



# Основи Social Media Marketing (SMM)

# Поняття SMM

*Social Media Marketing (SMM)* – вирішення маркетингових задач у соціальних медіа.

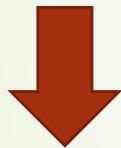
*Соціальні медіа включають:*

- соціальні мережі;
- персональні та колективні блоги;
- Інші форми самоорганізації користувачів у Інтернет

# Переваги соціальних мереж

- *Принцип «сарафаного радіо»*

Підходи до принципу «сарафанного радіо»



Міжпрофільне  
розповсюдження



Соціальне  
розповсюдження

# Переваги соціальних мереж

- *Таргетинг аудиторії* (фокусування рекламної кампанії на конкретний сегмент цільової аудиторії);
- *Нерекламний формат* (основний механізм взаємодії – спілкування на актуальні для користувача теми та розповсюдження цікавого для нього контенту);
- *Інтерактивна взаємодія.*

# Розповсюджені міфи про SMM

- у соціальних мережах люди нічого не купують;
- основна аудиторія соціальних мереж - діти ;
- SMM – це дорого;
- ефективність SMM-кампанії неможливо розрахувати.

# Адаптація SMM-кампанії під специфіку бізнесу

Великий  
бізнес

Вирішує стратегічні довгострокові маркетингові завдання: брендингу, підвищення інформованості цільової аудиторії, збільшення лояльності та довіри до продуктів бренду, відслідковування думок та настроїв серед цільової аудиторії

*Особливості:* велике охоплення робота на декількох майданчиках, інтерактивність комунікацій

# Адаптація SMM-кампанії під специфіку бізнесу

Великий  
бізнес



- девелопери та забудовники;
- виробники;
- банки та інші фінансові структури;
- кіностудії;
- мережеві оператори послуг;
- торгівельні мережі.

# Адаптація SMM-кампанії під специфіку бізнесу

Середній  
та малий  
бізнес

Вирішує тактичних завдань: підвищення продажів, анонс знижкових акцій, стимулювання користувачів на повторні покупки

*Особливості:* створення власних майданчиків, робота з вже інснуючими, що близькі за тематикою

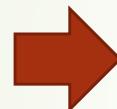
# Адаптація SMM-кампанії під специфіку бізнесу

Середній  
та малий  
бізнес

- торгівля;
- локальні виробники;
- сфера послуг (салони краси, фітнес-клуби тощо);
- туристичний сектор.

# Адаптація SMM-кампанії під специфіку бізнесу

Інтернет-  
бізнес



Отримання якісного трафіку, який володіє високою конверсією



*Особливості:* створення спільнот, блогів та мікроблогів, таргетована реклама, розміщення тізерів у «трафікоємких» спільнотах та блогах

# Адаптація SMM-кампанії під специфіку бізнесу

Інтернет-  
бізнес



- Інтернет-магазини;
- онлайн-сервіси;
- онлайн-стартапи;
- знижкові агрегатори.

# Адаптація SMM-кампанії під специфіку бізнесу

B2b -  
сектор



Пошук представників того професійного шару, який є цільовою аудиторією кампанії



*Особливості:* створення власних спільнот, які позиціонуються за професійну або соціальною приналежністю, адресна робота з цільовою аудиторією, робота з існуючими професійними осередками

# Адаптація SMM-кампанії під специфіку бізнесу

B2b -  
сектор

- рекламні послуги;
- IT-рішення;
- фінансові та юридичні послуги;
- HR-агенства.

# Задачі SMM-кампанії:

- продажі;
- донарство трафіку;
- автономна торгівля;
- повторні продажі;
- рекомендації;
- брендинг;
- трафік;
- нейтрализація негативу;
- персональний брендинг.