

## ТЕМА 8

### РЕКЛАМНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПОПУЛЯРНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: FACEBOOK, INSTAGRAM, LINKEDIN, TWITTER

- 8.1. Огляд основних інструментів SMM для підвищення ефективності маркетингу в сучасних умовах.**
- 8.2. Вибір інструментів для просування сторінок в соціальних мережах**
- 8.3. Сервіси SMM що дозволяють підвищити ефективність роботи з просування в соціальних мережах**
- 8.4. Платна і безкоштовна розкрутка в соціальних мережах**

#### 8.1. Огляд інструментів SMM для підвищення ефективності маркетингу в сучасних умовах.

Інструменти SMM (social media marketing) просування сьогодні стають наймовірно затребувані серед інтернет-маркетологів і власників сайтів.

Компанії малого та середнього бізнесу звертаються до соціальних мереж як до одного з найефективніших інструментів інтернет-маркетингу. Ринок інтернет реклами росте на 21% вже протягом декількох років. Друковані видання втрачають 8%, а ТВ зростає на 10%. Обсяг ринку реклами в інтернеті скоро обжене телебачення.

Разом з ринком і популярністю інтернет-маркетингу розвивається і SMM. З'являються нові інструменти smm, додатки і платформи. Однак, далеко не кожен інструмент smm підходить всім.

У SMM використовуються як білі, так і чорні методи просування. Деякі інструменти smm можуть не тільки не допомогти в просуванні через соціальні мережі, а й нашкодити просувається бренду.

Щоб домогтися успіху в просуванні через соціальні мережі, потрібно розбиратися в сучасних інструментах smm і розуміти який з них буде ефективніше і вигідніше для конкретного бренду і обраної для просування соціальної мережі.

Розглянемо існуючі сьогодні білі інструменти SMM і виділимо основні переваги та недоліки.

Зараз для кожної компанії важливо:

- ✓ швидко визначити найбільш вигідні та ефективні інструменти для просувається проекту.
- ✓ легко набрати нових передплатників в групи
- ✓ збільшити залучення.

#### **15 білих інструментів SMM**

Перед початком застосування інструментів SMM, потрібно розуміти, що SMM в першу чергу спрямований на збільшення попиту на послуги.

Якщо сайт просувається через соціальні мережі, залучається цільова аудиторія в групи і створюється додатковий якісний трафік на сайт, підвищується популярність і лояльність бренду і інші переваги.

Зупинимося докладніше на **сучасних інструментах SMM**, щоб чітко уявляти які будуть найбільш корисними, ефективніше і менш затратні в тій чи іншій ситуації.

### **1. Контент-маркетинг**

З контент-маркетингу в принципі і починається SMM. Якість контенту визначає роботу і ефективність інших інструментів SMM. Чим краще контент, тим дешевше і краще працюватимуть і інші інструменти SMM.

**Контент** - це будь-який вміст, який споживає аудиторія: представництво в соціальних мережах, опис бізнесу, найманого, публікації, зображення, відео, прямі трансляції і залучають Сторіс.

**Відео** - найефективніший вид контенту, який допоможе збільшити залучення і конверсію. Для роботи з відео можна користуватися онлайн-відеоредакторами.

Наприклад, за допомогою InVideo можна створювати ролики тривалістю до 15 хвилин. Програма підходить для виробництва контенту новинний, пізнавальної, розважальної спрямованості. При підготовці відео можна задати якість, вирівняти звук, налаштувати інші параметри.

Онлайн-редактор відео InVideo - доступний в безоплатній та платній версіях. Навіть в першому варіанті користувачеві доступний широкий набір інструментів і шаблонів, так що він може підготувати за допомогою програми цілком якісне відео без ВОТЕРМАРК.

### **2. Управління співтовариством**

Управління співтовариством або ком'юніті-менеджмент це в першу чергу спілкування з користувачами! Ком'юніті-менеджер повинен вчасно обробляти питання, заперечення і негатив користувачів. Встановіть чіткий час реакції - в ідеалі 1-2 години. Жодній людині не сподобається, якщо йому доведеться чекати відповіді 2 дня.

Складіть FAQ "збірник" питань і відповідей, які частіше задають користувачі для прискорення часу реакції.

Працюючи з негативом, пам'ятайте, що ні в якому разі не можна видаляти обурені коментарі користувачів. Потрібно публічно і ввічливо їх обробляти. Перетворіть негатив і обурення в позитив і захоплені відгуки.

У процесі спілкування з користувачами прагнете до двосторонньої комунікації. Стимулюйте аудиторію до обговорень і підтримуйте таким чином активність в групах.

