

A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, is the central focus of the image. It is growing out of a thick layer of vibrant green moss. The background is a soft-focus forest scene with various shades of green and brown, suggesting a dense woodland. The lighting is natural, highlighting the texture of the moss and the needles of the tree.

Весенняя школа

SMM

О чем будет курс?

День 1.
16 марта

● Как устроены соцсети?

- Особенности соцсетей в России
- Мифы и реальность соцсетей: разрушим стереотипы
- Как устроена умная лента и что с ней делать?
- Что такое хештеги и как с ними работать?
- Форматы контента и что лучше работает
- Место SMM в маркетинге и обзор других каналов рекламы в интернете
- Как выглядит пошаговая SMM-стратегия
- Кто такой SMM-щик, как им стать или где найти?
- SMM по ролям или сколько нужно smm-щиков, чтобы вести проект.

День 2.
23 марта

Упаковка проекта в соцсети и целеполагание

До перерыва на чай — разбор домашних заданий

- Что такое позиционирование и при чем тут SMM
- Как описать свою целевую аудиторию и зачем это делать?
- Как поставить цели и разбить их на задачи
- Выбор социальных сетей под свои задачи
- Бизнес-метрики и smm-метрики: как их правильно подобрать под свой проект
- SMM-модель для продаж и для СМИ
- Яндекс.Метрика и Google Analytics, utm-метки
- Полезные сервисы по аналитике.

День 3.
30 марта

● **Контент-стратегия**

До перерыва на чай — разбор домашних заданий

- Как оформить страницы в социальных сетях
- Что такое визуальная концепция и из чего ее собирать
- Рубрики: как их правильно придумать и как они связаны с задачами.
- Что такое контент-план и как его составить
- Сколько нужно делать постов в неделю?
- Почему важно заранее продумать источники контента?
- Какие бывают стили и какой подойдет вам?
- Как правильно писать посты, как учесть сценарий чтения пользователя?
- Как подобрать иллюстрации для постов и где их брать?
- Фотографируем для постов: практика от эксперта
- Как правильно работать со stories? Теория и практика
- Обзор полезных сервисов для редактуры, подбора иллюстраций.

День 4.
6 апреля

Продвижение

До перерыва на чай – разбор домашних заданий

- Обзор методов продвижения в соцсетях
- Таргетинг: сегментирование аудиторий и оценка емкости
- Таргетинг в ВКонтакте, Facebook и Instagram
- Посевы в ВКонтакте
- Интеграция к блогерам
- Конкурсы и коллаборации
- Дистрибуция контента.

День 5.
13 апреля

Личный бренд, модерация и репутация

До перерыва на чай — разбор домашних заданий

- Личный бренд: как сделать его вашим главным методом продвижения
- Модерация или как превращать хейтеров в лаверов
- Репутация: как найти точки репутации и работать с ними.

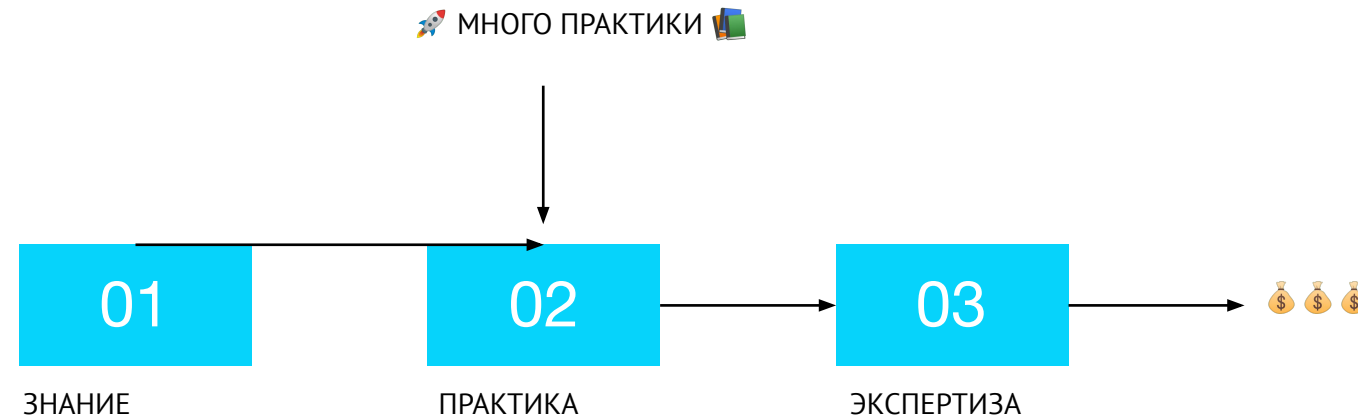
День 6.
20 апреля



Презентация проектов

- Презентации и обсуждение ваших проектов
- Ответы на все накопившиеся вопросы
- Нетворкинг и торт.

Почему очная школа – круто



A young pine tree with vibrant green needles stands in the center of a lush forest. The ground is covered in a thick layer of green moss, and the background is filled with more trees, creating a sense of depth and a serene natural atmosphere. The lighting is soft, highlighting the texture of the pine needles and the moss.

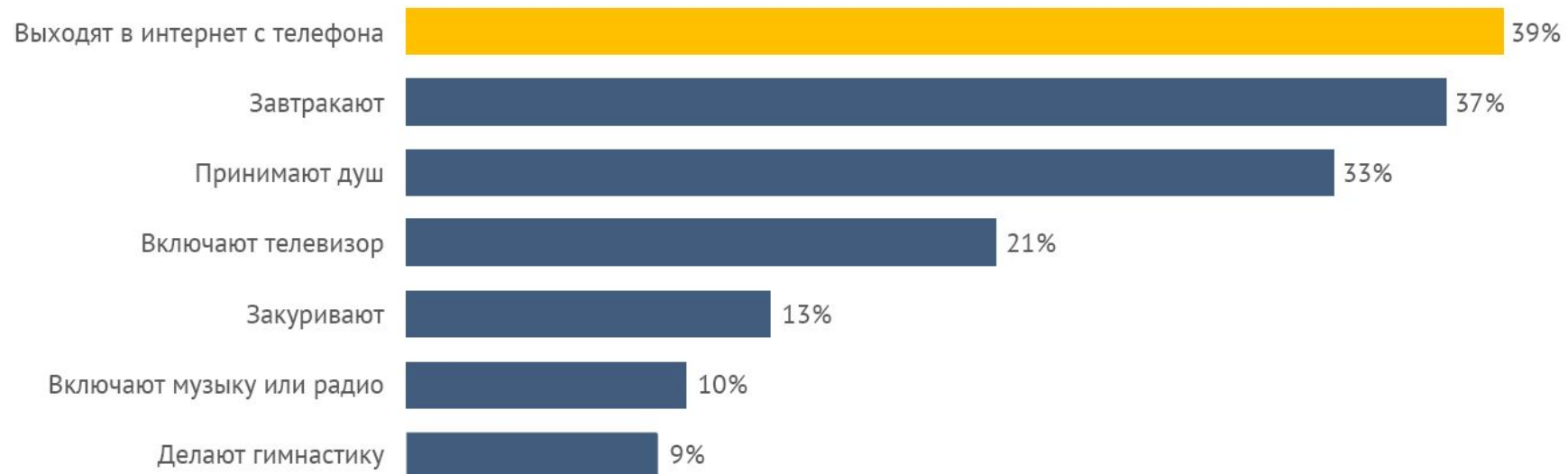
Социальные сети

в России

Самое главное

А нужно ли?

Проснувшись утром, люди первым делом...



Станьте частью картины мира.

A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, stands in a forest. The background is filled with other trees, creating a dense green environment. The lighting is soft, suggesting a shaded forest floor. The text 'ОБЗОР ПЛОЩАДОК' is overlaid in white, bold, sans-serif font, centered horizontally and slightly above the vertical center.

ОБЗОР ПЛОЩАДОК

ВКонтакте

Размер аудитории

→ 80 млн человек в день

Кто эти люди?

→ Школьники, студенты, офисные работники, жители регионов, домохозяйки — тут есть все

Главные факты

- Основная соцсеть в регионах
- Охват на уровне федеральных каналов: 80% рунета
- Люди в основном приходят развлечься: послушать музыку, посмотреть фильмы, пролистать развлекательные паблики
- Практически все пользователи других соцсетей используют и ВК.
- Есть собственные субкультуры: «Подслушано», «Типичный» и т.д.



Facebook

Размер аудитории

→ 6,2 млн человек в день

Кто эти люди?

