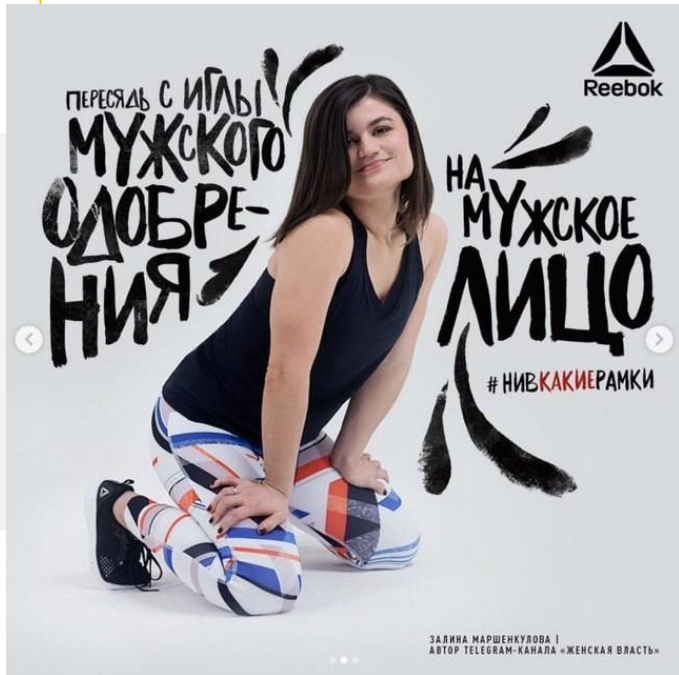


impress

SMM агентство

КОНТЕНТ

1. ХАЙП



reebok_russia • Подписаться

reebok_russia В новом проекте #НИВКАКИЕРАМКИ вместе с автором телеграм-канала «Женская власть» Залиной Маршенкуловой @mayachok_antihrista мы развеиваем мифы о традиционно «женских» и «мужских» занятиях и рассказываем истории тех, кто делает это каждый день.

Героини проекта часто слышали, что выбрали не ту профессию, живут не как остальные и не вписываются в норму. Сначала их не понимали, не принимали и не относились к ним всерьез. «Девушки и единоборства? MMA?! Бокс?! Может, не стоит?». Но @justyna_fit и @angilika своим трудом, упорством и уверенностью показали всем, что стоит.

Их достижения демонстрируют, что

654 отметок "Нравится"

2 ЧАСОВ НАЗАД

Добавьте комментарий...

world_record_egg 3.9m followers View Profile

View More on Instagram

32,535,538 likes world_record_egg

Let's set a world record together and get the most liked post on Instagram. Beating the current world record held by Kylie Jenner (18 million)! We got this 🍳

#LikeTheEgg #EggSoldiers #EggGang

view all 1,353,305 comments

Add a comment...

balenciaga • Подписаться

Загрузить еще комментарии

- liestns @melkelders
- iminimi_iminimi
- xliv44_
- eazyeightysixx DISCO IT IS
- afemalepencil Gay af
- robin.hcb.03 @moschino
- miguellikesbacon @muschkote_ale du in 50 Jahre
- muschkote_ale @miguellikesbacon ellesse only
- miguellikesbacon @muschkote_ale hahahaha
- ensuave @marcodonazzan
- ensuave @realdamico
- anastunic @yvonneL9

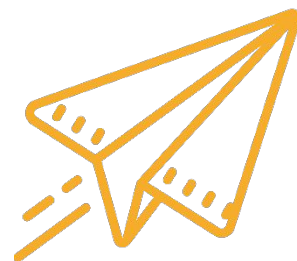
255 794 отметок "Нравится"

5 ФЕВРАЛЯ

Добавьте комментарий...

2. БОТЫ

- Для расстановки пробелов в инсте бот в телеге: **@text4instabot**
- Для выгрузки комментариев из инсты в розыгрышах бот в телеге: **@getcombot**
- Бот для поиска ботов: **@storebot**
- Бот для сохранения сторис, постов и текстов: **@SaveAsBot**
- Бот для подбора блогеров **@easyprbot**

