

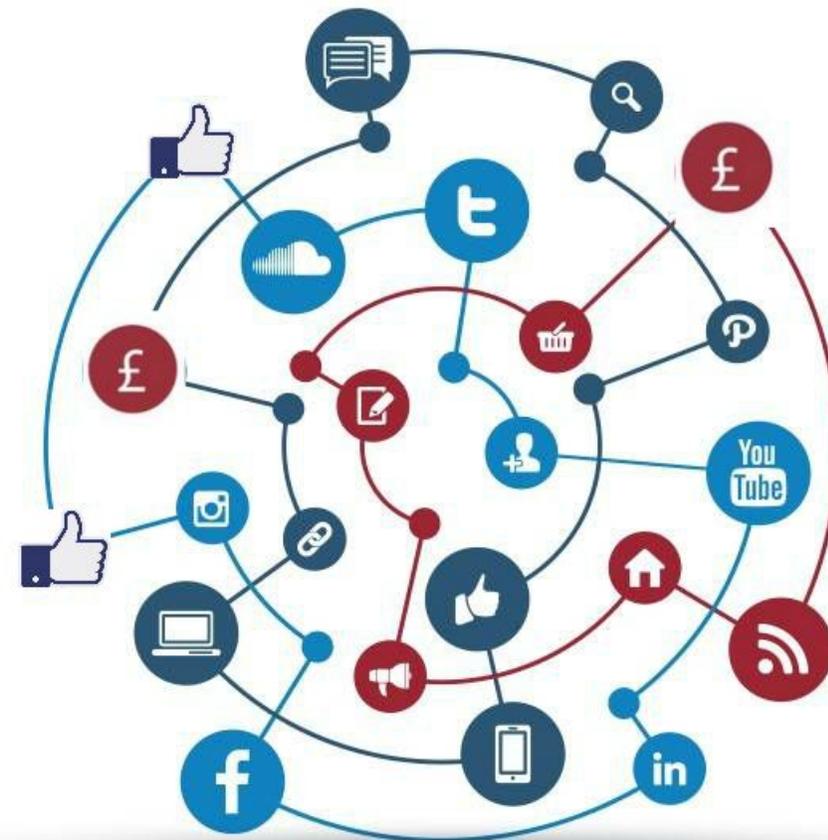


SMM – МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

ВЫПОЛНИЛА НЕЛЮБИНА А. А.

ГРУППА: МНБ-1601-01-00

Social Media Marketing – маркетинг в социальных сетях



Понятие SMM



- ▶ Мáркетинг в социальных сетях (англ. Social Media Marketing, SMM) – инструмент интернет-маркетинга по привлечению потребителей через социальные сети

Этапы процесса внедрения SMM маркетинга в социальных сетях

- 1. Определение целевой аудитории
- 2. Определение ключевых задач кампании
- 3. Подбор площадок с высокой концентрацией ЦА
- 4. Выбор инструментов продвижения страницы
- 5. Создание контента

1. Определение целевой аудитории

- ▶ География
- ▶ Социально-демографические характеристики
- ▶ Интересы, увлечения



2. Определение ключевых задач кампании

- ▶ Любое маркетинговое действие должно быть нацеленным на определенный результат



3. Подбор площадок с высокой концентрацией ЦА



ВКонтакте



Facebook

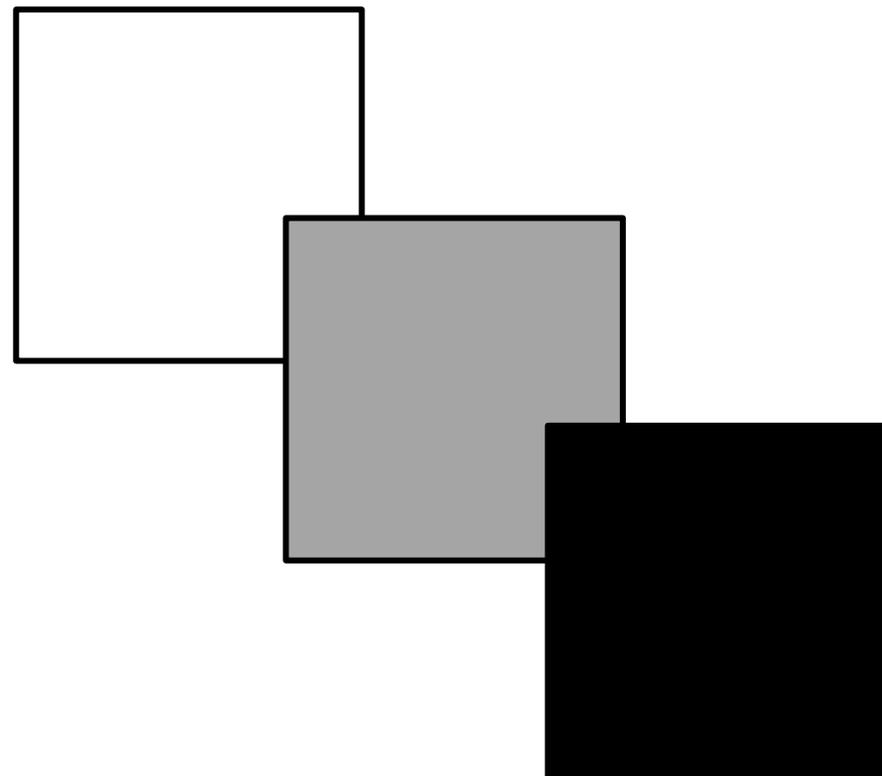
Instagram



YouTube

4. Выбор инструментов продвижения страницы в социальной сети

- ▶ «Белые» инструменты
- ▶ «Серые» инструменты
- ▶ «Черные» инструменты



4. Выбор инструментов продвижения страницы в социальной сети

▶ «Белые» инструменты продвижения:

- Таргетинговая реклама
- Реклама в сообществах
- Конкурсы и акции
- Поисковая оптимизация
- Общение с пользователями
- Качественный контент
- Заказ рекламных постов у лидеров мнений
- #Хэштеги
- Взаимная реклама

4. Выбор инструментов продвижения страницы в социальной сети

▶ «Серые» инструменты продвижения:

- Накрутка подписчиков
- Спам
- Массфоллоving



4. Выбор инструментов продвижения страницы в социальной сети

▶ «Черные» инструменты продвижения:

- Взлом страниц



5. Создание контента



- Создавайте такой контент, который пользователь захотел бы разместить на своей странице
- Брендируйте графический контент
- Обучайте
- Откройте комментарии
- Создайте план размещения новых записей

SMM-менеджер

- ▶ SMM-менеджер – это специалист по SMM, комплексу мер по продвижению web-сайтов, товаров или услуг с помощью социальных медиа-средств, к которым относятся: блоги; социальные сети; тематические Интернет-ресурсы



SMM-менеджер: задачи



- Разработка стратегии
- Подготовка рекламных кампаний
- Формирование и продвижение товара
- Работа с интерфейсами
- Мониторинг
- Общение с клиентами
- Анализ рекламных кампаний конкурентов
- Написание комментариев на форумах

Преимущества и недостатки SMM-продвижения



- Низкая стоимость
 - Большой охват
- Отсутствие навязчивости
 - Вирусный эффект



- Низкая ориентация на продажи
- Излишняя открытость в случае с негативными ситуациями
 - Сложность осуществления контроля
- Необходимость постоянной работы с социальной сетью

ВЫВОД

- **SMM-маркетинг** – на данный момент эффективный способ продвижения товара, услуги или информации

