

Основы SMM-коммуникаций

Ольга Вяткина
PR-директор Nectarin



Ольга Вяткина

О спикере:

- PR-директор агентства Nectarin с 2012 года
- 10 лет на рынке интернет-рекламы
- Доцент Финансового университета при
Правительстве РФ



t.me/olga_vyatkina



Что узнаем сегодня?

- Что такое SMM
- Какие соцсети лучше использовать
- Форматы и тренды контента
- Как увеличить вовлеченность аудитории
- Новые форматы работы с соцсетями
- Что такое контент-план
- Оценка эффективности в SMM
- Основные ошибки и как их избежать
- Задание

Что такое Social Media Marketing

Социальные медиа (англ. *social media*) – это совокупность всех интернет-площадок, которые на основе онлайн-технологий предоставляют пользователям возможность устанавливать коммуникацию друг с другом и производить пользовательский контент. Другими словами – это веб-ресурсы, созданные для общения пользователей в сети.

Примеры social media:

Социальные сети

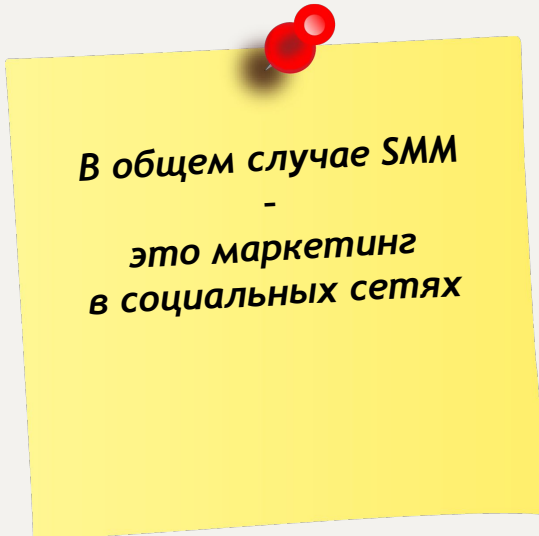
Форумы

Агрегаторы

Блоги и
микроблоги

Виртуальные миры

Мессенджеры и
др.



*В общем случае SMM
-
это маркетинг
в социальных сетях*

Социальная сеть пригодна для работы, если может предложить:

1

многочисленную
релевантную аудиторию

2

возможность работать с
аудиторией

(рекламный кабинет)

3

удобство работы
с аудиторией

(расширенный функционал,
комьюнити, статистика)

Какие социальные сети сейчас популярны?

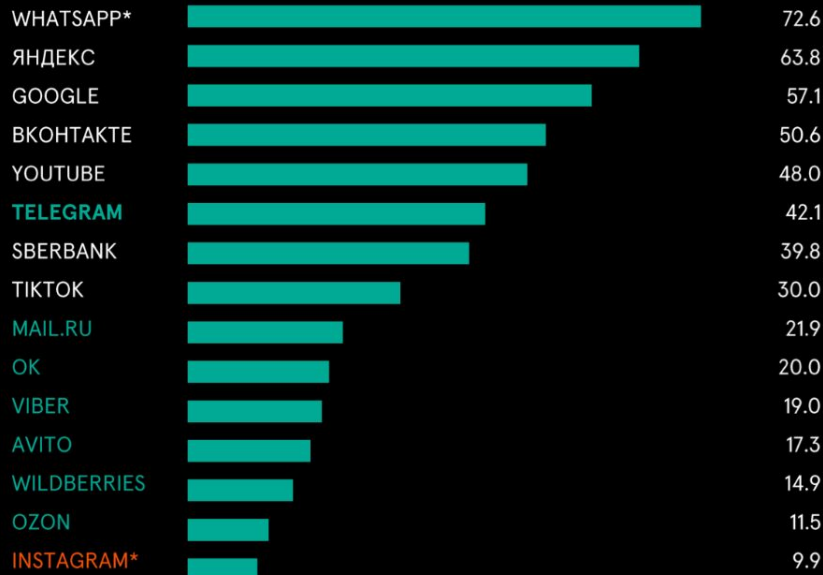
В январе 2022 года во всём мире насчитывалось 4,62 млрд пользователей социальных сетей. Это 58,4% от общей численности населения мира. Мировая аудитория соцсетей увеличилась более чем на 10% за последние 12 месяцев: за 2021 год к социальным сетям присоединились 424 миллиона новых пользователей.