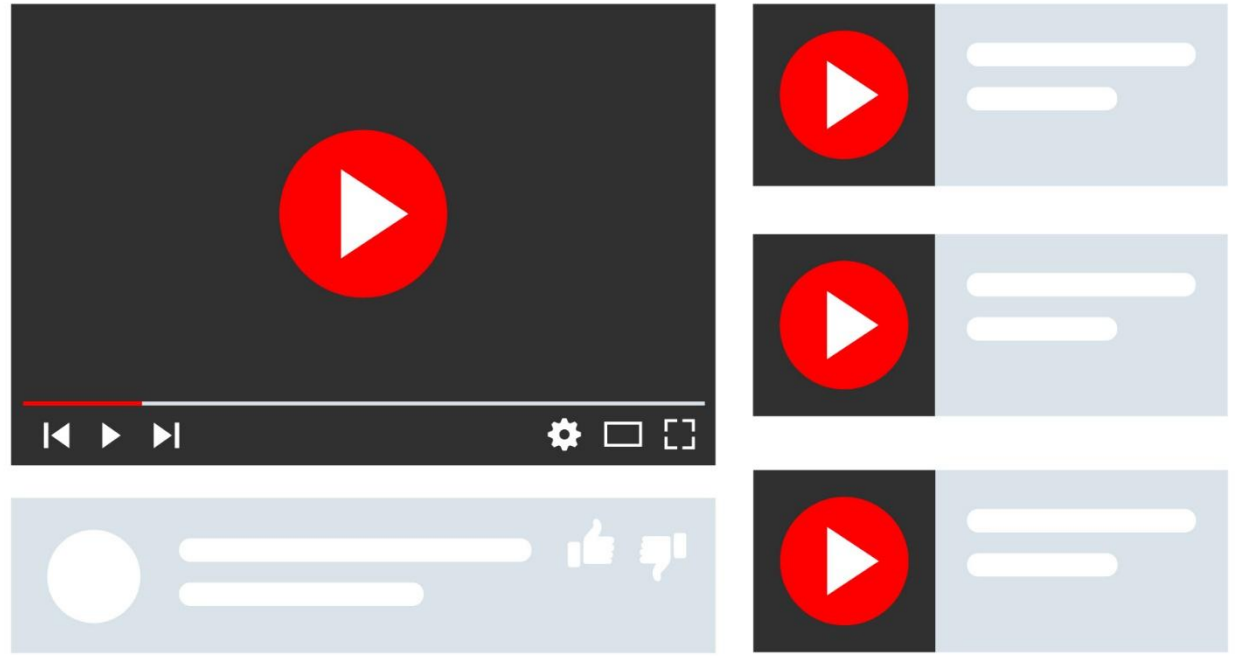


3. СТОРИС



1. Реклама в сторис по-прежнему дешевле
2. Сторис собирает больше просмотров и охватов
3. Сторис позволяет вовлекать через возможность задать вопросы, запустить опрос и т.д.
4. Постоянно появляются новые фишки
5. Рекомендация: меньше в ленту, больше в сторис

4. ВИДЕОКОНТЕНТ В ПРИОРИТЕТЕ (НЕ IG TV)



5. ЗАШКВАР В СОЦСЕТЯХ ЭТО -

- Цену в директ
- Простыни
- Ошибки в тексте
- Гивы – очень спорно

6. КОНТЕНТ + ТРАФИК

Какой бы классный контент не был, соцсети не заинтересованы в распространении коммерческого контента, поэтому используйте инструменты соцсетей для этого (например, **ПОДЪЕМ ПОСТОВ**)

7. АНАЛИЗИРУЙТЕ СВОЙ КОНТЕНТ И КОНТЕНТ КОНКУРЕНТОВ

- Popsters
- Picalytics
- Livedune
- Статистика Инсты



8. СОЗДАВАЙТЕ

1. Соцсети хуже ранжируют чужой контент, например Вконтакте, и отдают предпочтение **первоисточнику**.
2. Не бойтесь показывать себя как лицо вашего бизнеса, **ЛЮДИ доверяют людям, а не компаниям**.

9. КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ РАССЫЛКИ

Преимущества:

- Идут в личные сообщения, выше открываемость
- Напоминание о компании
- Предложение спец. условий, акции
- Построение воронок и цепочек касаний с аудиторией

Как заставить подписаться:

- Дать пользу
- Дать плюшку
- Условие конкурса или какого-то задания

10. КОНТЕНТ-ПЛАН

Что должно быть отражено в контент-плане:

- Дата и время
- Тема поста
- Текст
- Фото
- Хештеги
- Цель поста

Цели постов:

1. Лайк
2. Комментарий
3. Репост
4. Сохранение
5. Переход на сайт
6. Продажа

Сервисы:

1. SMM Planner
2. BMBE
3. Trello
4. Excel

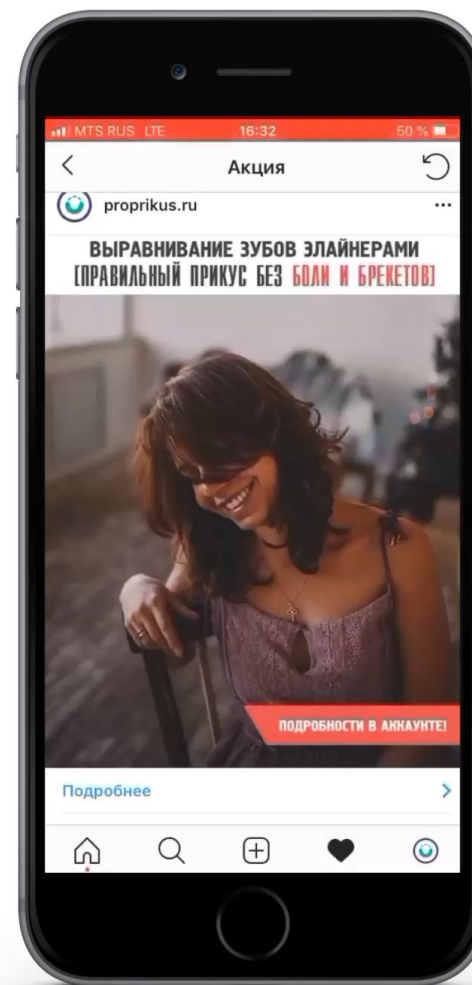
impress

SMM агентство

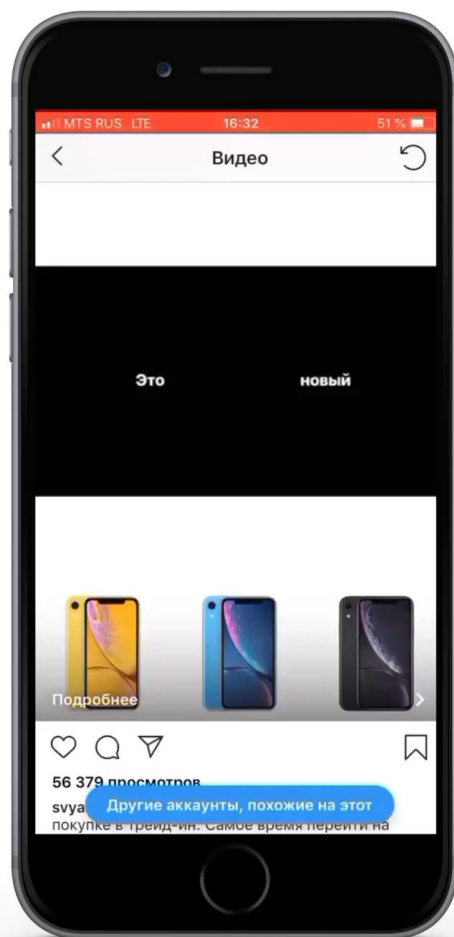
ТАРГЕТИНГ

1. ХОЛСТЫ FACEBOOK

- Не нужно быть разработчиком
- Если нет норм посадочной стр.
- Товары / Спикеры / Курсы
- Отличие от конкурентов, пока что
- **Более проинформированные лиды \ клики**



