

Стэлла Мариус

12+

Продвижение и оптимизация в социальных сетях



SEO и SMM

Стэлла Мариус

**Продвижение и оптимизация
в социальных сетях**

«ЛитРес: Самиздат»

2021

Мариус С.

Продвижение и оптимизация в социальных сетях / С. Мариус —
«ЛитРес: Самиздат», 2021

У соцсетей есть очень серьёзное преимущество — контент постоянно генерируется, для социальных сетей работают определённые алгоритмы, которые быстрее обновляют результаты в поисковых системах и показывают актуальную информацию. Контент социальных сетей появляется в общей выдаче, и конечно же существует способ продвигать его в поисковых системах.

Содержание

Что такое SMM?	6
Преимущества социального маркетинга	7
Соответствующие целевые группы	8
Цели маркетинга в социальных сетях	10
Конец ознакомительного фрагмента.	11

Стэлла Мариус

Продвижение и оптимизация в социальных сетях

Нельзя отрицать тот факт, что использование предложений социальных сетей стало неотъемлемой частью повседневной жизни большинства пользователей Интернета. Кроме того, можно констатировать, что важность социальных сетей, особенно в связи с решениями потребителей, неуклонно возрастает. Другими словами, все больше и больше потенциальных клиентов активно принимают решения о покупке, основываясь на знаниях и опыте работы в социальных сетях. Это значение связано не только с повсеместным распространением и присутствием этих средств массовой информации, но и с тем фактом, что традиционные маркетинговые инструменты, такие как классическая реклама, достигают своих пределов, особенно в том, что касается их надежности и эффективности.

Перед компаниями стоят новые задачи – активно работать с каналами социальных сетей в рамках систематического маркетинга в социальных сетях (сокращенно SMM) и успешно использовать их для коммуникации с целевыми группами в компании.

Что такое SMM?

Маркетинг в социальных сетях – это установка прямого контакта со своей целевой группой, для укрепления собственного бренда и привлечения клиентов. Управление корпоративной маркетинговой деятельностью со стратегической точки зрения, является важной особенностью современного маркетинга, которая формирует стратегический маркетинговый менеджмент. Но что именно скрывается за этим ослепительным термином маркетинга в социальных сетях? А точнее: какую роль это может сыграть в успехе компании?

Рекламодатели используют контент для распространения своих сообщений в социальных сетях. Между этими двумя областями есть много общего, но есть и много различий.

Маркетинг в социальных сетях или SMM – это тип интернет-рекламы, где социальные сети используются в качестве рекламного инструмента. Основная цель маркетинга в социальных сетях – создавать контент, которым пользователи будут делиться с другими и, таким образом, помочь компании добиться большего присутствия на рынке для вашего бренда и большего числа клиентов.

Преимущества социального маркетинга

SMM помогает компании получать прямую обратную связь от клиентов (и возможных/потенциальных клиентов) и в то же время создавать более профессиональное представление о себе на глобальном уровне. Интерактивность социальных сетей дает клиентам возможность задавать вопросы, делиться возможностями и подавать жалобы. Таким образом, клиенты чувствуют себя в большей безопасности, а компания получает больший авторитет за счет обслуживания клиентов. Этот аспект SMM называют управлением взаимоотношениями с клиентами.

Что нужно для успешного SMM?

Хорошая реклама в социальных сетях требует самоотдачи. Если вы здесь новичок, вы можете подумать, что пары постов в день достаточно, чтобы получить солидное количество посетителей и лайков, и что это волшебным образом поможет вашему бизнесу. На самом деле это далеко не так – это требует детального планирования и преданности делу.

Серьезные специалисты по интернет-маркетингу знают, что для максимального использования потенциала социальных сетей нужно очень внимательно прислушиваться к аудитории, делиться с аудиторией только важной (актуальной) информацией и позволять другим делиться и распространять ее. Эффективный SMM невозможен без качественного и актуального контента.

Ваша SMM-стратегия зависит от стратегии контент-маркетинга. Соответствующий контент привлекает людей и заставляет их делиться контентом. Этот обмен расширяет аудиторию в новый мир потенциальных поклонников, друзей и клиентов.

Независимо от того, являетесь ли вы крупной корпорацией или индивидуальным предпринимателем, маркетинг в социальных сетях может быть самым доступным и мощным рекламным оружием в вашем арсенале. Вы можете использовать его, чтобы укрепить в себе уверенность и авторитет, и он будет способствовать росту вашего бизнеса в геометрической прогрессии.

Соответствующие целевые группы

Чтобы компании могли успешно использовать социальные сети, важно точно определить свою целевую группу. К каким людям вы хотите обратиться и как их можно разделить на одну или несколько групп? Это дает вам возможность разрабатывать маркетинговые кампании, которые идеально подходят вашим покупателям. Наилучший канал социальных сетей также можно найти на основе целевой группы, в конце концов, все платформы по-разному ориентированы на то, какие группы людей наиболее активны. Важно знать, какие требования предъявляются к вашей целевой группе, и какие каналы социальных сетей вам подходят!

