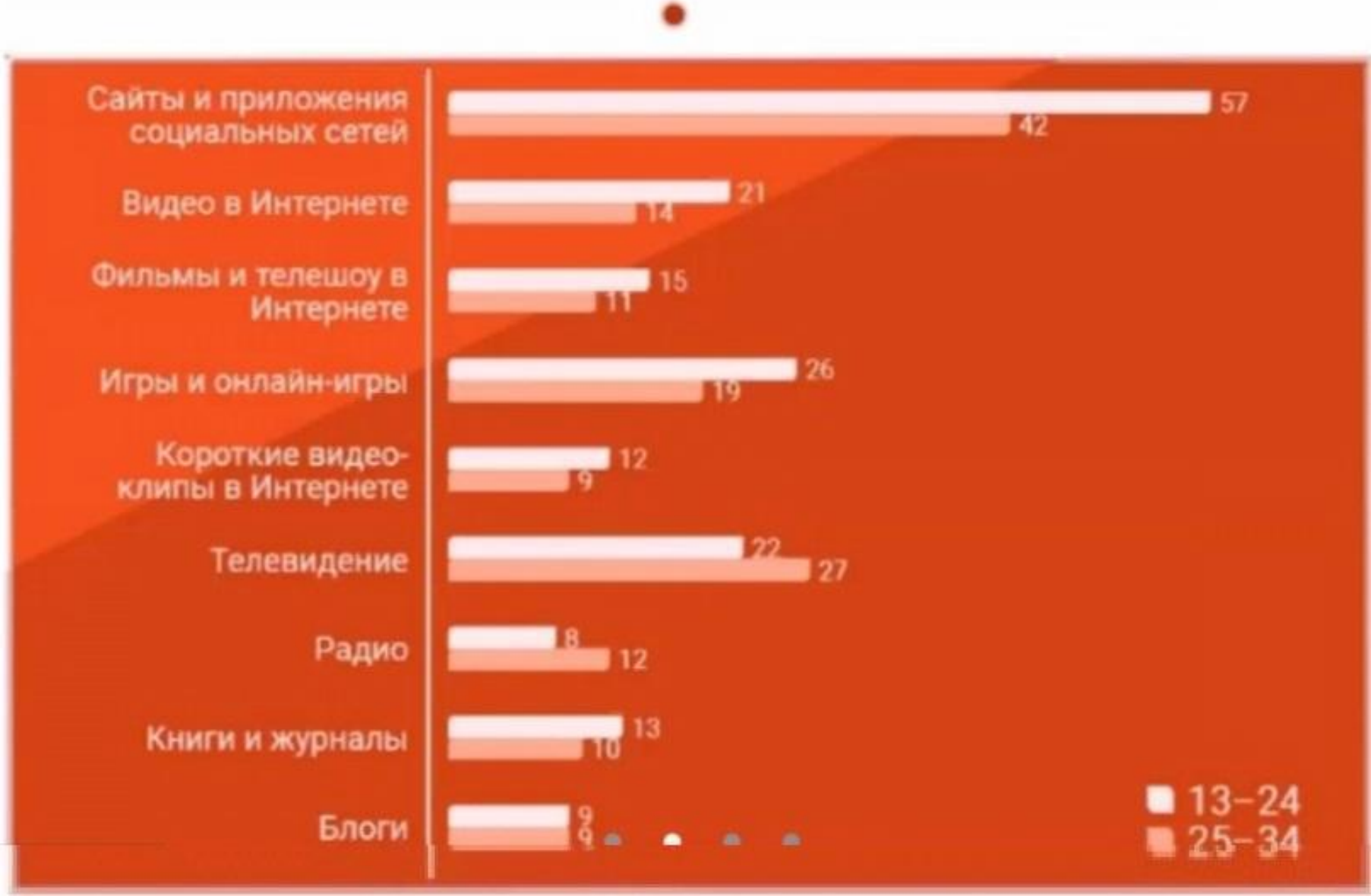
НЕ САМИ ПРОДАЖИ

Что же такое SMM?