### **3. Робота з блогерами**

Цей інструмент SMM частіше використовується при просуванні в Інстаграмі, а також в YouTube, Вконтакте та Facebook. Домовляйтеся з блогерами через біржі і агентства.

Щоб заощадити:

займіться пошуком блогерів самостійно,

домовтеся про подарунки від вашої компанії в якості оплати.

Залучіть відомого блогера, щоб він провів серію прямих ефірів від вашого бренду або організуйте InstaMeet, зустріч Інстаграм блогерів.

#### **4. Органічна реклама або платний посів**

Органічна реклама - це розміщення платних публікацій в уже розкритих групах і паблік. Публікація може містити яку інформацію про яку просуває компанії, яку акцію або ж конкурсний пост.

Такі публікації зручно розміщувати через спеціальні біржі постів. Працюючи з такими біржами можна заздалегідь прорахувати охоплення зробленої публікації.

Вибирайте паблік суміжної тематики і з найбільш лояльною вашому бізнесу аудиторією. Зовсім не обов'язково публікувати в групи мільйонники, так як це буде дорого і охоплення буде покривати також і нецільову аудиторію.

#### **5. Активація в іграх соціальних мереж**

Онлайн ігри в соціальних мережах також використовуються для просування бренду через соціальні мережі. Прикладом такого інструменту SMM буде колись популярна гра Вконтакте - "Весела ферма". Одним з варіантів застосування цього інструменту буде розробка брендovanого будинку всередині гри. Користувач, який зайде в брендований будинок буде виконувати якісь дії, які будуть перетворюватися в дії в соціальній групі бренду. Цей дорогий, але креативний інструмент буде цікавий мас-маркету та ритейлу, тобто чогось дуже масовому і популярному.

#### **6. Оффери в стрічці новин Facebook**

Оффер або пропозиції - це розміщення купонів зі знижками на продукти для передплатників групи. Купонах можна встановити термін активації, підключити штрихкод або QR-код і налаштувати так, щоб це було вигідно бізнесу. Дуже цікаво те, що у цього інструменту SMM є вбудована віральная функція. Коли користувач активує купон, його друзям в стрічці Facebook транслюється новина про те, що він активував такий-то купон.

#### **7. Віджети**

Хороший і безкоштовний інструмент, щоб набрати передплатників в соціальні групи. Само собою більше ефекту цей інструмент принесе в тому випадку, якщо сайт вже має високу відвідуваність.

Віджети виглядають гірше соціальних кнопок, але вони однозначно краще соціальних кнопок в плані простоти для користувачів: всього лише в

один клік вони зможуть підписатися на групу. Також, віджет можна налаштувати так, щоб було видно, хто підписався друзів користувача, що викликає більше довіри до сайту.

Встановіть віджет кращою для цільової аудиторії соціальної мережі на головній сторінці сайту в самому верху, щоб користувачі побачили його відразу ж при вході на сайт.

Є безліч різних ресурсів, які допоможуть налаштувати і згенерувати код віджета для сайту. Ось наприклад один з них для Інстаграма.

## **8. Кругове просування**

Коли у вас вже є якийсь розвинений канал і ви збираєтеся запустити інший, використовуйте розвинений, щоб оголосити про запуск нового каналу. Наприклад, коли у вас вже є база для e-mail розсилки і ви відкриваєте представництво в соціальних мережах - повідомте про це e-mail передплатникам. Або ж ви можете просувати слабо розкручений канал в одній соціальній мережі за допомогою вже популярного каналу в іншій соціальній мережі і так далі.

## **9. Конкурси, як інструменти SMM**

Якщо ви захочете використовувати конкурси для залучення уваги до бренду, то використовуйте тільки перевірені і зрозумілі схеми. Участь в конкурсі має бути максимально простим і не віднімають більше пари секунд користувальницького часу.

### **Можливі конкурсні механіки:**

Конкурс за репост  
угадайка  
згадки друзів

Важливо, щоб приз був дійсно цікавий цільової аудиторії. Позначте заздалегідь зрозуміло і прозоро правила гри, щоб ніхто не сумнівався в чесності.

## **10. Крос-промо**

Домовляємося з партнерами, у яких схожа цільова аудиторія і приблизно одного рівня бренд і обмінюємося рекламними пакетами. Само собою бренди не повинні бути конкурентами. Потім проводимо спільну рекламну акцію з метою просування продукції, брендів, паблік, сайтів партнерів.

Це хороший інструмент SMM, який дозволить скоротити фінансові та трудові витрати на рекламу домовилися партнерів.