→ Бизнес (в том числе малый и стартапы), социальные проекты, средний класс

Главные факты

- Это соцсеть для построения социальных связей
- По гео: в основном Москва, Петербург и миллионники
- В России Facebook развит слабее, чем на Западе
- Развиты механизмы отзывов и упоминаний людей, компаний
- Мало специалистов по настройке рекламы.



Одноклассники

Размер аудитории

→ 27 млн человек в день

Кто эти люди?

→ Возрастная аудитория, молодежь и люди среднего возраста в регионах

Главные факты

→ Самая коммерчески успешная соцсеть

→ Хорошо подходит для продвижения товаров народного потребления



Twitter

Размер аудитории

→ 1,6 млн человек в день

Кто эти люди?

→ Ядро аудитории: 25-40 лет, крупные города

Главные факты

→ Не прижился в России

→ В нашей стране это тематическая соцсеть для новостного потока СМИ и политиков.



Instagram

Размер аудитории

→ 24 млн человек в месяц

Кто эти люди?

→ 40% мужчины, 60% женщины. Ядро 18-35 лет

Главные факты

- Визуальная соцсеть: тут влюбляют в себя образами
- Механизм Stories
- Нет групп, все аккаунты выглядят одинаково
- Ссылки в постах некликабельны
- Развита механизм хештегов
- Мало специалистов по настройке рекламы.



Telegram

Размер аудитории

→ 3,5 млн человек в сутки / 10 млн в месяц

Кто эти люди?

→ Бизнес (в том числе малый и стартапы), социальные проекты, средний класс

Главные факты

- Позиционируется как мессенджер
- Аскетичность и акцент на тексты
- Чаты по темам и видам бизнеса
- Каналы с тематическими новостями
- Пришла реклама.



Какие бывают социальные сети?

Порталы



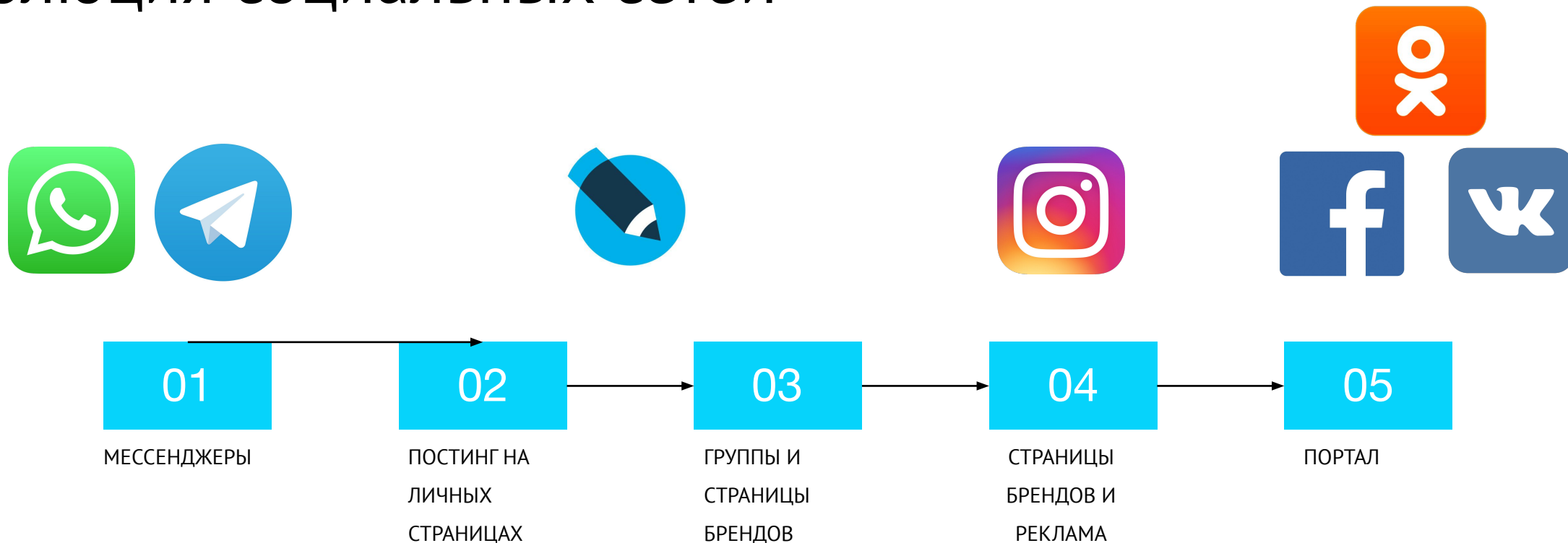
Профильные



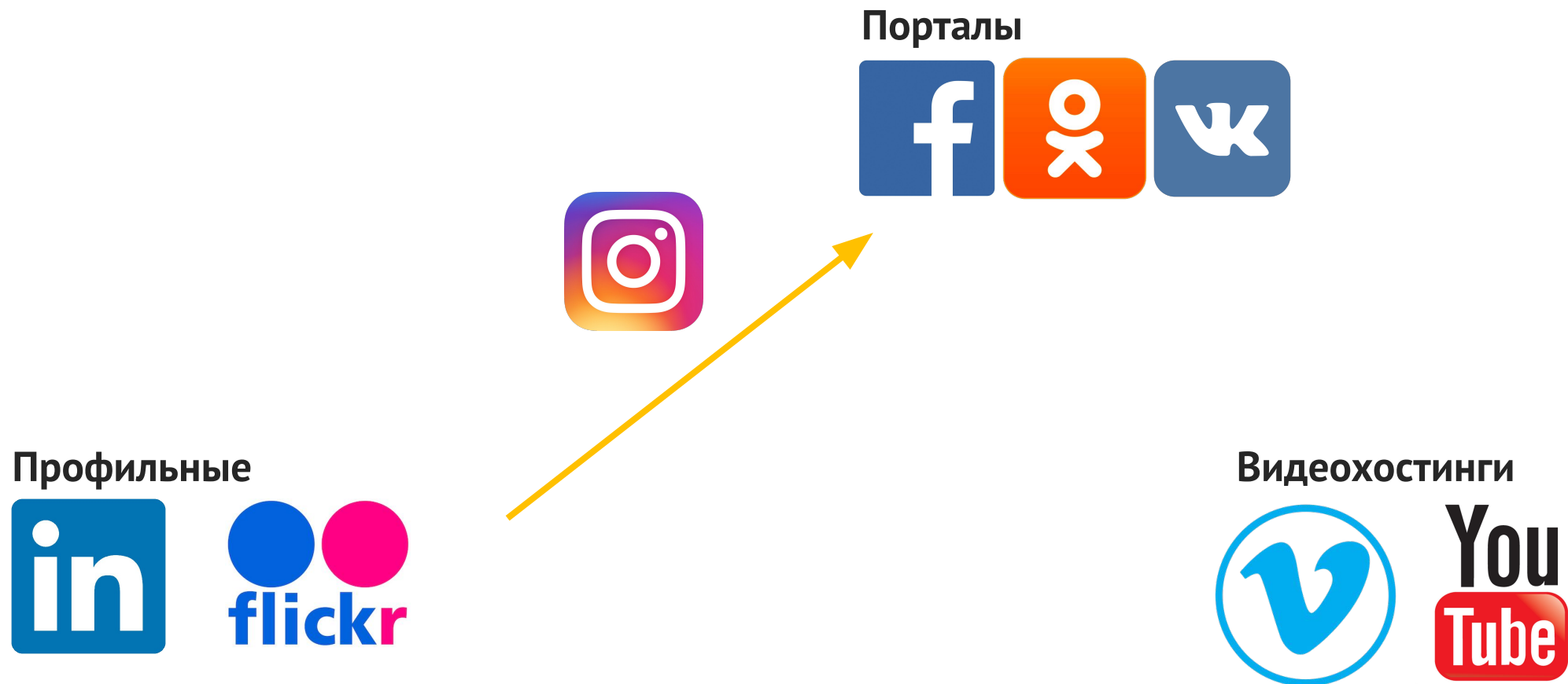
Видеохостинги



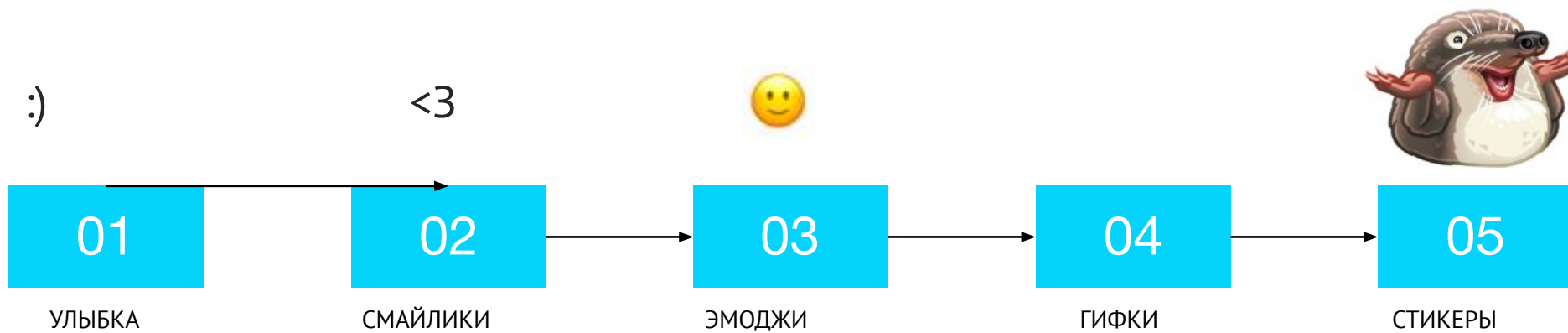
Эволюция социальных сетей



Какие бывают социальные сети?



