

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.

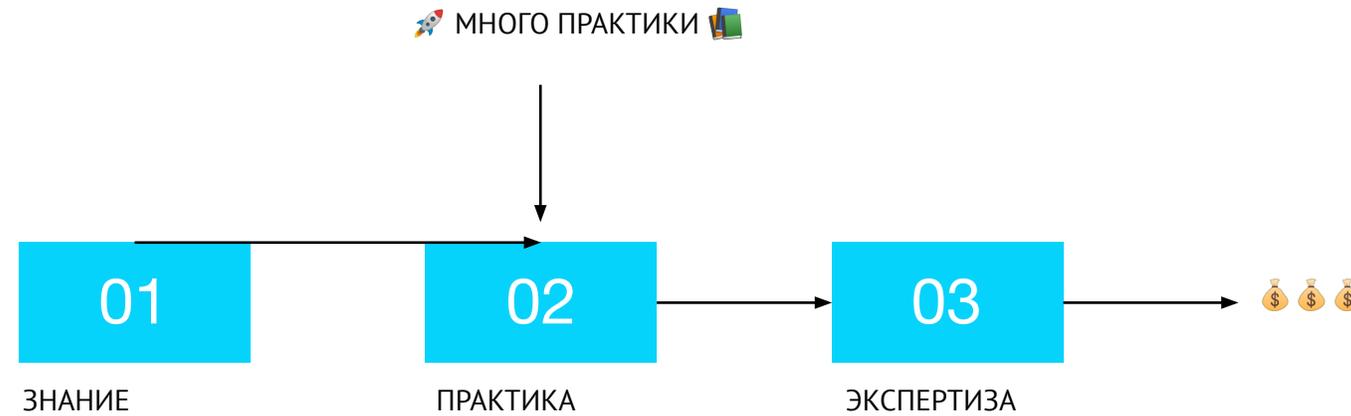
**День 6.**  
20 апреля



## **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 forest floor covered in lush green moss. The background is a soft-focus forest with more trees and foliage, creating a serene and natural atmosphere. The lighting is soft, highlighting the textures of the pine needles and the moss.

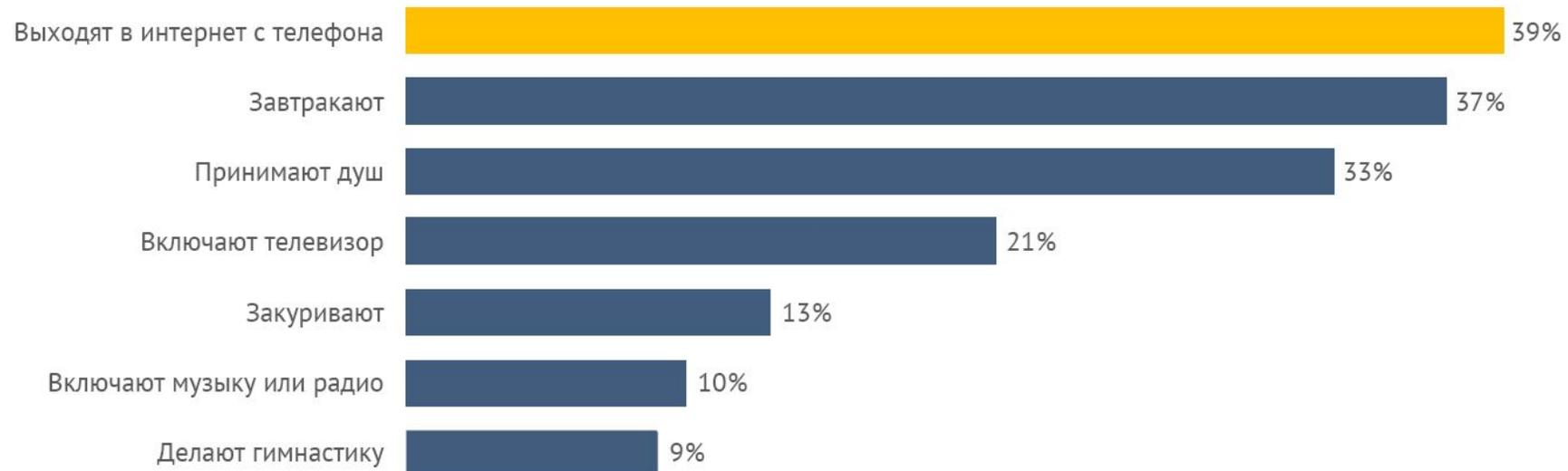
Социальные сети

в России

Самое главное

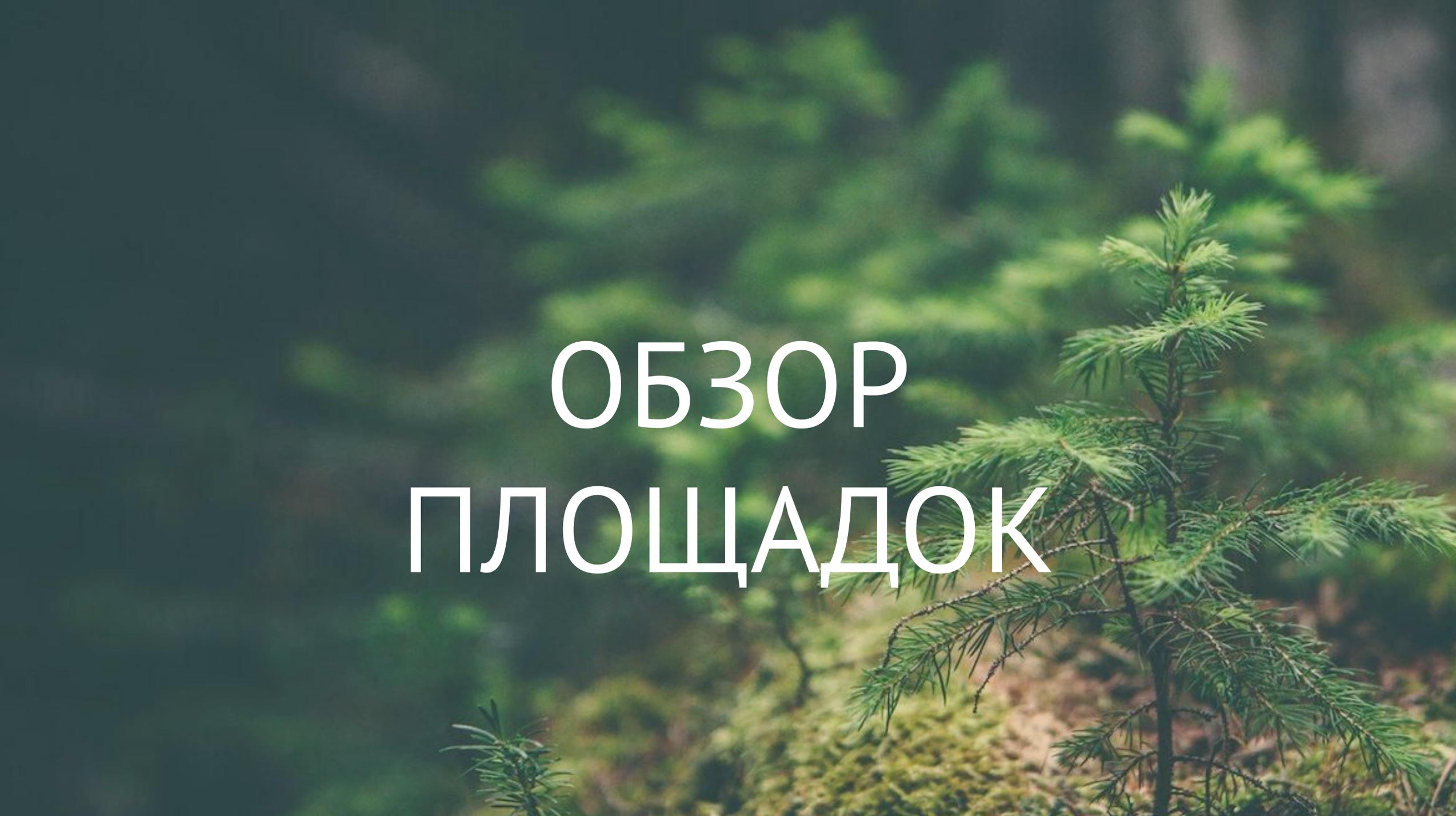
# А нужно ли?

