



SOCIAL MEDIA

SHARE

- NETWORK
- internet
- connect.

Follow!
skating
online

- cloud

good!

social work
- off
- on
- click

Twitter

Think?
good!

Wish

E-mail

hello!

click

chat

share

social

- off

- on

- click

- Social Media Marketing (SMM) — решение маркетинговых задач с помощью социальных медиа. Социальные медиа включают в себя: социальные сети, персональные и коллективные блоги, а также некоторые другие формы самоорганизации пользователей в интернете.

Зачем вам SMM-продвижение?

- Управление репутацией компании;
- Получение лидов (потенциальных продаж) компании;
- Привлечение потенциальных клиентов с дальнейшей продажей на сайте;
- Информирование потенциальных клиентов о продуктах и услугах компании;

- Информирование об акциях и скидках компании;
- Получение обратной связи о продуктах/услугах, сервисе компании, обработка отзывов;
- Создание кадрового резерва компании, найм сотрудников.

Целевая аудитория



Описание целевой аудитории

- Социально-демографические данные: пол, возраст, семейное положение, род деятельности;
- География: страна, город, район;
- Психография: стиль жизни, ценности и предпочтения, хобби;
- Поведенческие характеристики: отношение к социальным сетям и интернету в целом, опыт использования интернета и социальных сетей;
- Запросы и ожидания.

Какие социальные сети ИСПОЛЬЗОВАТЬ?



Особенности социальных медиа

- Достигаемость
- Доступность
- Удобство и простота использования
- Реакция
- Отсутствие географических ограничений
- Высокая скорость распространения информации

Как выбрать социальную сеть?

- В каких социальных сетях представлены ваши конкуренты
- Опрос нескольких лояльных клиентов, какими социальными сетями они пользуются и насколько часто
- Трезво оцените свои возможности и время

Зачем пользователям вступать в вашу группу?

- Скидки на свои продукты и услуги;
- Информация о всех акциях и специальных предложениях компании;
- Бесплатные материалы, которые помогут им в работе;
- Быструю обратную связь по продукту, работу технической поддержки;
- Актуальные новости по вашей тематике (например, земельное право, налоговое законодательство, материнский капитал);

- Бесплатные консультации специалистов по вашей тематике (юриста, бухгалтера);
- Полезные материалы по вашей тематике (например, для магазина по продаже сноубордов — видеоролики о том, как выбрать доску, как наточить кант и т.п.).

Пошаговая инструкция работы над поиском и созданием

КОНТЕНТА:

- Выписать все преимущества продукта/бренда для аудитории сообщества
- Выписать все смежные темы/территории, о которых интересно говорить аудитории
- Выбрать 1-2 темы, территории (не забывать о роли бренда!)
- Составить перечень проблем/фактов/трендов в данной теме
- Выбрать те, которые можно описать максимально интересно/полезно/весело

- Постараться связать с текущими событиями, трендами, мемами
- Не забыть рассказывать о преимуществах бренда
- Не забывать призыв к действию
- Предусмотреть интерактив