Можливі форми крос-промо:

Витрати на рекламну кампанію діляться порівну  
Рекламна компанія оплачується однією компанією  
Спільні дисконтні програми

## **11. Хештеги**

Також корисний інструмент SMM. Першою соціальною мережею, яка придумала і почала використовувати хештеги була Твіттер. За # хештег показується весь контент соціальної мережі під цим хештегом.

Хештеги добре працюють в Інстаграмі, Твіттері Вконтакте. Використовуйте кириличні та пов'язані з темою хештеги, щоб залучати тільки цільову аудиторію.

#### **Не потрібно:**

користуватися занадто популярними і запам'ятованими хештегом, тому що це негативно відіб'ється на іміджі і зіграє як понижуючий фактор у видачі публікацій в Інстаграмі,

використовувати занадто велику кількість хештегов в пості (20-30) - вас можуть порахувати спамером, а Інстаграм заблокувати аккаунт.

Кілька платформ, які допоможуть проаналізувати ефективність і вибрати хештеги:

- [Hashtagify.com](http://Hashtagify.com)
- [Websta.me](http://Websta.me)

### **12. Відеотрансляції і ефімерний контент**

Самий швидко розвивається вид контенту в соціальних мережах. Добре працюють відеотрансляції в Інстаграмі, в Твіттері через Periscope і Фейсбуці. Аналогічні сервіси є і в усіх соцмережах.

### **13. Пошукова оптимізація всередині соціальних мереж**

У соціальних мережах також як в Google є свій внутрішній пошук. Тому групи і паблік також як і в SEO потрібно оптимізувати, щоб вони ранжувались в пошуку соціальних мереж вище.

### **14. Соціальний бейдж сайту або сниппет**

Те, як відображається сайт при расшаріваніє посилання на нього в соціальних мережах і месенджерах. Налаштуйте який буде заголовок, підзаголовок і довантажувати картинка.

Перевірити результат можна опублікувавши посилання в тестовій соціальної групи. На зображенні можна розмістити рекламу або гаряче пропозицію

### **15. Таргетована реклама**

Не плутайте з чорними спам-розсилками всім підряд. За принципом роботи цього інструменту SMM повідомлення приходять хоч і масово, але таргетинг. Повідомлення можуть приходити в личку користувачам, які самі підписалися на якусь рубрику розсилки спільноти і дозволили такі повідомлення.

Головна перевага таргета - те, що така реклама показується тільки відповідної за параметрами аудиторії, яка схильна зробити цільову дію (підписатися, купити, перейти на сайт). Тобто це - «прицільний постріл».

Ще одна перевага таргетированої реклами - можливість сегментувати аудиторію ще й під кожен сегмент створювати персоналізовані оголошення.

Є у таргета й обмеження - досить жорстка модерація. Якщо оголошення не відповідає правилам конкретної соцмережі, воно буде відхилено.

Для Фейсбуку таргетована розсилка повідомлень приходить тільки тим, хто вступав у якусь взаємодію з брендом: клік Call-to-action кнопки або лайк якогось поста. У цьому випадку повідомлення приходять тільки лояльним користувачам, а не всім підряд.

#### **Підсумки:**

Ми розглянули основні інструменти SMM і їх переваги.

Не стали витратити час на опис чорних інструментів SMM, так як нічого крім бана в соціальних мережах і зіпсованої репутації вони не принесуть.

## **8.2. Вибір інструментів для просування сторінок в соціальних мережах**

### **Коротка схема початку вибору та роботи з інструментами SMM:**

1. Виберіть і опишіть сегменти цільової аудиторії, на які буде спрямована комунікація в соціальних мережах.
  2. Виберіть бажану соціальну мережу.
  3. Визначте завдання позиціонування.
  4. Продумайте який контент ви будете використовувати і чим він буде цікавий цільової аудиторії.
  5. Грунтуючись на попередніх чотирьох кроках і цієї статті виберіть відповідні для вашої ЦА і соціальної мережі інструменти SMM.
- Завжди користуйтеся тільки білими інструментами SMM.

Інструменти просування в соціальній мережі бувають трьох типів в залежності від їх «легальності»: білі, сірі та чорні. Розберемо кожен з них більш детально.

**Білі інструменти просування в соціальних мережах** - все офіційно дозволені інструменти просування груп і сторінок в соціальних мережах. Кожна соціальна мережа представлена своїми інструментами просування.

Але до числа найбільш поширених можна віднести наступні:

**Таргетингової реклама** - невеликі рекламні оголошення в різних областях сторінки ресурсу, як правило, вони складаються з зображення і підписи до нього. Відображається така реклама тільки певної цільової аудиторії, параметри якої можна вибрати в настройках даного типу реклами в соціальній мережі. Таргетингової рекламу пропонують практично всі соціальні мережі. Середня вартість місяці розміщення такої реклами становить 2-4 тисяч грн, оплата здійснюється як за покази, так і за кліки (на ваш вибір).