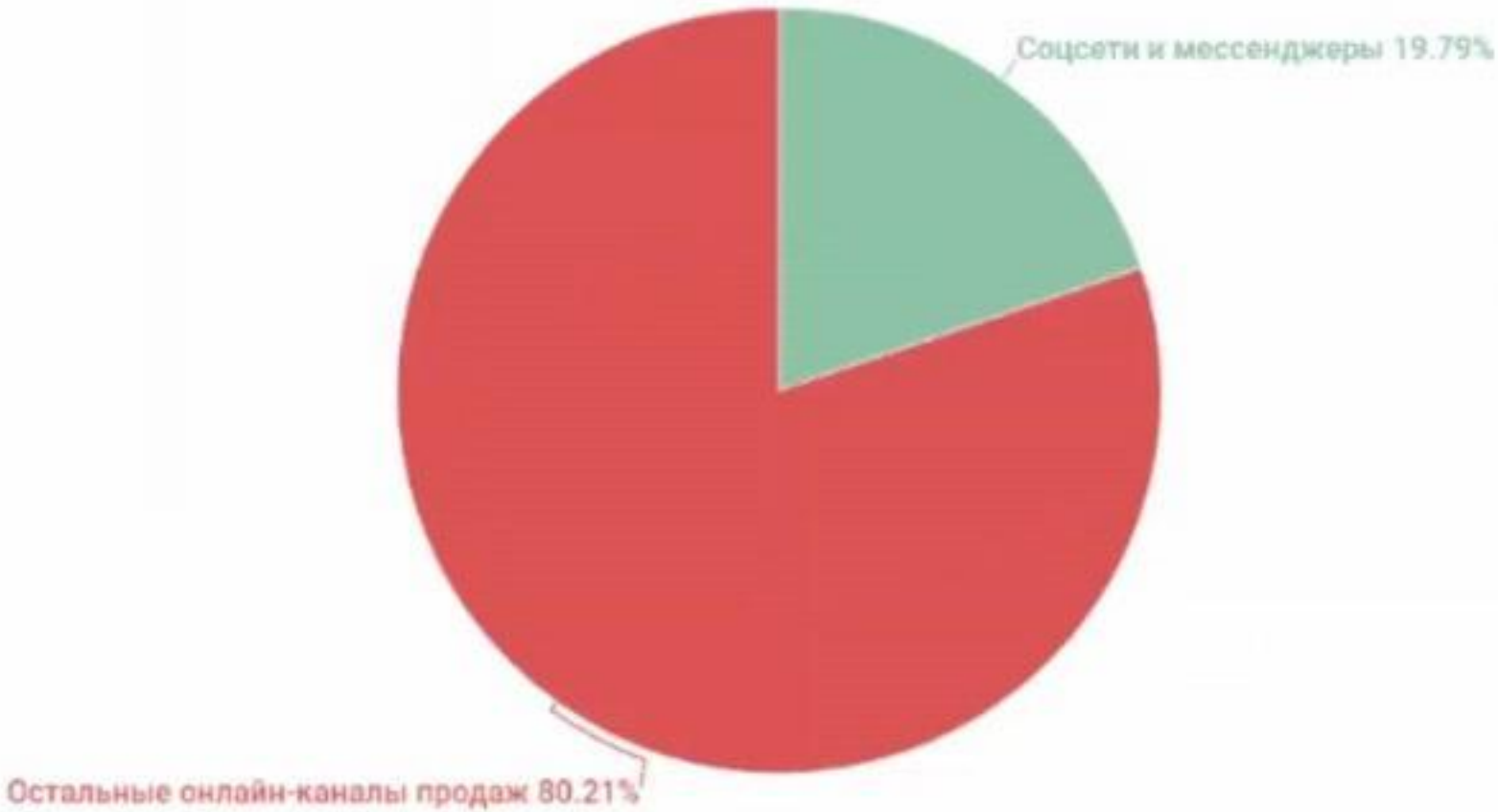
Также можно сказать, что SMM– это разновидность маркетинга, при котором продвижение товаров и услуг происходит в социальных сетях (Facebook, Instagram, Вконтакте, Одноклассники), а также на других площадках, на которых присутствует целевая аудитория (YouTube , Дзен, мессенджеры). Если в двух словах – то это активность бренда в социальных сетях.

Почему сейчас выгодно продвигать что-то через интернет?

Статистика показывает



Почему сейчас выгодно продвигать что-то через интернет? Смотрите статистику



Немного об СММ

Что происходит в мире, вы замечаете?

Бизнес уверенно шагает в интернет. Это означает, что потребность в специалистах онлайн- продвижения растет.

Так как пришла эта наука к нам с запада, очень много терминов в ней не русского происхождения, но не стоит их бояться, изучить хотя бы поверхностно их важно! А

после нескольких упоминаний

вы легко будете понимать,

о чем идет речь! Это только кажется очень сложным!

Для кого подходит СММ?

SMM отлично подходит для малого и среднего бизнеса или продвижения личного бренда, а подробнее:

- Кто хочет освоить удаленную работу или фриланс, но не знает с чего начать и думает что у него не получится, сразу скажу - получится.
- Тем, кто продает что-то в соц.сетях или предлагает свои услуги.
- Кто решил развивать личный бренд и свою узнаваемость.
- Начинающим смм-специалистам,

которые только встают на этот путь.