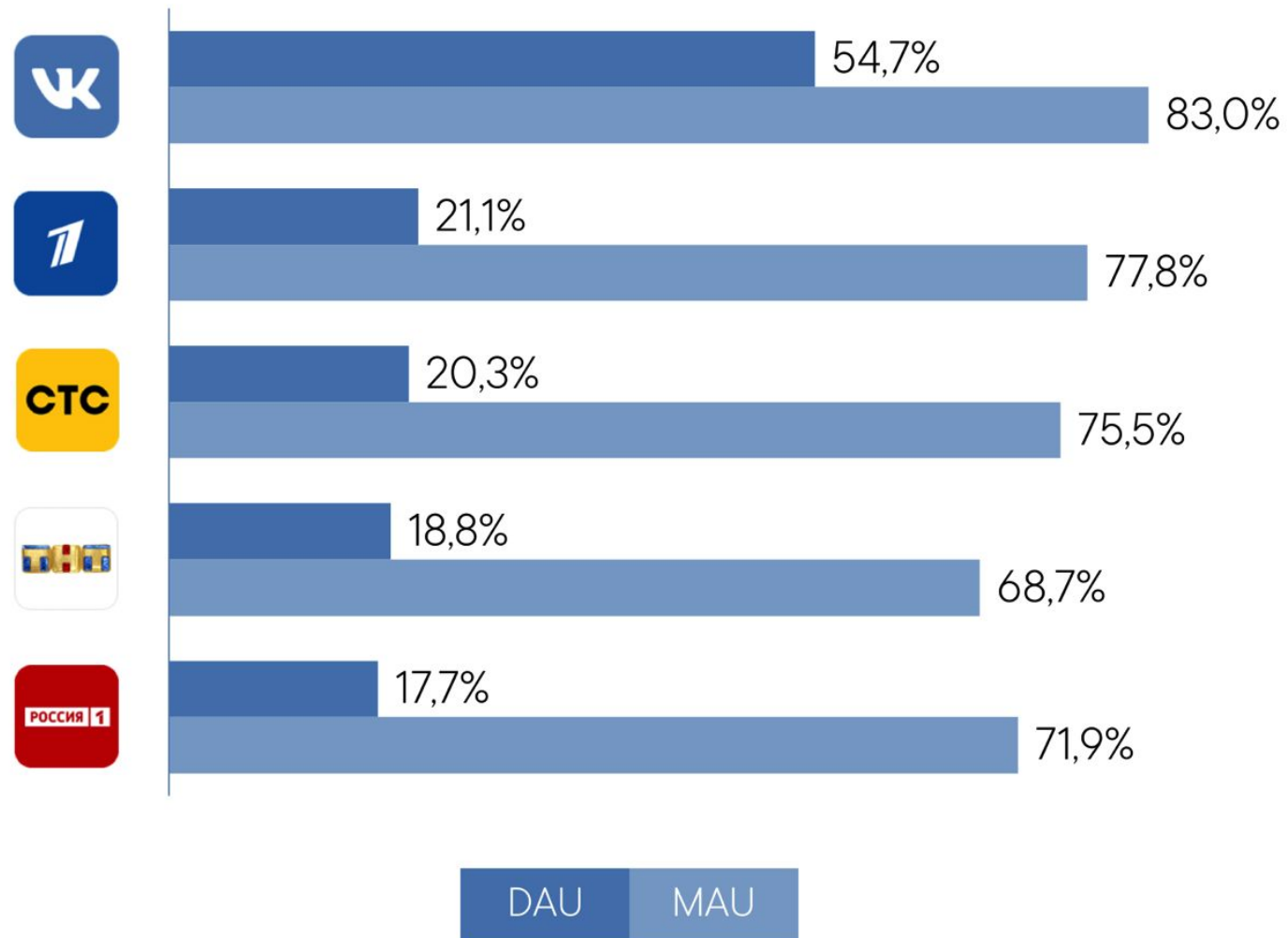
Эволюция эмоций



A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, stands in a forest. The tree is in sharp focus, showing its dark brown trunk and vibrant green needles. The background is a soft-focus forest of similar trees, creating a sense of depth. The lighting is natural, suggesting a bright day with some shade. The text 'СТАТИСТИКА И МИФЫ' is overlaid in the center of the image in a clean, white, sans-serif font.

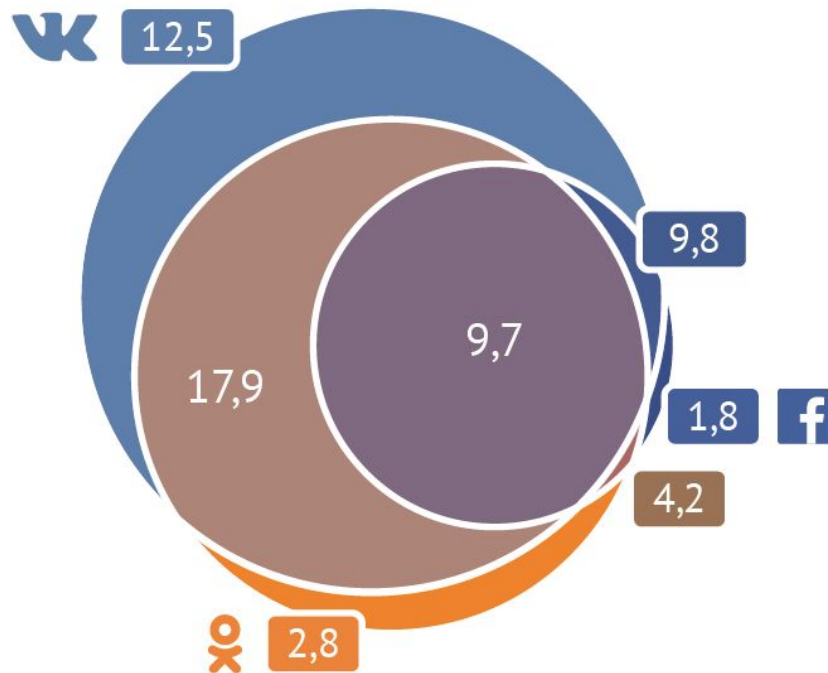
СТАТИСТИКА И МИФЫ

Охват медиа в России



Источник: Mediascope, апрель 2018, Россия (города 100К+, 12-44 лет), % населения страны