Особливістю таргетингової реклами є відсутність необхідності заводити сторінку або групу компанії, адже посилання таргетингової реклами виведе користувачів відразу на ваш сайт.

**Реклама в інших спільнотах і сторінках соціальної мережі.** Практично кожна соціальна мережа має площадку спільнот, де рекламодавець може розмістити рекламу своєї групи. Кожне співтовариство саме встановлює ціну на розміщення у себе реклами, але в середньому одноразове розміщення буде коштувати вам від 50 до 200 грн.

**Конкурси** - відмінний інструмент просування групи вашої компанії. Влаштуйте конкурс, в якому випадковий щасливчик, репостнувши запис отримає безкоштовний подарунок від вас, і користувачі самі розповсюдять інформацію про вашу компанію в соціальній мережі.

**SEO-оптимізація груп.** Так-так, сторінки в соціальних мережах теж треба оптимізувати під видачу як в пошукових системах, так і у видачі самої соціальної мережі. Але у випадку з групою, нам необхідно оптимізувати такі елементи: назва групи - впливає на видачу в соціальній мережі і в пошуковій системі; опис групи - впливає на місце видачі в пошуковій системі; URL-адресу - впливає на місце видачі в пошуковій системі.

**Спілкування з користувачами.** Найбільш трудомісткий і корисний спосіб. Він дозволяє краще зрозуміти споживача і завоювати його довіру.

**Сірі інструменти** - інструменти просування груп і сторінок, використання яких забороняють правила соціальних мереж. **До них відносяться:**

**Накрутка передплатників.** Чи не схвалюється ні одній із соціальних мереж. Дозволяє піднятися в пошуковій видачі в соціальній мережі, але при цьому висока ймовірність того, що соціальна мережа вас «розкусить» і заблокує вашу сторінку. Середня вартість за 1000 ботів коливається від 50 до 500 грн.

**Спам** також заборонений правилами соціальних мереж. Однак, він може принести позитивні результати. Для цього просто треба відправляти рекламні повідомлення тільки тим, кого може цікавити ваше пропозицію.

**Массфолловінг** - підписка на кого-небудь в соціальній мережі в надії, що на вас підпишуться у відповідь.

**Чорні інструменти** - ті інструменти просування, які заборонені не тільки соціальною мережею, а й законодавством. Таким є злом сторінок з подальшим розсиланням спаму.

Обравши відповідний інструмент, ви заощадите час та зможете належним чином здійснювати управління соціальними мережами, завдяки чому ваша контент-маркетингова стратегія для соціальних мереж стане дійсно ефективною. Але як дізнатися, які з них вам підійдуть?

Обирати ще складніше, якщо ви ніколи раніше не користувалися інструментами для роботи з соціальними мережами.

Варіант, який відповідатиме потребам блогера-початківця, буде далеко не найкращим вибором для маркетингового агентства з повним спектром послуг.

Перш ніж вкладати свій час — або гроші — у будь-який SMM-інструмент, ви маєте впевнитися в тому, що обираєте найкращі засоби, які допоможуть **отримати безпосередню користь від вашої контент-маркетингової стратегії.**

На що звертати увагу під час пошуку найкращих засобів SMM-маркетингу

- **Підтримка соцмереж:** шукати інструменти, сумісні, в першу чергу, з ключовими соціальними мережами (Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram).
- **Легкість використання:** можливість почати роботу зі своїм інструментом управління соціальними мережами якомога швидше та без зайвих витрат часу на навчання.
- **Соціальна активність:** оптимальним варіантом стануть інструменти, що допоможуть вам відстежувати контент та вживати відповідних заходів безпосередньо з платформи.
- **Публікація та планування розміщення:** не повинні докладати надмірних зусиль для здійснення обміну контентом та завчасного планування його публікації в соціальних мережах.
- **Аналітика та звітність:** добре розуміти, наскільки ефективним є ваш контент, та, за необхідності, обмінюватися показниками його ефективності з іншими.
- **Можливості для всієї команди:** якщо ви працюєте в команді, то для того, щоб успішно виконувати поставлені завдання, потребуєте певних можливостей для ефективної взаємодії та комунікації.
- **Ціна:** безкоштовний тарифний план або пробну версію, аби ви могли легко їх випробувати.

