

A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, is the central focus of the image. It is growing on a thick layer of green moss. The background is a blurred forest scene with more trees and foliage, creating a sense of depth and a natural, serene atmosphere. The lighting is soft, 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.

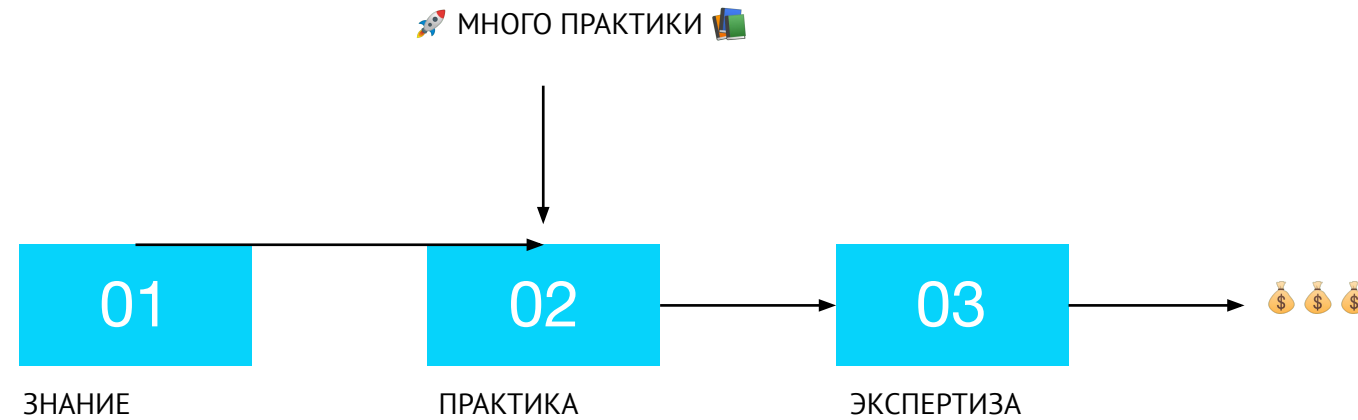
**День 6.**  
20 апреля



## **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 textures of the pine needles and the moss.

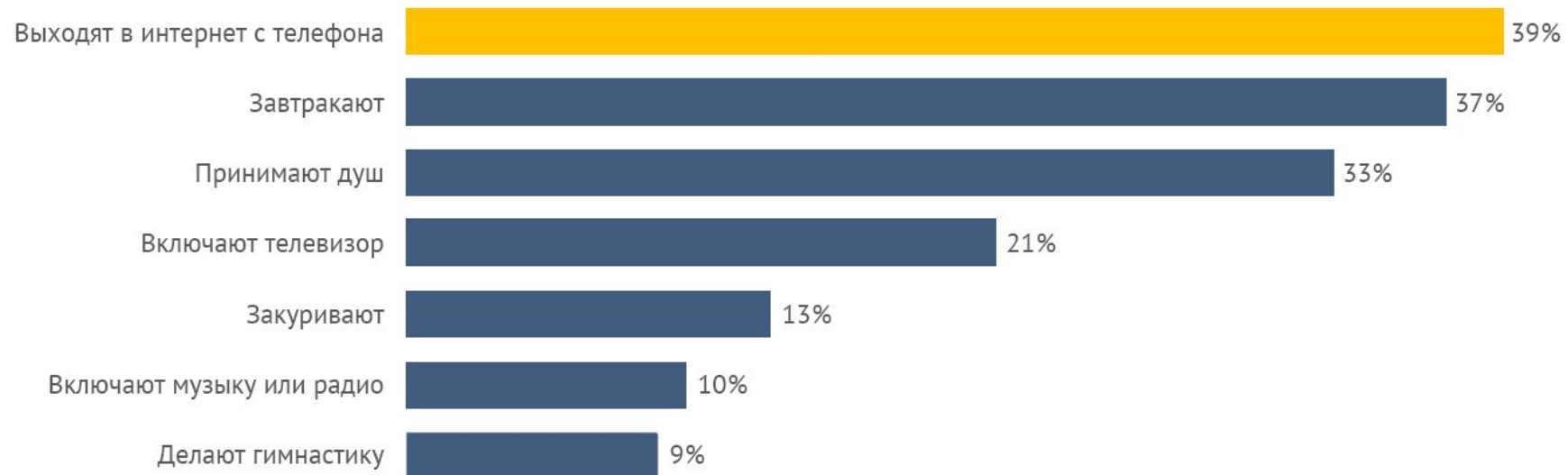
Социальные сети

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 middle vertically.

