

Как заставить

SMM

работать:

инструменты, возможности
и проблемы для новичков



Стэлла Мариус

Стэлла Мариус

**Как заставить SMM работать:
инструменты, возможности
и проблемы для новичков**

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Мариус С.

Как заставить SMM работать: инструменты, возможности и проблемы для новичков / С. Мариус — «ЛитРес: Самиздат», 2020

SMM сейчас довольно распространён и продолжает набирать обороты. Это современное многогранное направление однозначно стоит особого внимания, ведь без грамотного продвижения в социальных сетях сложно реализовать по полной практически любой проект. Завоевать доверие аудитории, учесть все особенности потребителя, повысить узнаваемость бренда и увеличить продажи - далеко не все результаты комплексного SMM-продвижения.

Содержание

Что такое SMM	6
Кому нужен SMM	7
Возможности интернет-продвижения	8
Инструменты SMM	9
Конец ознакомительного фрагмента.	10

Во времена жёсткой конкуренции прямой контакт со своей целевой аудиторией даёт бизнесу значительное преимущество. Одним из самых простых инструментов для поддержания этого контакта является продвижение в интернете, а именно – через социальные сети. Такое продвижение распространено достаточно широко в силу своей эффективности, ведь современный человек привык проводить свободное время, изучать необходимую информацию и даже совершать покупки онлайн. Рассмотрим, в чем особенность SMM-маркетинга, какие новые возможности он открывает перед бизнесом, и какие трудности могут встать на пути новичка в этом деле.

Что такое SMM

Для начала следует определить, что же такое SMM.

Social Media Marketing (SMM) – это вид маркетинга, который подразумевает привлечение покупателей и увеличение продаж путём продвижения в социальных сетях. Проще говоря, это процесс ведения и раскрутки аккаунта. С помощью SMM можно найти и расширить свою целевую аудиторию, повысить узнаваемость проекта, а также завоевать доверие, увеличить продажи.

Основные преимущества SMM:

Сравнительно низкая стоимость рекламы;

Быстрый эффект. Можно за короткий срок значительно увеличить охваты за счёт, например, вирусного контента;

Возможность охватить целевую аудиторию в разы больше, чем у традиционной рекламы другими способами в силу популярности социальных сетей;

Высокая скорость обратной связи и возможность быстро среагировать на неё;

Лояльность пользователей стремительно растёт из-за демонстрации «обратной стороны» бренда

Социальные сети, в отличие от остальных источников, не страдают от влияния каких-либо внешних факторы (политических, экономических, финансовых и прочих). Единственный риск – снижение посещаемости конкретной социальной сети, но и в этом случае можно перейти на более популярную площадку.

К недостаткам такого продвижения можно отнести:

Ограничения, связанные с алгоритмами социальной сети и действиями модераторов. Аккаунт может быть заблокирован и даже удалён.

Высокий уровень конкуренции. По мере развития социальных сетей SMM начинает быть обыденностью. Наличие в нише более крупной компании, которая на слуху, затруднит процесс продвижения.

Администрирование. Аккаунт должен постоянно выдавать контент, взаимодействовать с аудиторией. Для этого необходимо достаточно много времени. Часто приходится прибегать к помощи специалистов, нанимать дополнительных работников.

Кому нужен SMM

В целом продвижение через социальные сети необходимо практически любому проекту. Даже если это не прямые продажи через интернет, SMM позволит сделать бренд узнаваемым, повысить заинтересованность в продукте и завоевать доверие аудитории. В первую очередь, это малый и средний бизнес, для которых приоритетом является прямые продажи. Более крупный бизнес, который подразумевает продажу дорогостоящих товаров, характеризуется тем, что покупатель не сразу принимает решение о приобретении, то есть найти своего клиента в социальных сетях будет сложнее. SMM будет наиболее эффективным для компаний, продающих товары недорогого ценового сегмента и оказывающих различного рода услуги физическим лицам.

Возможности интернет-продвижения

Более подробно стоит рассмотреть, какие возможности открываются при использовании SMM.