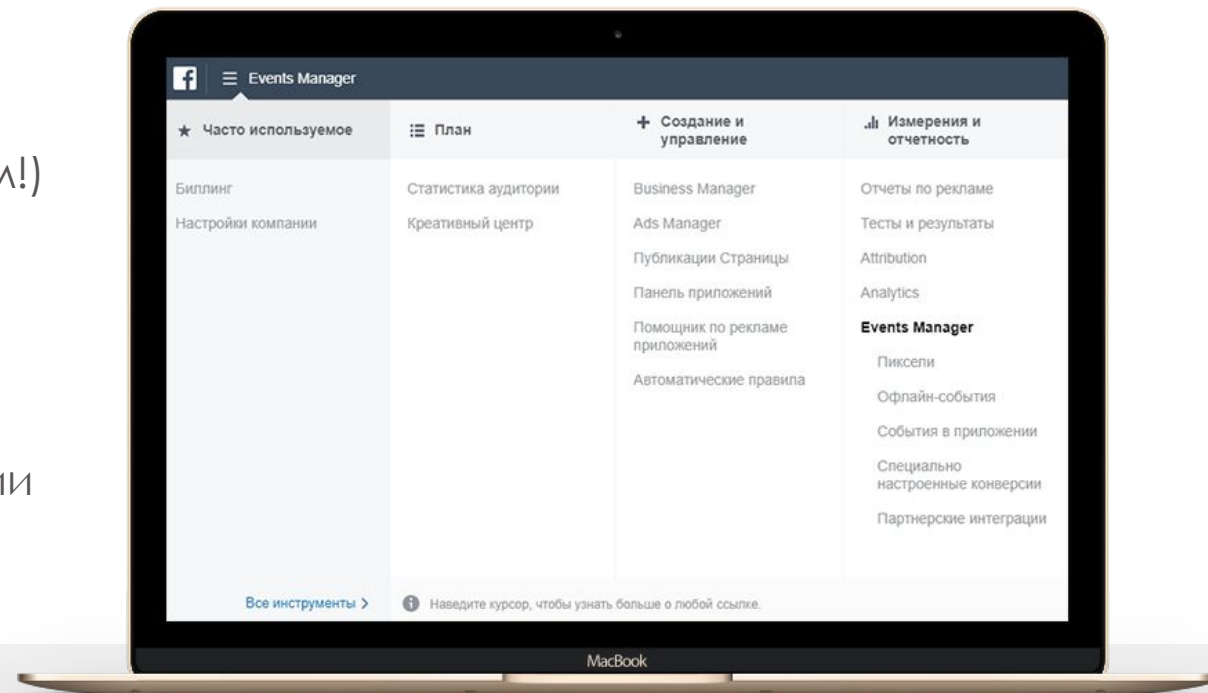
2. ВИДЕОКРЕАТИВЫ И ПОДБОРКИ



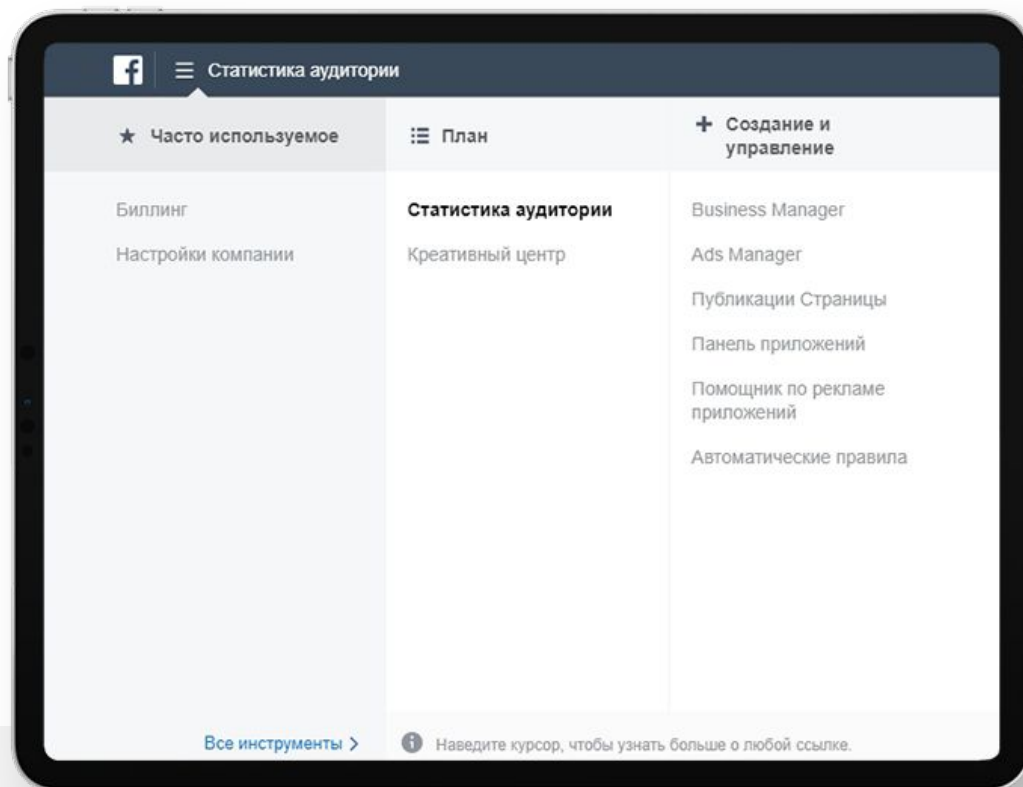
- Удобный конструктор видео креативов
- Шаблоны под различные задачи
- Подборки подгружаются мгновенно
- Не нужно дергать дизайнера
- **Снижение стоимости за целевое действие**