# 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



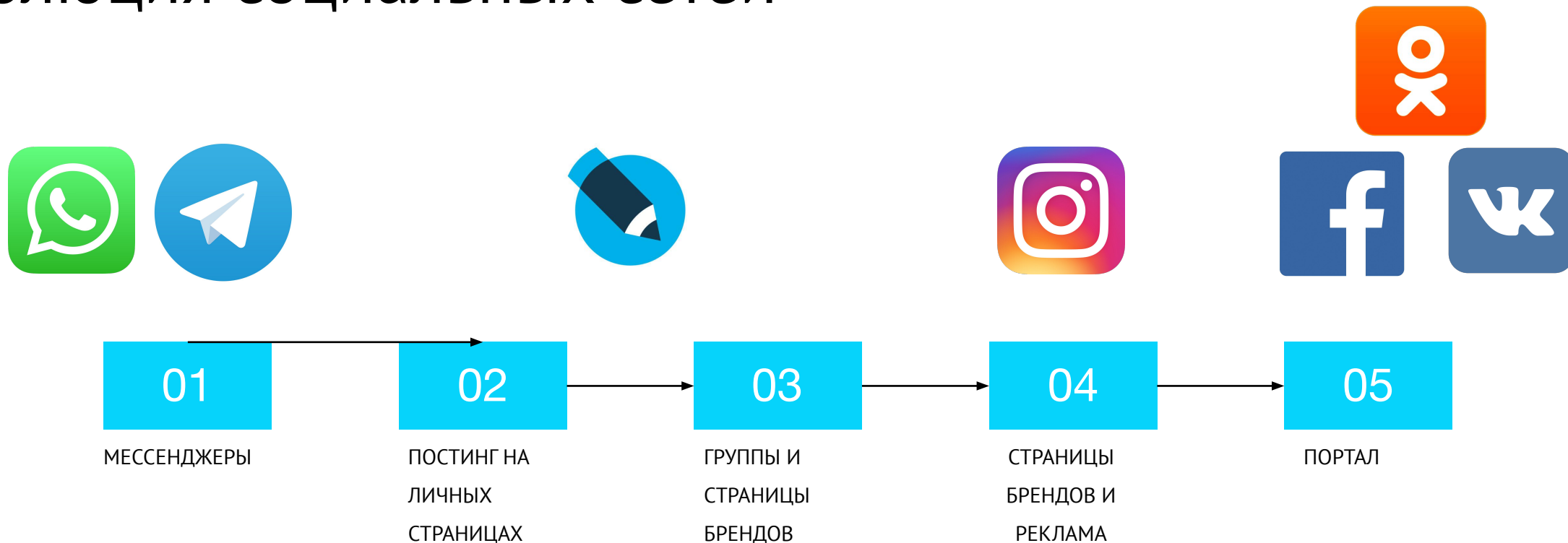
Профильные



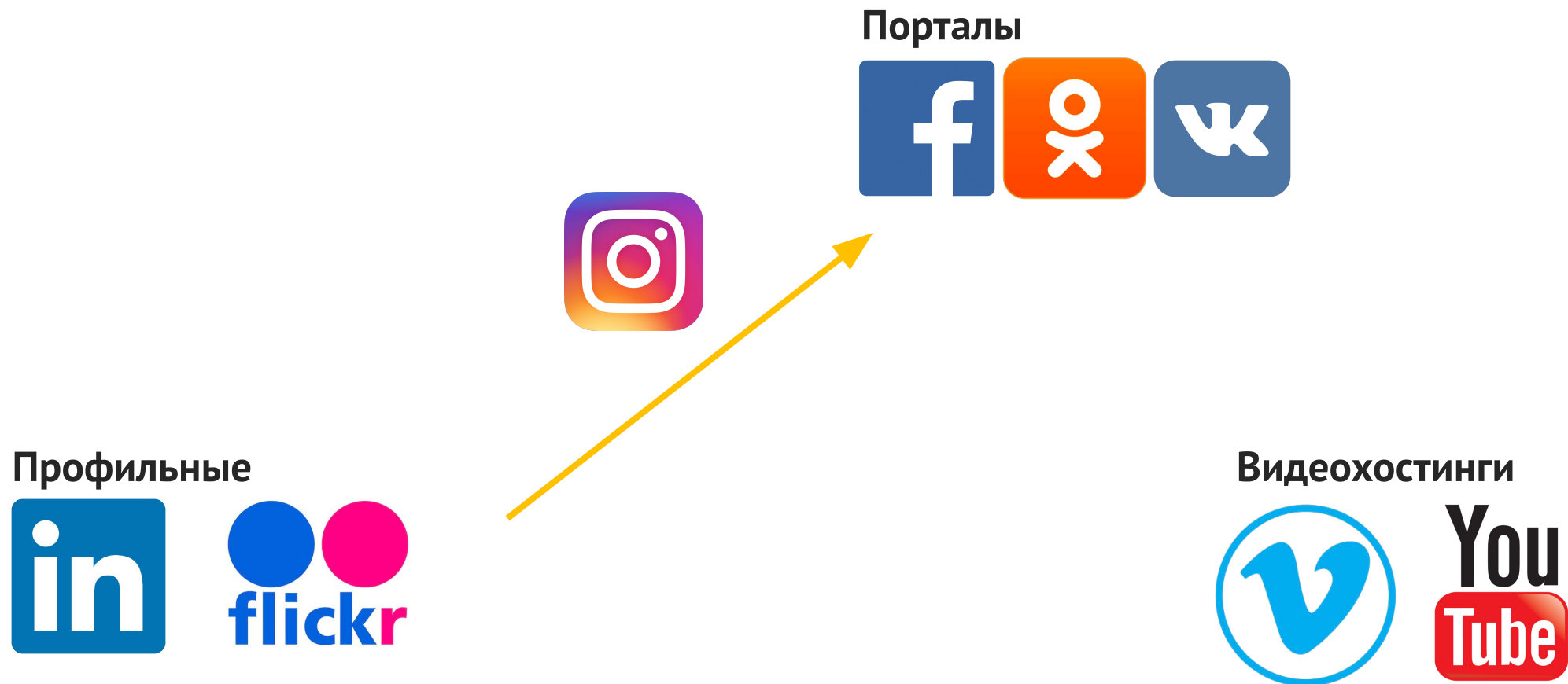
Видеохостинги



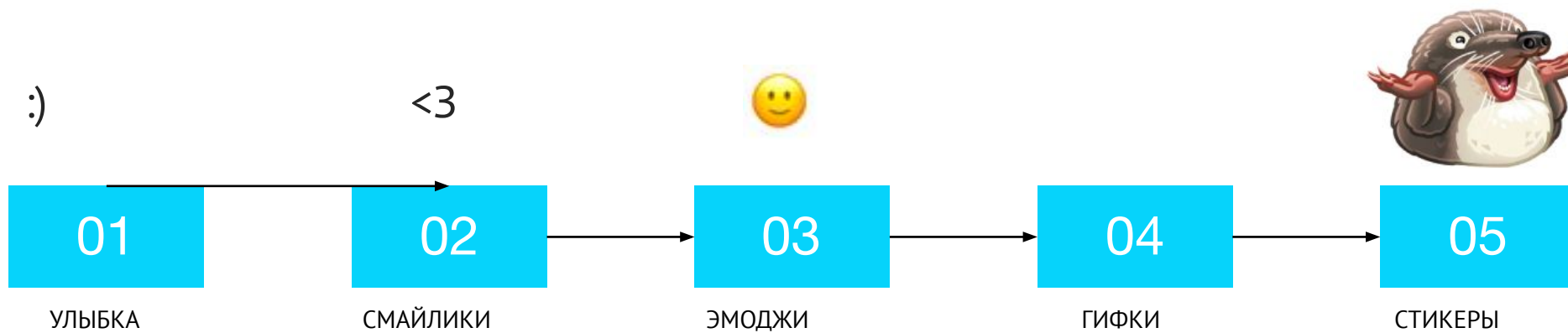
# Эволюция социальных сетей



# Какие бывают социальные сети?



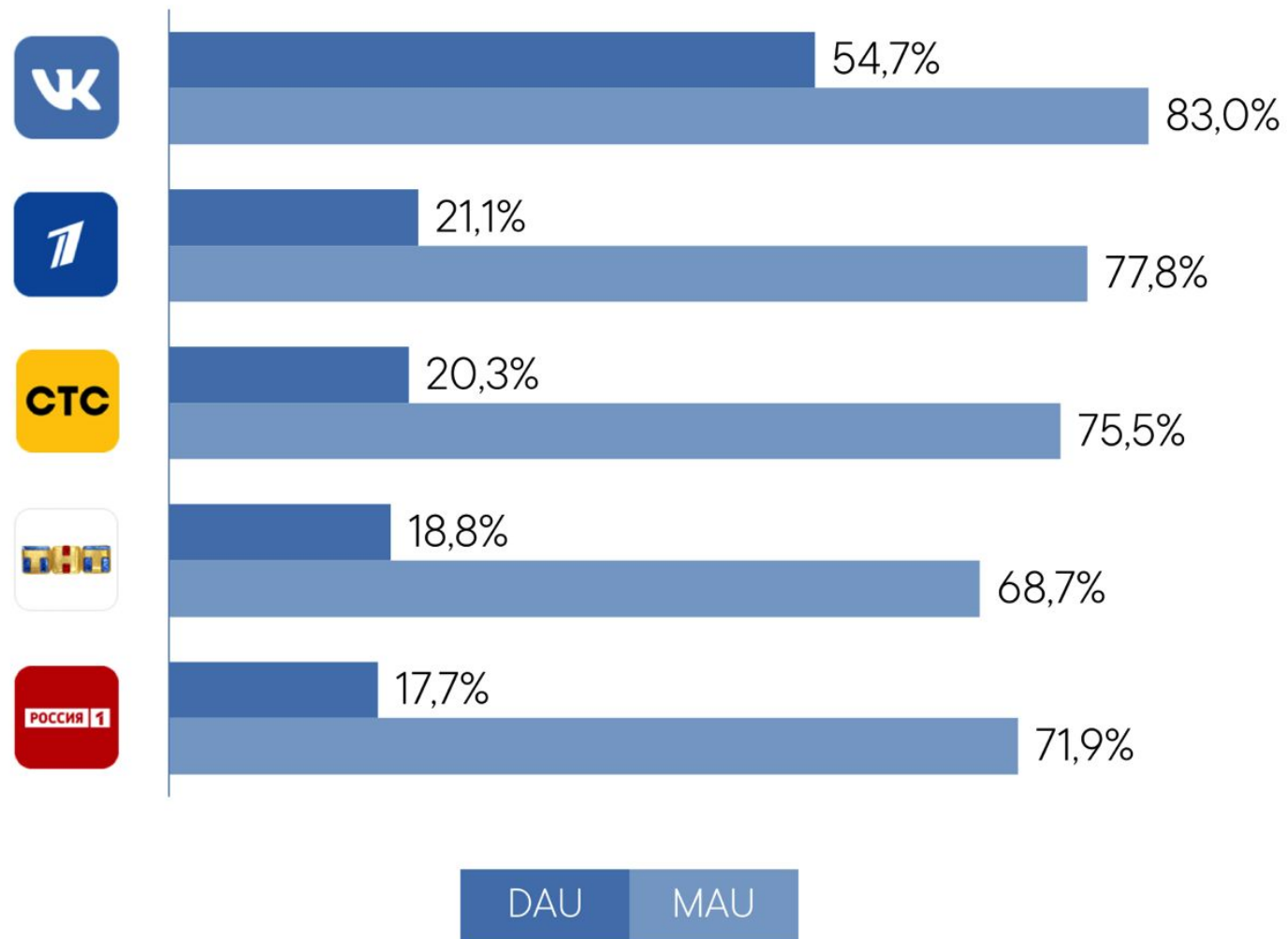
