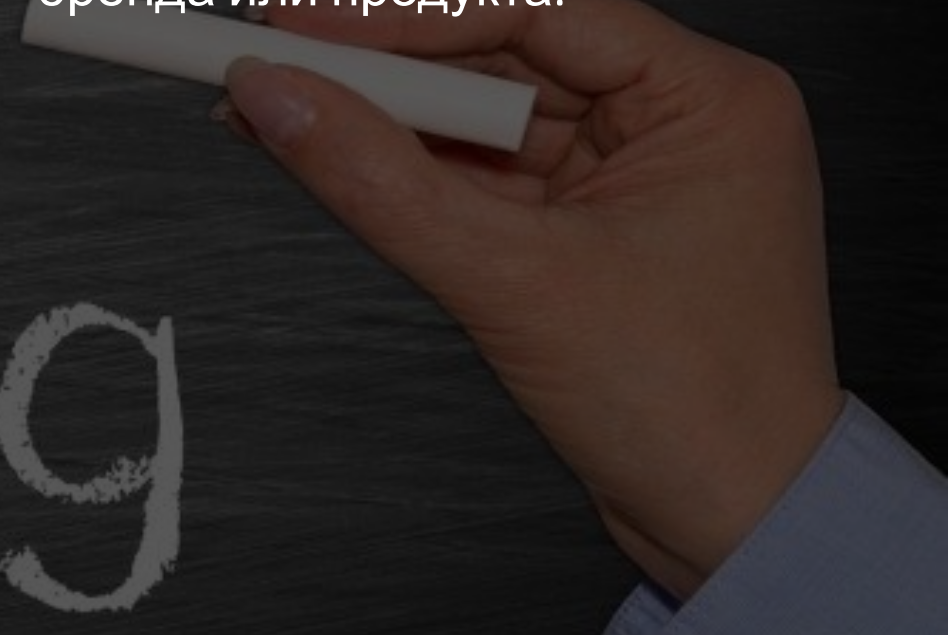


# SMM- менеджмент в Instagram на примере сборной России по футболу

- ИУПСиБК
- Кафедра управления в здравоохранении и индустрии спорта
- МСИ 3-1
- Солопаева В.
- Гуденко М.

# Что такое SMM- менеджмент ?

- Это способ привлечения клиентов путем использования социальных сетей в целях продвижения бренда или продукта.





# Instagram

- Приложения для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющая снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей.
- Число пользователей Instagram достигло 700 млн., в России пользуется сервером каждый 10-ый человек.
- Instagram является рабочей площадкой для предпринимателей. С помощью своего блога пользователь может зарабатывать на рекламе.

# Этапы SMM продвижения в Instagram:

- Определение целевой аудитории, изучение ее интересов, подверженность влиянию маркетинга.
- Создание интересного, полезного контента, а так же графика его публикации.
- Проведение комплекса мероприятий по увеличению численности и вовлеченности аудитории.
- Создание положительного имиджа продавца, поставщика товаров или услуг, бренда и тд.
- Анализ результатов продвижения на основании данных статистики.


# SMM менеджер

- SMM менеджер – это человек , чьей задачей является обеспечение продвижения и раскрутки компании в социальных сетях, а также формирование бренда компании через социальные сети и другие интернет ресурсы.

**SMM менеджер**

# Основные обязанности SMM- менеджера в Instagram:

- Разработка стратегии присутствия компании в Instagram.
- Создание и оформление тематической страницы.
- Составление медиапланов и контент-планов.
- Продвижение страницы.



# SMM продвижение сборной России

- SMM продвижение сборной России позволяет держать тесный контакт с целевой аудиторией, готовая на диалог и плотное взаимодействие, что позволяет получить как репутационную, так и коммерческую выгоду.