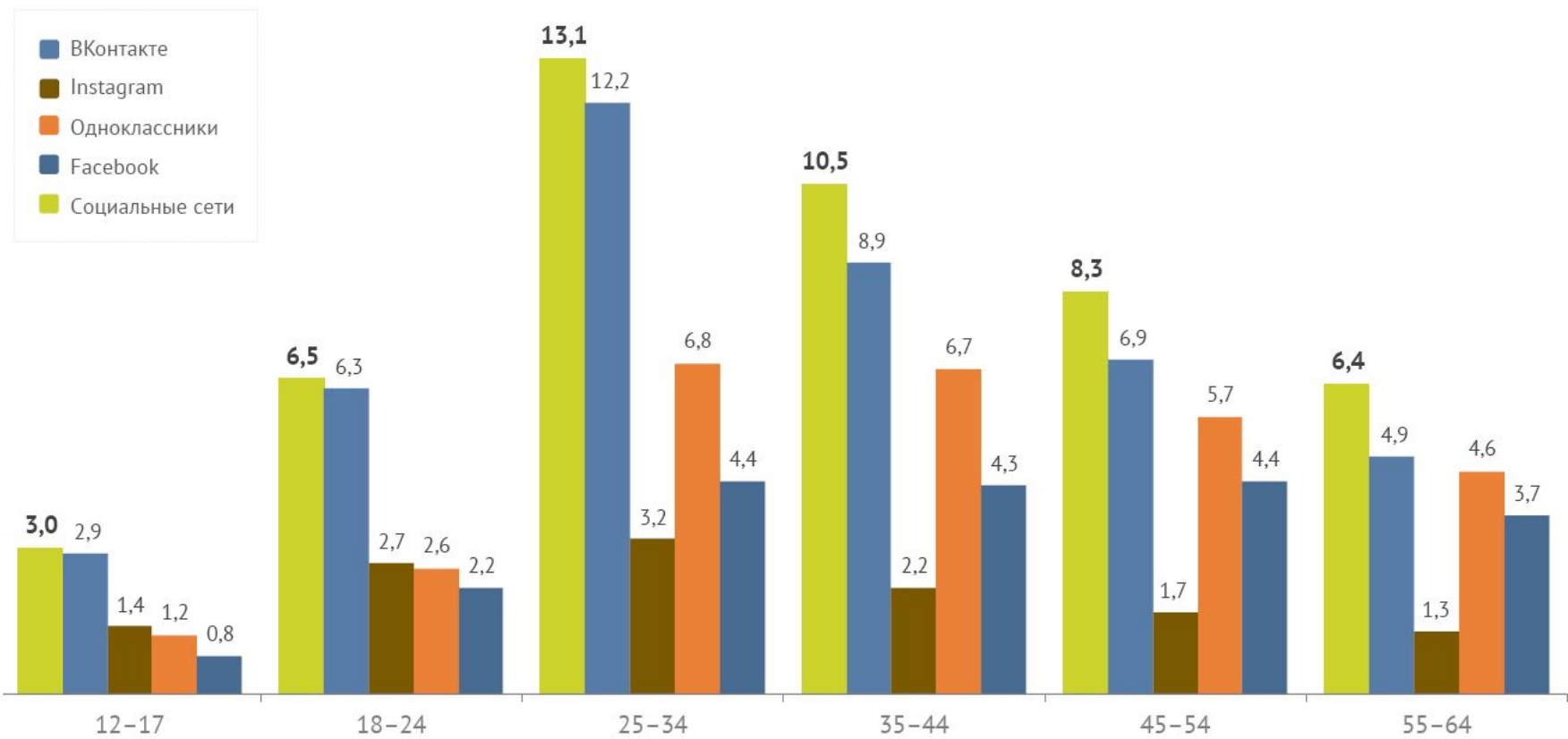
Пересечения аудиторий



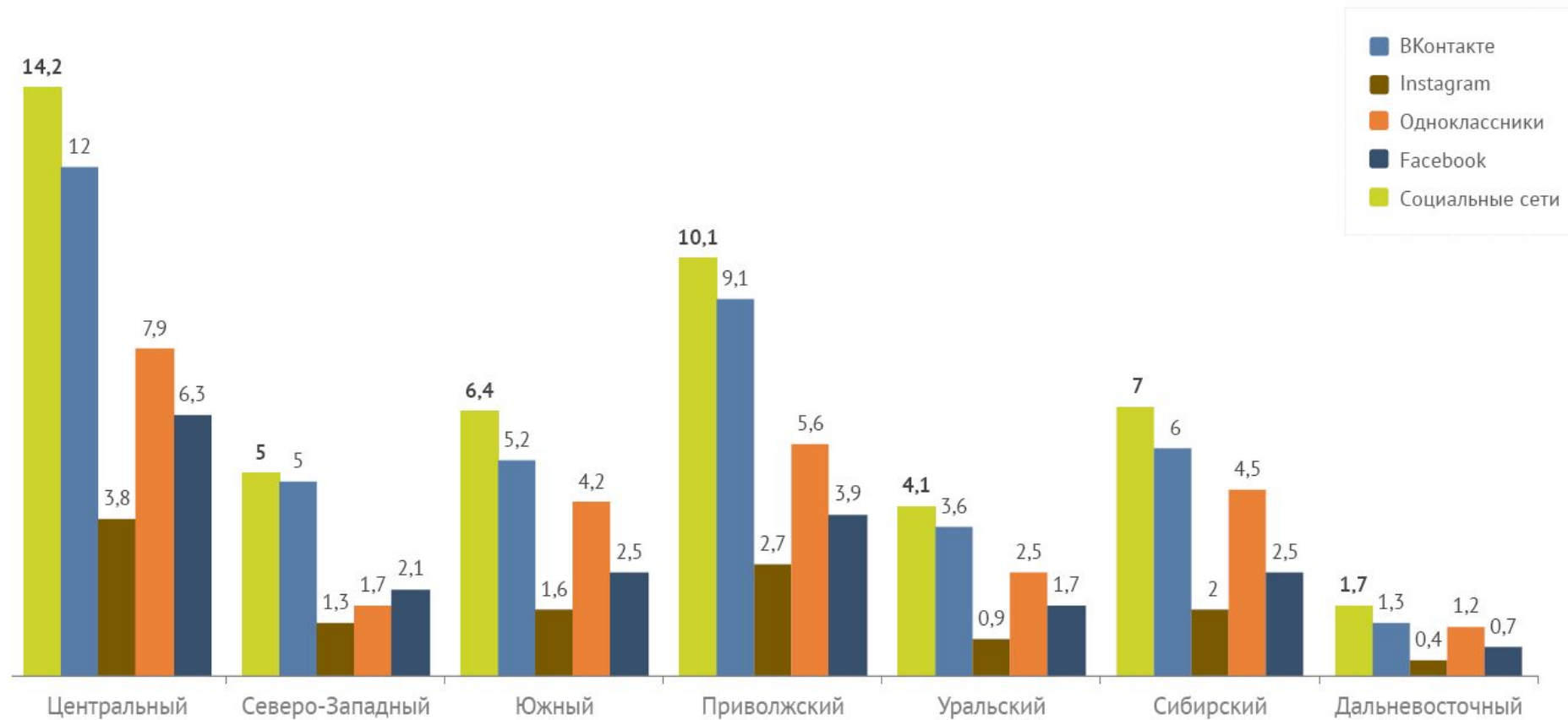
В течение месяца посещали:

- только ВКонтакте – 12,5 млн;
- только ОК – 2,8 млн;
- только Facebook – 1,8 млн;
- ВКонтакте и ОК – 17,9 млн;
- ВКонтакте и Facebook – 9,7 млн;
- ОК и Facebook – 4,2 млн;
- ВКонтакте, ОК и Facebook – 9,7 млн.

Возраст



География



Тренды

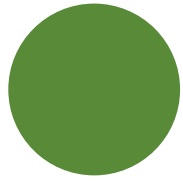
- instagram'изация
 - наступление stories
 - взросление соцсетей
 - конкуренция за авторов
 - искренность.
-

A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, stands in the foreground of a forest. The background is filled with other trees, creating a soft, blurred green and brown palette. The lighting is natural, suggesting a daytime setting in a wooded area.

МЕСТО SMM В МАРКЕТИНГЕ

Каналы digital маркетинга

- Поисковая оптимизация (SEO)
 - Контекстная реклама
 - Email рассылки
 - Social media marketing
 - Публикации в digital СМИ
 - Другое: сра, кэшбэк, купонные сервисы и т.д.
-



Крана

не

существует



A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, stands in the foreground of a dense forest. The background is filled with out-of-focus green foliage, creating a sense of depth. The text is centered over the image in a clean, white, sans-serif font.