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



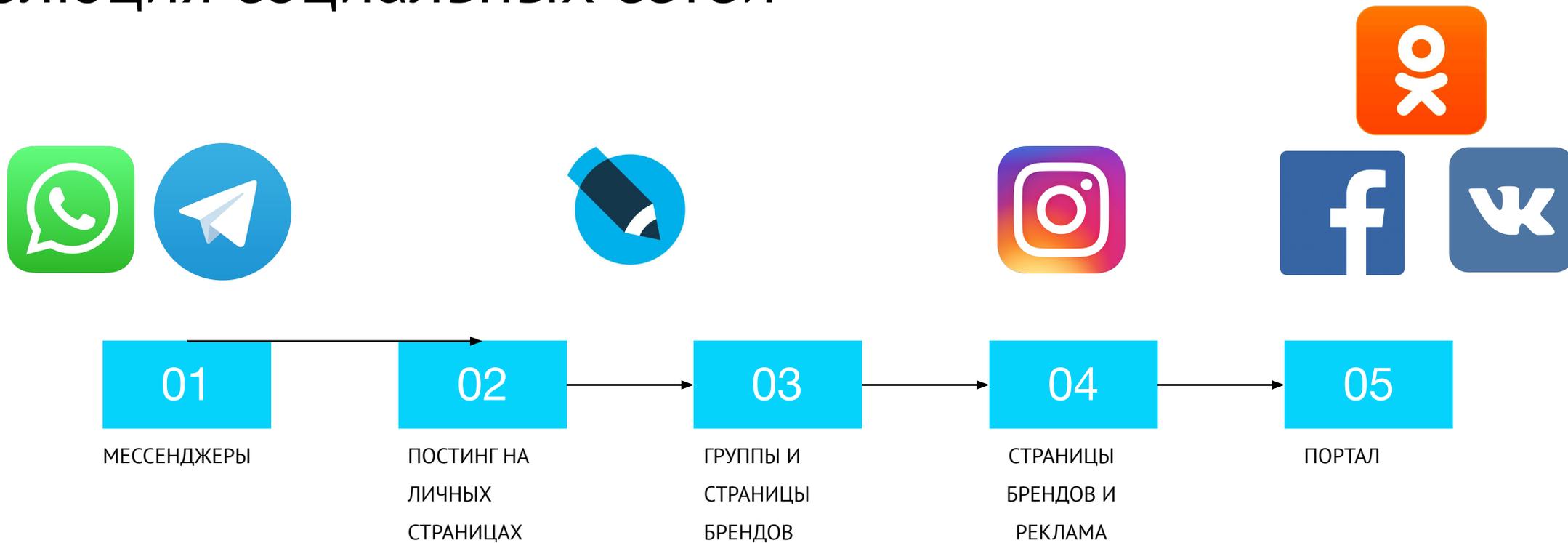
Профильные



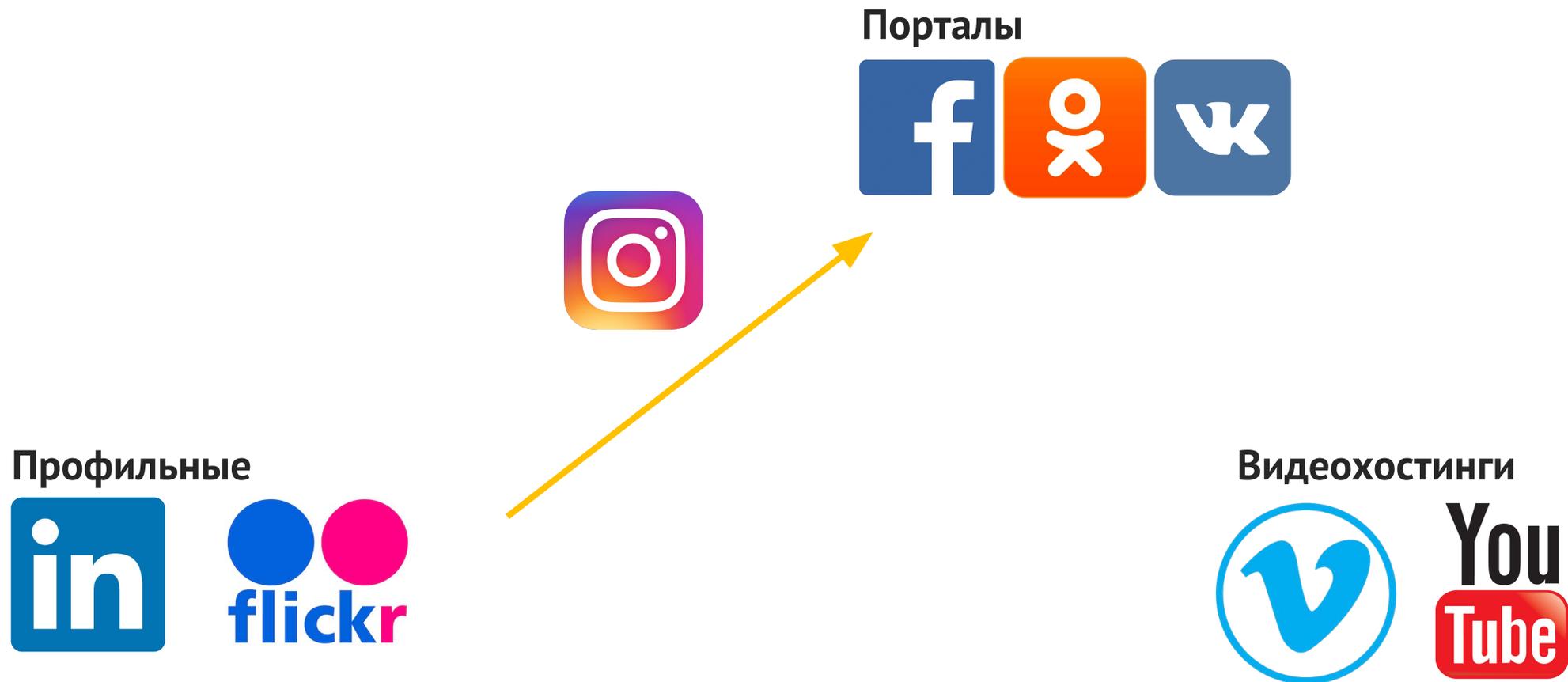
Видеохостинги



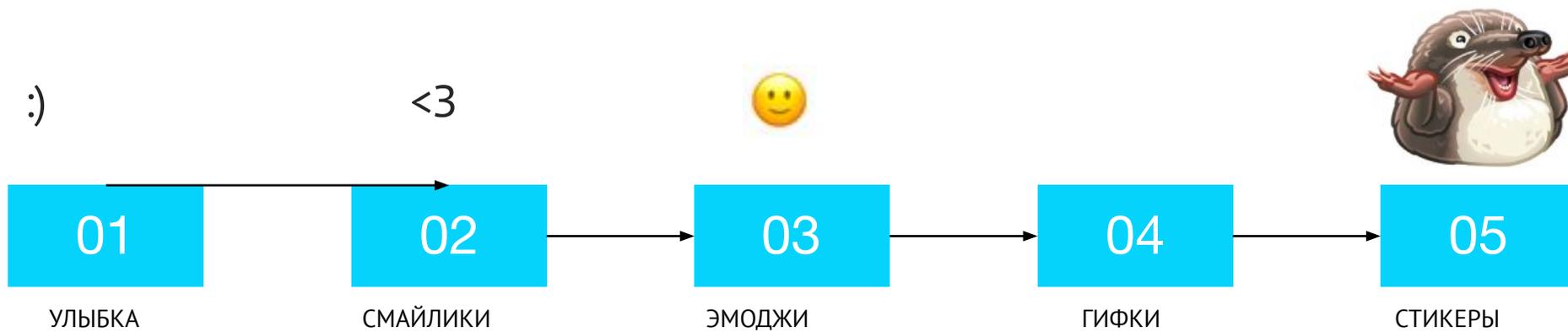
# Эволюция социальных сетей



# Какие бывают социальные сети?



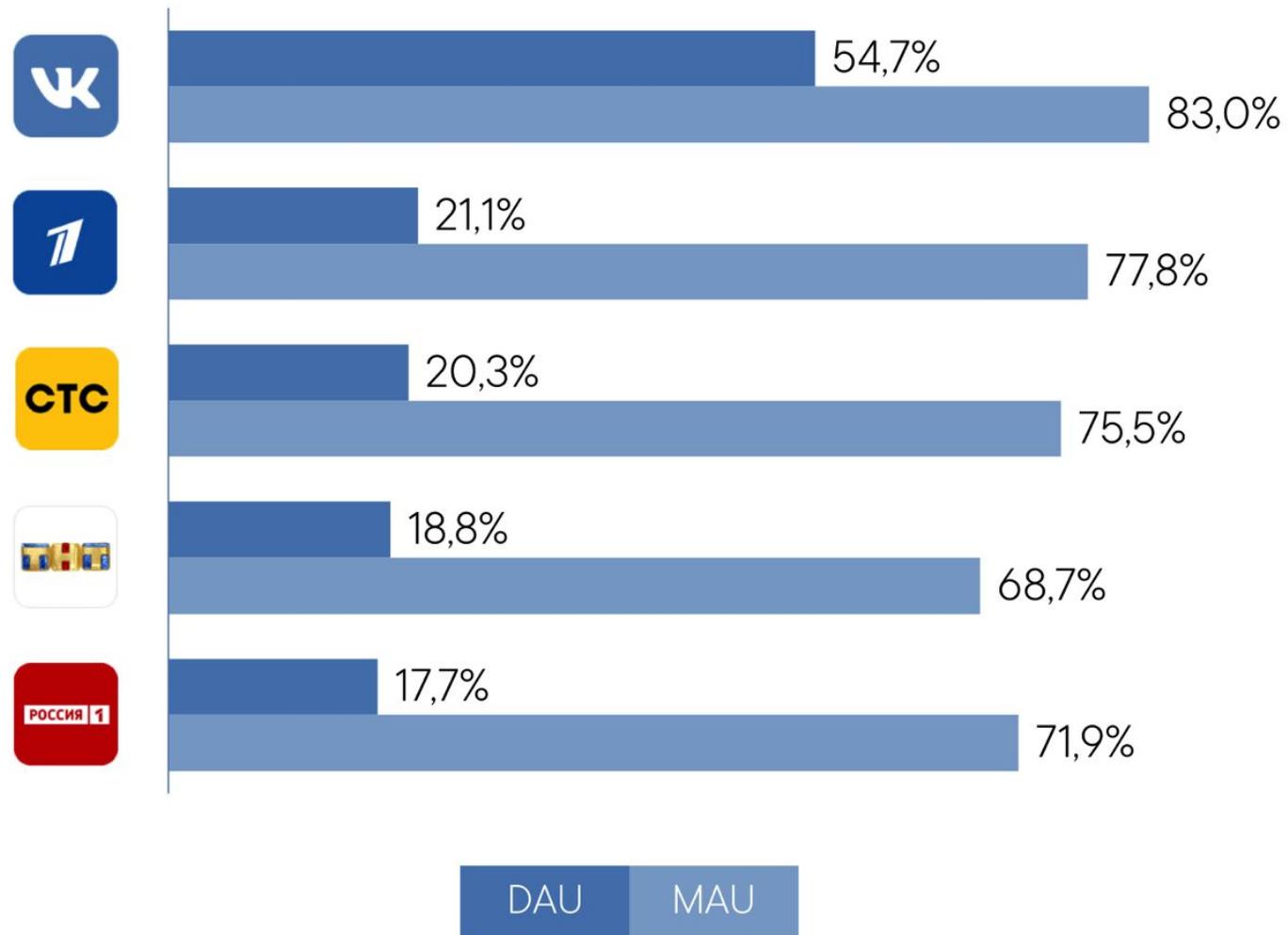
# Эволюция эмоций



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.