### 8.3. Сервіси SMM що дозволяють підвищити ефективність роботи з просування в соціальних мережах

#### Для медіа-контенту – «сам собі режисер»

Сьогодні вже зовсім не потрібно якогось спеціального і надто коштовного обладнання, щоб створити класний відео-сюжет, достатньо лише телефону (наприклад, рекламний ролик Bentley був відзнятий iPhone). В умовах сучасності, створення роликів для соцмереж є доступним.

Для того, щоб відео не виглядало занадто аматорським, вам потрібно лише знати декілька нехитрих програмок для його редагування.

Маркетинг розвивається в наш час дуже швидко, як, зрештою, і все довкола. То ж і SMM давно трансформувався з простого ведення сторінок у соцмережах в один з найголовніших маркетингових інструментів.

Ринок реклами постійно змінюється, стаючи більш «живим», а користувачі – більш вимогливими. Як за таких шалених темпів сучасності SMM менеджеру встигнути все і вижити?

Якщо ви вже «битий вовк», то, вочевидь, користуєтесь інструментами для



SMM-маркетолога, без яких вже не уявляєте своєї роботи. Але що робити тим, хто робить лише перші кроки в такому різноманітному і насиченому світі медійного маркетингу, та як не заплутатись в цьому «океані» інформації? Для цього пропонуються 10 найкорисніших, на наш погляд, сервісів, котрі допоможуть маркетологу виконувати поставлені задачі в два рази швидше і працювати ефективніше. На даний час таких сервісів вже налічується до 100, і кожний рік з'являються нові.

### 1. POW TOON

Дуже простий і зручний інструмент для SMM маркетолога. Вхід у систему доступний через google+, facebook, linkedin. Є безкоштовна і платна версії. У безкоштовній можна створювати відео до 5 хв. У вашому розпорядженні 16 варіантів шаблонів і 46 безкоштовних мелодій та 100 мб для зберігання відзнятих матеріалів (ми радимо одразу експортувати відео, наприклад, на youtube. Формати доступні в «шаровій» версії тільки ppt і pdf).

Для mp4 і HD доведеться купити про-версію, яка, зрештою, не потребує великих матеріальних витрат. Створеними роликами ви зможете ділитись у facebook, google+, twitter, linkedin або ж отримати код, який надасть можливість вбудувати відео в сайт.

### 2. MAGISTO

Ще один простий сервіс для обробки відео-матеріалів. У безкоштовній версії дозволено створювати ролик з 10 фото і 10 відео тривалістю до 15 хв і об'ємом не більше 1000 Мб. У facebook доступний режим HD. Інструмент також доступний у версії Android та iPhone. Розробники сервісу створили спеціальну технологію “Emotion Sense”, яка здатна виділяти ключові моменти у матеріалі та відкидати все зайве. Спеціальні алгоритми самі зв'язують потрібні сцени відповідними переходами та додають музичний супровід. Є можливість завантажити власний трек.

**Інфографіка.** Без інфографіки і яскравих зображень у соцмережах зараз просто ніяк. Створити гарну та інформативну картинку за 5 хвилин вам допоможуть такі **інструменти для SMM маркетолога:**

### 3. PICTOCHART

Завдяки цьому сервісу ви з легкістю створите інфографіку, бізнес-презентацію, звіт тощо. Користувач тільки вставляє текст в один з відповідних шаблонів, а далі сервіс створює потрібний вам матеріал самостійно. Публікація в соцмережах і завантаження у форматі JPG, PNG, PDF. За необхідності сервіс згенерує HTML код для вставки на сайт. Вхід у програму доступний також через facebook і google+.

### 4. CANVA

Дуже зручний сервіс для роботи з графікою серед багатьох подібних інструментів для SMM-маркетолога. Це, фактично, фотошоп “для чайників”. Розробники цього сервісу поставили собі за мету зробити веб-дизайн

доступним для кожного, навіть якщо ви зовсім без спецпідготовки та абсолютно не вмієте малювати. Система пропонує величезну кількість шаблонів, картинок, іконок, фонів і кольорів. Також можна додавати свої розміри та картинки у завантаженнях та створювати дизайн для facebook, pinterest, графіку для блогу, обкладинки, постери, презентації тощо. Все просто і доступно. Роботи можна зберегти у форматі JPG, PNG, PDF.

Мінусом програми є те, що вибір шрифтів в сервісі краще адаптований до латиниці.

P.S. Незважаючи на різноманітні та доступні можливості створення дизайну для кожного, дизайнерам не варто переживати за свою професійну діяльність, адже без роботи вони не залишаться, позаяк намалювати істинно оригінальну графіку зможе тільки професіонал.