ТОП ПЛОЩАДОК

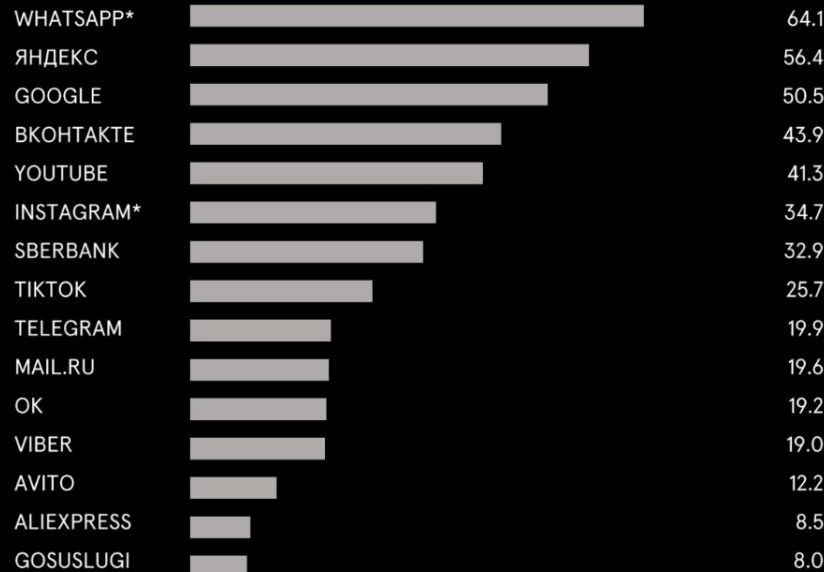
АВГУСТ 2022

СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ
ОХВАТ, МЛН ЧЕЛОВЕК



АВГУСТ 2021

СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ
ОХВАТ, МЛН ЧЕЛОВЕК



MEDIASCOPE CROSS WEB, ВСЯ РОССИЯ, НАСЕЛЕНИЕ 12+, DESKTOP&MOBILE

ТОП ПО СРЕДНЕСУТОЧНОМУ ОХВАТУ ЗА АВГУСТ 2022/АВГУСТ 2021, ЦВЕТОМ ВЫДЕЛЕННЫ РЕСУРСЫ, ПОДНЯВШИЕСЯ В ТОПЕ, ЦВЕТОМ ВЫДЕЛЕННЫ РЕСУРСЫ, СПУСТИВШИЕСЯ В ТОПЕ

*ПРИНАДЛЕЖАТ КОМПАНИИ МЕТА (ПРИЗНАНА ЭКСТРЕМИСТСКОЙ И ЗАПРЕЩЕНА В РФ)

Портрет аудитории социальных сетей

Whatsapp

- Больше всего пользователей — в возрасте от 25 до 34 лет
- Среднее время использования - 16 минут в день



Портрет аудитории социальных сетей

VK

- Больше всего пользователей — в возрасте от 25 до 34 лет
- Среднее время использования - 35 минут в день.
- 54,9% аудитории - женщины
- Более 34 млн. пользователей ежемесячно используют встроенные в VK приложения - VK Mini Apps



Портрет аудитории социальных сетей

Instagram*

- Больше всего пользователей — в возрасте от 25 до 34 лет
- 58% аудитории в России - женщины
- Более миллиарда человек используют Instagram* хотя бы раз в месяц
- Каждый день Stories смотрят более 500 тысяч пользователей



*Запрещен на территории РФ

Портрет аудитории социальных сетей

Telegram

- Больше всего пользователей — в возрасте от 25 до 34 лет
- 49% пользователей получили высшее образование
- 75% пользователей отмечают, что Telegram для них — главный источник новостей
- 48% аудитории не имеет детей
- 43% зарабатывают меньше 40 тыс. руб. в месяц



Портрет аудитории социальных сетей

TikTok

- Больше всего пользователей — в возрасте от 25 до 34 лет
- Больше всего пользователей зарегистрировано в Индии (190.6 млн), США (41 млн), Турции (23.2 млн), России (19.9 млн) и Пакистане (19.5 млн)



Портрет аудитории социальных сетей

Facebook*

- Наиболее популярен у пользователей от 25 до 34 лет
- Происходит заметный спад активности среди молодых пользователей (13-17 лет)
- 74% пользователей имеют высокий доход



*Запрещен на территории РФ

Регулярность публикуемого контента

Ключевое правило - не быть слишком надоедливым, при этом не теряясь из виду.

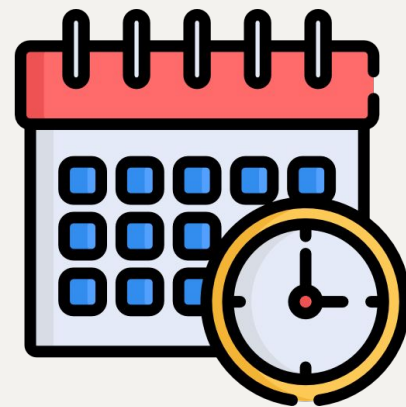
Все зависит от рода деятельности аккаунта:

- **Личный аккаунт:** 1 пост в день/несколько дней. Можно активно использовать Stories.
- **СМИ:** количество публикаций зависит от количества инфоповодов. Рекомендация: до 20 постов в день.
- **Аккаунт бренда:** 1-2 поста в день/неделю. Если нечего сказать - лучше пропустить публикацию.
- **Бизнес-аккаунт:** 1-2 поста в день/неделю. Можно активно использовать Stories.

Лучшее время для размещения контента

Лучше отталкиваться именно от аудитории и учитывать, в какое время большей части аудитории удобно смотреть публикации. Но все же есть усредненные данные:

- **Лучшие дни для публикации:** вторник, среда, пятница.
- **Лучшее время:** с 9:00 до 14:00
- **Худшие дни:** суббота, воскресенье.



Классификация по формату контента

Какие форматы контента Вы знаете?