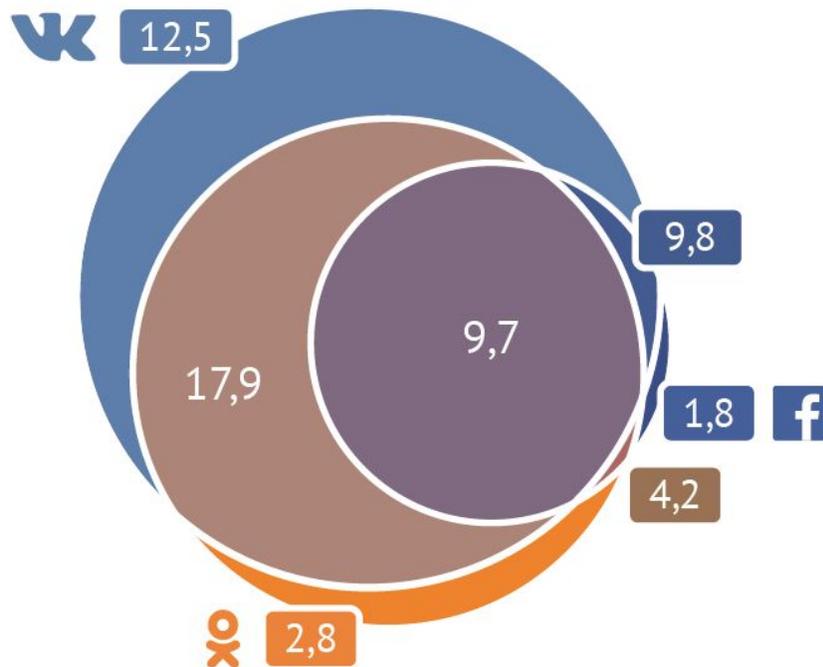
# СТАТИСТИКА И МИФЫ

# Охват медиа в России



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

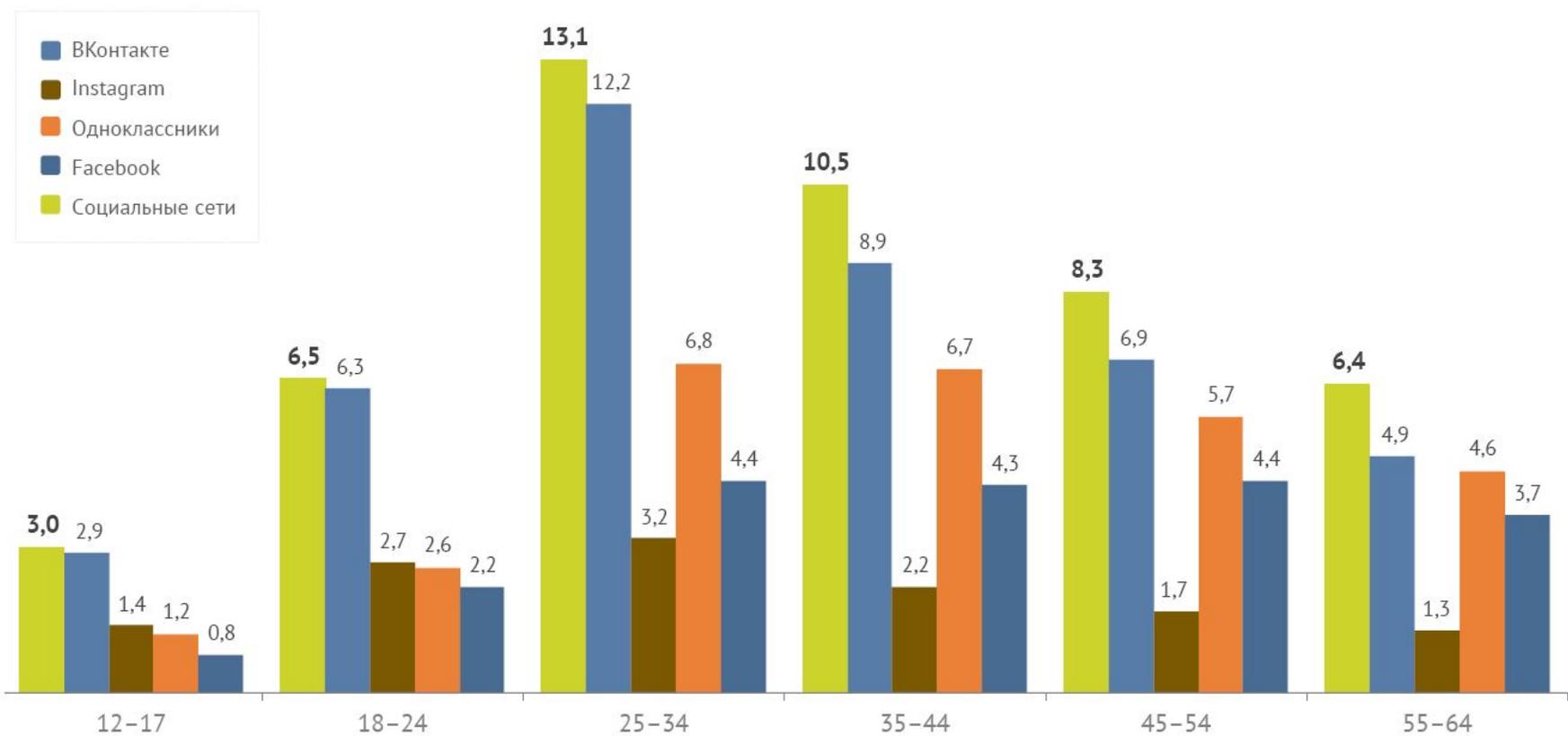
# Пересечения аудиторий



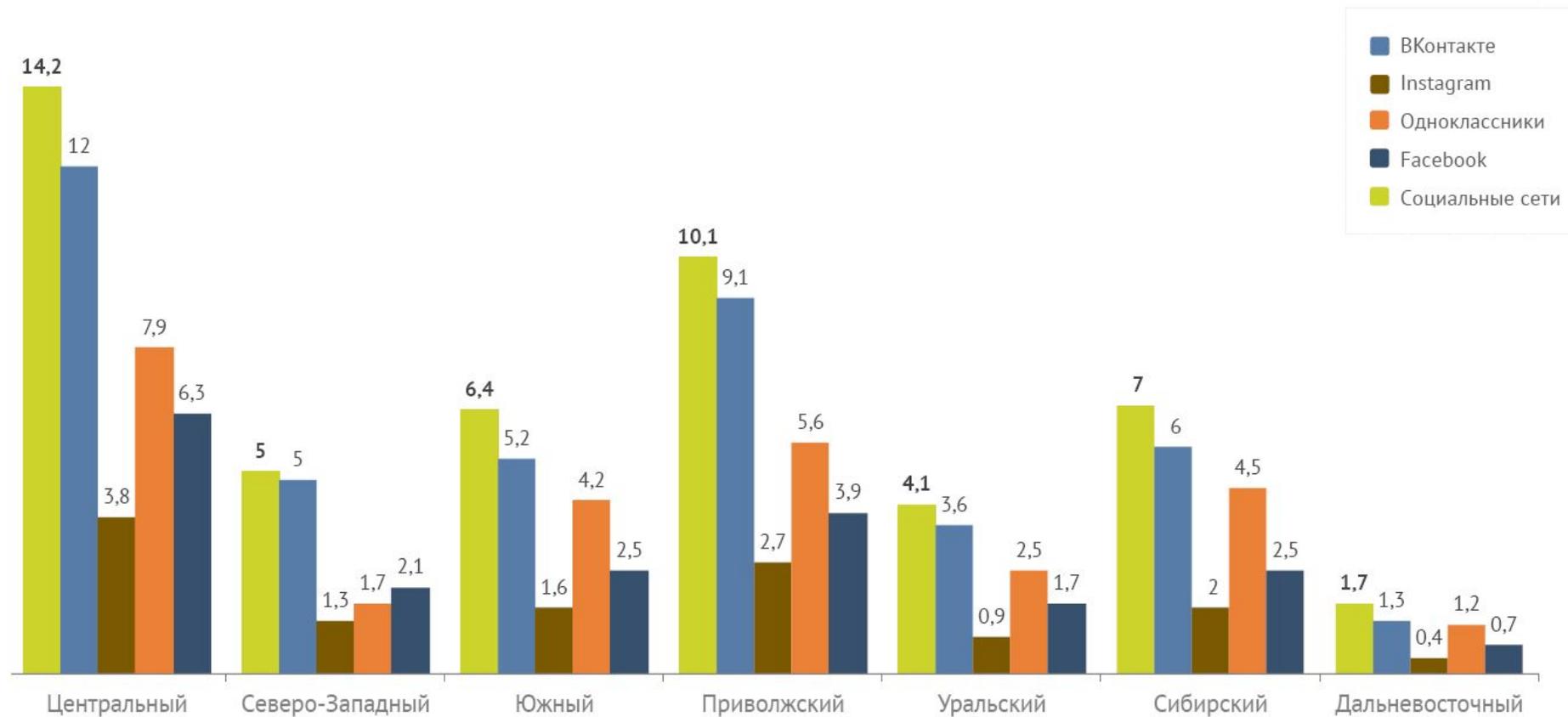
## В течение месяца посещали:

- 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

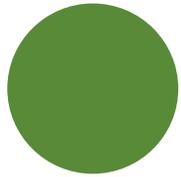
- instagram'изация
  - наступление stories
  - взросление соцсетей
  - конкуренция за авторов
  - искренность.
-

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, highlighting the texture of the needles.

# 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

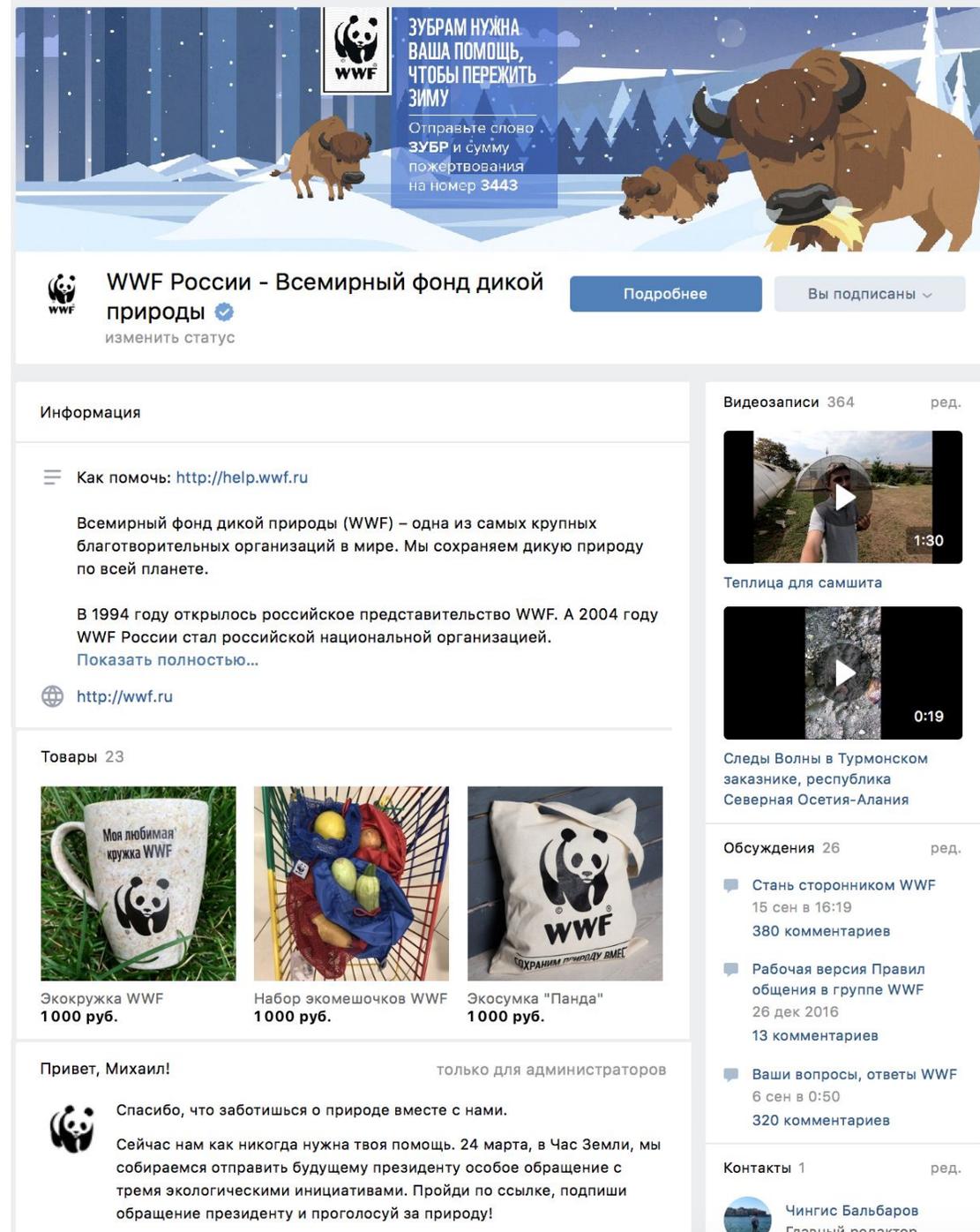
# Типы страниц и зачем они нужны

- 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 banner for a winter campaign with the text: "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 "Информация" (Information) section contains a link to help: "http://help.wwf.ru" and a description of WWF as a leading global charity. The "Товары" (Products) section displays three items: an eco-cup for 1000 rubles, a set of eco-bags for 1000 rubles, and an eco-bag for 1000 rubles. The "Обсуждения" (Discussions) section shows a post from an administrator: "Привет, Михаил! 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!" (Hello, Mikhail! Thank you for caring about nature with us. We need your help more than ever. On March 24, during Earth Hour, we will send a special appeal to the future president with three ecological initiatives. Go to the link, sign the appeal to the president, and vote for nature!). The right sidebar shows video uploads, including "Теплица для самшита" (1:30) and "Следы Волны в Турмонском заказнике, республика Северная Осетия-Алания" (0:19).