3. ОФЛАЙН СОБЫТИЯ

- Кто из пришедших видел вашу и рекламу
- Загружаем инфу раз в неделю (дальше fb сам!)
- Измеряем стоимость офлайн-конверсий и окупаемость рекламных инвестиций
- Fb адаптирует таргетинг под офлайн-конверсии
- Look-a-like с офлайн-событиями
- Есть погрешности (e-mail, телефон)



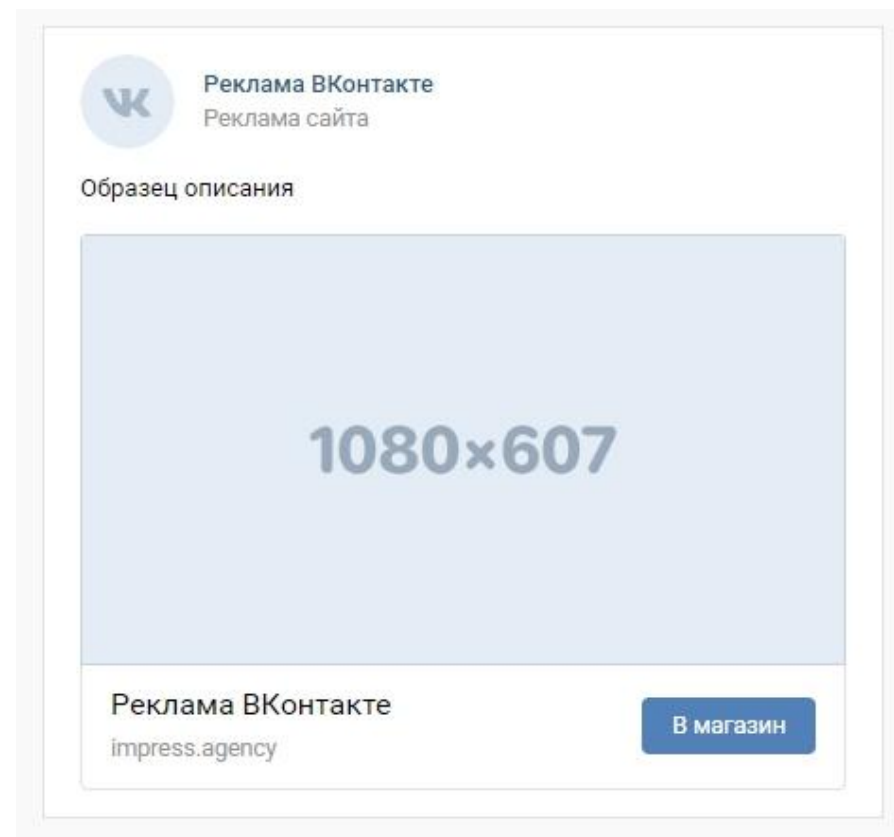
4. СТАТИСТИКА АУДИТОРИИ



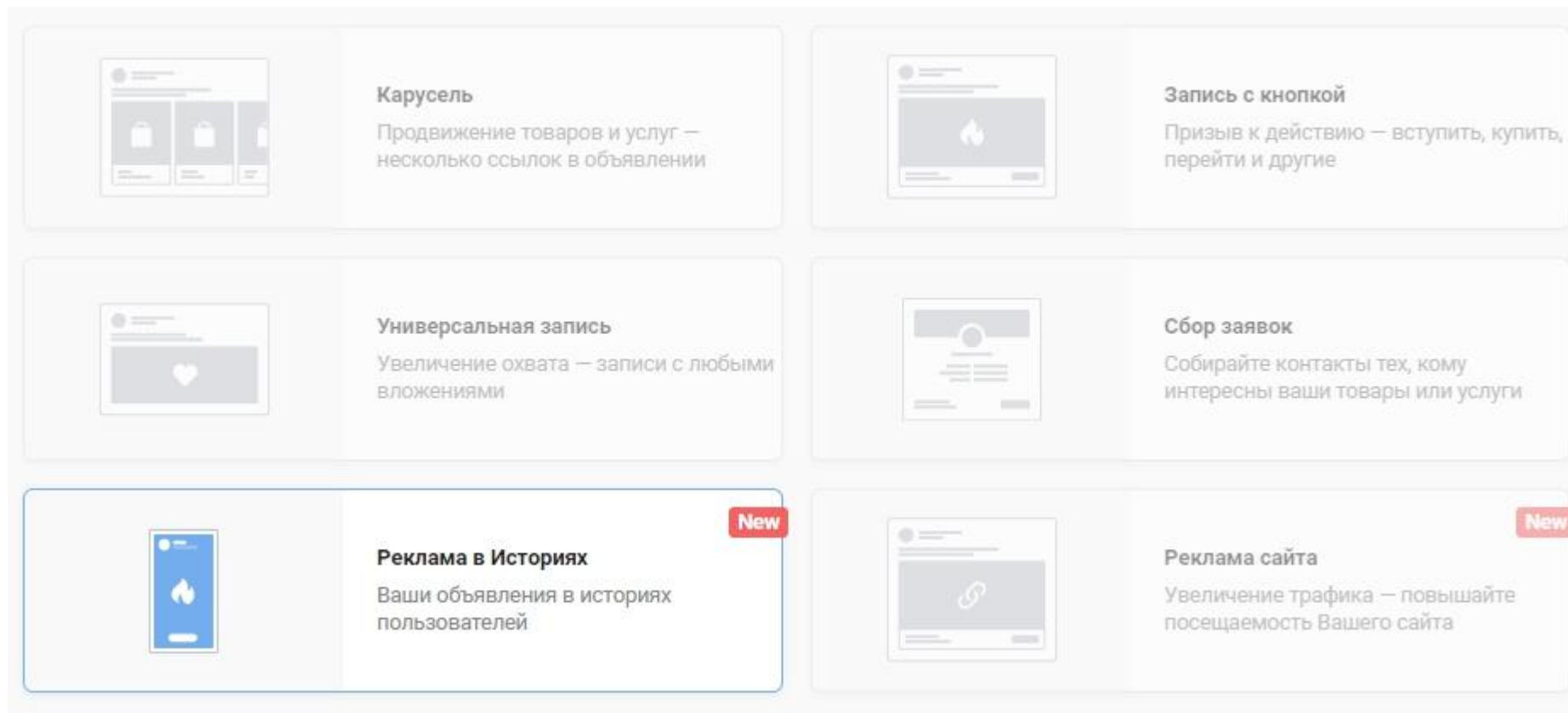
- Нужно сообщество с Facebook для анализа своей аудитории
- Изучаем аудиторию вокруг интереса (гео, пол, возраст, семейное положение, образование, должности, страницы, устройства)
- Информация для таргетолога и собственника

