

Продвижение и оптимизация в социальных сетях

12+



Сергей Бардин

SMM и SEO для новичков

Сергей Бардин

**Продвижение и оптимизация
в социальных сетях**

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Бардин С. А.

Продвижение и оптимизация в социальных сетях /
С. А. Бардин — «ЛитРес: Самиздат», 2020

ISBN 978-5-532-99429-4

Продвижением в социальных сетях — является привлечение внимания необходимой целевой аудитории к опубликованной информации при помощи социальных сетей. Своего рода оно представляет собой вовлечение людей в информацию, товар либо услугу, которая продвигается продвигаемую в social media. SMM переводится как маркетинг в социальных сетях.

ISBN 978-5-532-99429-4

© Бардин С. А., 2020
© ЛитРес: Самиздат, 2020

Содержание

Что такое социальные медиа?	6
Что такое маркетинг в социальных сетях (SMM)?	7
Самые известные социальные сети	8
Facebook	9
Твиттер	10
Google+	11
YouTube	12
Маркетинговые стратегии в социальных сетях	13
Конец ознакомительного фрагмента.	14

Сергей Бардин

Продвижение и оптимизация в социальных сетях

Социальные сети – это веб-сайты и приложения, предназначенные для быстрого и эффективного обмена контентом. Возможность обмениваться фотографиями, мнениями и событиями в режиме реального времени изменила наш образ жизни и способ ведения бизнеса. Зная, как использовать социальные сети для продвижения бизнеса можно существенно увеличить продажи.

Что такое социальные медиа?

Социальные медиа – это любой цифровой инструмент, который позволяет пользователям быстро создавать и делиться контентом с общественностью. Социальные сети охватывают широкий спектр веб-сайтов и приложений. Некоторые, например, Twitter, специализируются на обмене ссылками и короткими письменными сообщениями. Другие, такие как Instagram и TikTok, созданы для обмена фотографиями и видео. Любой человек, имеющий доступ к интернету, может зарегистрироваться в социальной сети. Продвижение на таких площадках начинается с того, что пользователь создает профиль, обычно указывая имя и адрес электронной почты. После этого он может выкладывать контент и обмениваться им. Кроме того, пользователи могут находить других людей, чей аккаунт они хотят отслеживать или комментировать. В зависимости от типа социальных сетей есть возможность подписаться на другого блогера, бренд, фирму или добавить их в друзья.

Что такое маркетинг в социальных сетях (SMM)?

Маркетинг в социальных сетях (SMM) стал модным словом в современном мире. С использованием социальных сетей, на рекордно высоком уровне, успешные компании переместили значительную часть своей рекламной нагрузки на онлайн-платформы, которые ежедневно посещают тысячи пользователей. Ни одна маркетинговая и рекламная стратегия в настоящее время не обходится без планирования бюджета и использования маркетинга в социальных сетях. Так что такое SMM?

Маркетинг в социальных сетях – это тип онлайн-маркетинга, ориентированный на социальные медиа, веб-сайты и форумы. Он нужен для достижения коммуникативных и брендинговых целей, поскольку каждая из них лежит в основе рекламной кампании. Другими словами, когда бизнес создал страницу в социальной сети, он хочет привлечь к ней внимание и трафик, а **SMM** – метод, позволяющий добиться этого.

Маркетинг в социальных сетях имеет много общего с поисковым маркетингом (SEO). Определяющим фактором в SEO является поиск и реализация новых историй, идей и новостей. SMM занимается тем же, когда компании публикуют новые и интересные истории, броские изображения и контент с нужной информацией. Таким образом, SMM – это всего лишь еще одна форма поискового маркетинга, которая была разработана специально для социальных сетей.

Компании, стремящиеся продвигать себя в социальных сетях, создают интересный контент, который, как они надеются, понравится пользователям. Это приводит к тому, что эксперты называют электронным «сарафанным радио». Оно включает в себя любое сообщение, комментарий или симпатию, неприязнь пользователей, генерируемые для контента, размещенного на социальных форумах. Бизнес воспринимает это как сигнал одобрения или наоборот неодобрения, если реакция на продукт или услугу отрицательная. Социальные сети дают возможность высказать свое мнение любому человеку, и они широко доступны, поэтому это может быть, как преимуществом, так и недостатком для бизнеса, борющегося за создание своей репутации.

