

Елена Данилина

Откровенный SMM



Елена Даниллина

Откровенный SMM

«Издательские решения»

Даниллина Е.

Откровенный SMM / Е. Даниллина — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-932535-8

SMM — один из самых дешевых и при этом конверсионных инструментов интернет-маркетинга. Не относитесь к нему, как к побочному каналу присутствия в сети. Это мощный инструмент продаж и брендинга с управляемым и прогнозируемым результатом. В рекламе я уже более трех лет и за это время я накопила достаточно опыта, чтобы поделиться с Вами, как при минимальных вложениях можно получить высокую эффективность.

ISBN 978-5-44-932535-8

© Даниллина Е.

© Издательские решения

Содержание

Введение	7
Мотивация в бизнесе	8
Конец ознакомительного фрагмента.	9

Откровенный SMM

Елена Даниллина

© Елена Даниллина, 2018

ISBN 978-5-4493-2535-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Всем привет!

Меня зовут Елена и Я занимаюсь личным брендингом. В рекламе я уже более трех лет и за это время я накопила достаточно опыта, чтобы поделиться с Вами, как при минимальных вложениях можно получить высокую эффективность. Сейчас в мире высоких технологий, никак нельзя обойтись без коммуникаций в социальных сетях. Социальные сети являются не только способом общения, но и эффективным источником дохода, причем очень неплохого дохода. В то время, как крупные компании не жалеют средств и сил на рекламу и продвижение, проблемой малого и среднего бизнеса является нехватка знаний для того, чтобы получать своих клиентов и зарабатывать не выходя из дома и тратя минимум времени. Я и моя команда обучаем и обучаемся с каждым днем, так как тенденции меняются чуть ли не каждые пол года.

Основной задачей каждого бизнеса, неважно малый или средний, крупный или корпорация, является получение прибыли. И здесь все ставят себе разные задачи первоочередные и долгосрочные, но есть неотъемлемая часть, которая присутствует всегда, это Реклама и Бренд! И то, как ты введёшь новый продукт на рынок зависит от охвата аудитории, до которой ты донесёшь информацию, о том что ты есть, есть твоя компания, есть продукт, товар, услуга, вообще то, чем занимается твоя компания!

В каждой сфере бизнеса свои особенности, сезонность, аудитория, и если изначально понимать, на что тебе ориентироваться, на какие факторы риска делать акцент, при брендинге можно получить высокую эффективность.

В этой книге-пособии я буду делиться своим опытом, опытом своей команды, и на примерах клиентов делиться полезной информацией

Хочу сразу обратить внимание на то, что работу smm специалиста зачастую путают с обязанностями программиста.

Программист – специалист, занимающийся непосредственной разработкой программного обеспечения для различного рода вычислительно-операционных систем. На основе анализа математических моделей и алгоритмов решения научно-технических и производственных задач программист разрабатывает программы.

SMM специалист – специалист по социальным сетям, который управляет присутствием бренда и продвижением в социальных каналах (Facebook, Одноклассники, Вконтакте, Instagram и других)

Очень важно понимать различие, поскольку многие путают и от SMM специалиста ждут чуда, и складывается необоснованное мнение о работе! По стоимости услуги SMM и программирования тоже разные, и работа выполняется абсолютно разная. Это абсолютно разные вещи, не путайте пожалуйста!

Хочу подчеркнуть, что ведение и обучение, по сетям – это такая же работа, это постоянный труд, здесь на везении далеко не уедешь, поэтому необходима оптимизация.

Работа в сетях должна быть хорошо спланированная. Работа в сетях направлена на то, чтобы о Вас узнали, чтобы о Вас заговорили, задача привлечь внимание к продукту, красиво упаковать свой продукт так, чтобы его невозможно было не купить.

Вы должны понимать нужен ли Вашему бизнесу smm, если нет, не тратьте время на чтение этой книги.

И раз уж Вы решили прочитать сие издание имейте ввиду, SMM – один из самых дешевых и при этом конверсионных инструментов интернет-маркетинга. Не относитесь к нему, как к побочному каналу присутствия в сети. Это мощный инструмент продаж и брендинга с управляемым и прогнозируемым результатом.

Введение

Что Вы делаете каждое утро?

Просыпаясь с утра, берёте в руки телефон и заходите в социальные сети.

Социальные сети являются для Вас источником коммуникации для общения с Вашими друзьями. Также социальные сети дают большой охват клиентов, а клиенты это целевая аудитория, а целевая аудитория – это Ваши потенциальные клиенты.