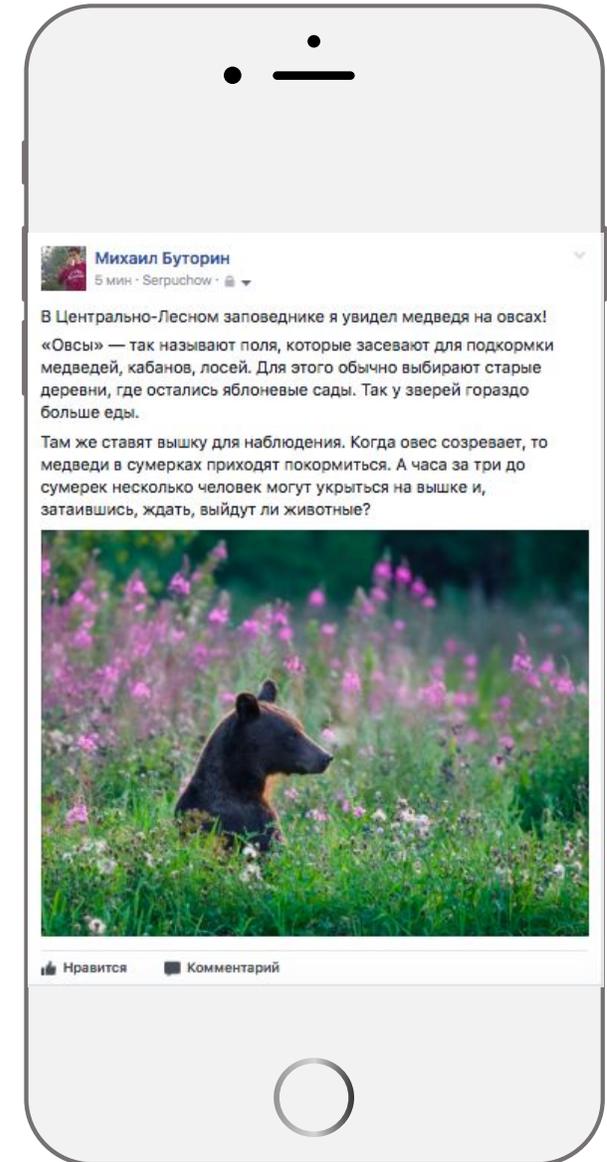
# Умная лента

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.

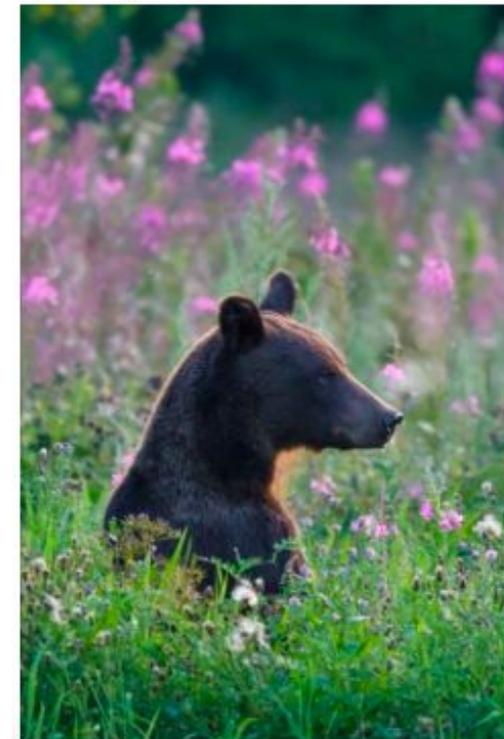
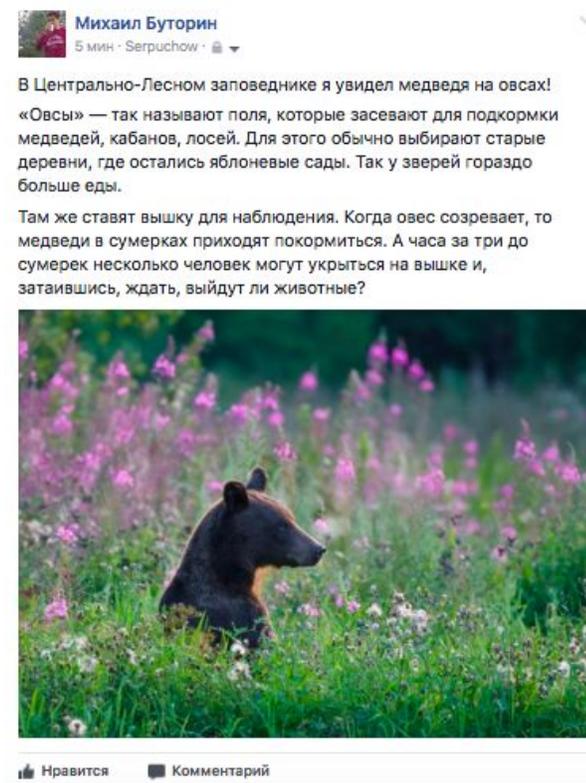


# Форматы контента

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

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

→ видео — в **9 раз** больше.



# Хештеги

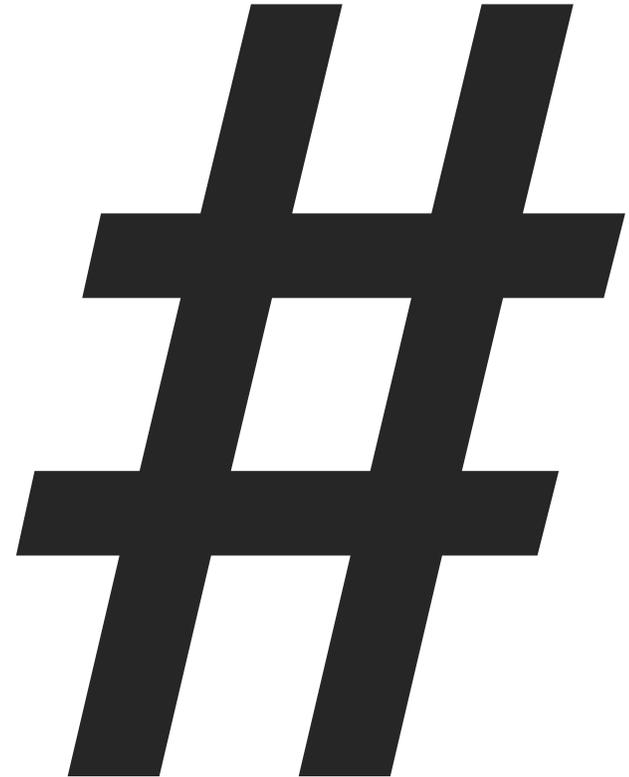
Хештеги — дополнительный навигатор в социальных сетях. Нужны, чтобы посмотреть все записи по теме хештега.