Основные задачи SMM

- **Управление** мнениями потребителей о товаре/услуге и бренде.
- **Управление** рекомендациями целевой аудитории.
- **Формирование** положительного образа компании. В некоторых случаях даже создание имени (бренда) с нуля.
- **Повышение** знаний потребителей о продукте.
- **Создание** доверительных отношений с целевой аудиторией.
- **Продвижение** бренда.
- **Корректировка** нежелательных впечатлений и отзывов целевой аудитории, если вы (компания) успели их заслужить.
- **Повышение посещаемости** сайта за счёт привлечения на него целевых пользователей социальных сетей;

Преимущества SMM

- широкая аудитория. В социальных сетях есть практически все;
- возможность микро таргетинга , с помощью которого можно показывать рекламу только целевой аудитории;
- возможность сегментировать аудиторию по географии, демографии, образованию и т.д.
- низкая стоимость контакта по сравнению с наружной рекламой и рекламой на ТВ;
- возможность глубокого анализа рекламной кампании.

Этапы продвижения через СММ:

4 ЭТАПА:

1. Выбор социальной сети для бизнеса;

2. Выбор стратегии продвижения;

3. Создание и развитие сообщества в социальной сети;

4. Привлечене **трафика** с помощью таргетированной рекламы и промо-постов.

Плюсы СММ

- Удобство продвижения без технически сложных задач, как, например, в seo (продвижение сайта в поисковых системах).

- Возможность быстро установить контакт со своей целевой аудиторией и завоевать ее доверие.

- Относительно недорогая реклама и более лояльная реакция на нее аудитории

- Возможность создать коммьюнити (сообщество с лояльнойаудиторией) вокруг своего бренда.

Из недостатков

- Очень быстрое распространение информации, а значит – большой риск испортить репутацию (обязательно следить за отзывами и т.п.)

Какие могут встретиться термины в СММ:

- **Ключевые показатели эффективности** (англ. **Key Performance Indicators, KPI**) как правило – продажи. Но цель также может быть в количестве подписок на рассылку, скачивание файла, регистрации и т.п.
- **Контент** (от английского **content** - содержание) – это абсолютно любое информационно значимое либо содержательное наполнение информационного ресурса
- **Контент-план**- это график публикаций с конкретной темой, датой и временем, которые расположены в определенной последовательности

Какие могут встретиться термины в СММ:

- **Коммьюнити**- интернет-сообщество — группа людей со сходными интересами, которые общаются друг с другом в основном через Интернет.
- **Контекстная реклама** –– это текстовые объявления, которые показываются пользователям по запросам, если эти запросы рекламодатель добавил в настройки рекламной кампании
- **Лидеры мнений.** - люди, с большим количеством подписчиков, среди которых есть нужная аудитория для продвижения
- Поисковая оптимиза́ция (англ. **search engine optimization**, **SEO**) — комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определённым запросам пользователей, с целью увеличения сетевого трафика.

определенную аудиторию

- **Трафик**- в продажах это обеспечение

переходов на заданные страницы на

определенных условиях

Какие могут встретиться термины в СММ:

- Лид (lead) – заинтересованный в вашем продукте/услуге человек, оставивший свои контактные данные
- Конверсия (conversion) – отношение числа посетителей сайта / просмотров рекламы к числу людей, совершивших целевые действия (регистрацию, платеж, подписку)
- CTR (click-through-rate) – показатель рекламных площадок, показывающий отношение общего количество показов рекламного объявления к количеству людей, кликнувших на него. Первый этап конверсии в более широком смысле
- Call-to-action – призыв к действию на сайте, мотивирующий пользователя на реакцию и ведущий к конверсионному действию
- Таргетинг – показ рекламных объявлений, исходя из заданных параметров целевой аудитории (их социально-демографических параметров, интересов и др)
- Ретаргетинг – показ объявлений пользователям, ранее интересовавшимся тематикой или посетивших сайт рекламодателя
- Посадочная страница (landing page) – страница, куда пользователь переходит с объявления