# Эволюция эмоций



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

# СТАТИСТИКА И МИФЫ

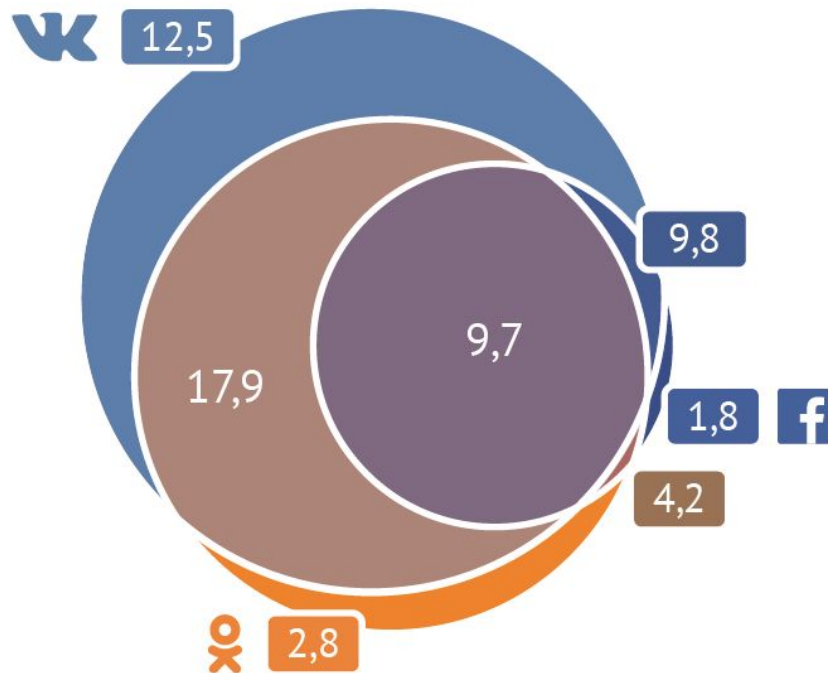
# Охват медиа в России



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



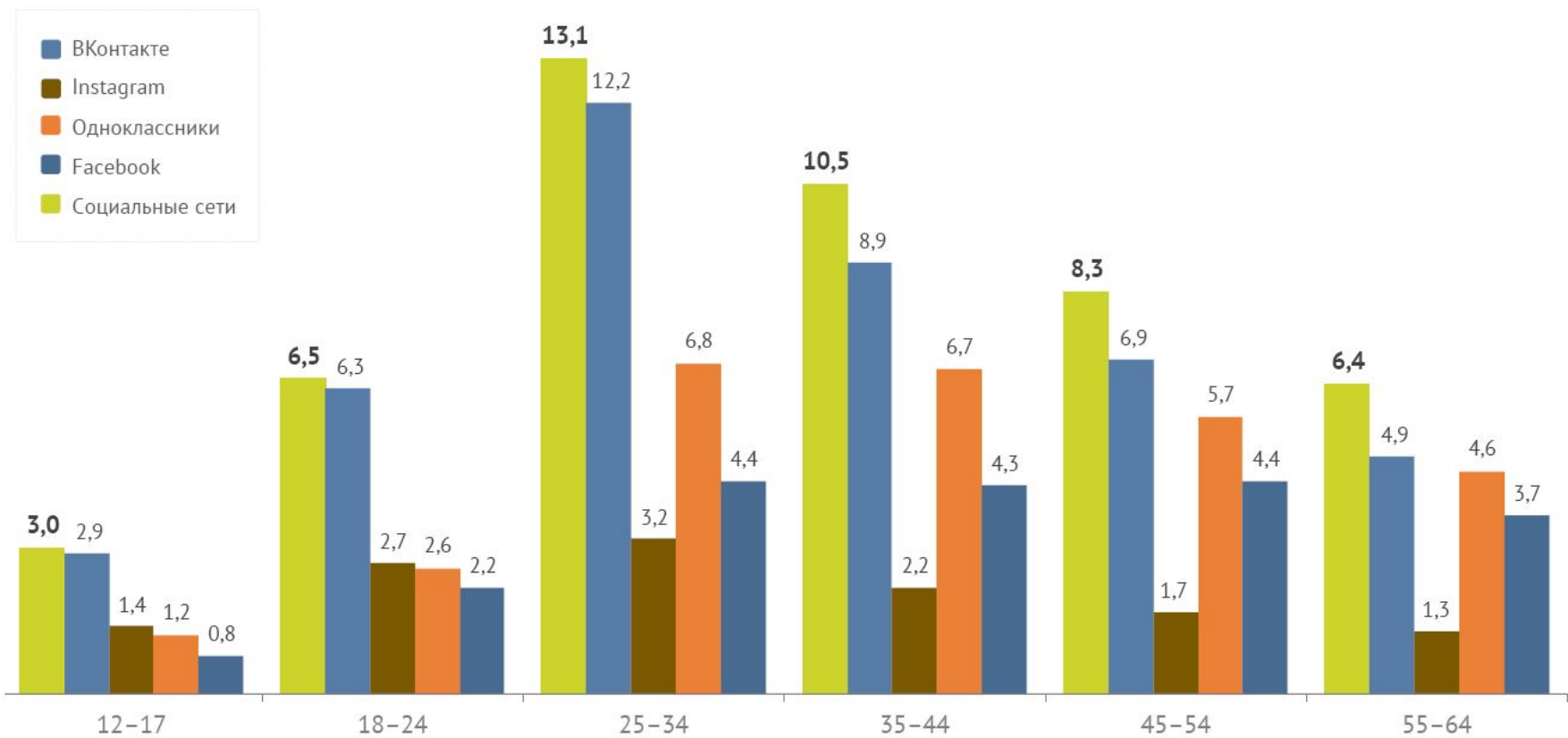
# Пересечения аудиторий



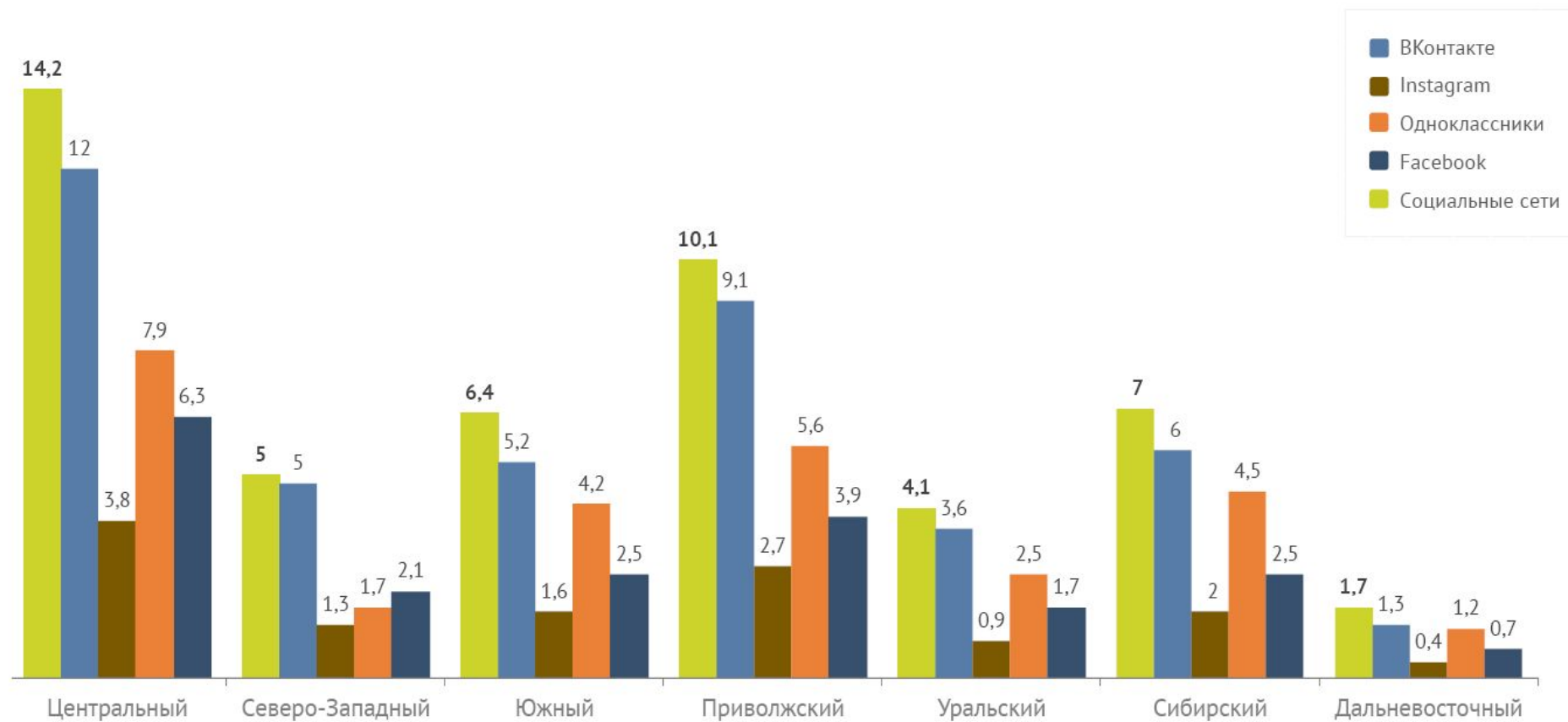
## В течение месяца посещали:

- 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

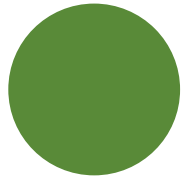
- instagram'изация
  - наступление stories
  - взросление соцсетей
  - конкуренция за авторов
  - искренность.
-

A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, stands in 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 overall mood is serene and natural.