Классификация по формату контента

Видеоконтент



Аудиоконтент



Текстовый контент



Игровой контент



Графический
контент



Классификация контента по задачам



Репутационный (имиджевый)

- Новости компании и рынка
- Трансляция ценностей компании
- Социальные доказательства (награды, дипломы, рейтинги)
- Отчеты об участии в мероприятиях
- Статьи о первых лицах, статьи от первых лиц
- Знакомство с экспертами/сотрудниками
- Поздравления



Вовлекающий

- Конкурсы (комментариев; с механикой «сделать контент за приз»)
- Подарки самым активным участникам
- Игры, розыгрыши, челленджи
- Обсуждения
- Посты провокации, посты на злобу дня
- Тест
- Калькулятор



Экспертный

- Интервью
- Инфографика, интеллект-карты, подборки, карточки
- Исследования, эксперименты
- Пошаговые инструкции
- Советы, рекомендации, лайфхаки, чек-листы, FAQ
- Рецензии



Вирусный

- Вирусные изображения, ролики, посты, мемы
- Статьи How to
- Практические статьи, видео, руководства и инструкции
- Хит-парады
- Истории, кейсы

Классификация контента по задачам



Продающий

- Презентации товаров и услуг
- Посты со скидками, акциями
- Посты с мотивацией к заказу
- Посты - “боли”



Снимающий возражения

- Отзывы
- Рассказы от авторитетных источников
- Ответы на вопросы
- Обзоры
- Пошаговые руководства
- Вопросы от подписчиков



Выявляющий потребности Целевой Аудитории

- Опросы
- Открытые вопросы
- Конкурсы с условием «ответить на вопрос о продукте»

Тренды контента

Предположите, какие контентные тренды существуют в наше время?

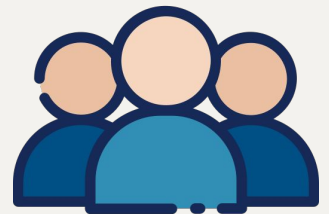


Тренды контента:

Открытость

Внутренняя жизнь, отношения в коллективе, забавные истории и рассказы о том, как вы работаете над новыми задачами, — вот темы, которые сегодня стоит проиллюстрировать.

Если вы столкнулись с неудачей, честно расскажите о том, как выходите из ситуации.

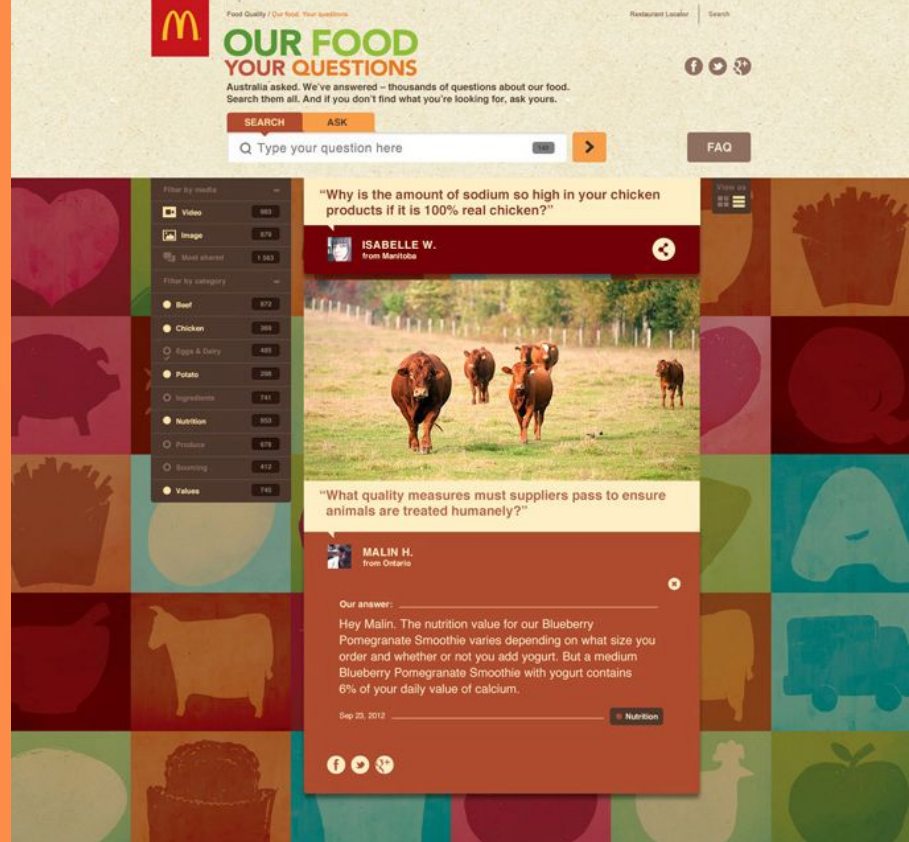


Пример:

Когда канадское представительство McDonald's ощутило ухудшение отношения канадцев к бренду, компания запустила специальный проект — «Наша еда. Ваши вопросы». Бренд предложил всем желающим публично задать любой вопрос о продуктах McDonald's.

Также McDonald's снял видео с ферм, на которых выращивают продукты для сети своих ресторанов.

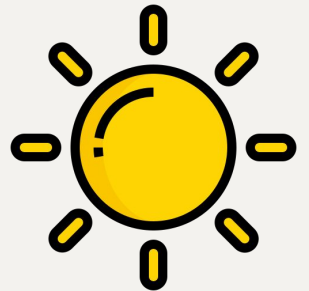
McDonald's открыто рассказывает о своих продуктах, развенчивая мифы и обвинения. Чем больше бренд рассказывает и показывает, тем меньше остается домыслов.



Тренды контента:

Позитивная энергия

В наше время контент, который помогает отвлечься и расслабиться, сбежать от реальности, набрал большую популярность. А это значит, что при создании медиапродуктов нужно учитывать эмоциональное и психологическое состояния пользователей. И многие уже начали это делать.



Пример:

Пуэрториканский музыкант Bad Bunny анонсировал новый альбом с помощью серии роликов в формате 360°. В них он отдыхает с друзьями на тропическом пляже.

