

## Лабораторна робота 2

### Розробка кампанії у Social Media Marketing

Мета роботи: навчитися проводити кампанію у Social Media Marketing.

#### Короткі теоретичні відомості

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

Алгоритм розробки стратегії просування у соціальних мережах повинен відповідати на чотири основні питання:

- навіщо робити?
- для кого робити?
- що робити?
- де робити?

Розробка стратегії просування у соціальних мережах складається з 9 кроків:

- Крок 1. Визначення цільової аудиторії.
- Крок 2. Визначення ключових завдань кампанії.
- Крок 3. Підбір майданчиків з високою концентрацією цільової аудиторії.
- Крок 4. Визначення поведінкових особливостей аудиторії.
- Крок 5. Розробка контентної стратегії.
- Крок 6. Визначення системи метрик.
- Крок 7. Визначення необхідних ресурсів.
- Крок 8. Розробка календарного плану.
- Крок 9. Оцінка ефективності та корекції кампанії.

#### ***10 перших кроків для запуску кампанії у Facebook***

1. Створіть сторінку.

2. Намалюйте обкладинку та аватар.
3. Напишіть текст для розділу «Про нас».
4. Підготуйте вкладки.
5. Опублікуйте не менше десяти постів у мікроблозі.
6. Визначте параметри таргетування.
7. Запустіть рекламну кампанію.
8. Оберіть ключові пости для просування за допомогою Promoted Posts.
9. Відслідкуйте CTR, працюйте над його зростанням.
10. Аналізуйте статистику.

### ***8 перших кроків для запуску кампанії у X***

1. Оформіть твітер-канал відповідно до одного з шаблонів.
2. Визначте популярних твітер-користувачів серед вашої постійної аудиторії.
3. Опублікуйте перші 20 твітів.
4. Використовуйте для публікації та аналітики один із сервісів.
5. Створіть та розвивайте власний хеш-тег.
6. Зафоловте протягом тижня 200-400 представників вашої цільової аудиторії, для того щоб отримати початковий обсяг аудиторії.
7. Підготуйте спеціальну пропозицію для фоловерів.
8. Стимулюйте згадування вашого твітер-каналу.

### **Завдання роботи:**

Для обраної компанії або продукта розробіть стратегію просування у соціальних мережах.

Для цього визначте портрет цільової аудиторії (чоловіки / жінки, вік, географія, родинний стан, рівень доходу, посада та освіта, зацікавлення).

Визначте ключові задачі кампанії.

Проаналізуйте майданчики, на яких сконцентовано вашу цільову аудиторію.

Визначте до якої категорії користувачів відноситься ваша цільова аудиторія (генератори контенту / учасники дискусій / пасивні спостерігачі). Обґрунтуйте свої висновки.

Обґрунтуйте обрану контентну стратегію (основні теми публікацій / частота публікацій / стилістика публікацій / час публікацій / співвідношення промопостів та нейтральних постів).

Перелічіть основні метрики, які ви рекомендуєте використовувати для аналізу кампанії.

Вкажіть, які ресурси необхідні для просування кампанії.

Зробіть звіт про виконану роботу та завантажте його до Moodle.