5. ТРАФИК НА САЙТ В ВК

- Пользователь не уходит в сообщество
- Если нет норм сообщества / контента / СММщика
- Подходит для товарки / мероприятия / онлайн-СМИ



6. РЕКЛАМА В ИСТОРИЯХ VK



- Instagram это сделал 1 марта 2017 года
- Низкие охваты
- Новые форматы на волне хайпа

impress

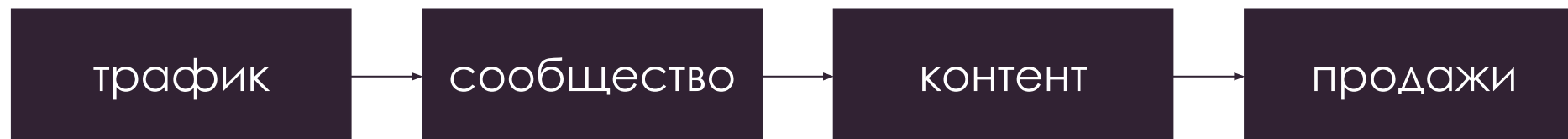
SMM агентство

АНАЛИТИКА

1. А ЧТО АНАЛИЗИРОВАТЬ ТО?

Стоимость ключевого действия складывается из каждого этапа **воронки**

Воронка 1



Воронка 2



2. ГДЕ АНАЛИЗИРОВАТЬ?

 Google Аналитика

 Яндекс.метрика

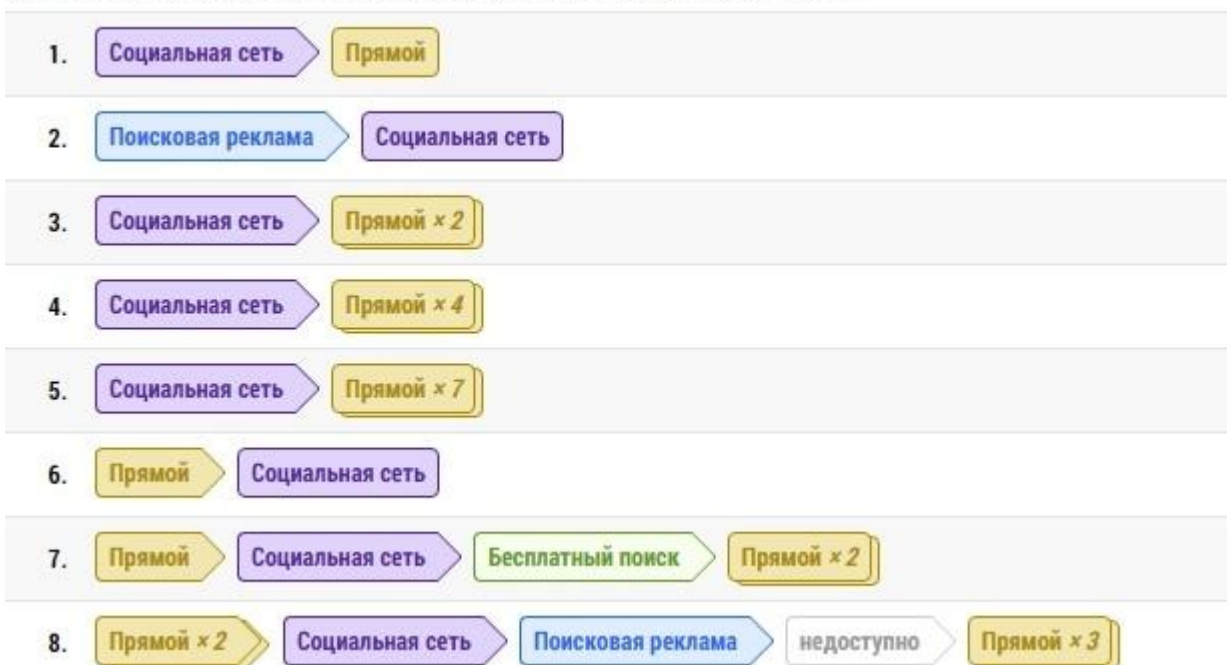
 Roistat

 Рекламные кабинеты

 Статистика сообществ

3. АССОЦИИРОВАННЫЕ КОНВЕРСИИ

Путь конверсии группы каналов для многоканальных последовательностей ?



Участие Ваших соцсетей в
цепочке конверсий

3.1 РОСТ ПОДПИСОЧНОЙ МАССЫ

Трафик.

