

Майкл Сандерс

SUPER SMM

Продвижение и оптимизация
в социальных сетях



12+

Майкл Сандерс

**Super SMM. Продвижение и
ОПТИМИЗАЦИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

«ЛитРес: Самиздат»

2021

Сандерс М.

Super SMM. Продвижение и оптимизация в социальных сетях /
М. Сандерс — «ЛитРес: Самиздат», 2021

Перед тем как начать работу, обязательно нужно заняться разработкой своего плана. SMM-стратегию нужно строить в зависимости от того, какие цели вы преследуете. Но если вы затрудняетесь заранее выбрать какую-либо цель, то стратегия сама поможет её определить. Всё, что вам остаётся, это выбрать максимально удобные и возможные для вас методы. В конечном счёте, вам нужно правильно расставить приоритеты, и после выбора определённой стратегии, не сворачивать с пути его достижения.

Содержание

| | |
|-----------------------------------|---|
| Что такое SMM? | 6 |
| Оформление группы компании | 8 |
| Конец ознакомительного фрагмента. | 9 |

Майкл Сандерс

Super SMM. Продвижение и ОПТИМИЗАЦИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Потребность в интернете растёт с каждым днём. Для большинства людей это уже далеко не только источник информации и знаний, но и способ заработка довольно больших денег. Однако не всё так просто, много миллионов людей пытались как-либо заработать в интернете, создавая сайты и профили в социальных сетях, но далеко не многим это удавалось. В этой книге мы расскажем вам, как стать одним из этих везунчиков, следуя инструкциям по SMM продвижению в социальных сетях.

Что такое SMM?

На английском языке аббревиатура SMM означает – *Social Media Marketing*. Этим инструментом пользуются в основном для удобной работы с клиентами, и продажами в соцсетях. Даже если раньше им пользовались только ради лайков и подписок, то сегодня инструмент актуален даже для крупных интернет-магазинов. Конечно можно не потеть, и просто создать группу, куда вы будете выкладывать по 5-6 сообщений в неделю, и ждать, когда люди начнут приходить сами. Но уверяем вас, так не работает, и без серьёзного системного подхода здесь на результат рассчитывать не стоит.

SMM-стратегия

Перед тем как начать работу, обязательно нужно заняться разработкой своего плана. SMM-стратегию нужно строить в зависимости от того, какие цели вы преследуете. Но если вы затрудняетесь заранее выбрать какую-либо цель, то стратегия сама поможет её определить. Всё что вам остаётся, это выбрать максимально удобные и возможные для вас методы. В конечном счёте, вам нужно правильно расставить приоритеты, и после выбора определённой стратегии, не сворачивать с пути его достижения.

Чтобы составить SMM-стратегию, вам нужно сделать следующее:

Оцените состояние выбранного бренда на текущий момент: основное внимание нужно обращать на численность в ленте, количество подписчиков и их активность, а также качеству контента. Не стоит забывать и про отзывы, вы всегда должны быть в курсе того, что о вас говорят люди;

Необходимо заранее провести анализ уровня конкуренции;

Попытайтесь представить, что от вас будет желать каждый пользователь. Нужно собрать перед собой определённый портрет потребителя, и подготовиться чтобы отвечать всем его потребностям;

Ваши методы должны иметь особенность, и уникальные предложения для клиентов. Это хороший способ показать людям свои преимущества перед вашими конкурентами, и отличить вашу компанию. Это может быть хорошей темой обсуждения со своими коллегами, но можно поступить иначе, организовав опрос между вашими клиентами. Помните, что от конкурентов можно отличиться, не только снижая цену на товары;

Определите, какой формат коммуникации с клиентами подойдёт больше всего;

Форматы коммуникации показывают, каким именно образом вы продвигаете свою компанию. Если быть точнее, это то, как вы преподносите свои услуги людям. Всего существуют три таких формата:

Коммерческий формат – вы открыто публикуете рекламу и предлагаете людям свой товар или услуги. Вы не скрываете своих коммерческих интересов, и сразу даёте людям понять, в какую страницу они попали. Обычно на сайтах с таким форматом размещён ассортимент товаров, различные каталоги продукции, а весь контент на сайте имеет более коммерческий характер. Такой формат используют только для одной цели – повышение продаж.