СЧАСТЛИВЫЙ ВОЗРАСТ

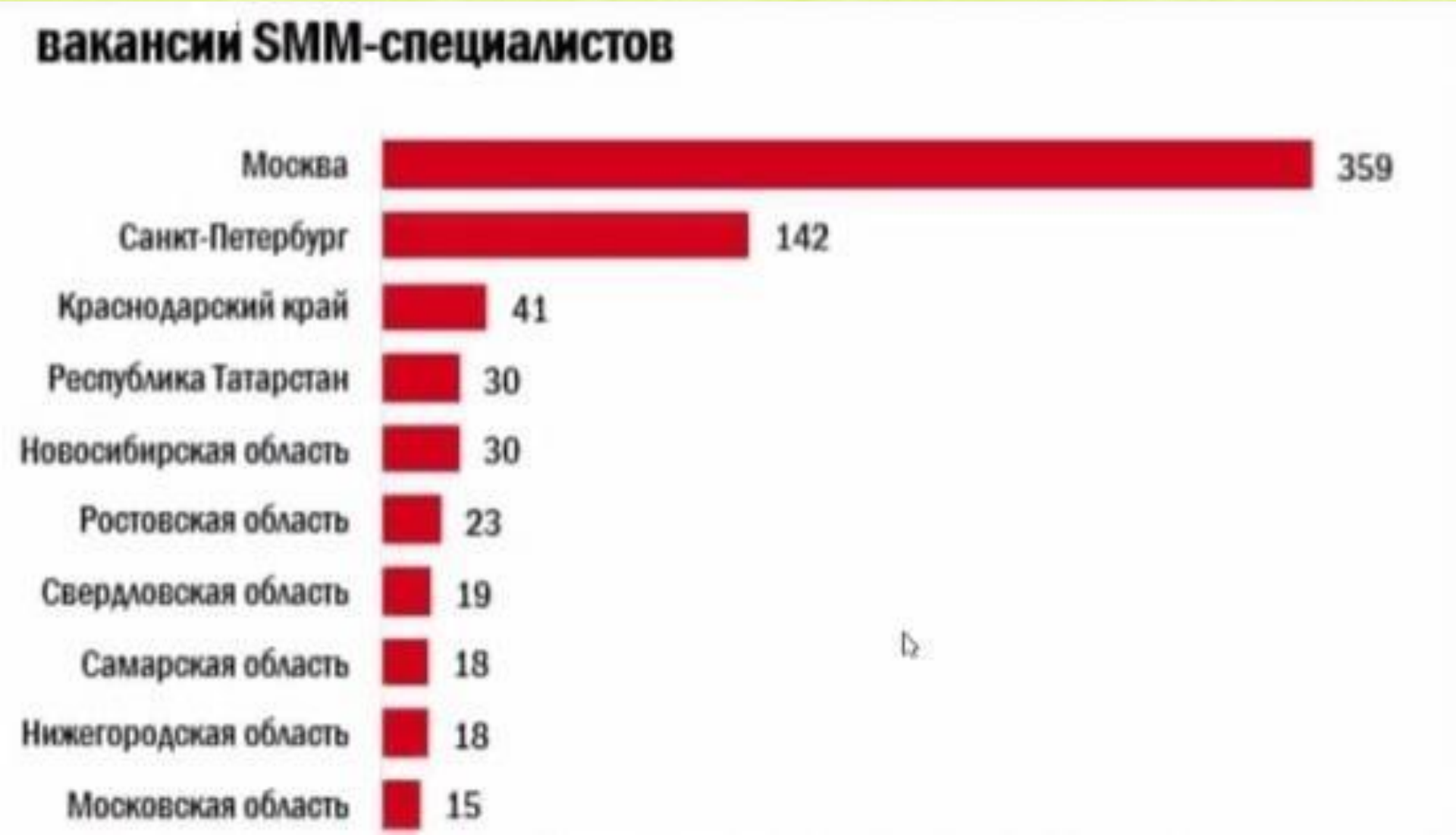
Об фрилансе

Фрила́нс или удаленная работа дает возможность работать откуда угодно и сколько угодно, вы не привязаны к определенному месту.

Перейти на фриланс проще, чем кажется, например стать смщиком.

Посмотрим список задач специалиста по продвижению в соцсетях (СММ-специалиста).

Востребованность профессии SMM- специалиста по регионам?



Чем же занимается SMM- специалист?

SMM (Social media marketing) – специалист – занимается управлением и продвижением бренда в соцсетях, привлечение аудитории заинтересованных в бренде пользователей, работа над имиджем.

Чем же занимается SMM- специалист?

- Анализ деятельности конкурентов.
- Анализ целевой аудитории.
- Составление контент-плана на месяц.
- Подготовка стратегии продвижения бренда или товара.
- Создание, наполнение и ведение группы, паблика, аккаунта.
- Общение с пользователями, фрилансерами и лидерами мнений.
- Привлечение в сообщество людей.
- Изучение новых тенденций и их внедрение при необходимости.
- Проведение конкурсов, викторин.
- Настройка таргетированной рекламы, поиск площадки для ее размещения.
- Отслеживание показателей с помощью специальных сервисов.

Что должен уметь SMM- специалист?

- Грамотность.
- Знакомство с графическими редакторами.
- Знание маркетинга.
- Умение писать тексты.
- Понимание психологии.
- Творческое мышление.
- Образ мышления в стиле «клиент-сервис»
- Знание инструментов и сервисов аналитики, которые помогают оценить результаты работы.

Что должен уметь SMM- специалист?

- Постоянно держать руку на пульсе
- Рост требований к специалистам
- У некоторых руководства компаний пока еще не сложилось четкого представления о должностных обязанностях smm-менеджера, поэтому компетентность сотрудника может быть недооценена;

СПАСИБО за внимание!!!

СЧАСТЛИВЫЙ ВОЗРАСТ