

Тестовое задание на вакансию SMM-менеджера

Спиридонов В.Е.

Задание 1 – анализ соцсетей

VK

- Подозрительно низкий отклик к постам, учитывая 22 тысячи подписчиков. Нужно много работать над комьюнити-менеджментом, увеличивать вовлеченность.
- Имеет смысл публиковать больше статей, они отлично вписываются в информативные и полезные посты, и увеличивают ER.
- Работать над увеличением числа целевых подписчиков. Разработать план таргетированной рекламы для увеличения конверсии, если еще нет.
- Контент в VK и Инстаграм пересекается – в частности, тексты одинаковые в постах обеих соцсетей. Нужно дифференцировать контент, он должен быть в идеале уникальным для всех площадок присутствия компании.
- Как-то не хватает в рубрикаторе развлекательных постов. Очень много информационных и полезных, но они все сильно нагружены информацией. Нужно разбавить ленту чем-то легким.

Задание 1 – анализ соцсетей

VK, из плюсов:

- 22000 подписчиков – хорошая база для роста.
- Грамотный баннер в фирменном стиле.
- Все контактные данные и необходимая информация на месте.
- Работает приложение с полезной информацией и бронированием.
- Выделены отдельные блоки с товарами и новостями.
- Неплохой рубрикатор, много полезных постов.
- Ненавязчивый визуал, отсутствие лишних шаблонов – фотографии работают сами на себя.
- Фотографии по делу, альбомов не слишком много и они не перегружены.

Задание 1 – анализ соцсетей

Instagram

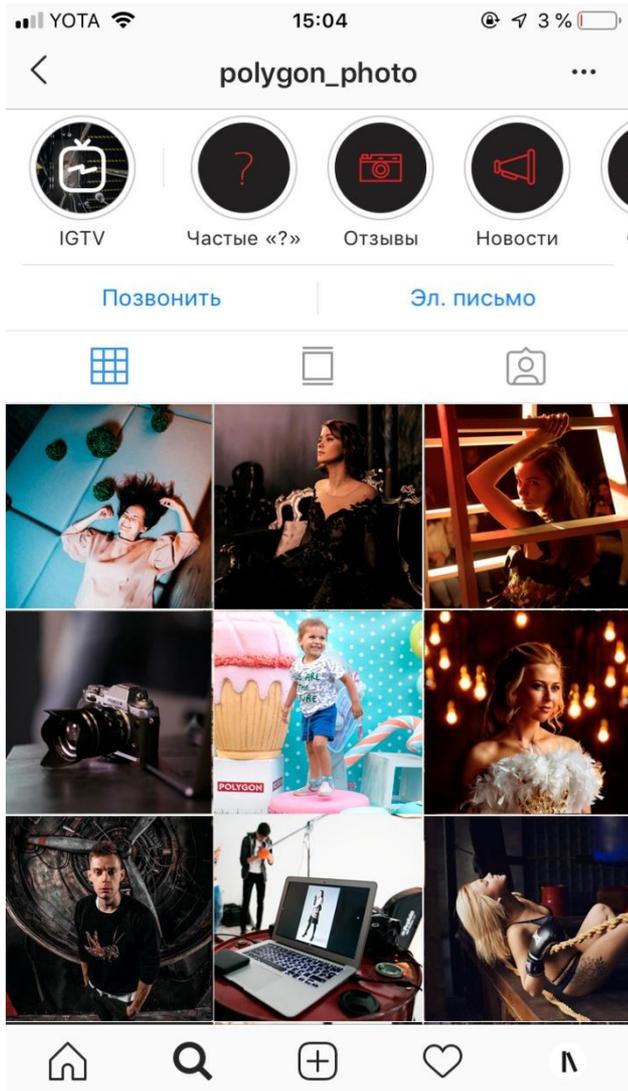
- Дифференциация контента, как уже было ранее обозначено.
- Периодичность постов несколько странная – бывает по паре постов в день, а бывает несколько дней без постов вообще. В идеале распределить все по дням и рубрикам, но постить только тогда, когда есть, что показать и о чем рассказать. Бессмысленная вода ни к чему.
- Опять же низкий отклик. Посты с 39 лайками при 13 тысячах подписчиков смотрятся как минимум странно. Комментируются посты слабо, следовательно вовлеченность тоже низкая.
- Можно промотировать существующие посты, такая таргетированная реклама хорошо помогает увеличить базу целевых подписчиков.
- В аккаунте практически отсутствует интерактив и геймификация – как в сториз, так и в ленте можно работать со множеством простых, но эффективных механик.
- У вас есть хэштеги-рубрикаторы, но они не всегда используются.

Задание 1 – анализ соцсетей

Instagram, из плюсов:

- Приятная визуальная сетка, не перегруженная шаблонами.
- Количество подписчиков позволяет работать со ссылками в сториз и хорошими охватами.
- Подключен Taplink.
- Заполнены контакты.
- Вся важная информация хорошо предоставлена в актуальных сториз, в целом этот раздел отлично оформлен.
- Рубрикатор тоже неплохой, но со своими выше обозначенными минусами.
- Есть посты с известными личностями, хорошо, что эта тема используется.

Задание 2 – визуальная сетка постов в Instagram



Пример поста:

Студия или улица?

Не секрет, что фотографов легко разделить на две части по предпочтениям мест для съемки.(эмодзи)



Кому-то комфортнее в живой уличной среде, ведь при должном уровне навыка улица дает шанс поймать в кадре совершенно неповторимые мгновения.(эмодзи)

Ну, а другая часть профессионалов занимает свое время для работы и творчества студийной съемкой. Ведь всегда проще работать в профессиональной обстановке с идеально подобранным оборудованием, да и к тому же многие задачи попросту невозможно решить вне студии.

Приверженец второго подхода? Добро пожаловать в наше пространство!(эмодзи)

А что скажете вы, друзья? Студия или улица?

—
#хэштег_рубризатора

Задание 2 – визуальная сетка постов в Instagram

Пример поста:

Не только спорт!

Наш зал «Ринг», конечно же, в первую очередь играет на руку
фотографиям в спортивной теме.(эмодзи)

Но не загоняйте себя в рамки, друзья! Представьте, какой
простор фантазии можно реализовать в нестандартных
подходах к «Рингу»!

От бальных танцев до роскошных фуршетов – контраст
действия и обстановки всегда выстреливает.(эмодзи)

А какой процесс был бы самым необычным для
запечатления на пленке в «Ринге» по вашему мнению?

Предложите свой вариант в комментариях, и самый
оригинальный будет вознагражден двумя часами съемки в
зале!(эмодзи)

—

#хэштег_рубрикатора



Задание 3 – примеры Stories

Раздел Stories – это огромное поле для работы. Необходимо использовать все доступные инструменты для разработки контента в этом направлении. Есть простор для геймификации и интерактива: можно создавать небольшие игры, опросы, отвечать на вопросы и так далее.

При этом у всех stories должен быть единый визуальный стиль.

