

Шпаргалка SMM-специалиста:

как организовать работу в самых популярных социальных медиа

отлично!

хорошо

плохо!

Коммуникация с аудиторией

Воздействие бренда на аудиторию

Трафик на сайт

SEO

На что обращать внимание при работе с информацией?



микроблогинг, сайт позволяющий отправлять сообщения "твиты" размером 140 символов

Поиск по ключевым словам в Twitter или другие системы мониторинга социальных медиа, такие как Buzzlook, помогут узнать, что говорят люди о Вашей компании и Ваших конкурентах.

Предлагает уникальные возможности для интеграции с веб-сайтом и различные способы взаимодействия с клиентами, что позволит Вашей компании выделиться среди множества других.

Потенциал большой, но нужно обладать искусством продвижения. Будете продвигать свой бренд слишком активно — потеряете последователей, будете вкладывать мало сил в продвижение — получите недостаточно внимания.

Объем SEO для Вашего сайта ограничен, но "твиты" имеют высокие позиции в поисковой выдаче. Это положительно влияет на ранжирование названия Вашего профиля и последних новостей. Хотя от коротких URL, часто используемых в "твитах", большой пользы получить не удастся.

Сообщения требуют оперативной реакции, комментарии к позавчерашним "твитам" вряд ли кому-то будут интересны и понятны. Для оценки влияния информации важно количество "ретвитов".



социальная сеть, где пользователи могут развивать свой профиль и общаться

Отлично подходит для привлечения людей, которым нравится Ваш бренд или Ваша компания, готовых обмениваться своими мнениями, давать советы, участвовать в конкурсах.

Facebook brand pages хороши для представления бренда в сети. Повысить узнаваемость бренда и увеличить силу его влияния на аудиторию можно, благодаря таргетированной рекламе или привлечению SMM-специалиста.

Довольно хороший трафик обеспечивается использованием кнопок "Share" и "Like", но в тоже время, устанавливая на сайте такие кнопки, не стоит ожидать массового прилива уникальных посетителей.

Ссылки из Facebook Google принимает во внимание. Параллельно с этим поисковая система пытается определить репутацию автора данного сообщения, где присутствует ссылка. Но это не самый важный фактор в ранжировании результатов поиска.

Важно, в принципе, реагировать на всю поступающую на страницу информацию. Обращать внимание на место публикации: личный профиль или сообщество (группа или страница бренда), а также на число друзей или подписчиков.



фото- и видеохостинг, где участники сообщества могут делиться и комментировать контент

На это не обязательно тратить много времени, хотя фотографии с корпоративного мероприятия с правильно поставленными тегами помогут потребителям составить мнение о команде, но не о бренде.

С помощью отраслевых групп Вы можете знакомить пользователей со своим брендом, демонстрируя им фотографии бренда. К сожалению, не стоит рассчитывать на то, что фотографии увидит большая часть Вашей целевой аудитории.

Даже если у Вас будет десять тысяч просмотров фото, с гиперссылкой на Ваш сайт, то количество переходов по ней будет ничтожно мало.

Хорошо индексируется поисковиками. Также имеет высокие позиции в выдаче изображений в Google.

Стоит обращать внимание на комментарии к Вашим фотографиям. Там люди могут высказывать свое отношение к Вашему бренду. Помните, любые благодарственные высказывания или комментарии, вида: "Отличная фотография!", требуют обязательного ответа: не спешите на "Спасибо!", лишним оно никогда не будет.



видеохостинг, куда пользователи могут загружать и скачивать видео

Видео — один из самых действенных способов влияния на потребителей. С помощью него можно реагировать на жалобы, наглядно показывать преимущества Вашего товара или услуги, демонстрируя свою смекалку и находчивость при его создании. Многие видео, развлекательное или информационное, интересное или провокационное, хорошо запоминается и может быстро набрать поклонников.

Один из самых влиятельных средств брендинга в Интернете. Необходимо брендировать свое видео, распространять его через сайты с высоким трафиком, создать свой видеоканал — все это поможет достичь больших успехов в продвижении Вашего видео контента.

Как правило, трафик уходит с Вашего сайта в видео. Чтобы его вернуть, нужно добавить в описании к видео ссылку на сайт. Но не ждите, что трафик будет прямо зависеть от количества просмотров видео.

Видео — проверенный и надежный способ увеличить влияние бренда на аудиторию, позволяющий нарастить большую ссылочную массу на сайт.

Необходимо оценить видео по количеству просмотров, а также по значениям счетчиков кнопок "Like", "Мне нравится", "Tweet" и др. По этим параметрам можно определить проникновение видео в массы. Конечно же, чем эти цифры у видео больше, тем лучше.



самая популярная социальная сеть на всем постсоветском пространстве

С целевой аудиторией бренда или компании Вы можете общаться, создав группу или страницу бренда. Обновляя новости, проводя конкурсы и акции можно привлечь в сообщество поклонников.

При грамотном построении стратегии или группы и организации обратной связи с пользователями может быть главным инструментом влияния бренда на массы.

Большой трафик на сайт могут обеспечить кнопки "Мне нравится". Скорее всего все поклонники Вашей группы были на сайте, но не факт, что являются его постоянными посетителями. Не стоит проводить прямую зависимость между количеством пользователей группы Вконтакте и посещаемостью сайта.

Если Вы продвигаете блог через группу Вконтакте и дублируете посты из блога на стене группы, то это может дать кое-какие положительные результаты в SEO. Так же недавно Яндекс стал индексировать статусы на стене и заметки пользователей, но их выдача в ранжировании не так существенна.

Важно отслеживать все упоминания о Вашем бренде на стенах и в заметках других пользователей или групп, следить за динамикой посещаемости группы, отвечать на все сообщения и реагировать на комментарии в оперативном режиме. Стремиться к тому, чтобы негативные сообщения не успели уйти никуда с Вашей страницы.