

**\* Курс «Продвижение товаров и  
услуг в социальных сетях  
Вконтакте и Instagram»**

**Занятие №1**

Юлия Слепова



**HANDMADE SCHOOL**  
представляет

**Авторский курс  
по основам продвижения**

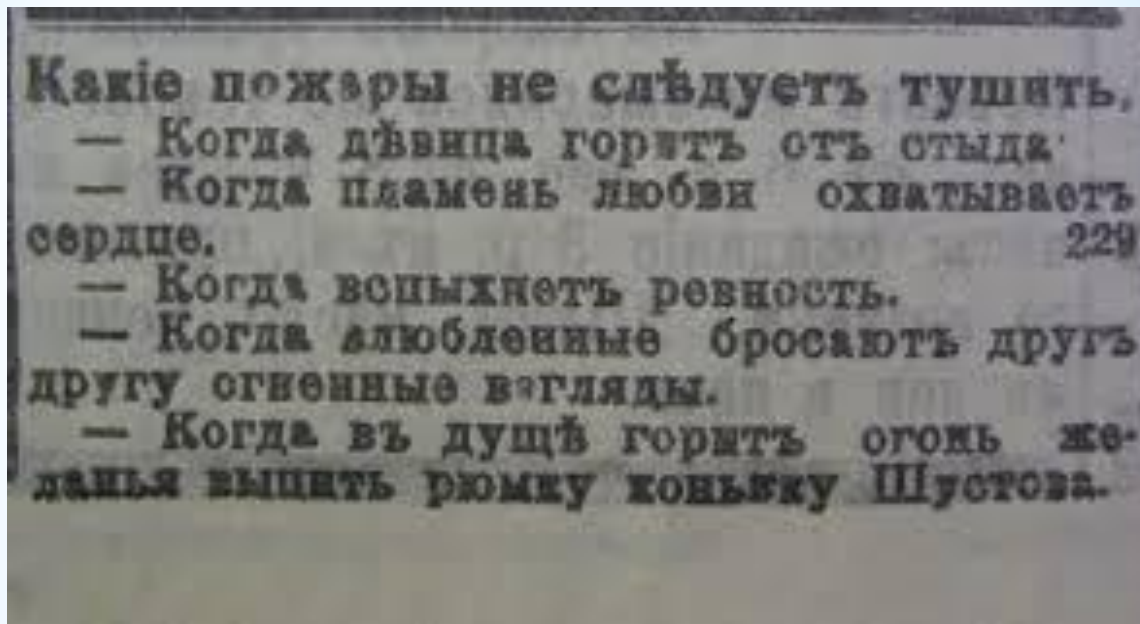
**Instagram  
ВКонтакте  
Тайм-менеджмент  
фотография  
копирайтинг**

стоимость  
2000 рублей за 6 занятий

\* **Информация обо мне**

# \* Занятие №1. Вводное

1. Основные соцсети, используемые для продвижения товаров, услуг, личности и брендов в России.
2. SMM - определение и основные термины, цели, возможности, преимущества данного инструмента.
3. Проблемы, которые помогает решить Social media marketing.
4. Чек-лист для разработки SMM стратегии.
5. Техники ведения бизнеса в соцсетях.
6. Вконтакте: самая многочисленная социальная сеть в России. Охват, аудитория, специфика работы в данной соцсети.
7. Instagram: самая быстро растущая социальная сеть в России. Охват, аудитория, специфика работы в данной соцсети.
8. Домашнее задание.