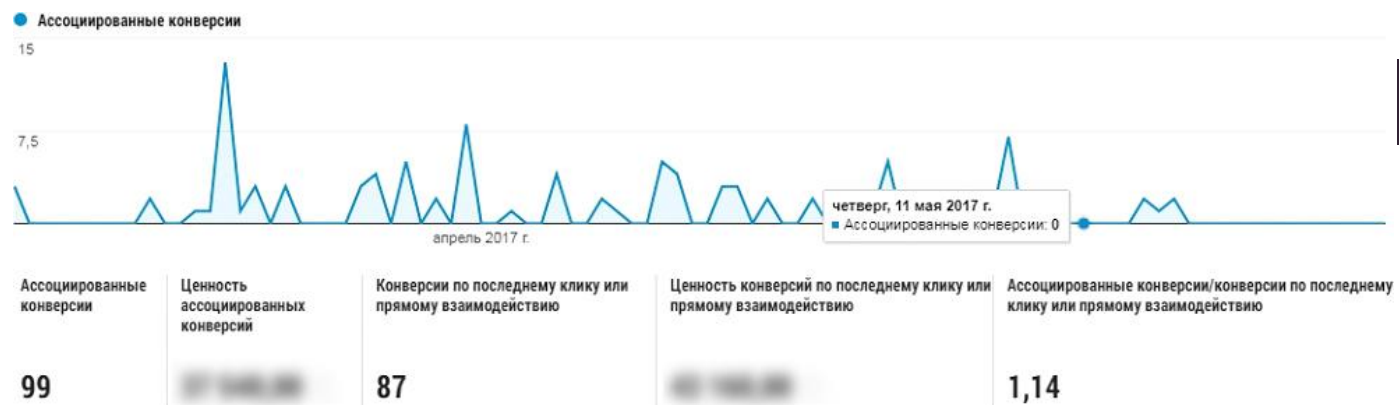
- Участники сообществ активного отдыха
- Участники 2 сообществ по рыбалке
- Активные участники сообществ о рыбалке (кабинет вк)
- Все посетители сайта нашего проекта (пиксель)
- Похожая аудитория на подписавшихся с рекламных объявлений
- Друзья подписчиков нашего сообщества (лайvhак)
- Сообщества прямых и косвенных конкурентов
- База текущих клиентов (почему вы ещё не в наших соцсетях?)
- Похожая аудитория на текущих клиентов



Контент.

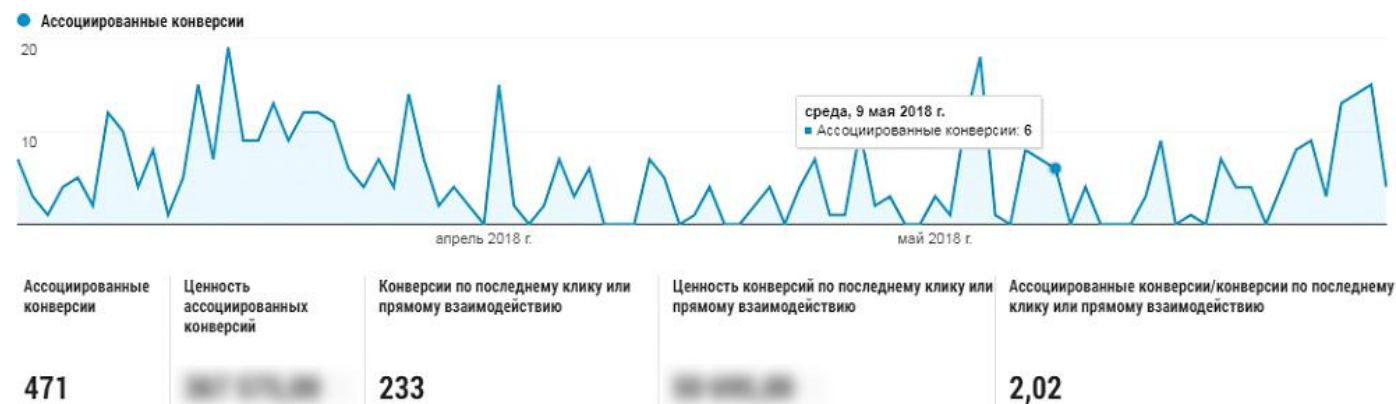
Анализируем контент в течении месяца и выбираем топ публикаций и рубрик для дальнейшего использования и подключения коммерческих публикаций.

3.2 АССОЦИИРОВАННЫЕ КОНВЕРСИИ



Весна
2017го
99 конверсии

Весна
471 конверсии
2018го



4. ЧЕК ЛИСТ ПРОВЕРКИ САЙТА

Яндекс.Метрика > Стандартные отчеты > Технологии

Яндекс.Метрика > Стандартные отчеты > Мониторинг

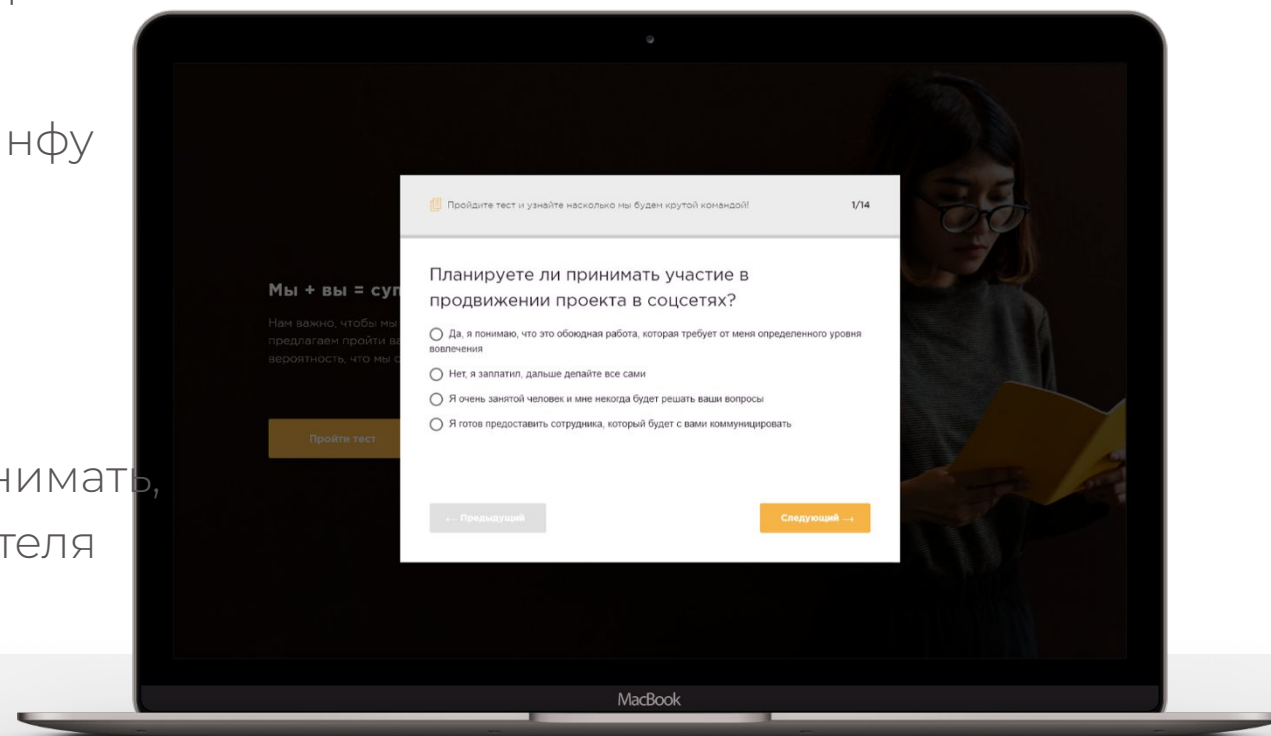
- Проверка отказов в браузерах (до 20%)
- Проверка отказов по устройствам
- Смотрим скорость загрузки страниц (до 3 сек.)
- Скорость до начала отрисовки страниц (до 1 сек.)