Формат в зависимости от интересов – основная цель этого инструмента, максимально увеличить количество пользователей на сайте, которые в дальнейшем могут стать потенциальными покупателями. Обычно такой метод продвижения ассоциируется с таргетингом, потому что для хорошей работы необходимо сначала подобрать целевую аудиторию со схожими потребностями и интересами. При входе на сайт, люди не сразу понимают то, что это

коммерческий ресурс. Контент в таких сайтах размещается полезный и интересный для людей, которых постепенно вовлекают в группу.

Смешанный формат – в этом случае компания выступает в роли эксперта в определённой сфере. На сайте регулярно появляется полезная информация для читателей, в которой время от времени разбавляется и коммерческая часть контента. Такой способ считается очень длительным, но в то же время эффективным. Дело в том, что компания обретает репутацию эксперта, и таким образом получает лояльность от аудитории. Постепенно люди начинают больше доверять вашим советам, и соответственно это затронет и вашу компанию. В этом случае обязательно соблюдать профессиональную компетенцию при общении. Если вам интересно, точно по такому же принципу и продвигается Альфа-Банк. Организация твёрдо уверена в том, что серый текст коммерческого формата наводит только скуку и негатив от прочтения, и уж куда полезнее разбавлять рекламу бренда с полезным материалом.

Оформление группы компании

Вы наверняка слышали фразу “Встречают по одежке”, это также касается и интернет-компаний. Проще говоря, графическое оформление корпоративного аккаунта, и есть лицо всей вашей организации. Вспомните любую популярную платформу, она обязательно имеет специфическое и запоминающееся оформление, те же самые Google, ВКонтакте, Instagram и множество других. Разработайте обложки для группы, и аватарки для пользователей, займитесь оформлением каждого поста, сделайте интересный шаблон, в котором все ваши публикации будут выделяться.

Чтобы создать хорошую группу, вам придётся сначала подготовить следующее:

Название – придумайте название для своей группы. Самый простой способ, это добавить название вашего бренда, и добавить основную ключевую фразу. Тут всё зависит от фантазии, просто нужно примерно понять, по каким параметрам и чертам пользователи смогут вас найти. Можно даже проверить данные по ключам, и воспользоваться Яндекс.Вордстат;

URL адрес для группы – URL должен соответствовать названию компании, и иметь одинаковое название во всех социальных сетях. Иногда бывает так, что ваш URL адрес уже занят кем-то другим, и в таком случае можно немного укоротить название. Но помните, что оно должно хорошо запоминаться, и чтобы его было удобно написать к примеру, на визитке или объявлении;

Описание для группы – необходимо сделать так, чтобы вся информация о вашей компании и её деятельности уместилась в коротком и понятном виде. В ней нужно чётко указать о ваших преимуществах и особенностях. Если сделать всё хорошо, то получится даже подняться на несколько позиций выше в рейтинге среди остальных сайтов, и чаще светится в поисковиках у людей;

Обсуждения и форумы – не допускайте того, чтобы в вашей группе была только коммерческая тематика. Добавьте разнообразия, и хотя бы несколько основных тем для обсуждения, регулярно обновляйте контент чтобы сохранять его актуальность. Помните, что это площадка, на которой пользователи будут размещать отзывы, собственные мысли и различные предложения. Один из главных факторов при создании бизнеса – это не только ваша активность, но и инициатива со стороны клиентов. Старайтесь почаще устраивать акции, и всегда отвечать на положительные отзывы людей. Точно так же и с негативными отзывами, недовольные будут всегда, попробуйте сохранять репутацию, и отвечать максимально осторожно.

Настройте приватность – важно организовать всё так, чтобы доступ к группе имел любой желающий пользователь. Она должна быть открыта, а все комментарии и публикации не должны отключаться или удаляться администрацией. Можно даже добавить доступ пользователям присылать различные ролики и фотографии администраторам. Если вы создали группу в ВК, то у мессенджера имеется хороший спам-фильтр, благодаря которому некоторые слова вроде нецензурной лексики можно будет заблокировать. Когда размещаете публикации и новости, старайтесь читать комментарии к вашим постам.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.