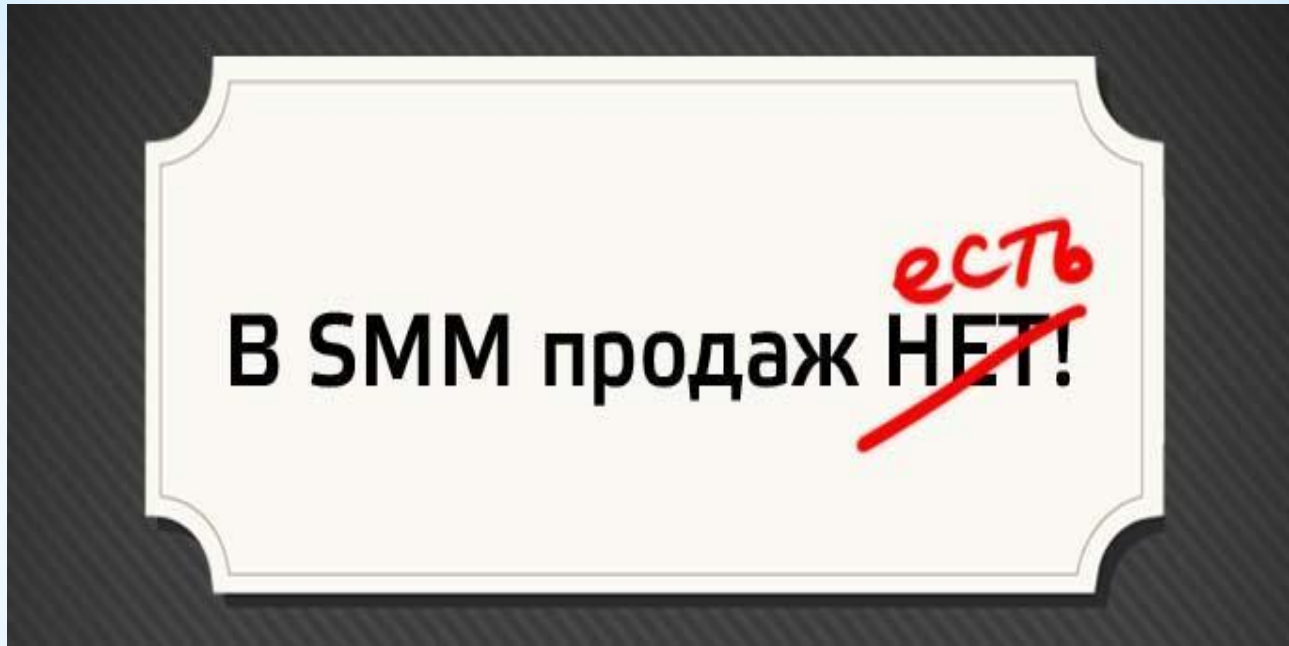


- \* Основные соцсети, используемые для продвижения товаров, услуг, личности и брендов в России

## Популярность социальных сетей:



\* Популярность  
соцсетей в России



- \* SMM - определение и основные термины, цели, возможности, преимущества данного инструмента

**Социальные медиа - это набор онлайн-технологий, которые позволяют пользователям общаться между собой**

**SMM (Social Media Marketing) – это комплекс технологий продвижения в социальных сетях, блогах, форумах**

**\* Отличительные признаки SMM от традиционных каналов рекламы:**

- 1. Точность определения целевой аудитории**
- 2. Лояльность ЦА**
- 3. Отличный канал обратной связи**





\* Бренд «Evian» летом 2009 разместило в сети YouTube ролик танцующих младенцев. Акция стала одним из наиболее мощных маркетинговых рекламных событий года: ролик набрал более 60 млн. просмотров и даже попал в Книгу рекордов Гиннеса

**\* 5 первых шагов для продвижения вашего бизнеса  
в социальных медиа:**

- 1. Определитесь с целевой аудиторией.**
- 2. Определите цели, задачи и основные показатели эффективности.**
- 3. Поймите, что у вас есть, – деньги или время?**
- 4. Готовьтесь работать с людьми, а не с абстрактной целевой аудиторией.**
- 5. Планируйте интегрированную рекламную кампанию и отслеживайте конверсию ваших действий в планируемые показатели.**

**\* В SMM используются следующие показатели эффективности:**

- 1. Охват аудитории. Для разных социальных сетей охват аудитории измеряется различными методами. Так, «ВКонтакте» дают возможность отслеживать этот показатель через встроенную систему статистики.**
- 2. Эмоциональные показатели. В данном случае учитывается соотношение позитивных, негативных и нейтральных высказываний. Допустимый уровень негатива – 15-25 % от общего количества упоминаний.**
- 3. Показатели вовлечения. Одним из основных показателей вовлечения является количество social action – любых действий внутри сообществ бренда: отметки «Мне нравится», количество комментариев, участие в промоакциях и конкурсах, закачанный контент.**



- \* **Проблемы, которые помогает решить Social media marketing.**

**\* Все плюсы, если ваш бизнес находится уже в социальных сетях:**

- 1. Вы имеете возможность знакомиться в соцсетях с будущими потенциальными клиентами и партнерами**
- 2. Для увеличения продаж очень важно длительное знакомство аудитории с Вами, с вашей компанией, с товаром или услугой, которую вы предоставляете.**
- 3. Социальные сети хорошо работают на бренд и информированность о товаре или услугах**