Например:

#экотуризм — все записи по теме экотуризма

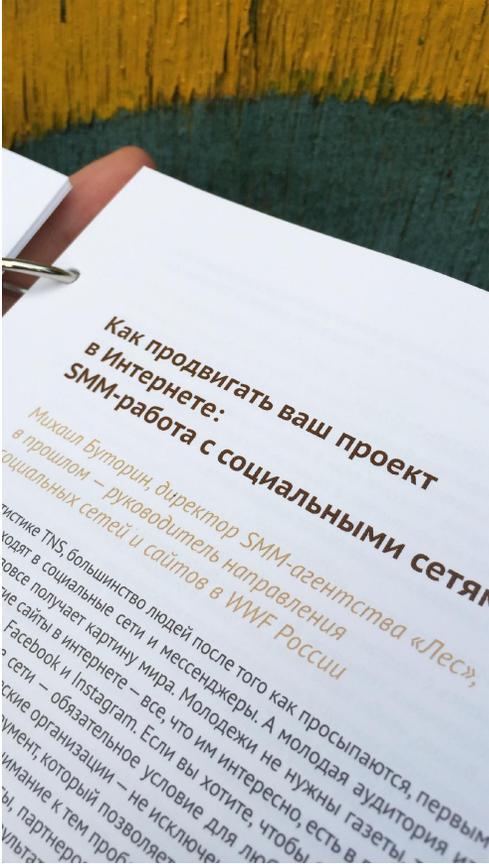
#заповедникбрянскийлес — все записи по теме заповедника Брянский лес.

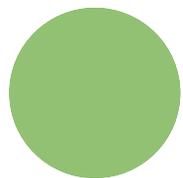
→ [подробнее о хештегах](#)



# Stories

→ посты, которые исчезают через сутки.





Знаешь принципы

=

понимаешь SMM

---

A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, is the central focus, growing out of a thick carpet of green moss. The background is a soft-focus forest scene with more trees and foliage, creating a sense of a natural, serene environment. 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?
-

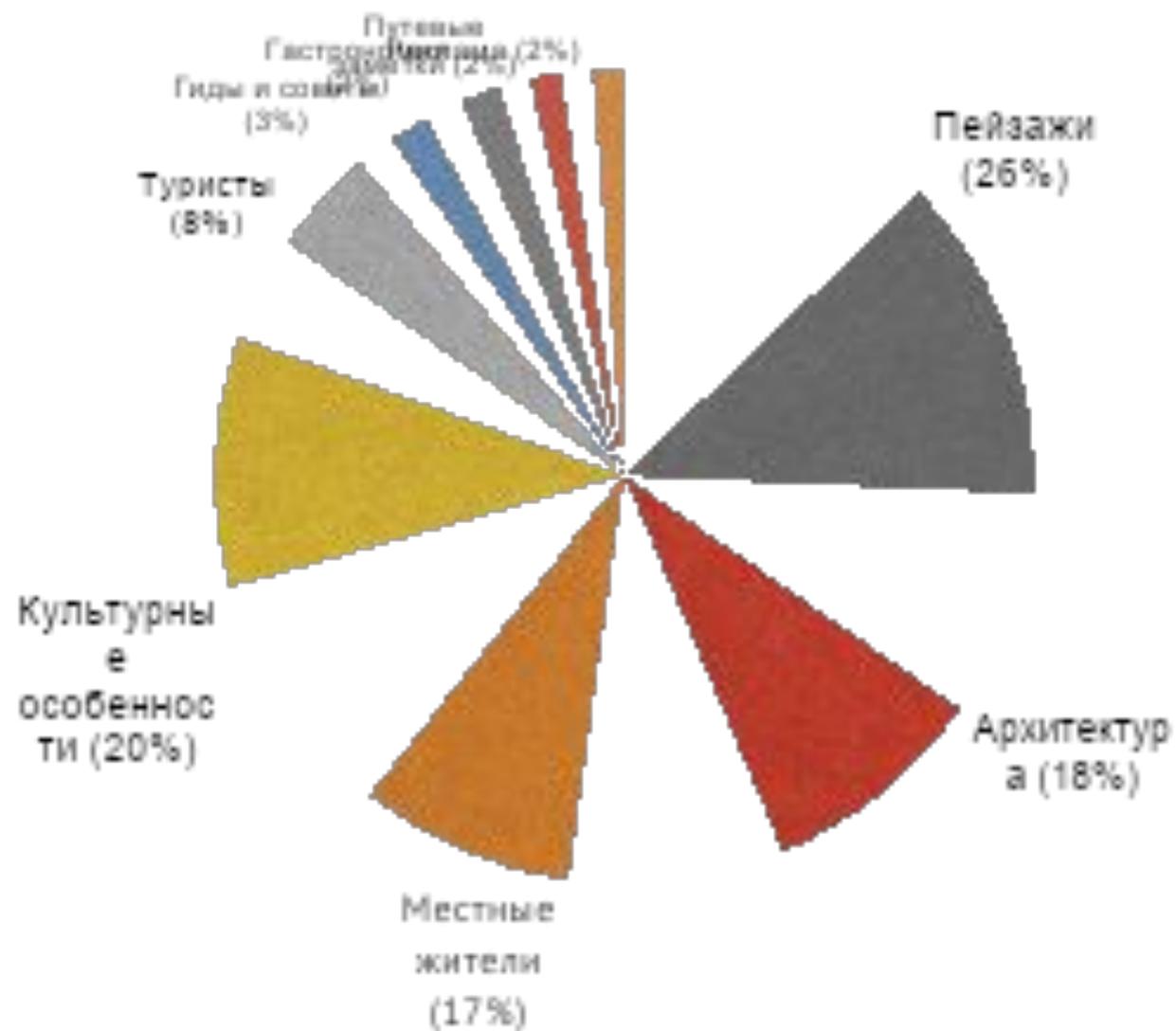
## Шаг 3

### 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



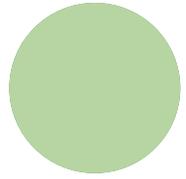
**Facebook**

Дополнительная



**Личный бренд**

Дополнительная



Главное

—

ваш продукт



A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, stands in a forest. The tree is in the foreground, slightly to the right, with its branches and needles clearly visible. The background is a dense forest of similar trees, blurred to create a sense of depth. The lighting is soft and natural, suggesting a forest setting. Overlaid on the image is the text 'КОНТЕНТ СТРАТЕГИЯ' in a clean, white, sans-serif font, centered horizontally and vertically.

# КОНТЕНТ СТРАТЕГИЯ

## Шаг 6

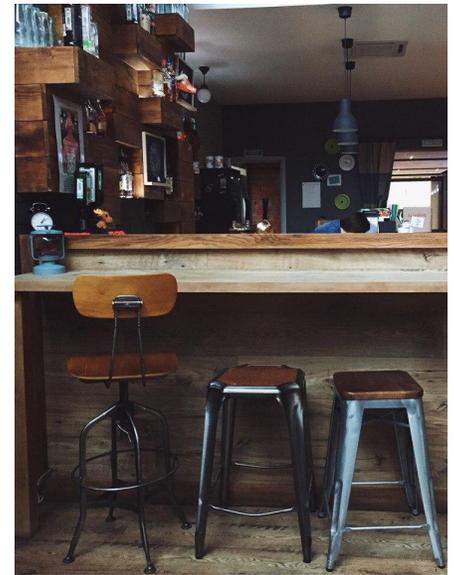
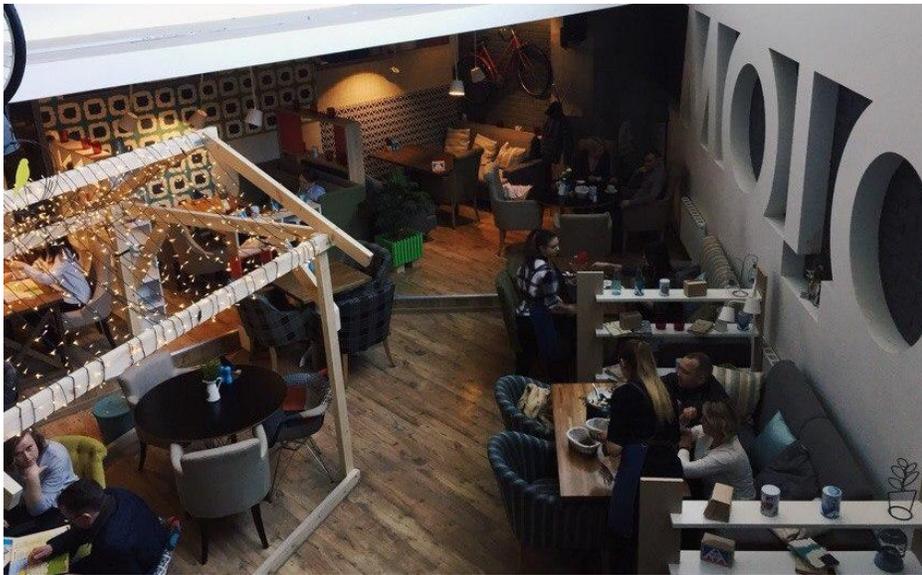
### Оформить сообщества