ОСОБЕННОСТИ ЭКОСИСТЕМ СОЦСЕТЕЙ

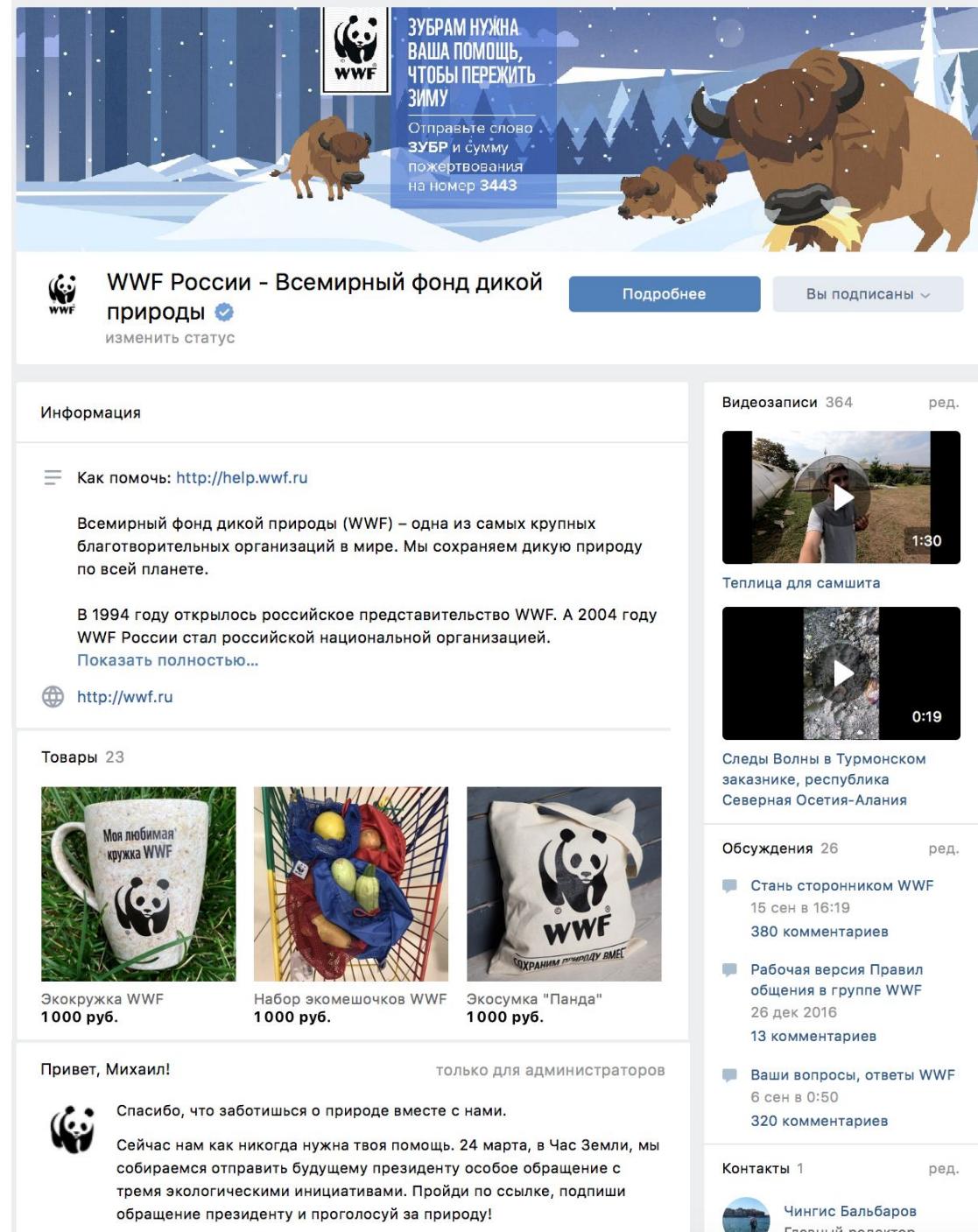
Типы страниц и зачем они нужны

- паблики/бизнес-страницы — для общения от лица бренда или организации
 - группы — для построения сообществ вокруг проекта или продукта
 - личные аккаунты — для развития личного бренда.
-

Сайты внутри соцсетей

На странице организации уже можно:

- продавать товары
- обращаться лично к человеку
- проводить денежные операции
- делать анимированные обложки
- ... и многое другое.



The image shows a screenshot of the WWF Russia Facebook page. At the top, there is a blue banner with a winter scene and a bison. The banner text reads: "ЗУБРАМ НУЖНА ВАША ПОМОЩЬ, ЧТОБЫ ПЕРЕЖИТЬ ЗИМУ" (Bison need your help to survive winter). Below this, it says: "Отправьте слово ЗУБР и сумму пожертвования на номер 3443" (Send the word ZUBR and the amount of the donation to the number 3443). The page header includes the WWF logo, the name "WWF России - Всемирный фонд дикой природы" (WWF Russia - World Wildlife Fund), and a "Подробнее" (More) button. The main content area is divided into sections: "Информация" (Information) with a link to help.wwf.ru, "Товары" (Products) with three items (a mug, a shopping basket, and a bag), and a post from "Михаил" (Mikhail) with a WWF logo and text about a petition to the future president. On the right side, there are video thumbnails and a list of discussions.

ЗУБРАМ НУЖНА ВАША ПОМОЩЬ, ЧТОБЫ ПЕРЕЖИТЬ ЗИМУ
Отправьте слово **ЗУБР** и сумму пожертвования на номер **3443**

WWF России - Всемирный фонд дикой природы
изменить статус

Информация

Как помочь: <http://help.wwf.ru>

Всемирный фонд дикой природы (WWF) – одна из самых крупных благотворительных организаций в мире. Мы сохраняем дикую природу по всей планете.


В 1994 году открылось российское представительство WWF. А 2004 году WWF России стал российской национальной организацией.
[Показать полностью...](#)

<http://wwf.ru>

Товары 23

- Экокружка WWF 1000 руб.
- Набор экомешочков WWF 1000 руб.
- Экосумка "Панда" 1000 руб.

Привет, Михаил! только для администраторов

 Спасибо, что заботишься о природе вместе с нами.

Сейчас нам как никогда нужна твоя помощь. 24 марта, в Час Земли, мы собираемся отправить будущему президенту особое обращение с тремя экологическими инициативами. Пройди по ссылке, подпиши обращение президенту и проголосуй за природу!


Видеозаписи 364 ред.

- Теплица для самшита 1:30
- Следы Волны в Турмонском заказнике, республика Северная Осетия-Алания 0:19

Обсуждения 26 ред.

- Стать сторонником WWF 15 сен в 16:19 380 комментариев
- Рабочая версия Правил общения в группе WWF 26 дек 2016 13 комментариев
- Ваши вопросы, ответы WWF 6 сен в 0:50 320 комментариев

Контакты 1 ред.

-  Чингис Бальбаров
Главный редактор

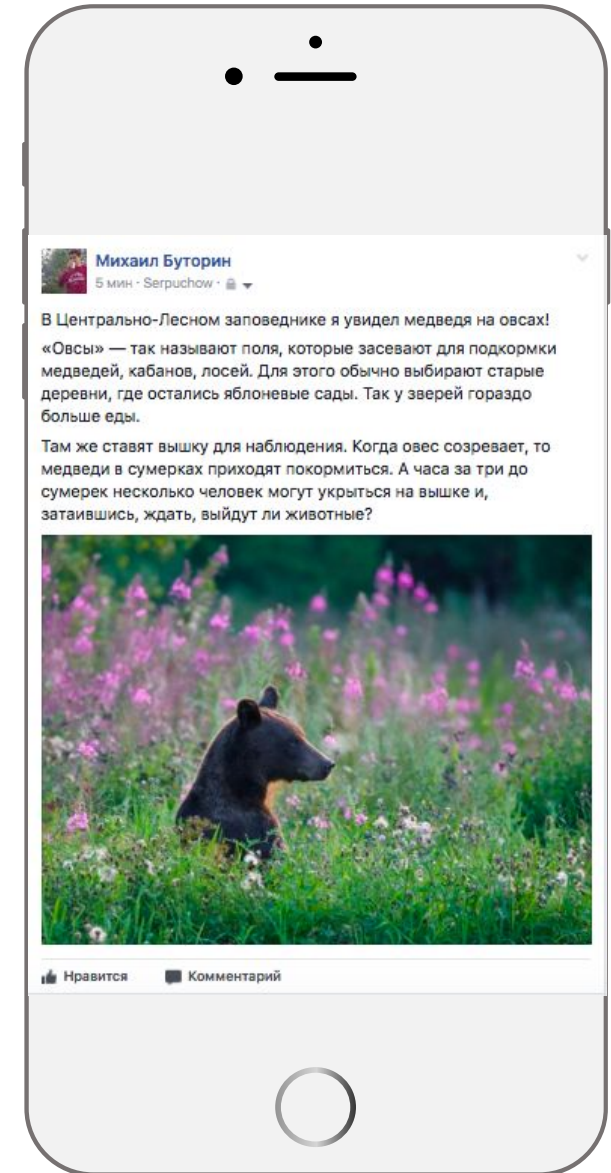
Умная лента

Показывает записи на основе ваших предпочтений.

- 3-6% подписчиков бизнес-страниц видят ее посты
- количество подписчиков уже не так важно
- в facebook приоритет отдается личным страницам.

Выход:

- делать качественный контент
- растить сообщество вокруг страницы
- заниматься продвижением.