## **5. CRELLO**

Український фоторедактор, який, по суті, є аналогом CANVA, але має значну перевагу: великий вибір шрифтів для тексту, що адаптований під кирилицю. І це круто! Тут також багато шаблонів для соцмереж, банерів, плакатів та інших форматів контенту. Крім того, можна створювати власні зображення і зберігати в особистому профілі для використання. Сервіс є новим, тому ще не перестає вдосконалюватися і восени поточного року розробники обіцяють новинки, які наразі засекречені. Ну що ж, це інтригує!

### **Сервіси для аналізу ефективності**

Ці інструменти для SMM маркетолога допоможуть якісно оцінювати ефективність та якість роботи у соціальному медіа-просторі.

## **6. LIKEALIZER**

Сервіс дозволяє детально аналізувати ваші акаунти на facebook, а також сторінки конкурентів і дає рекомендації щодо їх покращення. За допомогою цього інструменту можна дослідити, що найкраще спрацьовує для сторінки і на що варто звернути увагу. Таким чином можна проаналізувати конкурентів, ввівши у стрічку пошуку адресу сторінки, яка вас цікавить і виявити «сильні» і «слабкі». Натиснувши на посилання «pages top post», ви зможете побачити 5 найпопулярніших записів, а зайшовши в розділ «popular» і задавши потрібні параметри можна виявити похибки на сторінці конкурентів.

Мінус: сервіс працює лише англійською мовою. Але для багатьох це не буде проблемою.

## **7. CYFE**

Сервіс для відслідковування та аналізу одного і того ж контенту в різних соцмережах, методом додавання до нього різних віджетів.

Зазвичай нам потрібно трошки часу для того, щоб «протестувати» всі інструменти, якими ми користуємося та зафіксувати отриману статистику.

Програма CYFE вирішує цю проблему, являючи собою окрему панель, котра дає можливість продивлятися дані з інших місць. Загалом тут простий інтерфейс, велика кількість віджетів, які допоможуть отримати дані з

популярних додатків, таких як :

- Google AdWords
- MailChimp
- Facebook
- YouTube
- Google Alerts
- Google Analytics    Gmail
- Google Trends
- Salesforce
- Google Webmaster
- Slideshare
- Bing Ads
- Vimeo та ін.

У CYFE є достатній вибір типів створення графіків (лінійні, круглі, стовпчикові). Інструмент допоможе всім, кому потрібно проаналізувати та промоніторити сторінку.

## **8. GOOGLE ANALYTICS**

Є дві основні цілі SMM – це трафік і генерація лідів. За допомогою цього сервісу GOOGLE ANALYTICS, у розділі «джерело трафіку», ви зможете моніторити кількість користувачів, які переходять на сайт із соцмереж.

У розділі «аудиторія» ви довідаєтесь, хто саме заходить на сайт. Зокрема вам відкриються такі показники вашої аудиторії: географія, демографія, інтереси, браузер, з якого зайшли на сайт, програмне забезпечення та багато іншого. Категорія «поведінка» розповість про те, наскільки відвідувачам цікавий контент. І якщо ви побачите, що якийсь матеріал має невисокі показники, то варто його вдосконалити, адже від цього залежить успіх вашої компанії!

### **Інструменти SMM маркетолога для публікації контенту**

Вміння планувати – одна з найкорисніших якостей SMM-спеціаліста. Щоб звільнити собі час і не шукати поспіхом потрібну ідею для публікації, використовуйте програми відкладеного постингу.

## **9. SMMPLANNER**

Це зручний інструмент для відкладеного постингу, завдяки якому ви можете запланувати пости на найпопулярніших майданчиках, таких як facebook, twitter, pinterest, vk, instagram, viber і тощо.

У безкоштовній версії є можливість публікації до 100 постів/місяць. Крім основної функції постингу, в сервісі присутні функції, котрі є дуже зручними для SMM маркетолога. Наприклад, попереднє відображення контенту. Як це працює? Ви завантажуєте потрібний контент на постинг і можете побачити, як він буде виглядати, коли опублікується. Одразу стає видно всі погрішності, які легко виправити.

Якщо ви не бажаєте, щоб котрийсь пост (наприклад, реклама) залишався

в стрічці назавжди, то його можна налаштувати таким чином, щоб він сам видалився за певний час.

## 10. BUFFER

Ще один інструмент для планування в таких соцмережах як facebook, twitter, linkedin.

Можливість створення до 10-ти безкоштовних записів і керування 12-ма профілями. Створення власного розкладу оновлень, зручний інтерфейс, версія для мобільних пристроїв. Такий інструмент стане помічником для тих, хто веде декілька акаунтів у соцмережах.

Сервіси та інструментів для SMM маркетолога допомагають працювати краще і з меншими затратами часу, а результати діяльності стають більш ефективними та вражаючими.