Самые известные социальные сети

Социальные медиа – это широкий термин. В рамках этого понятия различают площадки, которые очень отличаются друг от друга, и поэтому стратегия продвижения бизнеса на них также будет разной.

Количество социальных сетей в интернете сегодня вызывает удивление. Из нескольких, существовавших около 10 лет назад, сегодня работают сотни. Вот некоторые из самых известных:

Facebook

По данным из открытых источников Facebook имеет более 2,4 миллиарда активных пользователей, что делает его самой популярной социальной сетью в мире. Естественно, он предоставляет замечательную возможность для маркетологов – извлечь выгоду из контента и вовлеченности пользователей. Маркетинг в Facebook – это активное использование площадки в качестве коммуникационного инструмента и канала для взаимодействия и вовлечения клиентов. На протяжении многих лет некоторые компании держались наплаву исключительно потому, что они создали страницу в Facebook и начали продавать на сервисе свои продукты и услуги. Маркетологи могут создавать как индивидуальные, так и бизнес-профили для распространения информации или создания базы подписчиков продукта, услуги. Facebook также предлагает платную рекламу для пользователей, которая позволяет им выбирать изображение и текст, которые будут закреплены в рекламном блоке.

Твиттер

Маркетинг в Twitter – это еще один способ продвижения вашего бренда и установления контакта с вашей целевой аудиторией. Общеизвестно, что Twitter – это мощный инструмент, где вы можете найти информацию по любой теме, будь то развлекательный контент или международные новости. По сути, маркетинговая стратегия в Twitter – это хорошо продуманный план, который фокусируется на создании, публикации и распространении контента для ваших клиентов и подписчиков через Twitter. Конечная цель – повысить узнаваемость бренда, привлечь новых подписчиков и потенциальных покупателей, увеличить конверсию и продажи. Как и Facebook, Twitter также позволяет компаниям использовать рекламу для продвижения.

Google+

Он работает таким образом, что может предоставлять новые функции для SMM, которых нет на других сайтах. Возможность интеграции нескольких сервисов Google, таких как Google Maps, идеально подходит для продвижения вашего бизнеса. На веб-сайте также есть функция под названием Google circles, которая позволяет компаниям сегментировать весь свой рынок на различные группы. Например, если вы хотите предлагать скидки только некоторым людям, которые сделали больше всего покупок, вам понадобится Google circles. С помощью Hangout бизнес может проводить онлайн – видеоконференции, чтобы заинтересовать пользователей, представить, продвинуть новый продукт или услугу, анонсировать события и т. д.

YouTube

YouTube не нуждается в представлении. Он имеет более 2 миллиардов пользователей, которые регистрируются ежемесячно. Благодаря миллионам информативных и развлекательных видео на YouTube, компании используют площадку для привлечения новых клиентов и распространения информации о своем бренде.

Маркетинговые стратегии в социальных сетях

Определение стратегии для социальных медиа – это уникальный процесс для каждой компании, поскольку любая фирма имеет свои собственные цели, которые должны быть достигнуты. Но общий план действий, которому следуют онлайн-маркетологи, остается прежним. Он включает в себя:

Разработку стратегии

Вы, должно быть, уже поняли, что социальные сети – это обширная область. Этот термин затрагивает не только Facebook и Twitter, существуют и другие площадки имеющие свою аудиторию. Поэтому крайне важно, чтобы онлайн-маркетолог начинал свои действия с разработки стратегии. Некоторые основные элементы планирования включают в себя ответы на следующие вопросы: Кто моя аудитория? Что я хочу продвигать? Как я буду это делать? Какие инструменты я буду использовать? Как долго будет действовать кампания? Что рынок предпочитает видеть с точки зрения рекламы? Когда вы ответите на все эти вопросы, у вас будет список целей, задач и ресурсов, которые вы можете использовать при разработке маркетинговой стратегии 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.