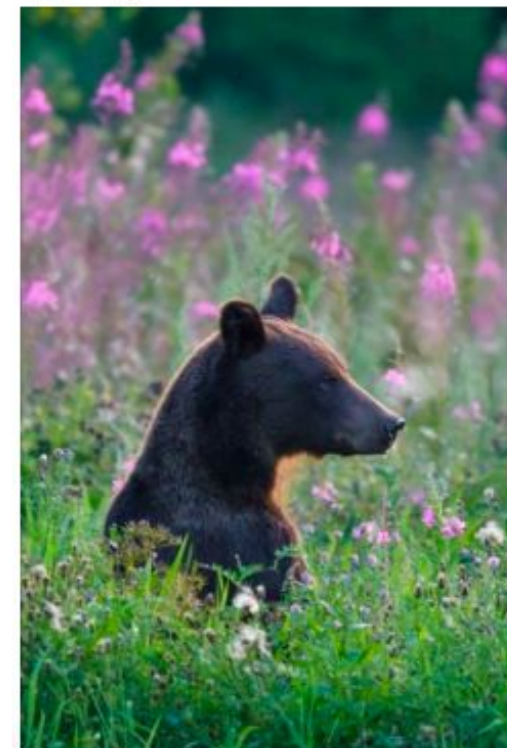
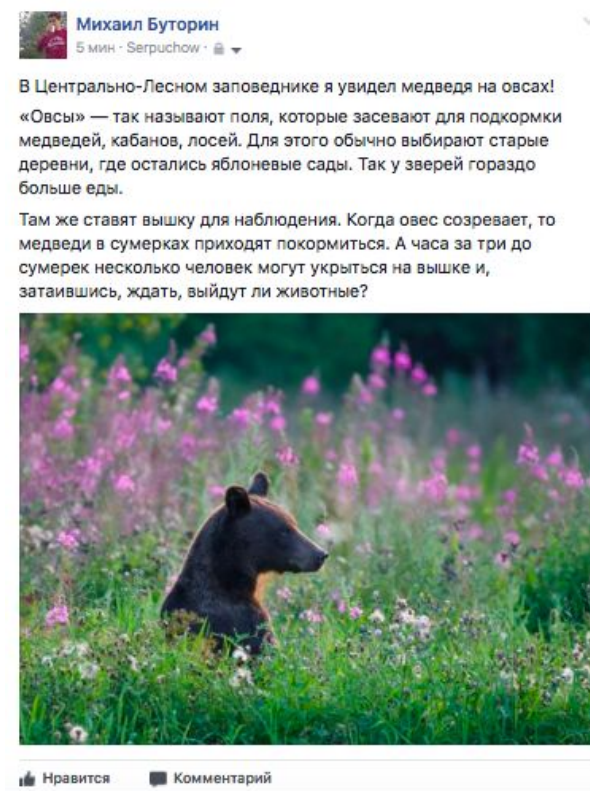


Форматы контента

→ фотографии привлекают в **3 раза** больше внимания, чем просто текст

→ вертикальные фотографии — в **5 раз** больше

→ видео — в **9 раз** больше.



Хештеги

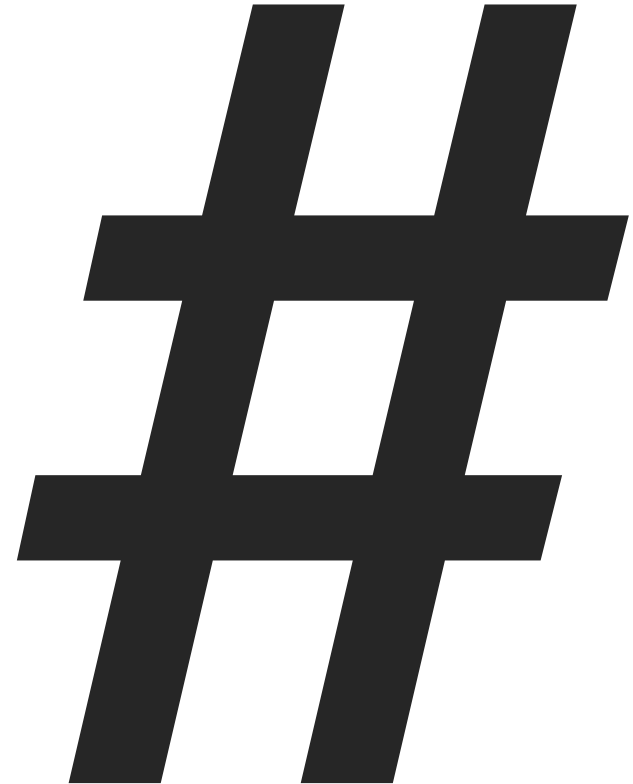
Хештеги — дополнительный навигатор в социальных сетях. Нужны, чтобы посмотреть все записи по теме хештега.

Например:

#экотуризм — все записи по теме экотуризма

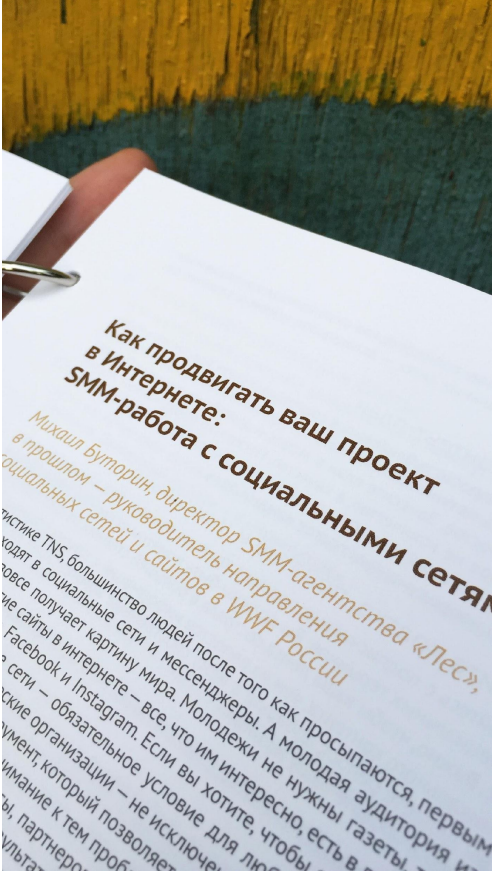
#заповедникбрянскийлес — все записи по теме заповедника Брянский лес.

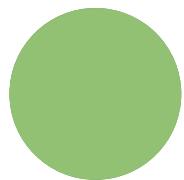
→ [подробнее о хештегах](#)



Stories

→ посты, которые исчезают через сутки.





Знаешь принципы

=

понимаешь SMM

A young pine tree with vibrant green needles stands prominently in the center of the frame, growing from a thick carpet of moss. The background is a soft-focus forest with more trees and foliage, creating a sense of depth and a natural, serene atmosphere. The lighting is soft and diffused, highlighting the textures of the needles and the moss.

SMM стратегия

Пошаговая инструкция

Шаг 1

Описать портрет целевой аудитории

- кто ваша целевая аудитория?
 - какие пол, возраст, география и интересы этих людей?
-

Шаг 2

Описать позиционирование

- какую проблему целевой аудитории вы решаете?
 - в чем уникальность, конкурентное отличие от других?
 - какие недостатки, слабые места или ограничения?
-

