Основы SMM для начинающих: о задачах, методах и аудиториях

 Давайте ответим на вопрос, почему вашему бизнесу НУЖНЫ соцсети.

**1. Ваша ЦА ждет вас**

Помните, в социальных сетях уже сейчас есть те, кто знаком с вашими услугами, а другие — ищут их.

Поэтому вам остается только [настроить рекламу](https://timeweb.com/ru/community/articles/nastroyka-targetirovannoy-reklamy-dlya-facebook-i-instagram) и улучшайте отношения с текущими читателями. Подписчики, которым нравится то, что вы делаете, сами будут вас продвигать: делиться публикациями, писать о вас посты, рассказывать друзьям и так далее.

**2. Почти нет конкуренции**

В соцсетях есть очень много аудиторий, зато мало предпринимателей, которые умеют с ними работать. Поэтому SM-маркетинг — отличный способ обойти конкурентов.

**3. Трафик на сайт**

Вы можете перехватить пользователей социальных сетей, заинтересовать их и отправить на свой сайт. В соцсетях очень быстрая конверсия. Главное — не стесняйтесь и не жалейте выдавать полезную информацию. Чем больше вы расскажете, тем больше получите взамен. Пользователь пойдет к вам на сайт, чтобы узнать еще больше и принять (зачастую положительное) решение о покупке ваших услуг.



Этапы продвижения социальных сетей

Коротко пройдемся по этапам, которые вам нужно будет преодолеть на пути к успешному аккаунту:

1. Создание аккаунта, группы или сообщества.
2. Визуальное оформление, выбор аватарки и обложки.
3. Наполнение группы контентом, свежими новостями, акциями, развлекательными постами и прочем.
4. Набор аудитории: реклама или бесплатные способы продвижения (о них мы еще поговорим).
5. Контент-стратегия: распишите, какие у вас цели продвижения в соцсетях и как вам их достигнуть.
6. Обратная связь с аудиторией: опросы, дискуссии, ответы на комменты.
7. Оценка результативности и (опционально) смена контент-стратегии.

Работа с ЦА

Целевая аудитория — очень интересная штука, и для продвижения не будет достаточно таких характеристик, как пол, возраст и геолокация.

Для кого вы, владелец бизнеса, хотите делать или уже делаете товары? Кому вы предлагаете услуги? Вы должны глубоко проанализировать свой продукт и понять, кому он нужен и какие боли он закрывает.

И самый лучший вариант продвижения — это соцсети, потому что в них на каждый продукт найдется свой покупатель! Забудьте о том, что в соцсетях сидит только молодежь и что здесь нереально делать серьезные бизнесы или находить клиентов. Соцсети — это уже давно не про обычные фоточки и комментарии от друзей, здесь давно продвигаются юристы, фрилансеры, учителя, врачи, художники и многие другие! Так почему же вы еще не с ними?

Какую соцсеть выбрать?

Выбор правильной соцсети для продвижения — вопрос, не первый год волнующий весь интернет. Самыми популярными и быстро растущими социальными сетями на данный момент являются:

* Facebook
* YouTube
* WhatsApp
* Instagram
* TikTok
* Twitter
* LinkedIN

Соцсети расположены в порядке от самой большой по аудитории к самой маленькой (из этого списка, конечно же, и на данный момент).

Принципиально могу дать вам три совета по выбору социальной сети:

1. Проверяйте наличие в ней ваших конкурентов. Если они есть — соцсеть вам подходит. Если нет — значит, кто-то уже явно пытался, но не справился и ушел. Попробовать можно, но будьте осторожны, чтобы не слить весь бюджет.
2. Проверьте вашу контент-стратегию. Какая социальная сеть лучше всего подходит для достижения поставленных целей?
3. Обращайте внимание на особенности каждой соцсети. Например, в ВК и Фейсбуке нужно постить информацию несколько раз в день, и обычно это текст с картинками. В Твиттере вы можете публиковать только короткие отрывки. Инстаграм — идеальная соцсеть для интернет-магазинов, потому что там нужно публиковать фотографии. В ТикТоке можно публиковать короткие видео. И так далее...

Позиционирование

Итак, мы прописали, чего хотим добиться, выбрали соцсеть и создали группу. Первым делом я советую поставить себя на место вашего потенциального клиента. Что он хочет увидеть у вас на странице?
Ваша задача проверить, насколько ваш профиль готов к продвижению. Иначе говоря, почему пользователю стоит на вас подписаться? Сразу ли понятно, кто вы и какие услуги предоставляете? Есть ли на вашей странице полезный контент? Подумайте о том, что нужно потенциальному клиенту и внедрите это.

Аналитика

В аналитику входит анализ результатов и коррекция стратегии продвижения. Какая реклама сработала лучше всего? Как часто на сайт приходят клиенты из соцсетей? Пользуются ли читатели вашего сайта кнопками перехода в социальные сети? Все это вы должны видеть и анализировать.

Основы оформления социальных сетей

Вот несколько рекомендаций по оформлению вашего аккаунта:

* Создайте и придерживайтесь единого стиля публикаций. Во всех соцсетях и постах используйте одинаковые цвета, шрифты, символы и т.д. Это способствует узнаваемости бренда.
* Адаптируйте размеры публикаций и логотипа к требованиям каждой сети. Следите за тем, чтобы фотографии не растягивались и не обрезались.
* Сделайте красивую обложку и логотип, ведь от них будет зависеть первое впечатление от вашего аккаунта. Напоминаю про единую цветовую гамму и стиль!
* Протестируйте внешний вид вашей страницы на разных устройствах. Проследите, чтобы все выглядело одинаково хорошо и на ПК, и на ноутбуке, и на смартфоне.

Качественный контент

Делайте качественный и полезный контент!

Тогда подписчики будут продвигать вас сами: ставить лайки, делать репосты, комментировать. Это влияет на охват! Соцсеть начинает показывать ваши публикации бОльшему количеству подписчиков и добавлять вас в рекомендации.

Также вовлекайте подписчиков в аккаунт. Тем подписчикам, с которыми вы коммуницируете, ваши публикации показываются в гораздо большем объеме.

****

Поисковая оптимизация

Ваши страницы в соцсетях также могут попасть в поисковую выдачу. Поэтому не забывайте упоминать релевантные ключевые запросы и оптимизировать ваши публикации.

Ключи должны быть:

* в названии;
* в описании;
* в обсуждениях;
* в комментариях.

Также влияет вовлеченность подписчиков в публикацию: лайки, комментарии, репосты.

**Взаимный пиар с группами с похожей целевой аудиторией**

Давайте представим, что у вас есть свой интернет-магазин товаров для дома. Вы создали аккаунт в Instagram, и у вас уже есть тысяча подписчиков.

Вы можете найти неконкурирующие с вами аккаунты с вашей целевой аудиторией и предложить взаимную рекламу. Например, можно найти аккаунты о домашних рецептах или одежде для дома.

**Комментарии в других аккаунтах**

Общайтесь от имени вашего бренда в комментариях блогеров из вашей ниши и лидеров мнений.

Как можно заработать на соцсетях?

Тут тоже многое зависит от того, что вас привлекает больше. Способов бесконечно много. На всем, что вы умеете, можно заработать!

Вы можете создавать инфопродукты, перегонять аудиторию в офлайн, продвигать чужие аккаунты, выступать спикером на марафонах или самому их организовывать. Любая ваша фантазия может принести вам хороший доход и новые возможности.