Не забудьте включить в настройках счётчика вебвизор, карту скроллинга и аналитика форм.

КАК ВЫБРАТЬ И РАБОТАТЬ С ПОДРЯДЧИКАМИ

1. ВАША ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ И МОТИВАЦИЯ

- Нельзя отдать проект и забыть о нем, вы один из основных действующих лиц
- Вы должны предоставлять необходимую инфу
- Вы должны быть на связи
- Вы нанимаете профессионалов, поэтому прислушивайтесь к тому что они говорят
- Вы должны хотя бы на базовом уровне понимать, как работают соцсети или просите исполнителя объяснить вам



2. КЕЙСЫ

- Есть ли ключевые показатели в кейсе и какие они? Охваты, подписчики, переходы на сайт, лиды, продажи, ROMI. Но надо понимать, что получить охваты легче, чем отвечать за продажи.

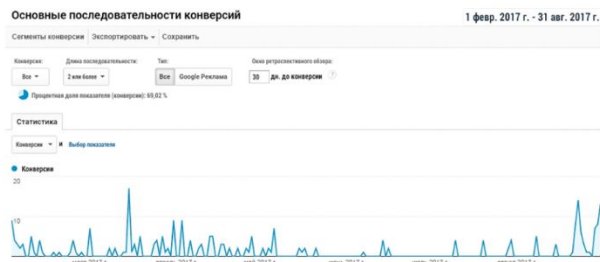
Немного о проекте

Сегодня поговорим о развитии коммерческого сообщества «с 19 до 19 000 подписчиков», влияния сообществ на ассоциированные конверсии и об аналитике контента.

Расскажем на примере проекта нашего клиента vk.com/fox.fishing.ru

Наш клиент – крупный игрок в нише онлайн продажи рыболовных товаров. И так получилось, что в проекте никто не занимался ведением и продвижением соцсетей до нас. Работаем с данным проектом с конца февраля 2018 года. Как у крупного игрока, в проекте уже была сформирована база постоянных клиентов, а также налажен многоканальный входящий трафик, с использованием SEO, контекстной и медийной рекламы. В связи с чем, мы проанализировали показатель ассоциированных конверсий и основные последовательности конверсий в google analytics. Мы учитывали конверсии в транзакцию и все формы входящих заявок с получением контактных данных клиента.

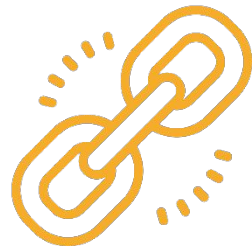
Данные за период с 1 февраля по 31 августа 2017 года:



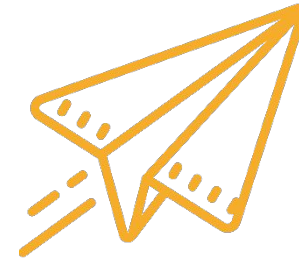
MacBook

- Есть скрины из рекламных кабинетов или систем аналитики, которые наглядно демонстрируют цифры.
- Описание проекта и оценка текущей ситуации (до продвижения)
- Описание предложенных гипотез продвижения
- Описание использования инструментов продвижения
- Описание сработавших и не сработавших инструментов
- Трудности, с которыми сталкивались, и как их избежали или преодолели
- Выводы и планы на будущее
- Отлично, когда кейс подкреплён отзывом или благодарностью заказчика

3. С КЕМ РАБОТАЮТ СЕЙЧАС

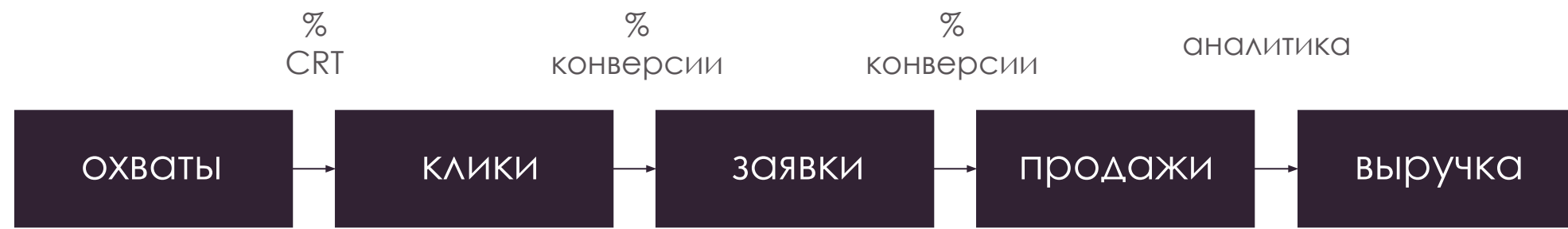


Ссылки на проекты



Контактные данные
клиентов, чтобы получить
обратную связь

4. ГАРАНТИИ (SMM-МЕТРИКИ И БИЗНЕС-МЕТРИКИ)



