## Лекція 4. Просування в соціальних мережах

### План

1. Соціальні мережі та їх вплив на просування сайтів
2. Основні методи просування в СМ.
3. Інтеграція із соціальними мережами
4. Основні правила просування у соцмережах

### Соціальні мережі та їх вплив на просування сайтів

***Соціальні мережі*** (далі СМ) – це середовище, у якому користувачі можуть дружити-обмінюватися думками, викладати фото і відеоматеріали.

#### Основні завдання просування у СМ:

1. Залучення нових відвідувачів.
2. Підвищення репутації ресурсу поза сайтом (PR).
3. Покращення позиції в пошуковому просуванні.
4. Створення постійної аудиторії поза сайтом.

#### Вплив соцмереж обґрунтовано:

* великою кількістю щоденної аудиторії користувачів, які знаходяться в них; сумарна щоденна аудиторія СМ більш 60млн користувачів;

* великою значимістю для індексації посилань (але не всі соцмережі дають право на індексацію); так само як і сайти, не всі ПС і вбудований пошук СМ дають можливість індексувати посилання в силу непопулярності аккаунта користувача, який їх розміщує;

* спонтанним поширенням інформації з вашого сайту (вірусність); «вірус» побудований на принципі обміну (поділитися) і рекомендацій іншим користувачам СМ;

* впливом на поведінкові фактори при просуванні сайту; користувачі СМ – більш активна аудиторія ніж пошукова, але не завжди цільова; якщо тематика і інтереси користувача СМ і ваші співпадають – конверсія таких відвідувачів дуже велика.

### Основні методи просування в СМ.

1. Запрошення одного поділитися інформацією.
2. Реклама в Групах. Реклама в біржах груп (аналіз [www.trendio.ru](http://www.trendio.ru/) <http://forumok.com/>http://sociate.ru).
3. Реклама в офіційному джерелі, наприклад, <http://www.facebook.com/ads/manage>(Facebook.com)
4. Залучення фахівців в області:

профільні форуми (**forum.antichat.ru, forum.searchengines.ru, mastertalk.ru**

і інші);

індивідуальні фахівці.

1. Сервіси для просування (покупка користувачів за гроші – оффер):

socialtools.ru (найчистіший);

soc-service.com.ru (брудна накрутка);

ztpro.ru (мікс).

#### Основні характеристики контенту орієнтованого на просування сайту в соціальних мережах:

* оригінальність або унікальність інформації;

* актуальність і регулярна оновлюваність стрічки; * повнота наданої інформації;

* чесність і правдивість інформації; * медіа складова: фото, відео та аудіо.

* контент повинен викликати емоції (негативні або позитивні), тому що тільки такий контент здатний спровокувати залишення посилання з соціальних медіа.

### Інтеграція із соціальними мережами

Другий важливий пункт просування в соціальних медіа системах – інтеграція. Сьогодні можна виділити наступні її види.

*Реєстрація і вхід на сайт за допомогою соціальних мереж.* Сьогодні все складніше і складніше змусити користувача зареєструватися на своєму проекті, і щоб хоч якось спростити цей процес, слід запропонувати йому варіант авторизації за допомогою соціальної мережі. Більш зручна реєстрація спонукає користувача стати активнішим на сайті, а також у нього виникне бажання повернутися на проект ще не один раз.

*Впровадження кнопок* «Like», «Подобається», «Зберегти», «Твітнути» тощо. Ці кнопки будуть служити певним поштовхом до дії. Зазвичай їх встановлюють в кінці статті.

*Коментарі* до своїх додатків соціальних мереж. Дві найпопулярніші соціальні мережі (Facebook і ВКонтакте) пропонують кожному сайту вставити свій модуль коментарів, які збільшать число бажаючих до коментування, а також дадуть можливість залишати додаткові посилання в соціальних мережах на ваш проект.

*Установка віджетів соціальних груп*. Користувачі повинні бачити, що на сайт підписана маса людей в соціальних мережах, значить і для себе вони можуть знайти щось цікаве.

#### Інформація з сайту повинна виходити за межі проекту

Якщо в просуванні під пошукові системи орієнтуються в основному на те, що інформація не повинна витікати з сайту, то тут навпаки, необхідно надати користувачам усі можливості, які дозволять йому самому розповісти про пост і дати посилання на повну версію матеріалу (на ваш проект).

Вихід інформації можна забезпечити за допомогою інтеграції з соціальними мережами. Зокрема основний спосіб виходу інформації криється в спеціальних кнопках, які дозволяють опублікувати назву, опис і посилання на новину в своїх соціальних медіа: блогах, соціальних мережах, співтовариствах, закладках тощо.

### Основні правила просування у соцмережах

* *Не перетворюйте групу в СМ в збірник реклам вашого сайту*. Реклама в чистому вигляді нікому нецікава!

* *Дотримуйтесь тематичністі*. Часто можна зустріти групи, які намагаються розбавити свої рекламні посилання з фразами, у яких перебільшене почуття гумору, анекдотами, жартами, смішними картинками і шокуючим відео. Так можна робити, тільки якщо це відповідає вашій темі. Однак у більшості випадків, ці пости є зайвими. Якщо необхідно розбавити стрічку, то в ній краще публікуйте посилання на тематичні пости і статті, але при цьому посилання не повинні вести на прямих конкурентів.

* *Будьте актуальними.* Пам'ятайте, що всі новини в соціальній сфері з'являються швидше, ніж на більшості веб-сайтах. Отже, дуже важливо в подачі своїх постів бути першими. Дайте можливість своїм читачам отримувати інформацію з перших вуст. Нехай у них виникне відчуття, що ви тримаєте «руку на пульсі». В такому випадку, ваша група буде розвиватися лише тому, що в ній новини надходять раніше, ніж в групах конкурентів.

***Просування блогами*** відрізняється від просування Вічними посиланнями і статтями лише тим, що блоги, як і будь-який соціально активний елемент (інтеграція з соцмережами, своя платформа обміну і цитування) мають властивості поширюватися на сторонні сайти разом з матеріалом і разом з ефектом вірусності, ми займаємося посівом фактично безкоштовних посилань на хороші ресурси в мережі.

#### Сервіси якісної покупки посилань в блогах:

 forumok.com;

 www.buypost.ru;

 advert-control.ru;

 www.rotapost.ru;

 blogun.ru.

***Купівля посилань*** в постах повинна супроводжуватися аналізом:

* якості контенту (унікальність) і обсяг матеріалу (не менше 700 знаків, бажано входження ваших ключових слів в тілі новини);

* кількості передплатників і читачів блогера; це дасть ефект «сарафанного радіо»;

* цікавості матеріалів;

* часу публікації (наприклад, пост розміщують вночі, з ранку його забивають нові новини в стрічці тобто цей пост ніхто не побачив);

* швидкості розміщення матеріалу по заявці;

* кількості вже розміщених блогером оглядів-постів і якістю їх індексації в ПС; таку інформацію надають сервіси розміщення.

*Рекомендуємо ознайомитись:*

Статті по темі «Соціальні сигнали» <https://goo.gl/3rbEHN>