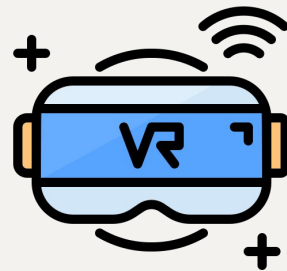


Тренды контента:

Метавселенная и NFT

В тренде стилизации под игровые пространства, нереалистичные образы и дополненная реальность (AR).

Также многие люди продолжают возлагать большие надежды на NFT. Участники исследования, которое провело независимое издательство Dazed Media, считают, что в будущем виртуальные товары обретут большую ценность, чем физические.



Пример:

Виртуальная обувь от Nike получила название Cryptokicks. Кроссовки представлены в восьми разноцветных скинах, каждый из которых можно сочетать с внешним видом и дизайном аватаров в метавселенной.

Nike разработал кроссовки в партнерстве со студией RTFKT Studios, которую купил в декабре прошлого года для совместного выпуска одежды и аксессуаров для метавселенной.



Тренды контента:

Создание видео

Тренд на создание видео будет популярен еще долгое время, потому что пользователям удобно воспринимать контент в такой форме.

Однако сейчас особенно популярны короткие видео: до 15-30 секунд. Пользователи часто просматривают такой контент чтобы отвлечься от повседневности, не фокусируясь на чем-то конкретном.



Какие из данных трендов Вы уже активно используете или планируете использовать?

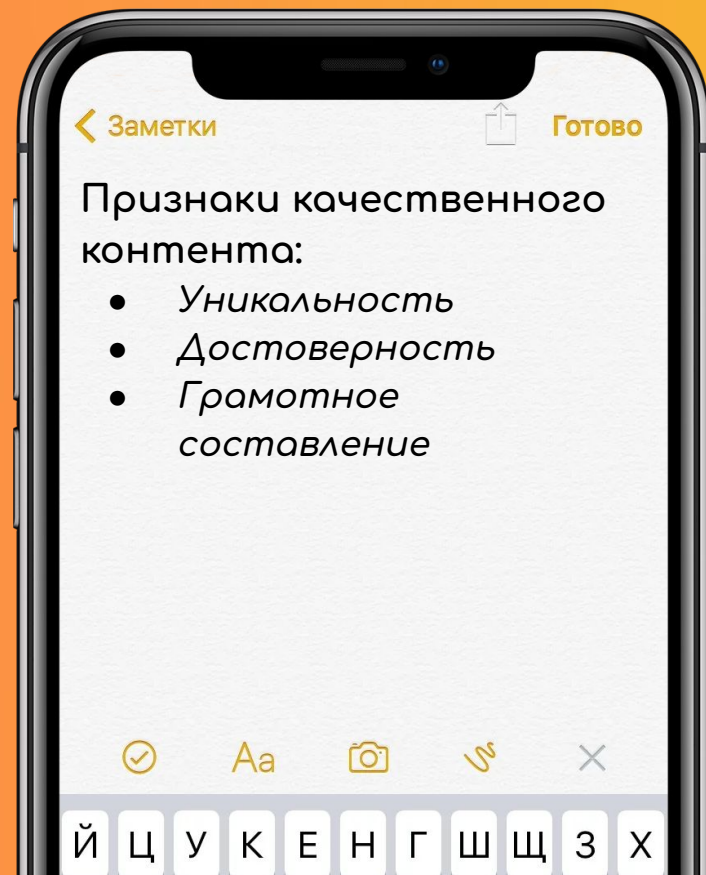


Как увеличить вовлеченность с помощью контента?



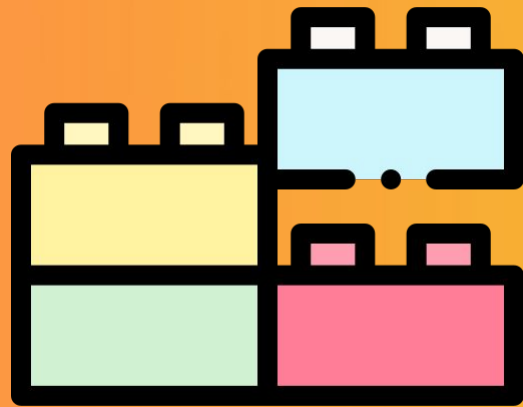
Создавайте качественный контент

Качественный контент — это полезная, структурированная и легкая для восприятия информация. Она может быть в виде текста, графики, аудио или видео.