Снапчат

Это гибрид мессенджера и социальной сети. Принцип состоит в основном из коротких видеороликов, так называемых снимков, и особенно популярен, потому что они удаляются через короткое время. На Snapchat можно найти представителей поколения Z и, следовательно, людей, родившихся на рубеже тысячелетий и примерно в 2012 году.

Инстаграм

Большая часть активности в Instagram принадлежит миллениалам. Они также известны как поколение Y и описывают людей, родившихся с начала 1980-х до начала тысячелетия. Они составляют от 15 до 20 % нынешних частных домохозяйств и образуют очень разнородную группу. Постоянное общение здесь на вес золота.

Фейсбук

В настоящее время является самой актуальной платформой социальных сетей. Миллениалы также в основном на Facebook, тем не менее, старшие поколения старше 50 также все чаще открывают для себя эту платформу.

Ютуб

Это видеопортал, обслуживающий секторы игр, спорта и обзоров или инструкций. Платформа идеально подходит для презентации компании, поскольку она наиболее популярна среди всех возрастных групп. Сферы интересов разнообразны, охват размещенных видео может быть огромным.

Твитер

Стал известен как служба коротких сообщений, которая окупается для компаний, особенно за счет использования хэштегов. Это позволяет напрямую обращаться к целевым группам и очень быстро определять тенденции. Twitter в настоящее время остается популярным для просмотра текущих тикеров и новостей в различных областях, а также текущих новостей.

Пинтерест

Канал в социальных сетях Pinterest состоит в основном из изображений. Пользователи могут искать идеи, черпать вдохновение и создавать свои собственные альбомы. Pinterest в основном используют миллениалы и бэби-бумеры – люди старше 50 лет. Большинство людей, к которым здесь следует обращаться, – женщины.

Социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни почти для всех молодых людей и многих людей все более старшего возраста. Очень немногие используют только один из многих каналов во всемирной паутине. Смартфон также породил другие платформы, такие как Instagram, и каждый может получить доступ ко всему, от новостей о тенденциях и шумихе до информации о продуктах.

В связи с этим стремительным ростом маркетинг в социальных сетях – это разумное вложение в будущее, и поэтому он стал основным пространством действий и уже не может быть представлен без него. В зависимости от темы такие социальные приложения также жизненно важны для определенных отраслей и концепций.

Социальные сети – это выгодное вложение или маркетинговый канал, который следует использовать из-за широты охвата. Это требует чувства пропорции и точности подгонки, так как разные темы могут быть реализованы и иметь очень разные эффекты.

Маркетинг в социальных сетях как часть общей стратегии стал незаменимым и составляет стабильную основу маркетинга вашей компании. Большим преимуществом социальных сетей является чрезвычайно точный подход к целевой группе, обычно без больших потерь.

Вы можете добиться успеха, приложив относительно небольшие усилия. Постепенно объем продаж может увеличиваться. Возможности определяются как особенно благоприятные, поэтому идеальным вариантом является широкомасштабная кампания.

Цели маркетинга в социальных сетях

Разработка стратегии маркетинга в социальных сетях, идеально подходящей для соответствующей целевой группы вашей компании, дает вам множество преимуществ. Но каковы точные цели, которых можно достичь с помощью таких маркетинговых кампаний?

Повышение узнаваемости бренда

Социальные сети сейчас как никогда популярны в России и во всем мире. В одной только Российской Федерации более 38 миллионов человек ежедневно пользуются различными социальными каналами. Очень полезно поделить присутствием вашей компании в Интернете на различных платформах социальных сетей, чтобы повысить узнаваемость вашего бренда. Доказано, что только высокий уровень взаимодействия с пользователями повышает ваш уровень осведомленности. Сюда входят не только самостоятельно созданные сообщения на веб-сайте вашей компании, но также лайки, репосты, репосты и комментарии. Перенаправление заинтересованных посетителей на ваш сайт также увеличивает вашу известность.

Увеличить охват

Если вы хотите расширить охват, важным шагом является повышение узнаваемости бренда. Потому что: если о вашей компании узнает все больше и больше людей, о ней будут рассказывать, обсуждать и рекомендовать. Это автоматически увеличивает ваш диапазон. Кроме того, это также полезно в связи с соответствующим алгоритмом канала социальных сетей: чем больше действий происходит на вашей странице (например, публикаций, лайков и репостов) тем чаще вы появляетесь на временной шкале ваших подписчиков. Но как привлечь еще больше потенциальных клиентов и повысить коэффициент конверсии? Например, размещение видео в реальном времени, чтобы анонсировать новые продукты, включить ссылки на веб-сайт и специальные предложения в свои сообщения или профили, провести маркетинговую кампанию в социальных сетях.

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.