

The background of the slide features a blue, flame-like or smoke-like pattern. In the foreground, there is a black and white checkered chessboard. Several glass Erlenmeyer flasks are placed on the board, each containing a different colored liquid and a social media icon: a red liquid with a Wi-Fi symbol, a green liquid with an envelope icon, a blue liquid with a Twitter 't' icon, a purple liquid with a Facebook 'f' icon, and a clear liquid with a SoundCloud 's' icon. To the right, there are several silver chess pieces, including a king and a pawn.

**SMM-стратегия:  
пошаговый план  
продвижения  
в социальных сетях**

Киев. 2015

# 6 шагов для создания успешной SMM-стратегии

ШАГ 1

Определите стратегию продвижения вашего бизнеса/бренда в соц. сетях

ШАГ 2

Выберите тактику общения

ШАГ 3

Планируйте и создавайте контент

ШАГ 4

Оптимизируйте контент

ШАГ 5

Общайтесь

ШАГ 6

Анализируйте и корректируйте SMM-стратегию



Чтобы разработать стратегию, ответьте на следующие вопросы:

Чего вы хотите добиться от SMM?

- Запишите цели, которых вы хотите достичь. Определите задачи, решая которые, вы выполните цели.

Кто ваша целевая аудитория?

- Конкретизируйте представителя своей ЦА. Чем больше данных у вас будет, тем проще создать контент, интересный для ваших потенциальных

Какой контент будет наиболее интересен для Вашей ЦА?

- Исходя из ответа на второй вопрос, определите, какие материалы будут наиболее интересны вашей ЦА.

Какие соц. сети популярны среди представителей вашей ЦА?

- Определите площадки, которые будете использовать для продвижения.

В какое время представители вашей ЦА активно пользуются соц. сетями?

- Ответ на этот вопрос поможет вам планировать время публикаций.







Выберите тон и стиль общения с аудиторией в соц. сетях. Определите, кто будет публиковать заметки и отвечать на комментарии, как вы будете общаться с клиентами. Воспользуйтесь следующими рекомендациями:

**Назначьте ответственного за публикации контента в социальных сетях.**

- Использует неформальный стиль общения с аудиторией.

**Выберите специалиста на роль главного эксперта.**

- Руководитель профильного департамента или топ-менеджер. Использует деловой стиль общения. Отвечает на сложные вопросы пользователей и модерировать конфликты.

**Выберите визуальные элементы бренда, для использования в SMM-кампаниях.**

- Брендуйте страницы в социальных сетях: используйте узнаваемые обложки и аватары.

Это основной шаг в разработке SMM-стратегии, поскольку контент - фундамент эффективного продвижения бизнеса в социальных сетях.

### Подготовьте контент-план в рамках стратегии SMM.

- Составьте календарный план, где опишите цели, темы и ключевые слова. Контент должен соответствовать интересам, привычкам и поведению аудитории, для которой вы его публикуете. Контент должен мотивировать.

### Комбинируйте разные типы контента.

- Уделяйте внимание визуальной привлекательности постов. Предлагайте пользователям фото, видео, инфографику, презентации, электронные книги.

### Стимулируйте пользователей создавать контент.

- Поддерживайте дискуссии, проводите конкурсы и розыгрыши, публикуйте опросы для клиентов.





Даже очень качественный контент не сможет конкурировать с котиками, знаменитостями и обнаженной натурой, если его не оптимизировать. Используйте следующие рекомендации:

### Визуализируйте контент

- Добавляйте визуально привлекательные фото к каждой публикации в социальных медиа.

### Пишите «цепляющие» заголовки.

- Заголовок должен быть, по возможности, кратким, при этом отражать суть публикации. Постарайтесь заголовком вызвать любопытство у читателей или мотивировать их. Спровоцируйте аудиторию на диалог с помощью заголовка.

### Позаботьтесь о читабельности контента.

- Не пишите заголовки заглавными буквами, избегайте длинных строк на странице и сложных предложений. Пишите на понятном для аудитории языке.

### Обеспечьте видимость контента для поисковых систем.

- Используйте подходящие ключевые слова, указывайте метаданные и обязательно используйте хэштеги.

### Используйте на сайте виджеты социальных сетей.

- Виджеты подписок и шеринга на вашем сайте способствуют росту аудитории и интересу к вашему контенту.

Чтобы успешно продвигать бизнес, вам нужно общаться с потенциальными клиентами и коллегами. Обратите внимание на следующие

### Активно привлекайте подписчиков

- Публикуйте актуальный контент и промоутируйте его всеми доступными способами.

### Предлагайте подписываться на вашу страницу существующим и потенциальным клиентам.

- Мотивируйте их скидками, доступом к эксклюзивной информации, возможностью обмениваться мнениями.

### Отвечайте на комментарии, стимулируйте пользователей продолжать дискуссию.

- Чем активнее ваша аудитория, тем больше подписчиков у вас появится.

### Провоцируйте аудиторию.

- Главная цель любой провокации - привлечь внимание, вызвать эмоции, запустить вирусный эффект. При этом важно понимать, что провокация может и отпугнуть аудиторию.





Отслеживайте ROI SMM-кампаний. Следите за ключевыми метриками на сайте.

Придерживайтесь рекомендаций:

Следите за метриками в социальных сетях.

- Число подписчиков, количество репостов, комментариев и «лайков» к постам должны расти.

Отслеживайте трафик из социальных медиа.

- Важны количественные и качественные показатели: число переходов, поведение на сайте, коэффициент конверсий.

Следите за бизнес-показателями: числом сделок, средним чеком, доходом и прибылью.

- Как влияет SMM-стратегия на продажи? Окупаются ли инвестированные в продвижение средства?

Внесите дополнения и изменения в вашу SMM стратегию.

- Проанализировав текущую кампанию, внесите дополнения и изменения в вашу SMM стратегию.



# Заключение

Стратегия продвижения в социальных медиа является частью комплексного интернет-маркетинга. При её планировании следует учитывать особенности продвижения сайта, потребности аудитории и методы продажи продукта. Оценивать эффективность стратегии рекомендуется каждые полгода. По результатам оценки в стратегию вносятся коррективы.



**Спасибо!**  
**До встречи в социальных сетях!**

