

Стратегія роботи
організації у
соціальних мережах



Типи цифрового маркетингу



*Партнерський
маркетинг*



*Контент-
маркетинг*



*Електронний
маркетинг*



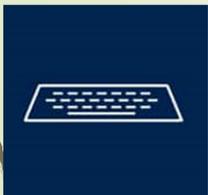
*Маркетингова
аналітика*



*Мобільний
маркетинг*



*Плата за клік
(PPC)*



*Пошукова
оптимізація (SEO)*



*Маркетинг у
соціальних мережах*

Переваги створення онлайн-спільноти в соціальних мережах

- *Підвищуйте залученість*
- *Побудуйте лояльність до бренду*
- *Збирайте відгуки клієнтів*
- *Економічно ефективний маркетинг*
- *Розширюйте можливості для нетворкінгу*
- *Підвищення впізнаваності бренду*

Можливості та переваги соціальних мереж

Соціальні мережі

```
graph TD; A([Соціальні мережі]) --> B[Широке охоплення цільової аудиторії]; A --> C[Прямий канал комунікації з громадськістю, завдяки якому є можливість не тільки мати більше контролю над викладенням фактів і аргументів, а й охопити свою цільову аудиторію краще, повніше й швидше]; A --> D[Перехід від односторонньої до двосторонньої комунікації];
```

Широке охоплення цільової аудиторії

Прямий канал комунікації з громадськістю, завдяки якому є можливість не тільки мати більше контролю над викладенням фактів і аргументів, а й охопити свою цільову аудиторію краще, повніше й швидше

Перехід від односторонньої до двосторонньої комунікації

Функції менеджера соціальних мереж

Менеджер соціальних мереж несе загальну відповідальність за всі соціальні платформи, які використовує організація



Функції менеджера соціальних мереж

- загальна відповідальність за всі соціальні платформи
- розроблення Стратегії з роботи в соціальних мережах, що має узгоджуватися з Комунікаційною стратегією організації, реалізація затвердженої Стратегії
- створення і курування інформативного й привабливого контенту для соціальних мереж

Функції менеджера соціальних мереж

- редагування, планування й публікація всіх дописів у всіх соцмережах
- ведення календаря розміщення контенту у соціальних мережах
- розроблення й реалізація кампаній у соціальних мережах
- моніторинг та оцінювання соціальних мереж за допомогою відповідних інструментів

Функції менеджера соціальних мереж

- взаємодія з підписниками й шанувальниками, вчасне надання відповідей на їхні коментарі
- оцінювання, підготовка звітів і планів з оптимізації
- створення у соціальних мережах партнерств
- інтегрування спроможності організації в соціальних мережах у загальний план антикризового управління

Стратегія роботи у соціальних мережах

Стратегія роботи в соціальних мережах
визначає, як організація буде реалізовувати
власну Комунікаційну стратегію в соціальних
мережах

- *сфокусованість, ефективність, прозорість*
- *логічне продовження Комунікаційної стратегії*
- *знайдіть час і зробіть це!*

Розроблення Стратегії роботи в соціальних мережах: 8 кроків

1. Наша місія в соціальній мережі
2. Мета нашої стратегії роботи в соціальній мережі
3. Наші цілі в соціальних мережах
4. Наша цільова аудиторія в соціальних мережах

Розроблення Стратегії роботи в соціальних мережах: 8 кроків

5. Наші платформи в соціальних мережах
6. Наш контент у соціальних мережах
7. Інтеграція соціальних мереж та інших каналів комунікації
8. Ресурси та координація дій в соціальних мережах

Приклади цілей в соціальних мережах



Цілі маркетингу в соціальних мережах

Джерело: [Сухпріт Сінгх на LinkedIn](#)

Приклади сегментації аудиторії

					
DEMOGRAPHICS	2.7 Billion Users Ages 25-54	706 Million Users Ages 30-49	1.3 Billion Users Ages 18-29	200 Million Users Ages 18-29	2 Billion Users All Ages
PURPOSE	Relationship Building	Thought Leadership News & Articles Conversation	News & Articles Conversation	Relationship Building Brand Engagement	Interaction Brand Engagement
PROS	Brand Loyalty Build Community	Business Development B2B Interactions	Public Relations News Sharing	Retail, Art, Food, Entertainment & Beauty Businesses	Brand Awareness Interactive Information
CONS	Limited Organic Reach	Limited Organic Interactions	Limited by Character Count	Images and Short Videos Only	Resource and Time Intensive

Характеристики соціальних медіа

Джерело зображень: [Prism Global](#)

Вибір соціальних платформ для організації

- Ваші цілі комунікації та цілі у соціальних мережах
- Ваша аудиторія
- Ваш контент



Facebook:

Найоптимальніший для Facebook тип контенту:

- фотографії, інфографіка, короткі відео
- блог-дописи
- новини (пресрелізи)
- розповіді

Посилання на довгі
тексти (лонгріди)

Групи Facebook

Instagram:

Оскільки Instagram орієнтується на візуальний контент, подумайте, як зробити свій профіль візуально послідовним: розміщуйте фотографії та відео лише хорошої якості.

Instagram дозволяє:

- в кожному підписі максимум 2200 символів тексту і до 30 хештегів
- можливість прямої трансляції

YouTube:

сервіс, що дозволяє завантажувати, поширювати й редагувати відео, а також шукати й переглядати відео інших користувачів

YouTube дозволяє:

- завантажувати відео тривалістю до 15 хвилин (стандартні налаштування) і більше (для перевірених облікових записів)
- максимальний розмір файлів – 128Гб або 12 годин

X (до 2023р. Twitter):

Вважається чи не найшвидшим каналом для донесення до широкої аудиторії головних новин дня, термінових повідомлень, важливої інформації, оголошень тощо

Twitter дозволяє:

- твіти до 280 символів, фотографії, гіфки і відео
- миттєве каскадування інформації й поширення її серед ще більшої кількості людей.