Если Вы хотите заявить о себе и донести то, чем ты занимаешься, до масс, ты должен соблюдать критерии, которые на данный момент являются основой для продвижения.

Личное брендинг продаёт будущее!

На чём построено брендинг?

Основная задача брендинга – это привлечение внимания к своему аккаунту, выявление своей аудитории и обратная связь со своими потребителями. Чем больше внимания Вы сможете привлечь, тем дороже вы его продадите. Это многоуровневый процесс продвижения своего бренда в сети.

Основной задачей каждого из Вас является привлечение внимания к своему продукту, с помощью правильного наполнения, ведения и продвижения.

Теперь если говорить более детально, Вы сможете закрыть ряд задач, которые ставите перед собой

1) Научитесь анализировать аккаунты своих конкурентов и применять на практике те примеры, которые работают на данный момент. Так как тренды меняются чуть ли не каждый день.

2) Создание релевантной стратегии контента и создание креативной механики социальных сетей, то есть наполнение страниц, создание уникального оффера и генерация постов.

3) Продвижение своего бренда, анализ публикаций, которые стали более популярны при органической выдаче для дальнейшего продвижения через таргет рекламу.

Говоря простым языком, Вы научитесь вычлнять более популярные посты в своих аккаунтах- это просмотры, лайки и комментарии, репосты и перепосты и исходя из этих данных запускать таргетированную рекламу, либо более детально продвигать органическим путём.

Занимаясь личным брендингом, Вы становитесь редактором, креативным продюсером, рекламщиком, арт-директором своего бренда.

Все эти действия приведут в совокупности к определённому результату.

Для каждого, это своя запланированная цель или задача.

Цели и задачи! Поговорим подробнее. И начнем с мотивации.

Мотивация в бизнесе

Начнём с мотивации. Случалось ли вам терять мотивацию к работе? Думаю, каждый из нас время от времени отмечал за собой некоторую «растерянность» при выполнении тех или иных обязанностей. Причин для подобного отношения может быть великое множество. Некоторые тяжело вливаются в рабочий процесс после выходных и отпусков. Другим мешают работать в полной мере образ жизни или проблемы в семье. Необходимо чётко понимать, когда начинаешь любую работу, в том числе с социальными сетями, правильно себя изначально замотивировать! Если не выполнять ряд необходимых действий каждый день, по волшебству работать ничего не будет.

Мотивация в бизнесе – важная составляющая. Многим из нас трудно оставаться увлеченными делом в течение длительного периода времени. Каждый день без заметного прогресса все больше и больше снижает стремление заниматься этим дальше. Но не стоит терять надежду. Вы можете больше, чем вы думаете. Дело в том, что заботясь о повседневных достижениях, вы упускаете из вида общий прогресс. Вот несколько советов, чтобы сохранить мотивацию в процессе ведения бизнеса:

Сосредоточьтесь на будущем

Когда дела идут не очень хорошо, легко потерять страсть к тому, что вы когда-то любили. Даже если вы были полностью погружены в свою работу, когда только-только начали, то после нескольких падений, вполне вероятно, вы уже не будете предпринимать максимум усилий. Существует довольно простое решение, чтобы обойти эту «потерю страсти»: сосредоточиться на будущем. Сосредоточившись на будущем можно оградить себя от ошибок в текущих вопросах, преследующих вас. Смотрите в будущее и будьте уверены, что непременно достигните успеха! Это придаст мотивации трудиться дальше.

Учиться на своих неудачах

Иногда, несмотря на все усилия, вы просто не можете получить результат, который ожидаете. Чем быстрее вы сможете принять неудачу как неизбежность, тем лучше. Неровности на дороге должны рассматриваться просто как неровности на дороге. Не позволяйте себе отвернуться от потенциальных возможностей, потому что вы застряли на прошлых ошибках. Каждую неудачу следует рассматривать как полезный опыт.

Действуйте решительно!

Основная причина, по которой люди теряют веру и страсть к их бизнесу, является то, что они не видят ожидаемых результатов. Отсюда и снижение мотивации в бизнесе. Но подумайте, результат – это отражение ваших действий. Если у вас есть склонность откладывать дела на потом, найдите способы, чтобы исправить такое поведение. Составьте график, начните использовать календарь, или, возможно, устанавливать напоминания. Каждый вечер убеждайтесь, что вы завершили намеченные планы. Действуйте каждый день!

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.