### 8.4. Платна і безкоштовна розкрутка в соціальних мережах

Розкрутка в соціальних мережах є комплексом заходів, який надає можливість залучити цільову аудиторію на конкретну сторінку, інакше це ще називається smm-просуванням в соцмережах або smm-маркетинг. Взагалі, розкрутка і заробіток в соціальних мережах взаємопов'язані. На практиці виявляється, що обліковий запис або група або навіть сторонній інтернет-ресурс не можуть бути рентабельними без отримання популярності серед певної кількості людей, яким буде цікава просувається тематика. Саме тому кожен бажаючий отримувати дохід в інтернеті, зацікавлений в просуванні в соціальних мережах своєї сторінки.

#### Особливості безкоштовної розкрутки в соцмережах

Ви можете використовувати безліч варіантів просування в соціальних мережах. Є навіть можливість розкрутки соцмереж безкоштовно за допомогою спеціальних програм або вручну.

**Система активного просування в соціальних мережах безкоштовно полягає в наступному:**

Самостійне запрошення в групи та спільноти, здійснення розсилок із зазначенням посилань для переходу на цільову сторінку або сайт, взаємопіар разом з іншими країнами, що розвиваються сторінками.

Використання безкоштовних програм для накрутки пошукових робіт.

Застосування CPA-сайтів для накрутки офферів і ін.

Всі представлені методи широко використовуються для безкоштовної розкрутки груп в соціальних мережах, але мають на увазі безліч підводних каменів.

Крім того, методи розкрутки в соцмережах залежать від конкретного майданчика. Наприклад, в Інстаграм ви можете вручну знаходити людей з вашої цільової аудиторії, лайкати їхні пости, дивитися Сторіс і підписуватися на їх акаунти. Це спонукає людей у відповідь заходити в ваш акаунт і підписуватися. Зараз люди надають менше значення «інстаграмной

ввічливості», але до сих пір цей спосіб працює і приносить свої плоди.

**Фейсбук** надає можливість запросити людей, які лайкнули ваш пост, підписатися на вашу сторінку. Причому це запрошення безкоштовно навіть для рекламних постів. Тобто, сама реклама, зрозуміло, платна, але можна абсолютно безкоштовно запросити поставити лайк сторінці (для Фейсбуку це рівнозначно підписці) тих, кому сподобалося рекламне повідомлення.

### **Негативні аспекти безкоштовної розкрутки в соцмережах**

Розкрутка через соцмережі вручну вимагає витратити багато сил і часу. Для цього вам буде потрібно відволіктися від особистих справ, а також роботи над іншими аспектами розвитку власного бізнесу і зосередитися на розсилці повідомлень вашим потенційним клієнтам. З огляду на, що в більшості соціальних мереж варто ліміт на додавання в друзі і відправки повідомлень протягом доби, то сам процес може затягнутися на невизначений час.

Розкрутка сайту і просування в соціальних мережах за допомогою використання спеціальних додатків також пов'язані з певними ризиками.

Так, якщо ви будете використовувати програму для розкрутки, соціальна мережа може виявити на вашій сторінці «підозрілу активність» і заблокувати її на невизначений час або взагалі назавжди, спровокувавши, як мінімум, втрату довіри у вже залучених вами представників цільової аудиторії.

Крім того, люди, залучені таким чином, будуть і не людьми зовсім, а ботами, тобто штучними сторінками, створеними виключно для наповнення паблік. Вони не будуть проявляти активність на вашій сторінці і тільки поповнять число передплатників, надавши можливість пустити «пил в очі» вашим потенційним клієнтам. СРА-сайти призводять приблизно до того ж результату з тією тільки різницею, що невеликий відсоток офферов (живих, але прямо не зацікавлених у вашому продукті інтернет-користувачів), все ж може зайти на вашу сторінку і «полайкати» контент.

Підсумовуючи, можна зазначити, що безкоштовне просування в соціальних мережах має наступні мінуси:

- ✓ повільно. За деякими підрахунками, раз в 10-20 і більше повільніше, ніж при використанні платних способів;
- ✓ ресурсовитратність. Майте на увазі, що мова йде тільки про ресурсах на розкрутку. Сюди не входять час і зусилля на створення якісного контенту, постинг, Сторіс, прямі ефіри, спілкування з передплатниками і так далі. На все це потрібно закладати окремі ресурси;
- ✓ ризиковано при використанні спеціальних програм або сервісів. Особливо це стосується **Інстаграм** - ця соцмережа прямо забороняє використання сторонніх програм для просування акаунтів;
- ✓ не гарантує якості аудиторії.