- **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

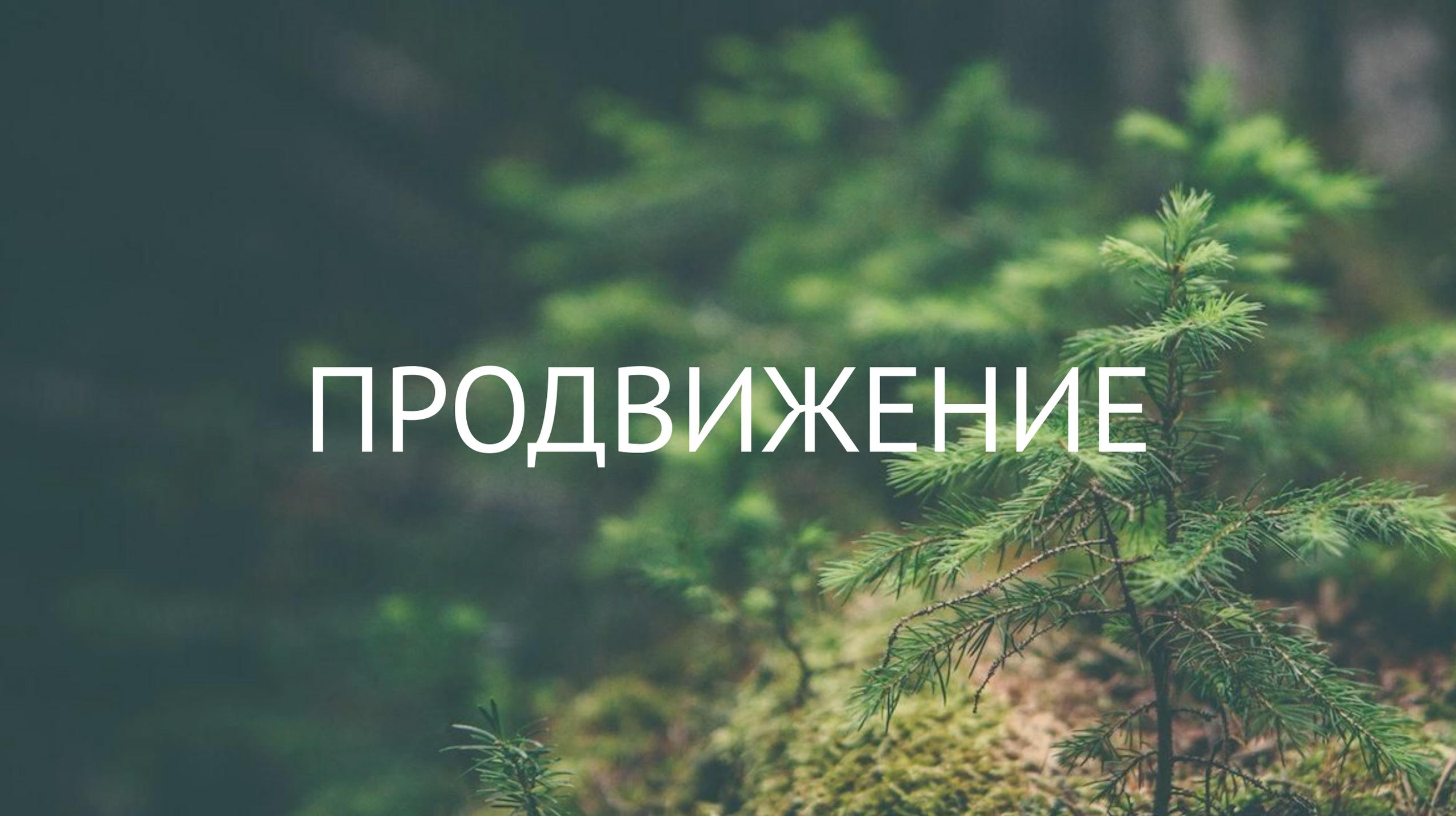
- по каким показателям замерять успешность контент-стратегии?
  - что будете делать для достижения показателей
  - лучше сделать по каждой соцсети.
-

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. 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

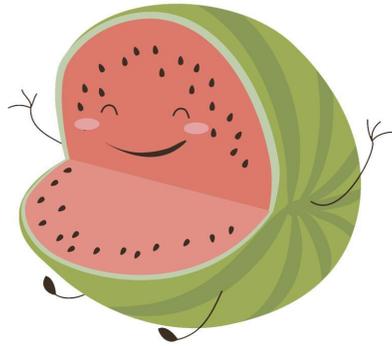
- таргетинг
  - посевы
  - лидеры мнений и блогеры
  - коллаборации
  - личный бренд.
-

# 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

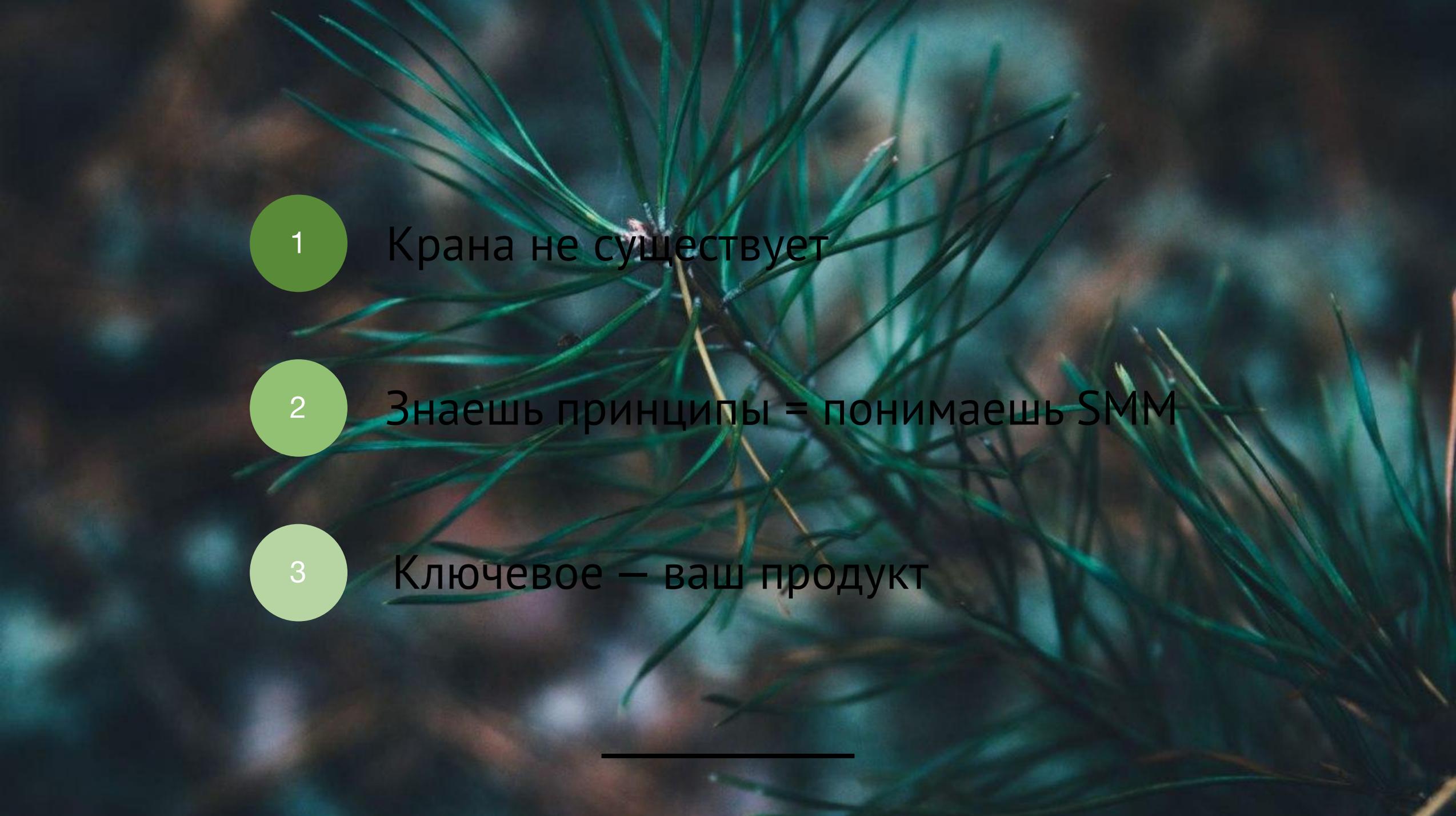
- обновление оформления профилей
  - контент
  - реакции подписчиков и упоминания
  - успешность продвижения.
-

A young evergreen tree, possibly a spruce or fir, stands in the foreground of a dense forest. The tree's branches are covered in vibrant green needles. The background is a soft-focus expanse of similar greenery, creating a sense of depth and a natural, serene atmosphere. The lighting is soft and even, highlighting the texture of the needles.