# 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 overlaid in the center of the image.

# ОСОБЕННОСТИ ЭКОСИСТЕМ СОЦСЕТЕЙ



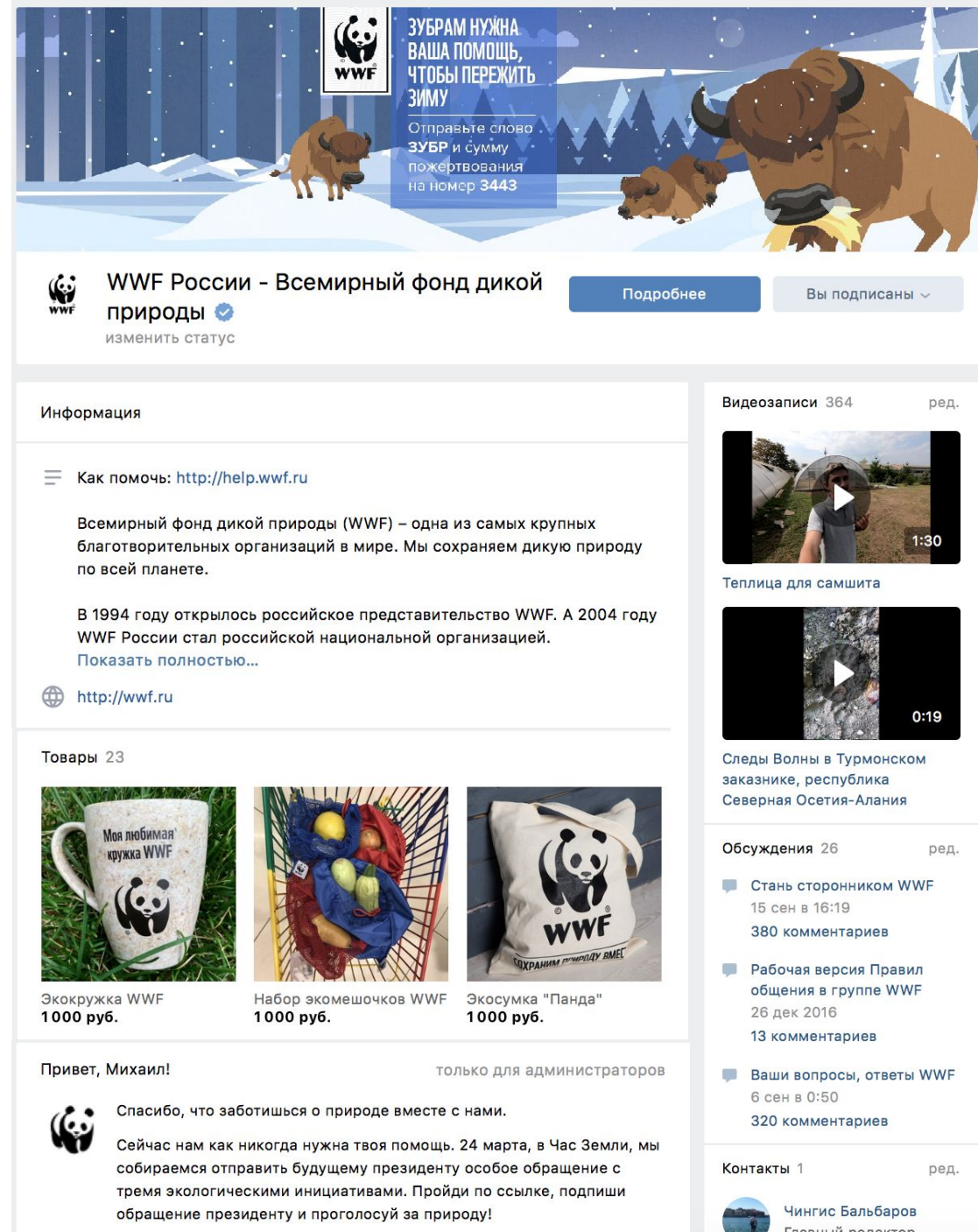
# Типы страниц и зачем они нужны

- 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. Отправьте слово ЗУБР и сумму пожертвования на номер 3443". Below the banner is the WWF Russia profile header with the name "WWF России - Всемирный фонд дикой природы" and a "Подробнее" button. The main content area is divided into sections: "Информация" with a link to "http://help.wwf.ru", "Товары 23" with three product images (a mug, a shopping basket, and a bag), and a post from "Михаил" with a WWF logo and text about environmental initiatives. 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**

- Экокюжка 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.

- Стань 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

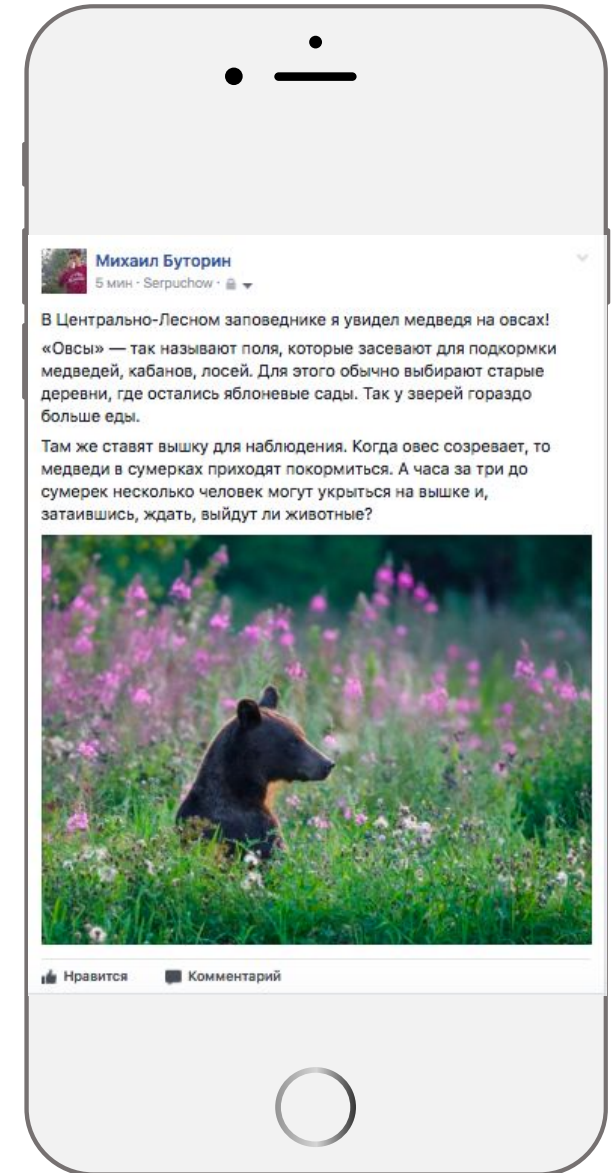
# Умная лента

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.