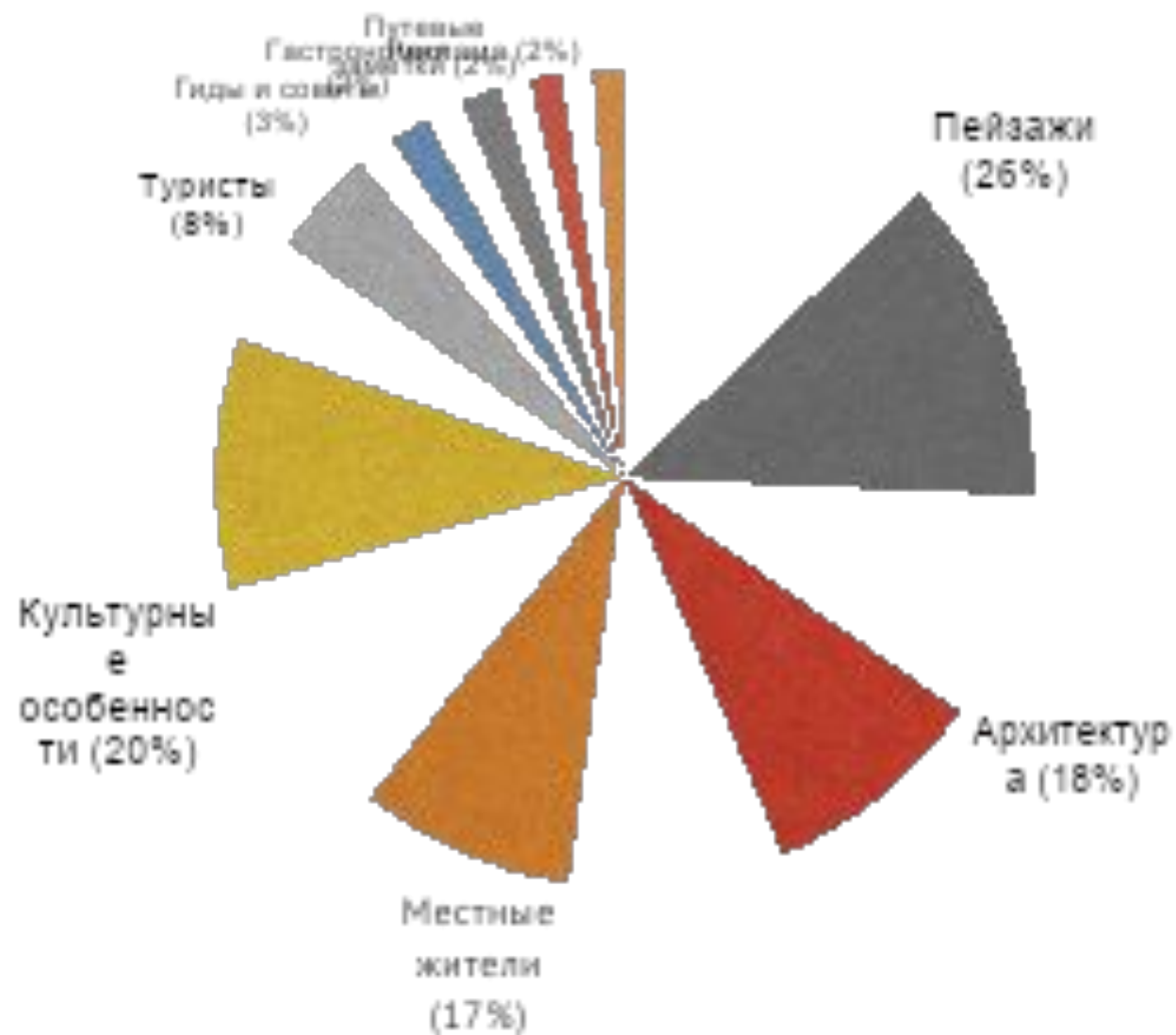
Шаг 3

Изучить конкурентов

- о чем они говорят в соцсетях?
 - в чем их слабые места?
 - в чем сильны?
 - подсмотреть и выписать удачные решения (фишечки).
-

О чем говорят конкуренты?

Пейзажи (26%)
Архитектура (18%)
Местные жители (17%)
Культурные особенности (20%)
Туристы (8%)
Гиды и советы (3%)
Гастрономия (2%)
Путевые заметки (2%)
Реклама (2%)



Шаг 4

Определиться с целями

- зачем вам нужны соцсети?
 - какие задачи вы можете решать через них?
-

Шаг 5 Определить площадки



ВКонтакте

Основная площадка



Instagram

Дополнительная площадка



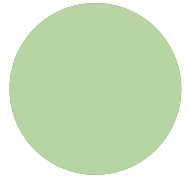
Facebook

Дополнительная



Личный бренд

Дополнительная



Главное

—

ваш продукт



A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, stands in a forest. The tree is in sharp focus, showing its dark brown trunk and vibrant green needles. The background is a soft-focus forest of similar trees, creating a sense of depth. The lighting is natural, highlighting the texture of the needles. Overlaid on the center of the image is the text 'КОНТЕНТ СТРАТЕГИЯ' in a clean, white, sans-serif font, arranged in two lines.

КОНТЕНТ СТРАТЕГИЯ

Шаг 6

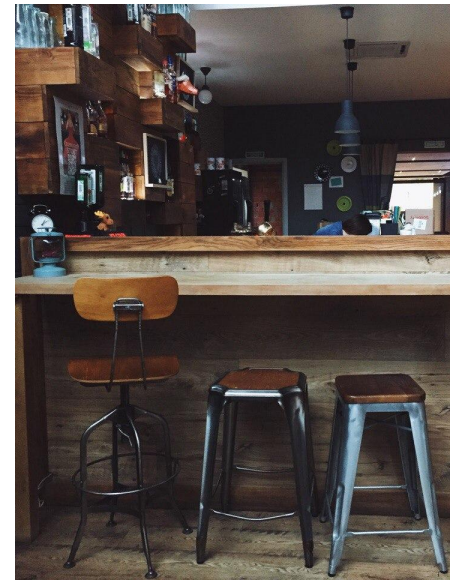
Оформить сообщества

- **ВКонтакте:** название, описание, режим работы, телефон, адрес, как добраться, обложка и фото профиля, ссылки, контакты, фотоальбомы, обсуждения.
 - **Facebook:** название, отзывы, описание, режим работы, телефон, адрес, как добраться, обложка и фото профиля, фотоальбомы.
 - **Instagram:** фото профиля, описание, режим работы, телефон, адрес с геотегом, хайлайтсы.
-

Шаг 7

Описать визуальную концепцию

- дать несколько примеров как образцов с пояснениями
 - фильтры для Instagram
 - шаблоны и шрифты
-



Шаг 8

Описать контент и создать контент-план

- рубрики для ленты
 - рубрики для сторис
 - частота постинга
 - источники контента
 - стиль языка
 - облако хештегов.
-

Шаг 9

Описать правила общения с подписчиками

- в каком стиле отвечаете на комментарии
 - как часто и глубоко отсматриваете комментарии.
-

Шаг 10

Найти зоны работы с репутацией

- как часто ходите по упоминаниям и хештегам
 - где кроме ваших страниц говорят о вас
 - задействованы ли личные бренды.
-

Шаг 11

Описать метрики контент-стратегии

- по каким показателям замерять успешность контент-стратегии?
 - что будете делать для достижения показателей
 - лучше сделать по каждой соцсети.
-

САЙТ

Шаг 12

Сделать сайт на Тильде

- собрать в визуальном редакторе за день
 - отдать вебмастеру для настройки домена, метатегов и поисковой оптимизации.
-

A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, stands in a forest. The tree is in sharp focus, showing its dark brown trunk and vibrant green needles. The background is a soft-focus forest of similar trees, creating a sense of depth. The lighting is natural, highlighting the texture of the needles. Overlaid on the center of the image is the Russian word 'ПРОДВИЖЕНИЕ' in a clean, white, sans-serif font.

ПРОДВИЖЕНИЕ

Шаг 13

Заняться продвижением

- определить цели
 - определить метрики и как их отслеживать
 - выбрать инструменты: таргетинг, посевы по пабликам, лидеры мнений и блогеры
 - определить емкость целевой аудитории в соцсетях
 - выделить бюджет
 - запустить и подвести первый итог.
-

Основные инструменты

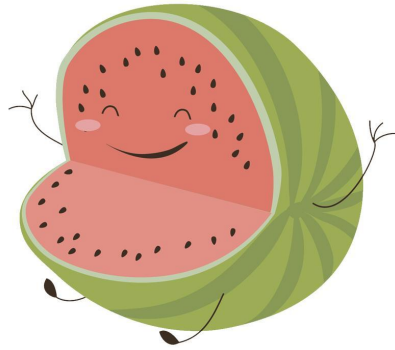
- таргетинг
 - посевы
 - лидеры мнений и блогеры
 - коллаборации
 - личный бренд.
-

Цепочка продвижения

1. определить цель
 2. определить метрики и как их отслеживать
 3. выбрать инструменты
 4. выделить бюджет
 5. запустить продвижение
 6. провести анализ результатов
 7. оптимизировать рекламную кампанию
-

Шаг 14

описать команду



SMM-менеджер

Обязанности:



Руководитель

Обязанности:




Кто-то еще?

Обязанности:

Шаг 15

Регулярно анализировать работу

- обновление оформления профилей
 - контент
 - реакции подписчиков и упоминания
 - успешность продвижения.
-

A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, stands in the foreground of a dense forest. The tree has vibrant green needles and a thin, dark trunk. The background is filled with out-of-focus green foliage, creating a sense of depth and a natural setting. The lighting is soft, suggesting a shaded forest environment.

Самое главное о SMM

Станьте частью картины мира.