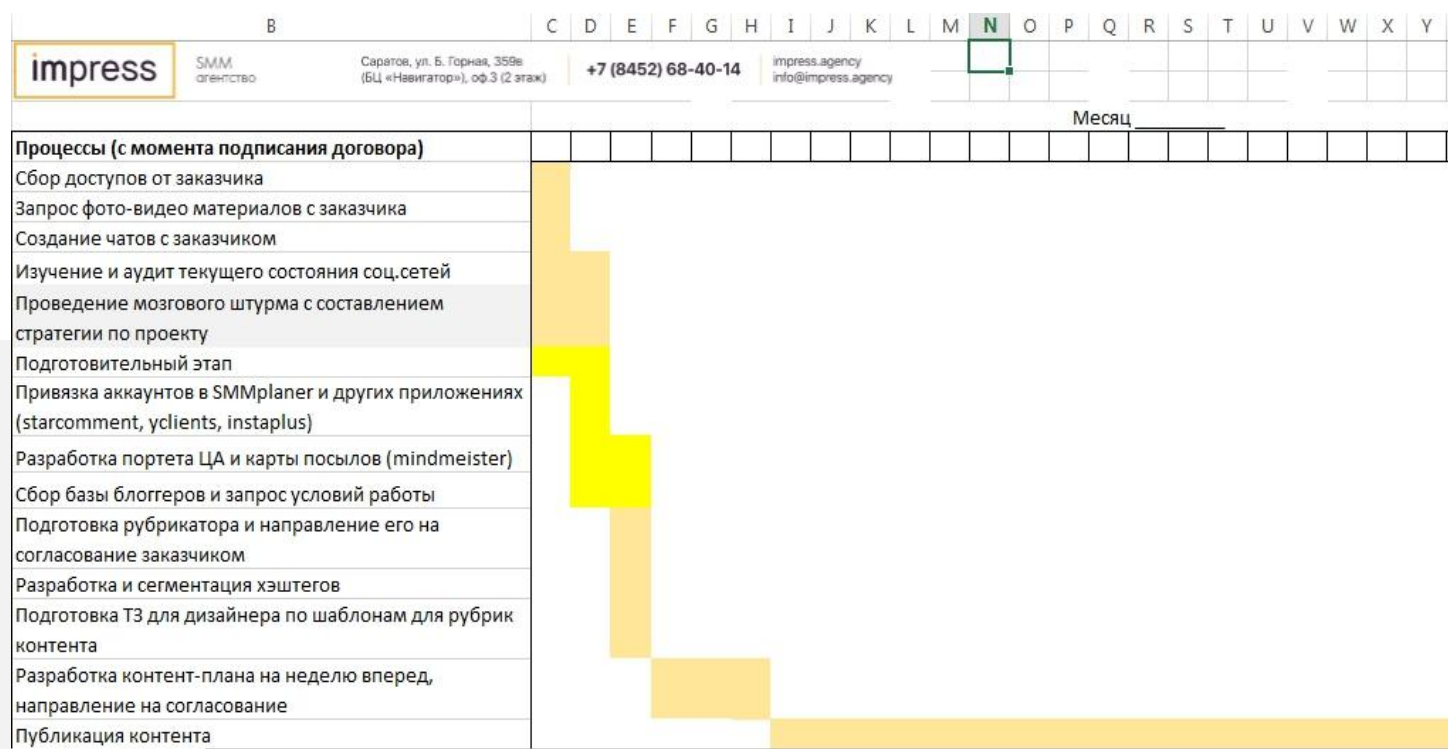
Тестовый период и следующие месяцы

5. СТРАТЕГИЯ

- Указываем цели и задачи
- Концепция
- Контент-стратегия
- Инструменты для проекта
- Комьюнити-стратегия
- Этапы

6. TIMELINE

Как выглядит процесс работы и есть ли он в принципе?



Чем более подробно расписан каждый из шагов тем больше вероятность, что работа будет выполнена в **срок**

7. KPI

Это не только задача заказчика, но и ваша в том числе.
Если нет **KPI**, то не за что и спрашивать.

- Охваты
- Клики
- Подписчики
- Лиды
- Продажи

8. ОТЧЁТЫ

Попросите скинуть пример отчета по какому-либо проекту

Все ли понятно, что там написано?



9. КАК ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ КОММУНИКАЦИЯ

Уточните как будет осуществляться взаимодействие с вами, когда

ИСПОЛНИТЕЛЬ НА СВЯЗИ

10. КАК РАССЧИТЫВАЕТСЯ СТОИМОСТЬ?

Проводимые работы	Стоимость	Объём работ	Стоимость
Период работ		1 месяц	
SMM	за 1 ед.	ед.	Итого в 1
Разработка стратегии и концепции присутствия компании в соцсетях			11200
• Разработка стратегии для проекта;	2800	4	11200
Разработка дизайн-концепции сообщества			15400
• Разработка аватара (обложек) для аккаунта (группы);	1750	4	7000
• Разработка стиля постов для социальной сети;	1400	4	5600
• Разработка стиля прочих элементов группы;	700	4	2800
Настройка рекламных кампаний			18700
• Разработка карты ЦА и карты посылов;	500	1	500
• Подготовка и парсинг сегментов аудиторий, на которых будет настраиваться РК;	2100	4	8400
• Разработка рекламных креативов;	1400	4	5600

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



Никитин Артем

CEO Impress SMM

@nikitin_artemi

vk.com/artiom_nikitin



Рогатин Андрей

Co-CEO Impress SMM

@andrey.rogatin

vk.com/andrey.rogatin