# Самое главное о SMM

Станьте частью картины мира.





1

Крана не существует

2

Знаешь принципы = понимаешь SMM

3

Ключевое – ваш продукт

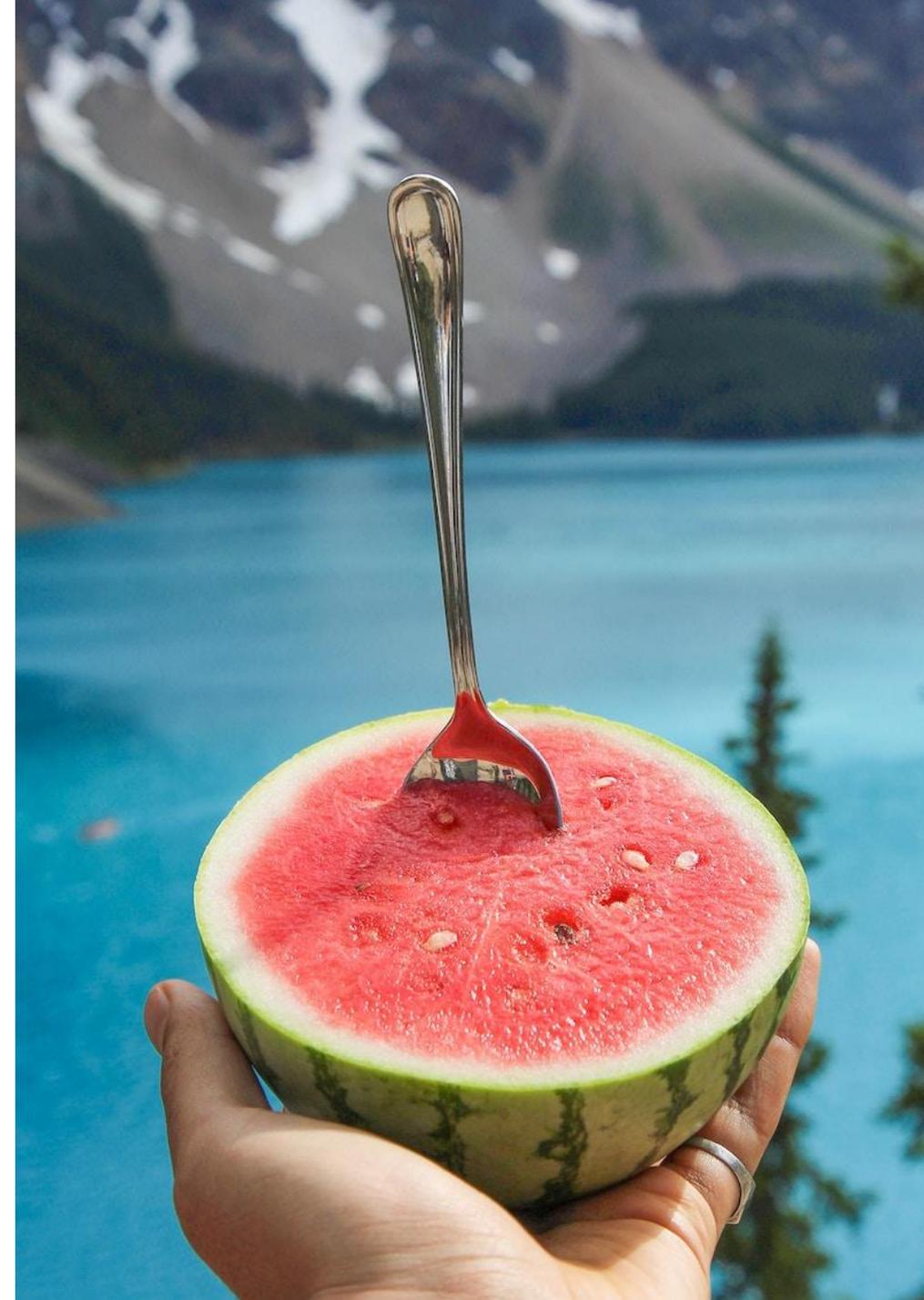
---

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, highlighting the texture of the needles.

SMM команда

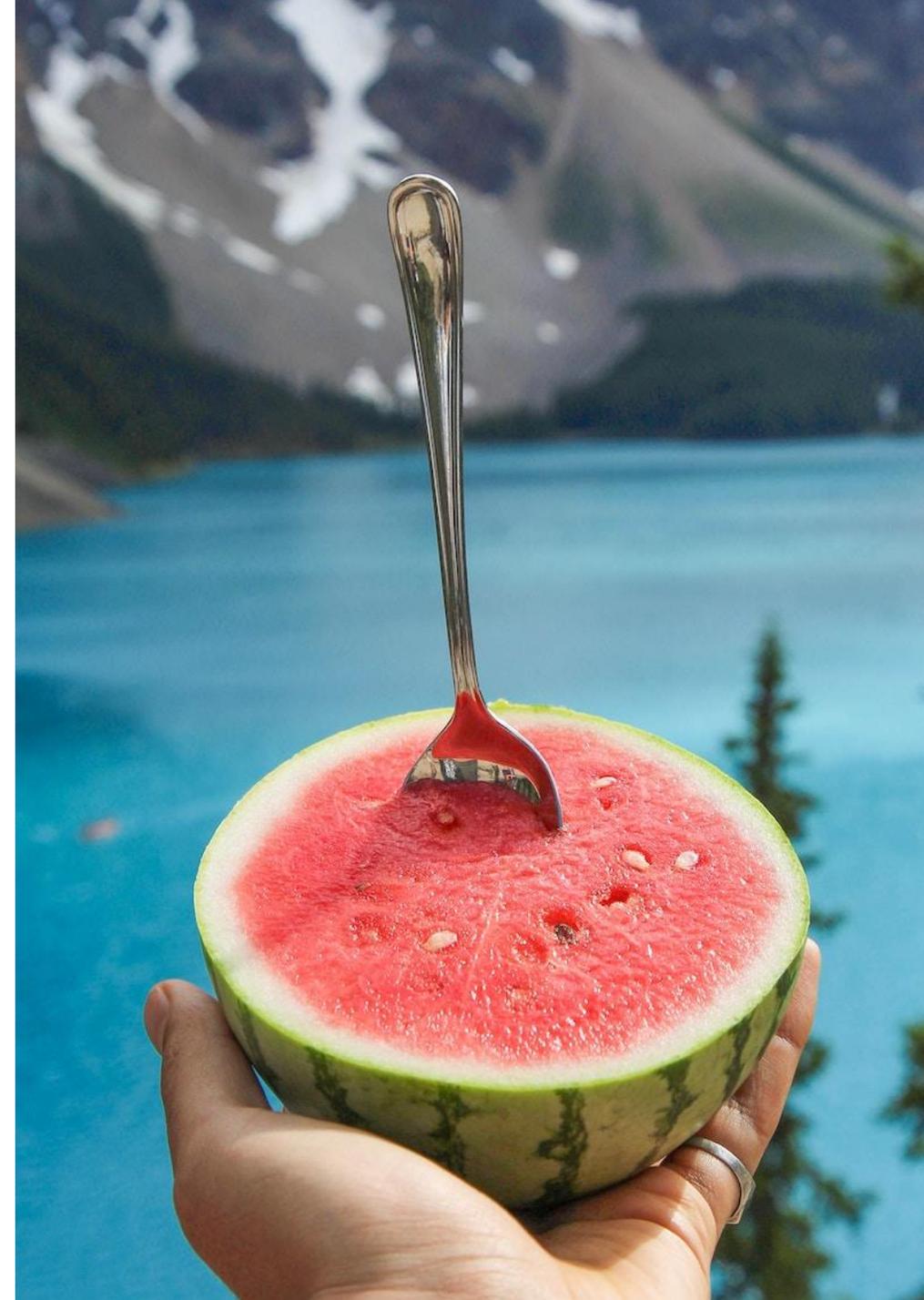
# Команда SMM проекта

- 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