1

Крана не существует

2

Знаешь принципы = понимаешь SMM

3

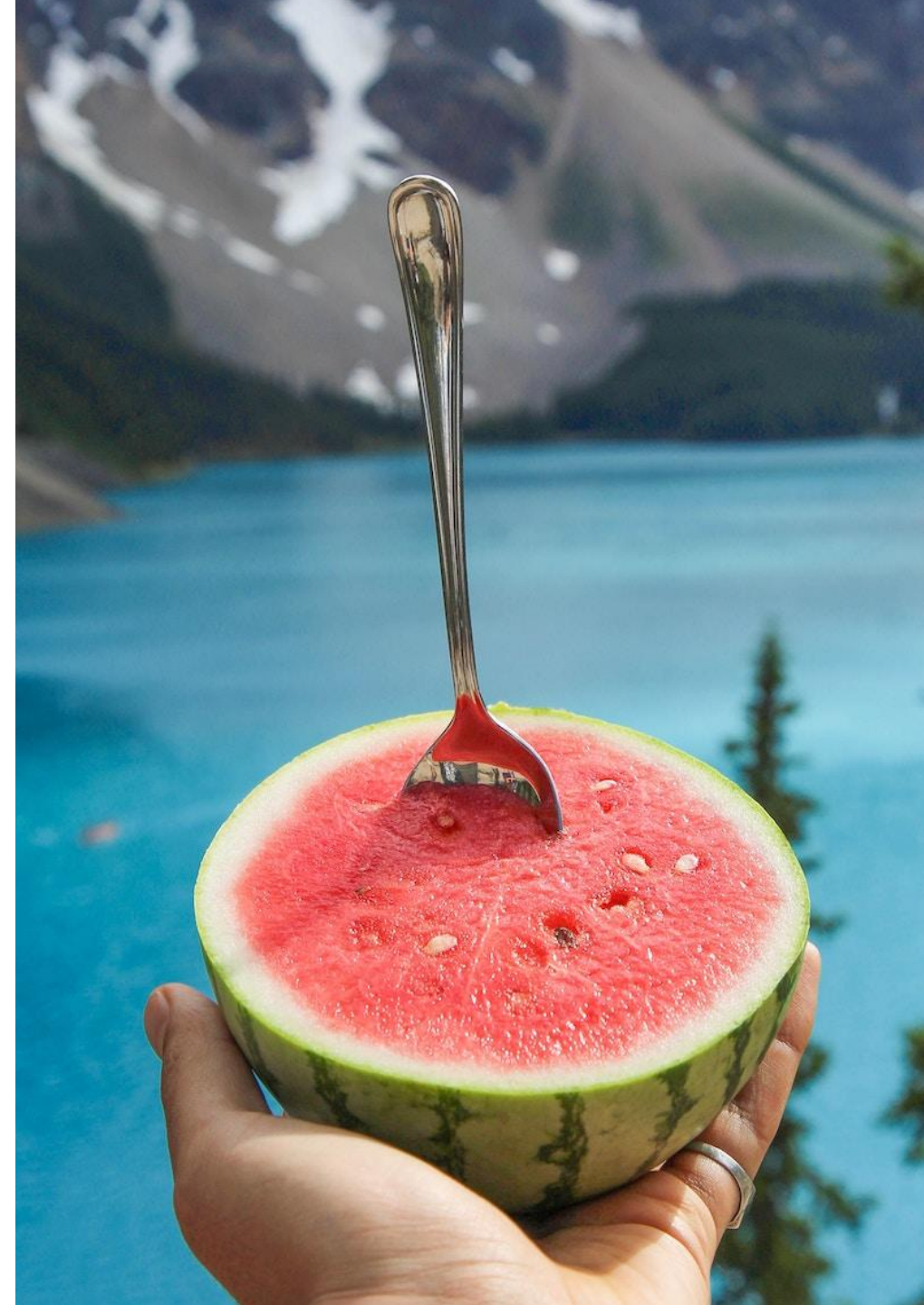
Ключевое – ваш продукт

A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, stands in a forest. The tree is in sharp focus, showing its dark brown trunk and vibrant green needles. The background is a soft-focus forest of similar trees, creating a sense of depth. The lighting is natural, suggesting a bright day with some shade. The text 'SMM команда' is overlaid in a clean, white, sans-serif font, centered horizontally and slightly above the middle vertically.

SMM команда

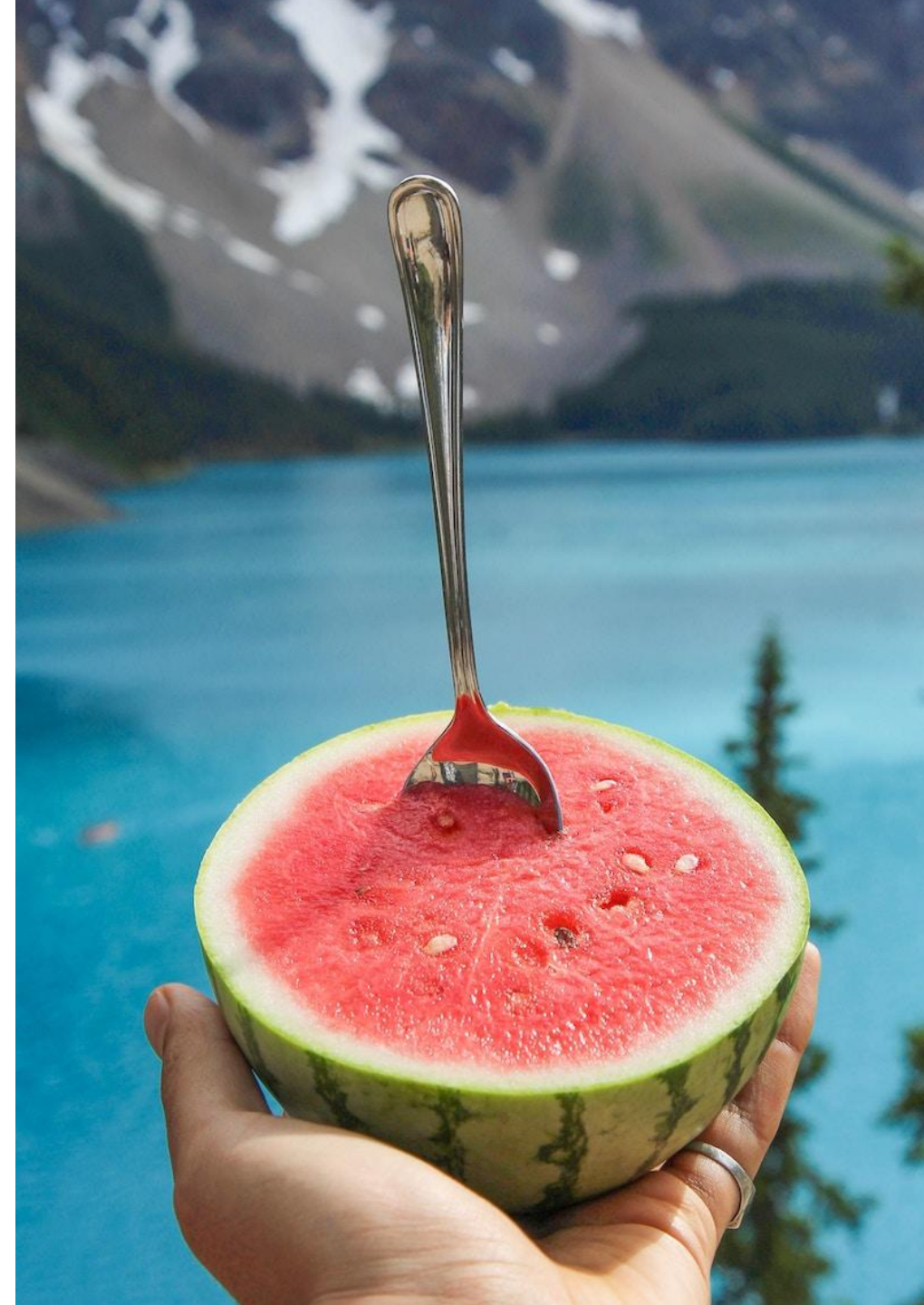
Команда SMM проекта

- Стратег / руководитель
- Менеджер проекта
- Копирайтер / редактор
- Дизайнер
- Таргетолог
- Аналитик
- Модератор



Команда SMM проекта

- **Стратег / руководитель**
- ~~Менеджер проекта~~
- **Копирайтер / редактор**
- ~~Дизайнер~~
- **Таргетолог**
- ~~Аналитик~~
- ~~Модератор~~



Полезные ссылки

- vc.ru — узнать новости соцсетей и почитать кейсы
- [Хештеги](#) — что это такое и как правильно ставить
- [Тильда](#) — конструктор сайтов
- [Образовательный курс](#) от ВКонтакте.





Ваши вопросы?

Михаил Буторин, владелец [SMM агентства «Лес»](#)

fb, вк, tg: butorinmn

+7 926 691-86-38



Лес

SMM АГЕНТСТВО