Низька ефективність безкоштовних способів SMM просування пов'язана з тим, що соцмережі не зацікавлені в тому, щоб надавати методи комерційної розкрутки безкоштовно. Тому все соцмережі так чи інакше обмежують таку можливість, «ненав'язливо» підштовхуючи до платного просування. Проте, грамотне використання хештегов, геолокації, Сторіс, прямих ефірів, що

залучає контенту може дати певний результат. Але, в переважній більшості, для комерційних цілей цього виявляється недостатньо.

### **Платна розкрутка сторінок в соціальних мережах**

Для досягнення кращого ефекту, безпечного для вашої спільноти і дієвого в плані просування, фахівці рекомендують звертатися до платних способам розкрутки акаунтів. Платні послуги по SMM-розкрутці в соціальних мережах ціни має найрізноманітніші. Все залежить від того, який саме варіант просування ви вибрали для тієї чи іншої сторінки.

Рекомендуємо прочитати: « Де замовити рекламу в соціальних мережах?»

Наприклад, якщо вам потрібна розкрутка фотографа в соціальних мережах, ви можете замовити наступні варіанти його просування:

- ✓ Розкрутка в соцмережах SMM-фахівцем за допомогою реклами, що розміщується на популярних сторінках, а також послуг таргетингу, що надаються самим сайтом.
- ✓ Розкрутка бізнесу в соціальних мережах за допомогою хештегірованія постів.
- ✓ Розкрутка компанії в соціальних мережах за допомогою проведення цікавих конкурсів і розіграшів.
- ✓ Розкрутка сторінок в соціальних мережах за допомогою запрошень до проведення флешмобів.

Всі ці заходи є «білі» методи просування, що надаються послугами спеціальних сервісів для розкрутки в соціальних мережах. Така розкрутка сайту через соціальні мережі потребують певних фінансових вкладень, за те допоможе зробити бізнес дійсно рентабельним.

В даний час найбільшу популярність має таргетована реклама, реклама у блогерів і проведення конкурсів. Орієнтування дозволяє вирішувати найрізноманітніші завдання.

Візьмемо smm-просування груп і акаунтів в Фейсбук і Інстаграм.

Потрібно розповісти про свій продукт якомога більшій кількості людей? Вибираєте метою рекламної кампанії «Охоплення» і показуєтеся дуже широко, самим різним людям. Потрібно залучити людей в групу?

Ставите метою «Залучення» і залучаєте тих, хто буде охоче лайкати, репоста і підписуватися. Зараз будь-який майданчик пропонує цілий набір інструментів для просування через соцмережі. Реклама у блогерів, як правило, дає хороший приплив користувачів в групу. Тут важливо правильно вибрати блогера, у якого є ваша цільова аудиторія. І тут на допомогу приходять спеціальні сервіси типу Epicstars.

Чому обирають платну розкрутку в соціальних мережах?

Розкрутка бренду за допомогою розміщення рекламних оголошень на сторінці популярного спільноти або тагетінговая реклама буде доведена до відома сотень, а то і мільйонів ваших потенційних передплатників, в залежності від вартості SMM-розкрутки і просування в соціальних мережах. Розкрутка товару в соцмережах за допомогою хештегів виділить їх серед асортименту інших постачальників, а розкрутка фірми в соціальних мережах конкурсами, розіграшами і флешмобами спровокує колосальну

активність на вашій сторінці і в разі підвищить її популярність.

Вкладення в рекламу можуть бути невеликими, навіть від 1000 грн на місяць (конкретні суми залежать від поставлених завдань і наявних можливостей). Але вони дозволять вам:

- ✓ дотягнутися до нових користувачів, яких ви не знаєте і які в іншому випадку ніколи не дізналися б про вас;
- ✓ показати пост всім передплатникам, яким може бути цікава ваша повідомлення;
- ✓ збільшити залученість і тим самим зробити вашу групу або аккаунт цікавіше і привабливіше;
- ✓ втягнути передплатників в ваші активності і підвищити інтерес до вашого продукту.

### Питання для самоперевірки



- 1 Який вид контенту є найбільш ефективним?
- 2 В чому різниця між білими, сірими та чорними інструментами СММ?
- 3 В чому заключається зручність органічної реклами?
- 4 Чому відео ігри вважаються найбільш перспективним плацдармом для реклами?
- 5 Чому конкурси (giveaway) такі популярні в країнах СНД але такі непопулярні в заїдних країнах?
- 6 Чому хештегам варто приділяти значну долю уваги?
- 7 В чому особливість Таргетингу та чому таргетована реклама така популярна?
- 8 10 сервісів для СММ-маркетолога?
- 9 Принцип дії активного безкоштовного просування
- 10 Принцип дії активного платного просування