

УДК 339.13; 004.77

Вовчук Оксана, Шпилик Світлана

Vovchuk Oksana, Shpylyk Svitlana

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

SMM – ПРОСУВАННЯ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

SMM – PROMOTION IN SOCIAL NETWORKS

Сьогодні соціальні мережі займають значну частку життя більшості населення, тому таке явище як реклама у Facebook, Instagram, Twitter та інших соціальних мережах стає дедалі популярнішим. SMM просування у соціальних мережах — це один з найновіших і водночас найперспективніших напрямків промо в Інтернеті.

Основні напрямки SMM просування у соцмережах: створення та брендинг корпоративних сторінок (спільнот, груп) у них; контент-менеджмент (ведення сторінки, публікація постів, модерація коментарів); таргетована реклама та промо-пости; «розкрутка» сторінок (оффери, лайки тощо). Розглянемо основні кроки для збільшення продаж завдяки SMM.

Крок 1 – Оберіть мережу і створіть свій імідж. Для входження до соцмережі ви потребуватиме деякого часу. Необхідно створити особистий акаунт, приймати участь у дискусіях, дізнайтеся про норми і очікування даної спільноти. Необхідно створити такий образ себе, який подобатиметься людям, якому вони будуть довіряти.

Крок 2 – розширюйте охоплення. Facebook – чудовий майданчик для роздрібної торгівлі. Також не варто себе обмежувати трьома основними соціальними платформами: для успішних продажів, варто використовувати можливість спілкування в блогах, на сторінках коментарів на веб-сайтах, в усіх тематичних чатах і форумах. Для впізнаваності бренду відмінно працюють Instagram і Pinterest, проте яку б ви мережу не обрали, ви не можете напряму постити і рекламувати свій продукт. Ваше завдання –

успішна взаємодія з аудиторією в Інтернеті, демонстрація вашого продукту і сервісу у веселих і нестандартних ракурсах, створення візуального контенту, що відповідає стилю життя вашого кінцевого споживача.

Крок 3 – спілкуйтеся з цільовою аудиторією. Френдіть, фоловте і конектіться з користувачами, профілі яких підходять під опис вашого клієнта. Скористайтеся пошуком, який реалізовано у будь-якій соцмережі, чи сервісом socialmention.com, щоб знайти людей, які говорять про вашу сферу бізнесу чи користуються значущими для вас ключовими словами.

Крок 4 – вибудовуйте стосунки. Найважливіше, що повинні засвоїти SMM-ники і менеджери з продажів – у соцмережах на першому місці ваші стосунки з клієнтом, і лише на другому – ліди, які ви можете отримати.

Крок 5 – Продажі «за порадою». Якщо ви розмістите пост із вашим продуктом і посиланням на сайт, до вас охолонуть. Якщо вкажете, що «є декілька способів вирішити вашу проблему, можливо, цей допоможе», – ваші співбесідники відчують піклування про них. Щоб уникнути холодних контактів, потрібно уважно слухати, що і як обговорюється в тих чи інших групах, і заходити до тих дискусій, які вже отримали достатній розвиток.

Найефективніші соцмережі для бізнесу. У лідерах Facebook, за загальним охопленням аудиторії, за функціоналом, за можливостями просування платними і безкоштовними методами. На друге місце впевнено виходить Instagram – молодь активно ділиться фотографіями, фоловить один одного, відомі особистості й улюблені бренди. На третьому місці за популярністю і потенціалом у продажах – мережа відеоконтенту YouTube. Створити якісний відеоролик важче, ніж зробити більш-менш вдалий кадр, проте й ефект від розпіреного відеоканалу набагато вищий.

У майбутньому соцмережі будуть повністю охоплювати всі аспекти життя людини, причому як онлайн, так і офлайн – завдяки подальшому розвитку геолокації.