

Social media marketing, SMM

Просування в соцмережах;
Ефективна присутність в
соцмережах

Для чого йти у соцмережі?

- Йти туди, де є аудиторія, де їй зручно
- Збільшити відвідуваність сайту
- Розширити аудиторію
- Отримати можливість “вірусного” поширення контенту

Відчуйте
різницю

twitter

facebook

foursquare

Instagram

YouTube

LinkedIn

Google+

last.fm

В контакте

LIVEJOURNAL

Ем #пельмени

Мне нравится есть пельмени!

Именно здесь я сейчас ем пельмени

А вот винтажное фото моих пельменей

Мое видео о том, как я ем пельмени

У меня 35 лет стажа профессионального поедания пельменей

Я — сотрудник Google, поедающий пельмени

Только что прослушал композицию «пельмени»

А чё, пельмени зачотная шняга!

Можете со мной не согласиться, но пельмени — это самое лучшее, что может быть в жизни! Конечно, не все так однозначно, вопрос очень философский и непростой, мое аргументированное обоснование, почему это так, находится под катом.

Facebook

Сторінка – не приватний обліковий запис, не група

<http://www.facebook.com/pages/create.php>

Якщо вже є приватний екаунт – потрібно мігрувати його в сторінку:

<http://www.facebook.com/pages/create.php?migrate>

Facebook

- Заповнити інформацію, контактні дані
- Коротке ім'я
- Список адміністраторів, їх права
- Базові налаштування
- Зображення-обкладинка 850x316 та аватарка 180x180
- Персоніфікація: хто веде сторінку?
- Запросити людей
- Активно вести

ВКонтакте

Мои группы – «создать сообщество», можете створити групу чи публічну сторінку (для ЗМІ краще публічну сторінку), така сама аватарка, інформація про сторінку, перелінкування

Однокласники

Групи – «створити групу» – «для бізнесу»,
та сама назва, та сама аватарка, опис,
перелінкування

Приклади сторінок медіа у ФБ

- <https://www.facebook.com/dreamkyiv?fref=ts>
– як треба вести сторінку
- <https://www.facebook.com/pages/%D0%A8%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D0%B3%D0%B0%D0%B7%D0%B5%D1%82%D0%B0-five-School-News/109461169202567?sk=timeline> – як не треба вести сторінку

Ефективна присутність

- Коментуємо власні пости
- Беремо участь в дискусіях
- Анонсуємо власні матеріали
- Коректно вказуємо місце роботи
- Читаємо ньюзмейкерів
- Створюємо опитування
- Поширюємо чужий актуальний контент
- Створюємо тематичний альбом
- Дотримуємось «санітарних» норм в коментарях
- Вибираємо оптимальну частоту
- Постимо вірусний контент

Особистий профіль

- Анонсувати свої матеріали, матеріали колег та інші публікації, які заслуговують на увагу
- Відповідати на коментарі читачів
- Звертатися до читачів за допомогою
Брати участь у професійних дискусіях
- Хвалити і цитувати своїх колег. Коментувати усе, що зачепило
- Разміщувати свої адреси в соцмережах на візитках, в підписі електронної пошти
- Баланс особистого і професійного

Чого робити не варто

- Тупо спамити, направляючи на свої ресурси (особливо в коментарях до чужих постів)
- Занудствувати. Писати багато, довго і скучно
- Вияснити стосунки з коханими, колегами та керівництвом (особливо з керівництвом)
- Ображати і матюкатися
- Ділитися надто особистою інформацією
- Реагувати на “тролів” – епатажних створінь, які спеціально провокують

Етика роботи в соцмережах

- **Варто бути відкритим і чесним**, бо всі нюанси людини все одно буде видно
- **Бути ввічливим**. Тут спрацьовує принцип притягування подібного – якщо ви хочете, щоб матюкливі притягувалися, то матюкайтеся, а якщо хочете, щоб люди з відкритим серцем – то відкривайте серце.
- **Бути небайдужим** – відповідати на коментарі у блозі і дякувати за ревіти та цитування.
- **Якщо багато вкладаєш, то багато і матимеш**. Потрібна якщо не постійна присутність, то періодична, щоб про вас не забували

Автор:

- Інна Гадзинська
- gadzynska@gmail.com



Захід відбувся за підтримки MyMedia / DANIDA