

# SMM-2017

По материалам тренинга и книги Дамира Халилова «Маркетинг в социальных сетях»





# Основные тенденции SMM -2017

- 1) Преимущественный переход пользователей на мобильные устройства.
- 2) Развитие «социальной торговли» (для продуктов стоимостью до 30 тыс.руб.).
- 3) Основной контент-видео (истории, live).
- 4) «Умные» ленты (снижение % видящих посты).
- 5) Ремаркетинг.
- 6) «Выгорание» классической рекламы.
- 7) Вытеснение соц.сетей мобильными мессенджерами.



## Общие рекомендации

- 1) Контент, соответствующий «умной» ленте: 3 фото с описанием, видеоподборка - 80% просмотров без звука, 1 фото+текст, структурированный на абзацы текст, репосты с текстом, ссылки лучше без превью.
- 2) Частота обновления: минимум 1 раз в 2 дня (оптимально - 1 раз в день).
- 3) Оптимальное\* время размещения: 9:30-11:30, 15:00-16:30, 20:30-23:00.
- 4) Соответствие типам (промо 50-70%, познавательный, развлекательный – макс. 10%, пользовательский – мин.15%).
- 5) Работа с негативом (официальное разрешение проблем, правила сообщества).



# Основные тенденции при работе с площадкой Vk.com

- 1) Возраст пользователей: 25-34.
- 2) Жесткая модерация (запреты, бан).
- 3) Определение приоритетной задачи:
  - позиционирование или известность – группы по бренду;
  - продажи здесь и сейчас – группы по ассортименту (доставка цветов и тп.);
  - СМИ, политика – группы по интересам.
- 4) Полное брендрование (обложка, фотоальбомы, приложения, информация и др.)



*popsters.ru - 5 беспл. анализов контента сообщества*  
*xmind, mindmaster – инфографика*  
*socialtools.ru – банк «лайков»*  
*blogs.yandex.ru, babkee.ru – поиск упоминаний*



Основные тенденции при работе с площадкой

# Facebook.com

- 1) 4 место в РФ (после ВК, ОК, Инст).
- 2) Пользователи: бизнес-сообщество, менеджеры, маркетологи.
- 3) Позиционирование: по бренду.
- 4) Продвижение: таргетированная реклама.



*fbcover.net - инфографика*

*ragemodo.com – инфографика*



## Основные тенденции при работе с площадкой **Instagram.com**

- 1) 77% - женщины.
- 2) Возраст: 25-34
- 3) Нет минимальной частоты обновления
- 4) Визуальная составляющая работы
- 5) Продвижение: по геометкам, хештегам, через конкурсы, рекламу; оптимально-с помощью ботов.



*iconosquare.com – по геометкам*

*Instabot - бот*

*likegram.com - бот*

*insta.tools - бот*



# ЛИТЕРАТУРА

—  
Дамир Халилов «Маркетинг в социальных сетях»

Эмануил Розен «Анатомия сарафанного маркетинга»

Майкл Стелзнер «Контент-маркетинг»

К.С. Максимюк «Новый интернет для бизнеса»