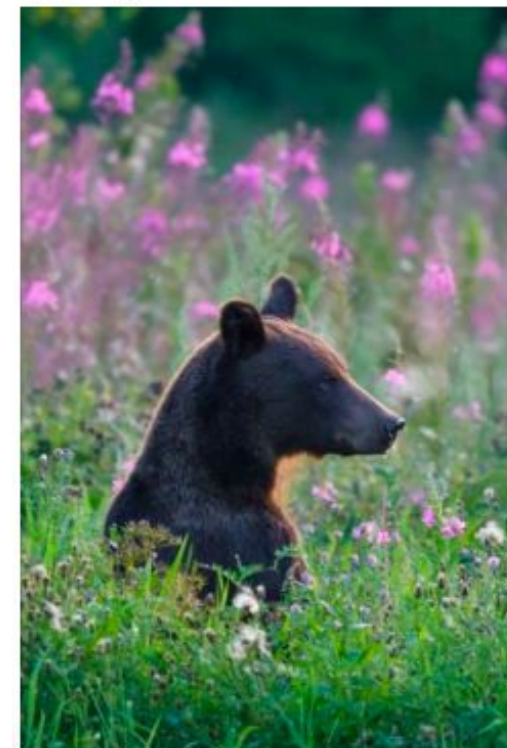


# Форматы контента

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

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

→ видео — в **9 раз** больше.



# Хештеги

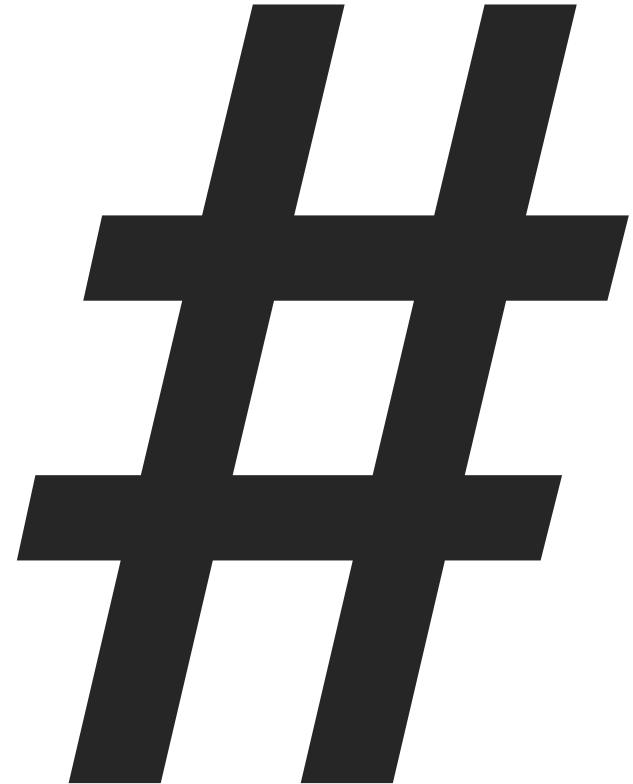
Хештеги — дополнительный навигатор в социальных сетях. Нужны, чтобы посмотреть все записи по теме хештега.

Например:

#экотуризм — все записи по теме экотуризма

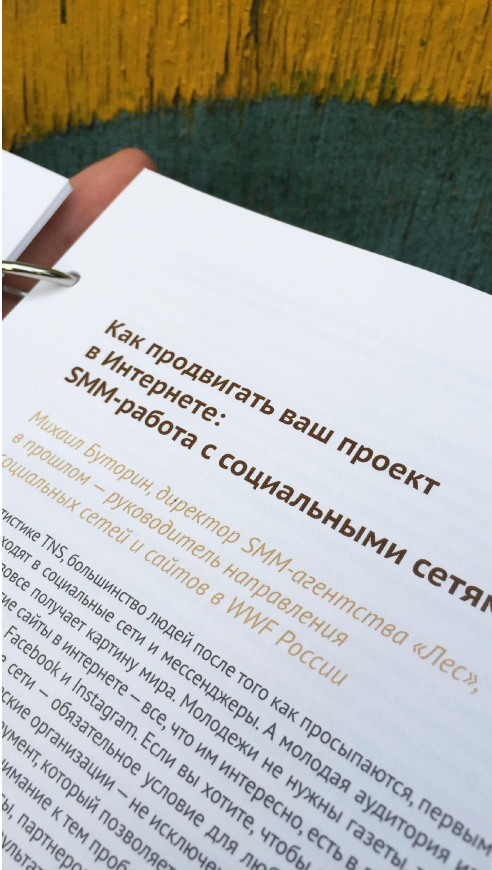
#заповедникбрянскийлес — все записи по теме заповедника Брянский лес.

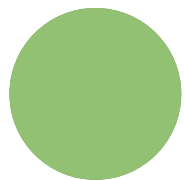
→ [подробнее о хештегах](#)