- \* Социальные сети не дают быстрых продаж, но они увеличивают популярность бренда, популярность компании и в итоге обеспечивают лавину продаж в будущем.**

**\* Решение бизнес-вопросов с помощью соцсетей:**

- 1. Привлечение будущих потенциальных покупателей ваших услуг или товаров**
- 2. Решение проблем ваших потенциальных клиентов**
- 3. Увеличение популярности вашего бренда, вашей компании**
- 4. Ответы на вопросы, связанные с реализуемой услугой или товаром.**
- 5. Устранение негатива посредством дружеского общения**
- 6. Увеличение трафика на ваш основной сайт**
- 7. Увеличение подписной базы и целевой аудитории**
- 8. Вовлечение в сообщества и в итоге вы получаете преданных лояльных участников сообществ, готовых попробовать ваш новый товар, услугу**
- 9. Постоянно общаясь в социальных сетях Вы все больше расширяете ЦА, и в итоге получаете друзей, коллег и прибыль.**



**\* Чек-лист для разработки SMM стратегии**



## **Главные цели SMM:**

- Понравиться аудитории
- Выяснить интересы аудитории
  - Увеличить продажи
  - Нейтрализовать негатив
  - Оперативно консультировать
- Получить дополнительный трафик на сайт



**\* Техники ведения бизнеса в  
соцсетях**

**\* 5 ТЕХНИК ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ:**

- 1. Организовать видео-конкурсы.**
- 2. Публиковать истории подписчиков.**
- 3. Порождать общение и интерактивность.**
- 4. Спрашивать мнение аудитории.**
- 5. Добавлять интересный контент.**

- \* Начать использовать эти тактики лучше в той социальной сети, в которой охват вашей аудитории больше всего, а позже — адаптировать для остальных. Вначале они могут не приносить взрывных результатов, но подписчикам нужно время, чтобы заметить и оценить нововведения.**

**Думайте о своих клиентах, отвечайте на их реакцию — людям нужно знать, что их слушают. В применении таких тактик также важна стабильность — если ваша аудитория знает, чего от вас ожидать, она снова будет к вам приходить за вниманием и свежей информацией.**



**\* ВКонтакте: самая многочисленная социальная сеть в России. Охват, аудитория, специфика работы в данной соцсети**

**\* Шаги для эффективного продвижения во «ВКонтакте»:**

- 1. Определитесь с форматом и позиционированием сообщества.**
- 2. Зарегистрируйте сообщество.**
- 3. Разместите виджет сообщества на своем сайте.**
- 4. Продумайте и внедрите в сообщество мотивы для вступления.**
- 5. Опубликуйте не менее 10 постов в микроблоге.**
- 6. Создайте не менее 3-х фотоальбомов.**
- 7. Найдите не менее 10 некоммерческих сообществ по вашей тематике.**
- 8. Свяжитесь с администраторами данных сообществ и предложите им сотрудничество.**
- 9. Определите параметры таргетирования для своей ЦА.**
- 10. Подготовьте и запустите объявление для системы таргетированной рекламы.**
- 11. Работайте над повышением кликабельности и снижением стоимости привлеченного пользователя.**
- 12. Анализируйте статистику.**



- \* **Instagram: самая быстро растущая социальная сеть в России. Охват, аудитория, специфика работы в данной соцсети**

**\* Instagram - бесплатное приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других соцсетей**



# \* Домашнее задание

1. Составить список задач, которые вы планируете решать через соцсети;
2. Определить характеристики целевой аудитории (социально-демографические, поведенческие, психологические, профессиональные);
3. Определить, в каких соцсетях целесообразно вести кампанию;
4. Зарегистрировать профили или сообщества на выбранных площадках;
5. Найти площадки (сообщества, блоги, форумы), где уже есть ваша ЦА;
6. Определить характер активности вашей ЦА на этих площадках (пассивные наблюдатели, участники дискуссий или генераторы контента);
7. Подобрать стилистику подачи информации, которая будет подходить для ЦА (формальная, умеренно неформальная, профессиональная, неформальная);
8. Определить, какие темы вызывают наибольший интерес у вашей ЦА
9. Составить список из 5 тем, интересных вашей аудитории;
10. Разработать систему оценки выполнения поставленных задач;
11. Определить трудовые ресурсы, которые понадобятся для реализации кампании (будете ли вы вести кампанию самостоятельно либо отдадите ее на аутсорсинг)