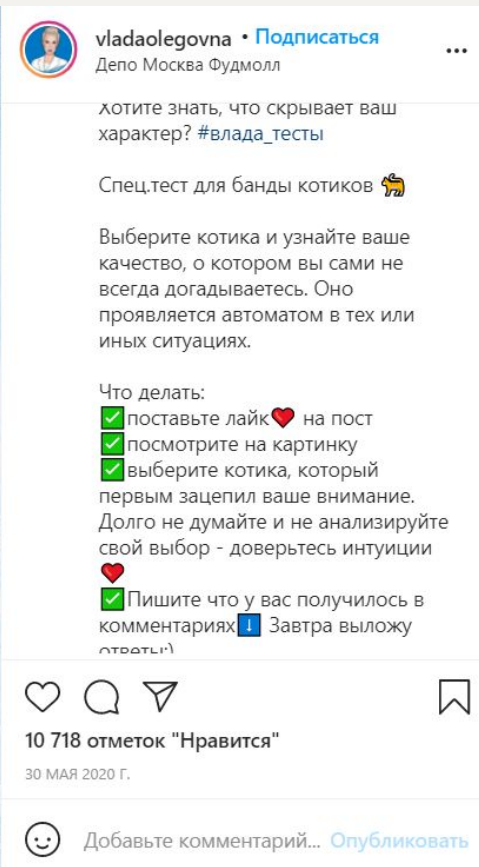
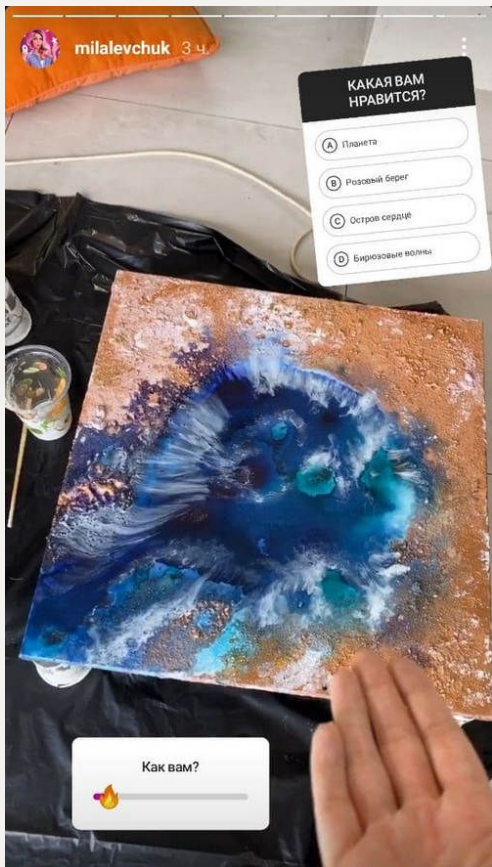


Используйте игровые механики

Опросы, тесты, конкурсы и другие интерактивы вовлекают пользователей, поэтому для потребителя предлагаемая игра становится не давлением ради продаж, а источником положительных эмоций, которые, в свою очередь, повышают лояльность.

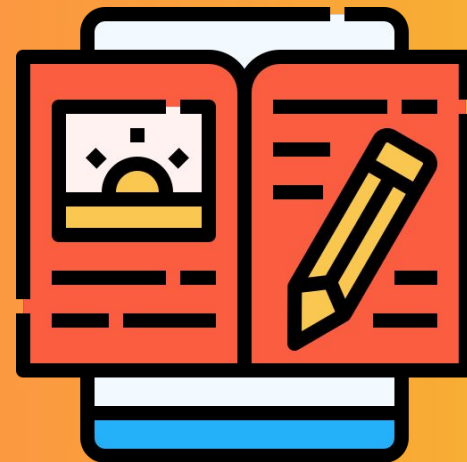


Примеры



Сторителлинг

Используйте элементы повествования в своем контенте: благодаря этому аудитория будет с нетерпением ждать выход следующей публикации.



Примеры



TORNADO ENERGY

27 июл в 12:00

...

Бухгалтер Любонька по осени закатала банки. Говорит, наконец-то настоялись, можно открывать!

Попробовал бы TORNADO по фирменному рецепту нашей Любаши?



TORNADO ENERGY

22 авг в 12:00

...

Штатный переводчик отправился в командировку за рубеж и обнаружил нечто удивительное: Стоунхендж из банок TORNADO! В ЮНЕСКО пополнение, или откуда они там взялись? Во всяком случае, тайна земной энергии раскрыта.



Пользовательский контент

Пользовательский контент (UGC - *user generated content*) формируют сами покупатели. Это независимое уникальное мнение о товарах и услугах, выраженное в разных форматах.

Клиенты лучше реагируют на контент, созданный другими клиентами, а не самим брендом.



Форматы пользовательского контента



Оценка - пользователи могут оставлять оценку услуге.

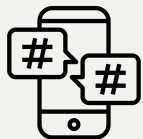


Отзыв - люди делятся своим впечатлением об услуге.



Обзор - исчерпывающая и правдивая информация об услуге, изложенная грамотным и доступным языком. Обязательно упоминаются не только достоинства, но и недостатки.

Как мотивировать пользователей создавать контент



Придумать фирменный хештег бренда для соцсетей.



Награждать клиентов бонусами и подарками за контент.



Запускать конкурсы, в которых нужно создавать контент.



Просить оставлять отзывы об услугах.

Примеры

Каждый декабрь Starbucks запускает конкурс в социальных сетях #RedCupContest, предлагая поклонникам представить лучшие фотографии своего кофе из кофейни Starbucks. Приз — подарочная карта Starbucks.



*Какие методы привлечения
аудитории Вы знаете? (помимо
названных)*



Новые форматы работы с соцсетями

AR (Дополненная реальность)

Инструменты дополненной реальности существуют уже давно, однако их использование в сфере маркетинга началось относительно недавно. Отличный пример альтернативной реальности - маски в Instagram*