# 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 moss and the fine needles of the pine.

# 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?
-

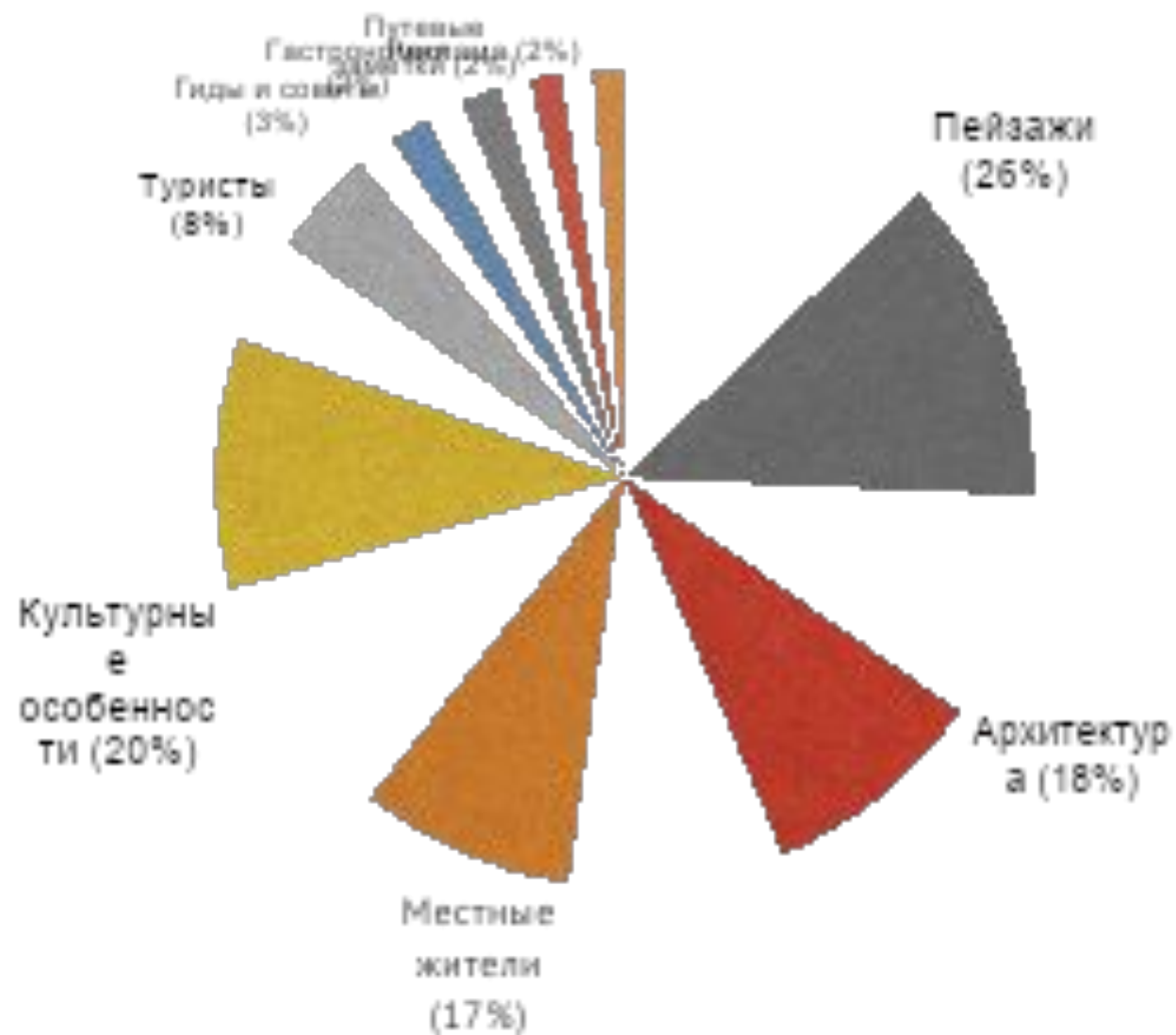
## Шаг 3

### 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



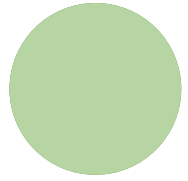
**Facebook**

Дополнительная



**Личный бренд**

Дополнительная



Главное

—

ваш продукт



A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, stands in a forest. The tree is in the foreground, slightly to the right, with its branches and needles clearly visible. The background is a dense forest of similar trees, but it is out of focus, creating a soft, bokeh effect. The overall color palette is dominated by various shades of green, from deep forest greens to lighter, sunlit greens. The text 'КОНТЕНТ СТРАТЕГИЯ' is overlaid in the center-left area of the image in a clean, white, sans-serif font. The text is arranged in two lines: 'КОНТЕНТ' on the top line and 'СТРАТЕГИЯ' on the bottom line. The font is bold and clear, standing out against the darker green background.

# КОНТЕНТ СТРАТЕГИЯ



## Шаг 6

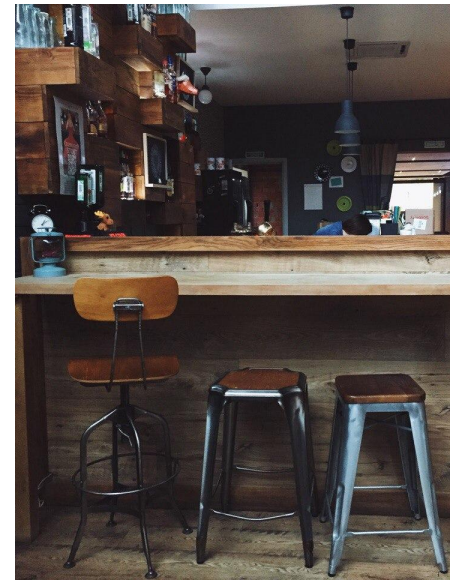
### Оформить сообщества

- **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.
-

A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, stands in a forest. The tree is in sharp focus, showing its dark brown branches and vibrant green needles. The background is a soft, out-of-focus forest with various shades of green and brown, suggesting a dense woodland. The lighting is natural, creating a serene and slightly misty atmosphere. The word 'САЙТ' is centered over the image in a clean, white, sans-serif font.

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. The word 'ПРОДВИЖЕНИЕ' is written in a clean, white, sans-serif font across the middle of the image, centered horizontally and partially overlapping the tree's branches.

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

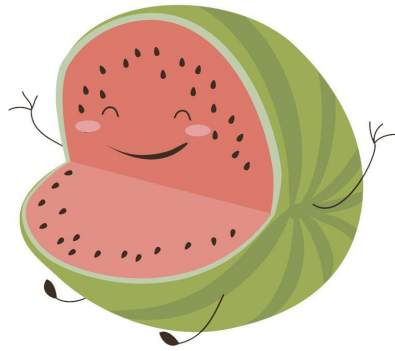
- таргетинг
  - посевы
  - лидеры мнений и блогеры
  - коллаборации
  - личный бренд.
-

# 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



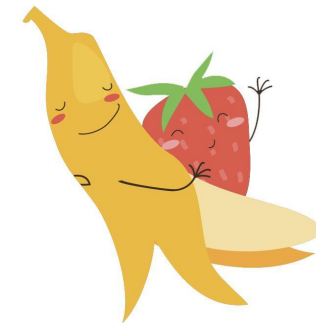
**SMM-менеджер**

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 a lush green 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 overall lighting is natural and bright, highlighting the textures of the needles and the forest floor.

# Самое главное о SMM



Станьте частью картины мира.