1. Анализ работы конкурентов

Социальные сети позволяют быть в курсе работы своих конкурентов, отслеживать основные направления развития, видеть сильные и слабые стороны, а также учиться на чужих ошибках.

2. Анализ целевой аудитории

При помощи социальных сетей можно отслеживать основные интересы потенциальных клиентов, подстраиваться под их потребности и совершенствовать продукт, учитывая запросы.

3. Контакт с целевой аудиторией

Общение с клиентами и потенциальными клиентами позволит повысить вовлеченность и увеличить продажи. Клиент любит ощущать свою важность, ценность своего мнения. При помощи разнообразных интерактивов, конкурсов, опросов, а также постов, подразумевающих обсуждение в комментариях, можно общаться с людьми, черпать интересные идеи и, таким образом, повышать лояльность подписчиков к своему проекту.

4. Работа со слабыми сторонами бизнеса

Так уж сложилось, что большинству людей намного проще выразить недовольство, оставить жалобу или предложение в режиме онлайн, нежели при личном присутствии. Работа в социальных сетях позволит быстро и грамотно работать с возражениями и негативными отзывами клиентов, улучшая свой проект и превратив недовольного покупателя в лояльного. Главное в этом вопросе – оперативно уладить конфликт и устранить недостатки в работе своего бизнеса. Постоянная работа и совершенствование своего проекта исходя из предпочтений своей целевой аудитории – путь к успеху.

5. Развлечение клиентов

Не стоит забывать о том, что люди, в большинстве своём, находятся в социальных сетях ради развлечения, в качестве досуга. Клиент обязательно оценит наличие в аккаунте полезной информации, интересных статей, актуальных шуток и лайфхаков.

6. Максимально оперативное распространение рекламы

Подписчики (целевая аудитория) будут быстро оповещены об актуальных акциях, новых продуктах и прочей рекламной информации при помощи социальной сети. Интернет даёт возможность распространять информацию с огромной скоростью на большую аудиторию – это несомненное преимущество, которое стоит использовать.

7. Формирование репутации, лояльности клиентов

Грамотное ведение аккаунта позволит клиентам быть ближе к проекту, проникнуться доверием.

8. Повышение узнаваемости

Аккаунт в социальных сетях с использованием современных методов продвижения поможет распространить информацию о продукте и сделать его узнаваемым.

9. Увеличение спроса

Чем больше людей узнает о продукте, тем больше станет желающих его приобрести. Социальные сети – отличный инструмент для поиска новых клиентов.

10. Повышение уровня продаж, а, в следствие, прибыли

Схема проста: чем больше людей узнает о товаре и приобретёт его, тем выше показатели выручки, а за ней и прибыли.

Инструменты SMM

В зависимости от стратегии, целей и задач, существует множество приемов в SMM. Рассмотрим инструменты, которые позволят достичь максимальных результатов.

1. Оформление и контент

«Встречают по одежке...» – общеизвестная поговорка, которая действительно имеет смысл. Существует множество аккаунтов (коммерческих и не только), среди которых очень непросто выделиться. Первое, на что обратит внимание потенциальный клиент – это визуальное оформление. Можно сказать, что это лицо проекта. Человека либо зацепит, либо нет. Стильный дизайн аккаунта уже поселит в голове мысль о том, что это серьёзный масштабный проект. Далее фокус внимания смещается на контент. Мало кому интересны красивые картинки без соответствующей смысловой нагрузки. Тексты должны быть написаны качественно и грамотно, нести интересную, желательно, полезную информацию. Аккаунт, состоящий только из продающих постов и рекламы, быстро для подписчика станет скучным, поэтому важно с умом подходить к тематике и типу постов.

2. Продвижения через другие сообщества

Продвигать проект, искать и привлекать клиентов можно не только на территории своего аккаунта. Существует масса других вариантов: рекламироваться на других площадках и в тематических сообществах, оставлять комментарии и предлагать свой продукт/услугу в постах других людей, высказываться по теме на форумах и прочие способы.

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.