**Практична робота № 5**

**Розробка та реалізація SMM стратегії для просування бренду**

Що входить в розробку SMM стратегії?

* Аудит ринку і конкурентного середовища

Існують спеціальні інструменти, які допоможуть зібрати інформацію про роботу конкурентів в соціальних мережах. Вам потрібно:

* оцінити інформацію, яку використовують суперники для просування свого бізнесу, виділити найбільш популярну і застосувати її в своїй стратегії. Знайдіть слабкі сторони конкурентів, рубрики, які вони не змогли охопити або не врахували в своїй стратегії і використайте їх для власної вигоди;
* проаналізувати інтенсивність відгуків аудиторії, охоплення найсильніших конкурентів. На основі отриманої інформації складіть своє коло потенційної аудиторії, відредагуйте очікування. Якщо конкуренти не змогли набрати аудиторію більше 10 тис. чоловік, то не варто чекати мільйонного охоплення. Слід подумати над варіантами просування і презентацією бізнесу в мережі, щоб домогтися більших результатів, але це відбудеться не відразу.
* Аналіз цільової аудиторії

Для того щоб ефективно працювати над досягненням мети, потрібно чітко уявляти якості [**цільової аудиторії.**](https://bestmarketing.com.ua/ua/cilova-auditorija/) План просування в соціальних мережах на основі портрету потенційних покупців дозволяє скоротити витрати і отримати більшу кількість підписників. Розподіліть всіх потенційних фоловерів і клієнтів на дрібні сегменти. Опишіть їх улюблені заняття, інтереси, згадайте деталі їх активності в мережі.
Не рекомендовано робити один великий рекламний запис, а створити невеликі, націлені на певні сектори публікації, які можуть зібрати більше цільової аудиторії. Великі компанії орієнтуються на вікову категорію або стать, розділяючи пропозиції для жінок і чоловіків, дорослих працюючих людей і молоді, студентів, і тим самим досягають максимального охоплення і успішно продають свою продукцію. Складений аналіз аудиторії дозволить не тільки знизити витрати, залучити правильну аудиторію, але і вибрати зручний майданчик для просування: Instagram, Facebook або ін. Кожна соціальна мережа має свою особливу публіку, яка рідко з’являється на інших майданчиках.

* Підбір майданчиків і напрямків smm-просування ( з врахуванням завдань вашої присутності у соціальній мережі: продаж, впізнаваність тощо)

**При постановці завдань важливо враховувати наступні якості:**

* **конкретність.** Визначтеся з одним пріоритетним напрямком. Впізнаваність в аудиторії, збільшення продажів або приріст трафіку. Не варто охоплювати відразу безліч цілей, це зробить задачу більш заплутаною і неефективною. При успішному розвитку одного напрямку можна поетапно додавати ще один або два;
* **вимірюваність.** Встановіть числові рамки для мети. Скільки має бути продано товарів, придбано нових підписників. Прагніть досягнути поставлених цифр, збільшуйте рамки, якщо показники були досягнуті раніше;
* **часова визначеність.** Вирішіть для себе, через який час повинна бути досягнута мета: тиждень, місяць, рік. Обмеження допоможуть зрозуміти ефективність роботи команди;
* **досяжність.** Оцінюйте свої сили об’єктивно і не чекайте через тиждень мільйонного продажу, якщо бізнес тільки почав працювати. Подивіться на конкурентів, зробіть власну планку успіху на їх рівні або трохи нижче.
* Контент маркетинг ( в т. ч. контент-план)

**Просування може здійснюватися наступними способами:**

* через розміщення рекламних записів у популярних блогерів. Можна замовляти рекламу безпосередньо з їх участю, тестуванням продуктів або послуг, або просто публікувати відомості про товари, розміщувати інформацію у вигляді рекламних записів;
* рекламувати на сторінках тематичних спільнот, де зібралася цільова аудиторія, розповідати переваги продуктів, проводити тести та огляди;
* проводити конкурси, які передбачають підписку на канал, профіль і якісь додаткові дії, націлені на залучення підписників і поширення серед їх друзів;
* запускати флешмоби із закликом вчинити певну дію. Останнім часом такий спосіб користується особливою популярністю, оскільки багато учасників шукають першоджерело, що дозволяє зібрати величезні аудиторії;
* через платний [таргетинг](https://bestmarketing.com.ua/ua/target/%22%20%5Ct%20%22_blank). Найзручніший і успішний спосіб просування бізнесу – таргетована реклама. Вона дозволяє точно оцінити параметри цільової аудиторії і чітко налаштувати умови просування. Можна скористатися послугою навіть без спеціальних знань, але знизити вартість за клік, зробити витрати на просування мінімальними дозволить тільки чітка стратегія, розроблена на основі глибокого аналізу аудиторії і конкурентів.