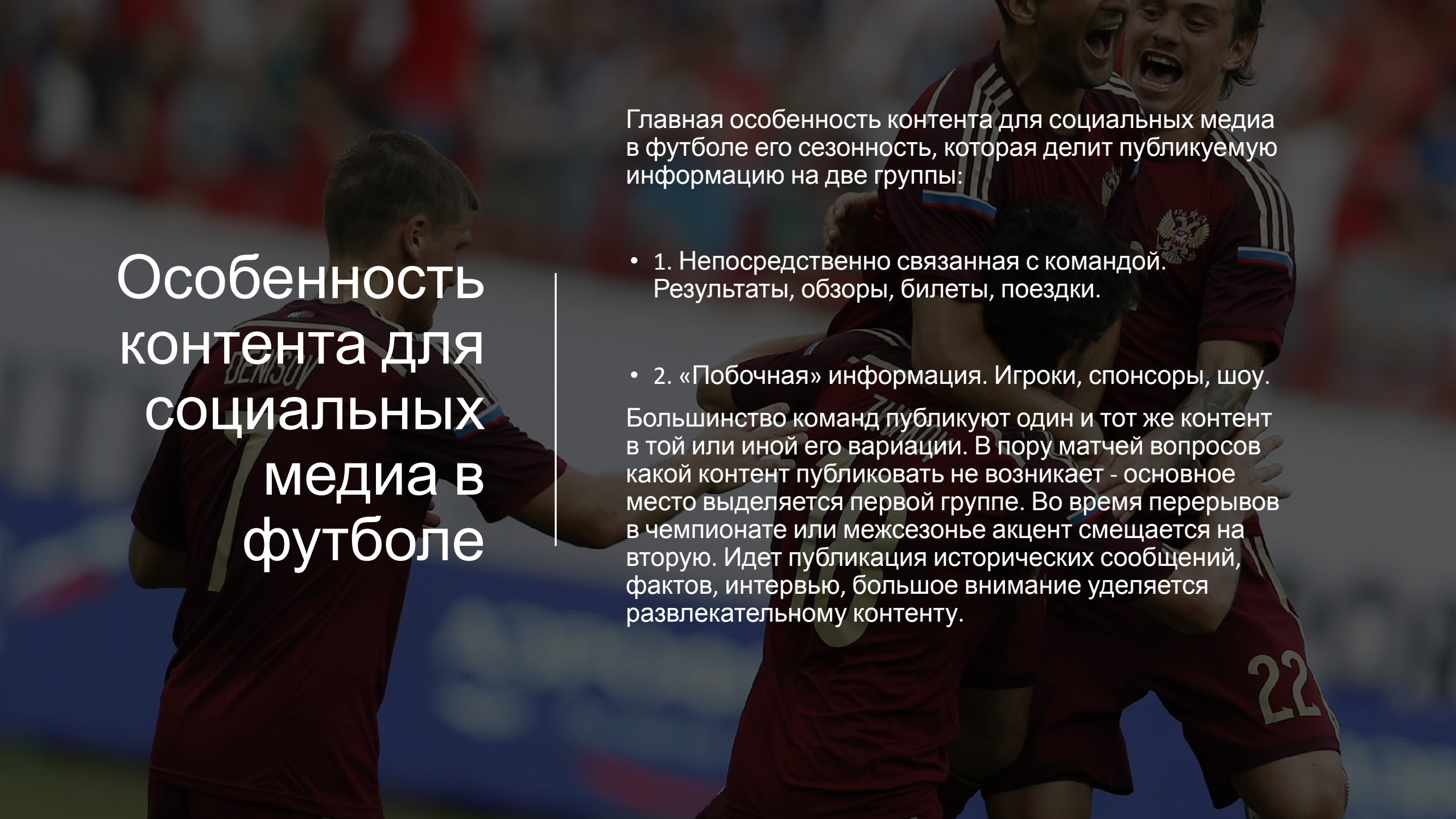


#ВместеМыКоманда

# Задачи SMM менеджмент а в сборной

- -Увеличение базы болельщиков
- -Поднятие продажи билетов на матчи
- -Раскрутка спортсменов
- -Контакт с целевой аудиторией
- -Эксклюзивные новости (информирование болельщиков и СМИ)
- Привлечение спонсоров





# Особенность контента для социальных медиа в футболе

Главная особенность контента для социальных медиа в футболе его сезонность, которая делит публикуемую информацию на две группы:

- 1. Непосредственно связанная с командой. Результаты, обзоры, билеты, поездки.

- 2. «Побочная» информация. Игроки, спонсоры, шоу.

Большинство команд публикуют один и тот же контент в той или иной его вариации. В пору матчей вопросов какой контент публиковать не возникает - основное место выделяется первой группе. Во время перерывов в чемпионате или межсезонье акцент смещается на вторую. Идет публикация исторических сообщений, фактов, интервью, большое внимание уделяется развлекательному контенту.



# Охват аудитории Сборной России

Количество подписчиков @teamrussia ( официальная страничка  
Сборной России) – 672.000 человек.

- Во всех взаимодействиях с болельщиками через Instagram и SMM продвижении команды стоит руководствоваться главным правилом - нужно ориентироваться на запросы своей аудитории. Главное, что продает клуб своим фанатам - это эмоции разного характера. Instagram в этом плане становится отличным каналом коммуникации.



Спасибо за внимание