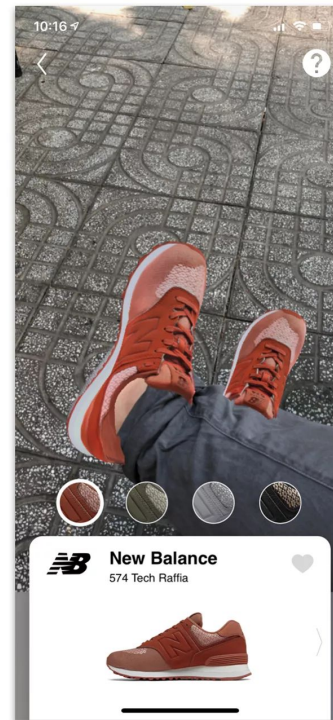
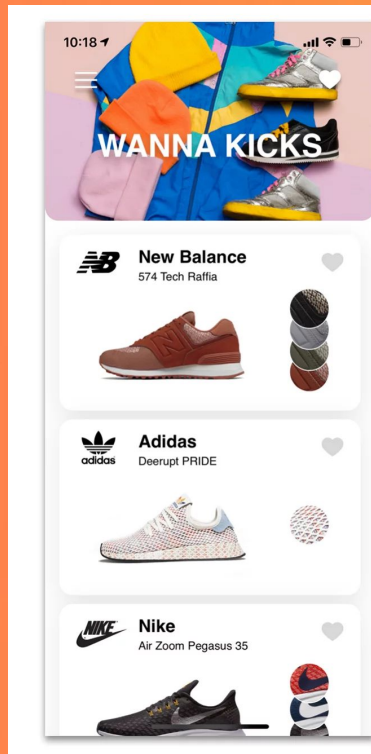
AR можно использовать для привлечения новой аудитории и для знакомства с новыми товарами.



*Запрещен на территории РФ

Пример

Сервис WANNA KICKS позволяет примерять новые модели кроссовок не отрываясь от телефона: достаточно просто выбрать нужную модель и навести камеру на свои ноги.



Новые форматы работы с соцсетями

Прямые эфиры

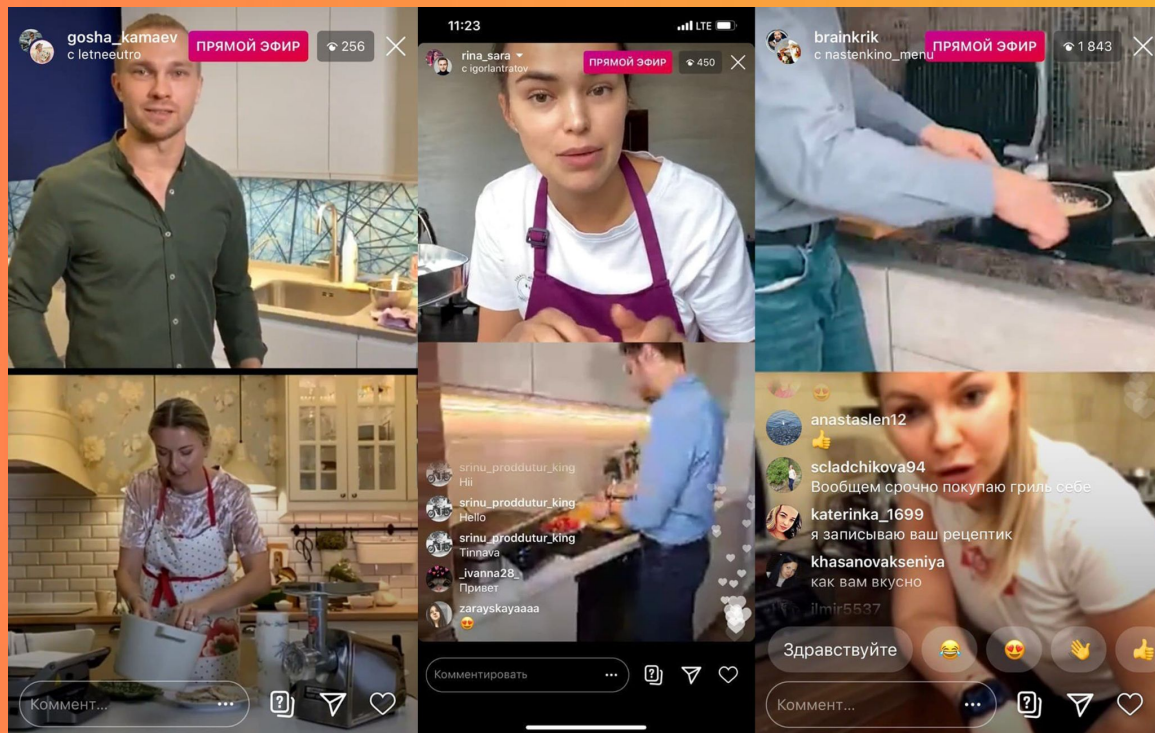
Одна из главных причин популярности прямых эфиров - высокий уровень взаимодействия и вовлеченности аудитории.

Пользователи получают ощущение возможности влиять на действие и участвовать в нем, а не пассивно наблюдать.



Пример

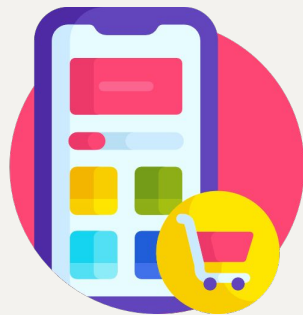
Polaris запустили марафон прямых эфиров, в которых блогеры тестировали бытовую технику компании и готовили в прямом эфире.