1

Крана не существует

2

Знаешь принципы = понимаешь SMM

3

Ключевое – ваш продукт

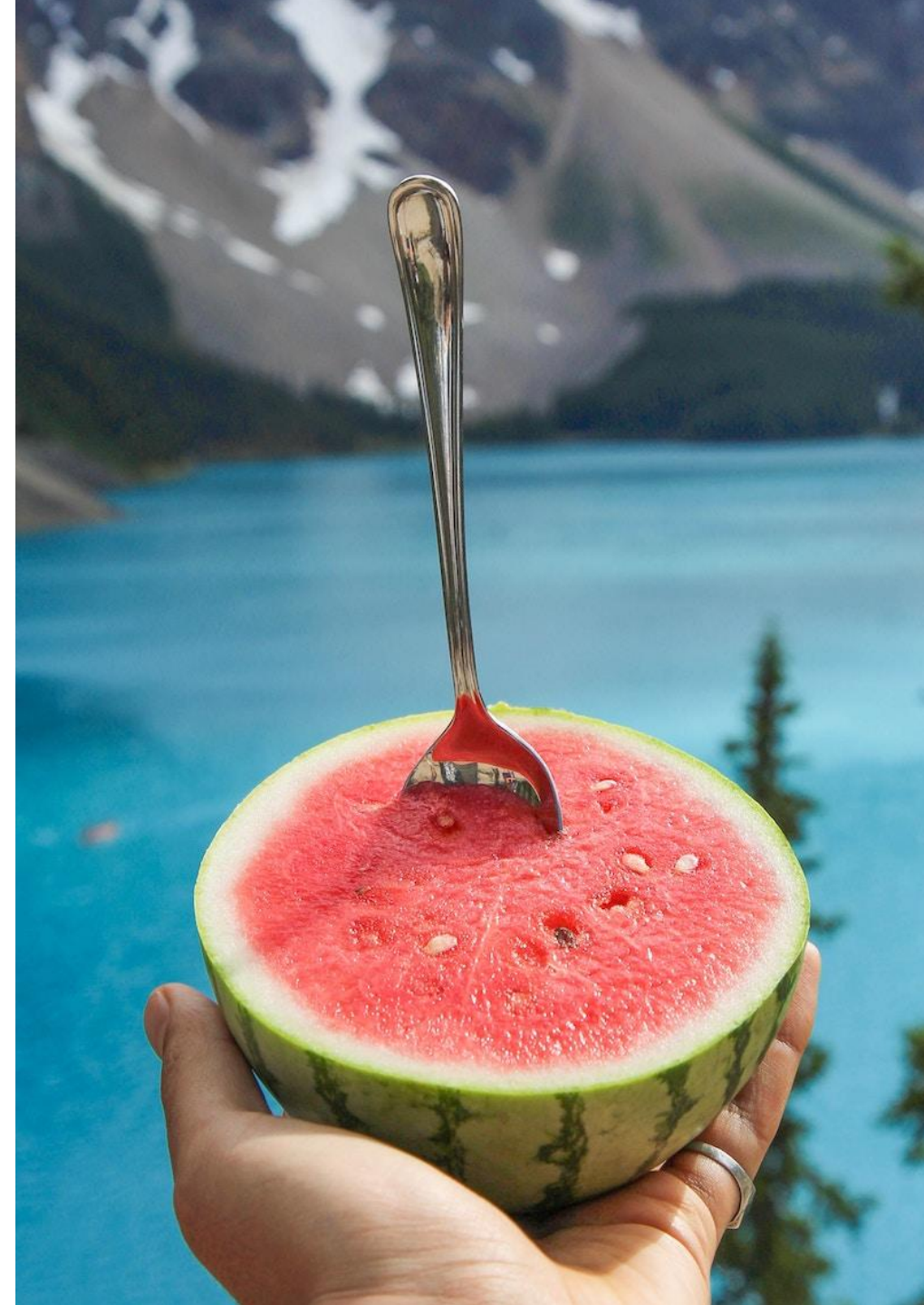
---

A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, stands in a forest. The tree is in sharp focus, showing its dark green needles and thin branches. The background is a soft-focus forest of similar trees, creating a sense of depth. The lighting is natural, suggesting a bright day. Overlaid on the center of the image is the text 'SMM команда' in a clean, white, sans-serif font.

SMM команда

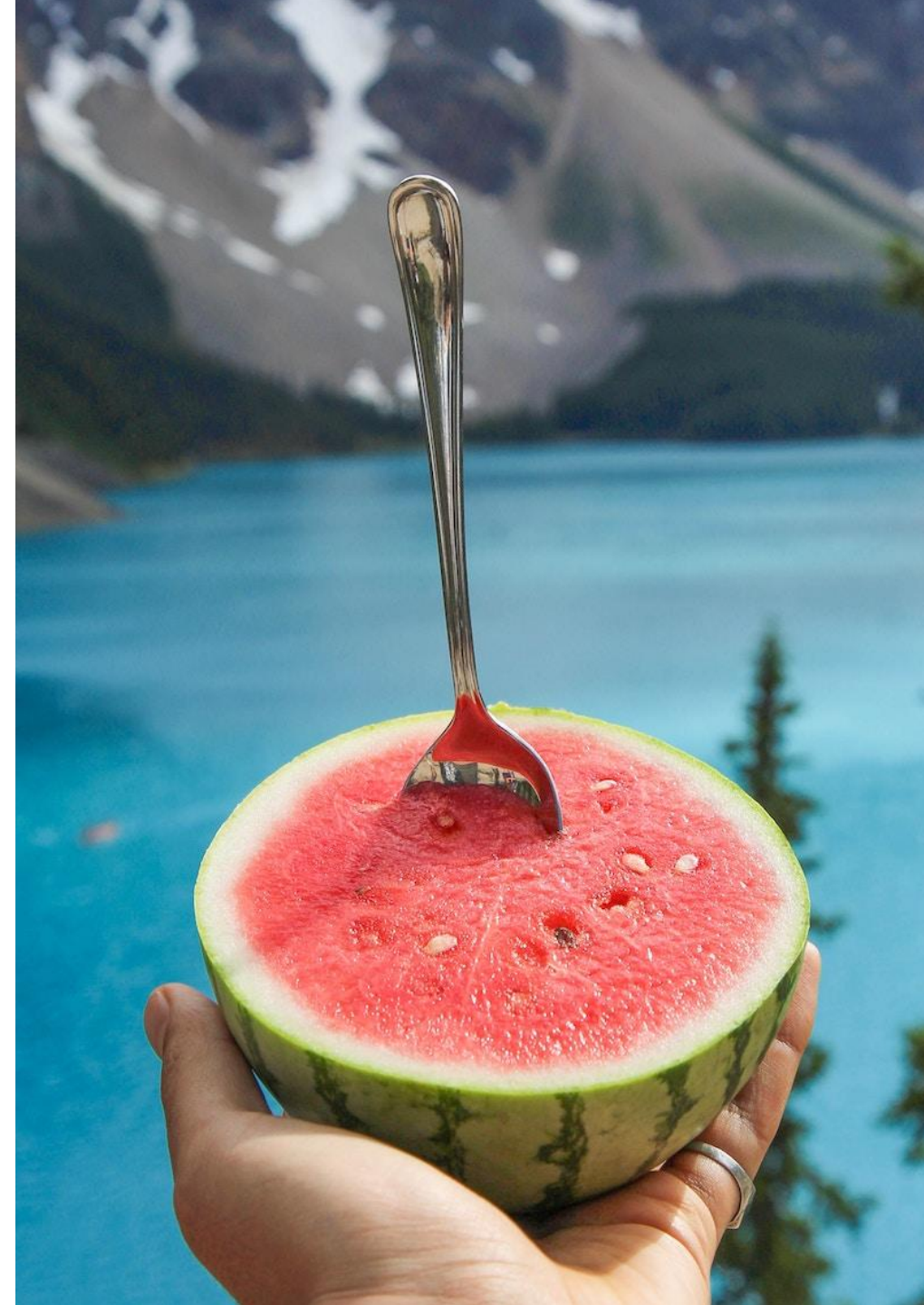
# Команда SMM проекта

- 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](https://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