Новые форматы работы с соцсетями

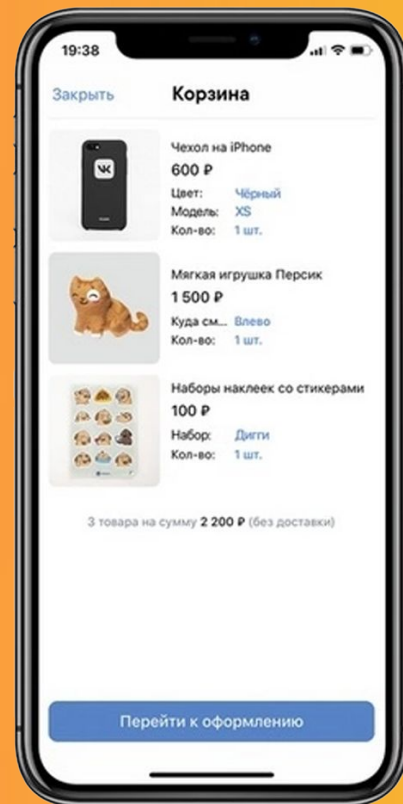
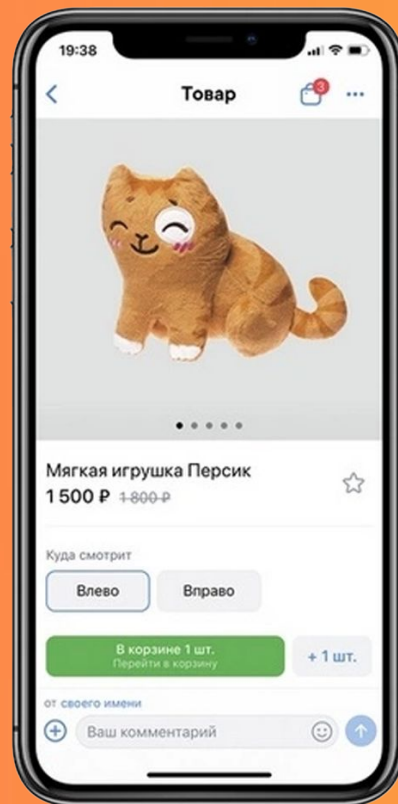
Магазин внутри соцсети

Подход к онлайн-шопингу меняется, люди хотят покупать в несколько кликов и не переходить из соцсетей на другие сайты. Теперь, попадая к вам в профиль, пользователь должен за несколько секунд понять, что продает компания, получить быстрый ответ и легко совершить покупку, не выходя из приложения.



Пример

Каждое сообщество в соцсети VK может открыть свой собственный магазин и настроить его функционал

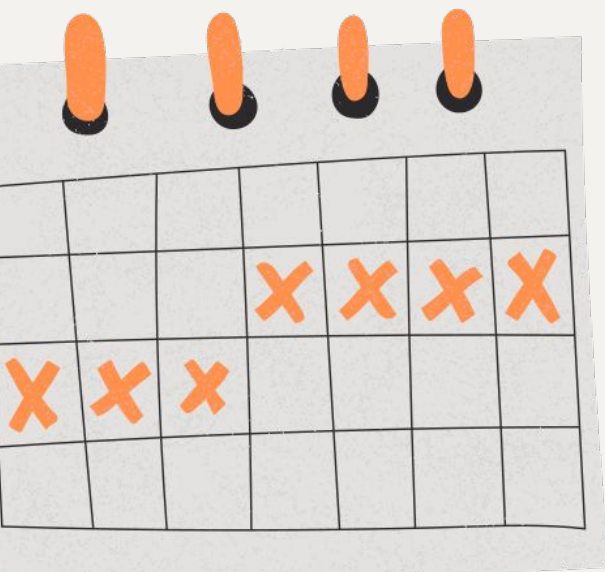




ЧТО ТАКОЕ

КОНТЕНТ-ПЛАН

И КАК ЕГО СОСТАВЛЯТЬ



КОНТЕНТ-ПЛАН

Это график публикаций для соцсетей, блогов или сайтов, который составляют заранее на определенный период времени.

Зачем составлять КОНТЕНТ-ПЛАН

1

Грамотное продвижение продукта

2

Экономия времени

3

Качество контента

4

Регулярность публикации

5

Максимальный охват аудитории

Составление контент-плана

- Важно понять, что **контент-план — не закон**, от него можно отступить.
- Главное — не отступить от намеченного списка задач и не доводить всё до жесткого последнего момента.



Календарь



Интеллект-карта

Пример контент-плана

Дата	День недели	Время публикации	Тип поста	Тема поста	Текст поста	Рубрика
8.1.18	пн	17:45	Пост-анонс нового видео	Видео со свадьбы	Прошло уже несколько лет, а мы с таким же теплом вспоминаем невероятную свадьбу Дмитрия и Марьяны в замке Добриш. Волшебная пара и такая же волшебная свадьба в красивейшем замке Чехии 🍷 Опубликовали видео со свадьбы на нашем канале YouTube - активная ссылка в описании профиля 📺 #pragasvadba_свадьбы	#pragasvadba_свадьбы
9.1.18	вт	10:00	Информационный	Пост о том, как празднуют новогодние праздники в Чехии	Под фотографий прекрасной Светланы Гербевой поговорим о новогодних чешских традициях. Вы знали, что самое подробное описание рождественских обрядов и танцев в средневековой Европе принадлежит именно чехам? Первый обычай - христиане в канун Рождества Христова постятся до первой звезды, то есть до позднего вечера. Однако, есть те, что во славу дьявола не ложатся спать до самого утра, всю ночь играют в кости и идут в постель лишь, когда остальные отправляются на утреннюю молитву. Никто из хозяев не является настолько бедным, чтобы не устроить своей семье щедрый вечер, если уж нет средств на богатый стол, так, по крайней мере, хозяин осветит весь дом от подвала до крыши лампами и свечами. В старину хозяева в Сочельник оставляли двери своим домом открытыми, чтобы каждый мог войти и угоститься. Открытыми старинные хозяева держали и свои кошельки, а для того, чтобы легче было раздавать деньги бедным, просто насыпали их перед собой на столе. Здесь же раскладывали и свои украшения. Так же было традицией и сочельнику лечь большой хлеб из белой муки (что считалось невероятной роскошью) и оставлять его на столе с воткнутым в него ножом с тем, чтобы спуги и обсе отрезали от него сколько вздумается и бедным раздавали. В Щедрый вечер к столу подавалось много фруктовых блюд, ибо само рождение спасителя считалось посланием нам «плода отборного и полезного». Поэтому в этот день и стволы старых фруктовых деревьев в умивали белой соломой. А по дворам ходили с колясками, что и сохранилось до наших дней. Соломой же, кстати, устилали полы изб и костелов — в память о том, что и господь родился в хлеву на соломе. Сейчас, пожалуй, наиболее известной традицией чешского Рождества считается обязательное блюдо из карпа на праздничном столе. Так же традиции чешского Рождества не только сохраняются в неизменном виде, но до сих пор живут и развиваются, видимо именно потому, что праздник этот в Чехии, как и почти во всем мире — самый любимый. И это тоже вполне традиционно. Чехи верны своим традициям, а самыми любимыми для них являются те, что связаны с Рождеством. Именно эта предпраздничная атмосфера и делает страну столь привлекательной во время Аждента.	#pragasvadba_советы
9.1.18	вт	17:30	Развлекательный	О свадебных фото	Как же важно успеть поймать такие искренние и важные для вас моменты счастья. В танце из невероятно красивого места и двух любящих сердец. Такие фотографии греют нас и наши пары много лет 🍷	
10.1.18	ср	17:00	Пост-анонс нового видео	Информационное видео "Как выбрать день для свадьбы в Чехии?"	Информация от Светланы	#pragasvadba_советы
11.1.18	чт	17:15	Информационный	Свадьба в замке Добриш	Недавно публиковали видео со свадьбы Дмитрия и Марьяны в замке Добриш, а сегодня хотим рассказать вам об этом чудесном замке и чем же он так популярен среди молодоженов 🍷 Рубрика #pragasvadba_места Замок Добриш по праву считают самым ярким чешским замком в стиле рококо и находится он всего в 30 км от Праги. Свадьбы в таком замке идеально подойдут как для скромного уютного торжества в кругу родных людей, так и для свадьбы королевского размаха. Именно этот замок выбрали для своей свадьбы многие звезды чешского шоу-бизнеса, именитые спортсмены и другие публичные люди 🍷 Что очень выделяет этот замок - великолепный французский парк с фигурными устричками, лабиринтами, разнообразными статуями и фонтанами. Красота и уникальность постройки с окнами, аркадами, балконами настолько впечатляет, что его даже называют "маленьким Версалем". В самом замке находится 11 роскошных залов, а зеркальный зал замка считается одним из красивейших церемониальных залов в Чехии. Свадьбы в замке Добриш проводятся круглогодично, в пятницу с 12 до 14 часов, в субботу — с 10 до 14. Свадебные церемонии проводятся в Зеркальном зале или церемониальном зале. В теплое время года возможно проведение церемонии во Французском парке замка.	#pragasvadba_советы
14.1.18	вс	11:00	Развлекательный	С фото со свадьбы	Проведите это воскресенье перед новой рабочей неделей с самыми важными и родными людьми 🍷 На фото: Марьяна и Дмитрий Прическа: Светлана Селезнева Макияж: Елена Пинквари Фотограф: Евгения Овсянникова Ведущий: Константин Новиков	



SMM

И ОЦЕНКА

ЭФФЕКТИВНОСТИ

Оценка эффективности в SMM

Метрики, отражающие динамику подписчиков



- Количество подписчиков
- Количество отписок
- Темп роста аудитории сообщества (Audience Growth Rate)
- Количество просмотров
- Охват

Оценка эффективности в SMM

Метрики для оценки обратной связи



- Лайки, комментарии, репосты
- Уровень привлекательности (Love Rate)
- Уровень общительности (Talk Rate)
- Коэффициент распространения (Amplification Rate)
- Коэффициент вовлеченности аудитории (Engagement Rate)
- Коэффициент вовлеченности по охвату (Engagement Rate by Reach)
- Коэффициент вовлеченности по просмотрам (Engagement Rate by Views)



ОСНОВНЫЕ

ОШИБКИ

И КАК ИХ

ИЗБЕЖАТЬ

1

Дублирование контента

Как избежать: грамотно составлять контент-план

2

Прямое воровство контента

Как избежать: чужим контентом можно вдохновляться, можно брать за основу чужие замыслы. НО! Публиковать необходимо контент, подстроенный под организацию и аудиторию.

3

Краткосрочная выгода

Как избежать: контент-маркетинг - это долгосрочная игра. С самого начала определите цель и следуйте по четко выстроенному плану.

4

Количество важнее качества

Как избежать: контент - это про качество. Даже если вы выпускаете по посту в день, но он не говорит о чем-то новом, вы не привлечете внимание читателя. Контент должен быть хорошо проработан, информативен и полезен.

Рекомендации

Обращайтесь к специалистам



- Никогда не поздно обратиться за помощью к экспертам.
- От качества контента, позиционирования и продвижения напрямую зависит желаемый результат.

Групповое задание!

Вашей команде необходимо написать пост о нашем мероприятии для одной из социальных сетей.

Нужно объяснить, почему вы выбрали именно эту соцсеть, какой формат контента был использован, классифицировать пост по задачам контента.

Использование методов увеличения вовлеченности и трендов поощряется!



Спасибо за внимание!



Ольга Вяткина
PR-директор Nectarin

Facebook: facebook.com/ovyatkina
Email: o.vyatkina@nectarin.ru
Instagram: instagram.com/olgavyatkina_pr