



КОНСАЛТИНГ, ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ,
ИНТЕГРАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ, МАРКЕТИНГА И ОРГРАЗВИТИЯ

SMM: АКТУАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ, СТРАТЕГИЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

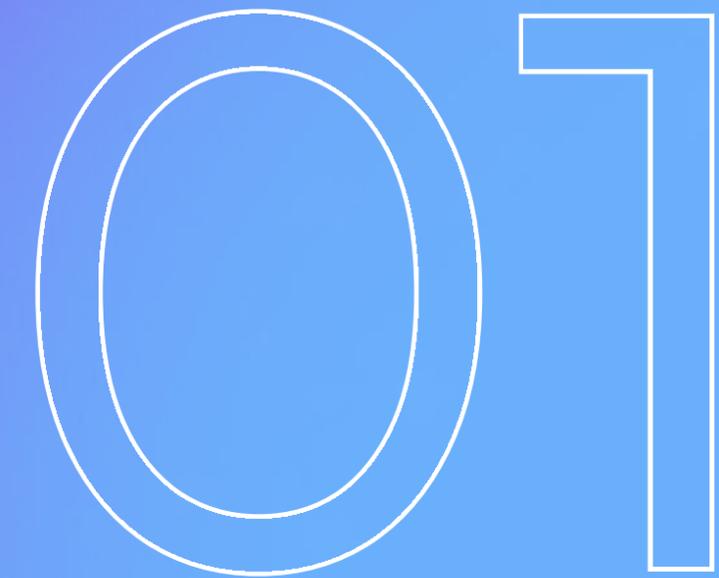
techart.ru | promo.techart.ru

1999 — 2022

АКТУАЛЬНОСТЬ SMM
ДЛЯ B2B И B2C

**АКТУАЛЬНОСТЬ SMM
ДЛЯ B2B И B2C,
ОСНОВНЫЕ
ПРЕИМУЩЕСТВА
И ОГРАНИЧЕНИЯ**

АКТУАЛЬНОСТЬ SMM
ДЛЯ B2B И B2C



03 Зачем бизнесу нужны социальные сети в 2022 году?

Основные цели для b2c:

1. Продажа товаров и услуг.
2. Взаимодействие бренда с потребителями.
3. Повышение узнаваемости бренда
4. Работа с репутацией.

Основные цели для b2b:

1. Повышение узнаваемости и лояльности среди специалистов.
2. Поиск сотрудников — HR.
3. Канал передачи информации о вашей компании.
4. Продажа товаров и услуг.

Социальные сети бренда = лицо бренда только для поколения Y и Z?

Не только!

В социальных сетях более **50 000 000 пользователей старше 40 лет!**



Преимущества:

- большая аудитория;
- прямой, неформальный контакт;
- невысокая стоимость;
- простота;
- широкие рекламные инструменты.

Недостатки:

- работа на «чужой» территории;
- высокая конкуренция;
- высокие требования к качеству;
- необходим опыт;
- потребность в регулярной работе.

Основной секрет успешного SMM —
правильное взаимодействие с интересами и психологией пользователей!

Бренд — это не бездушная обезличенная машина!



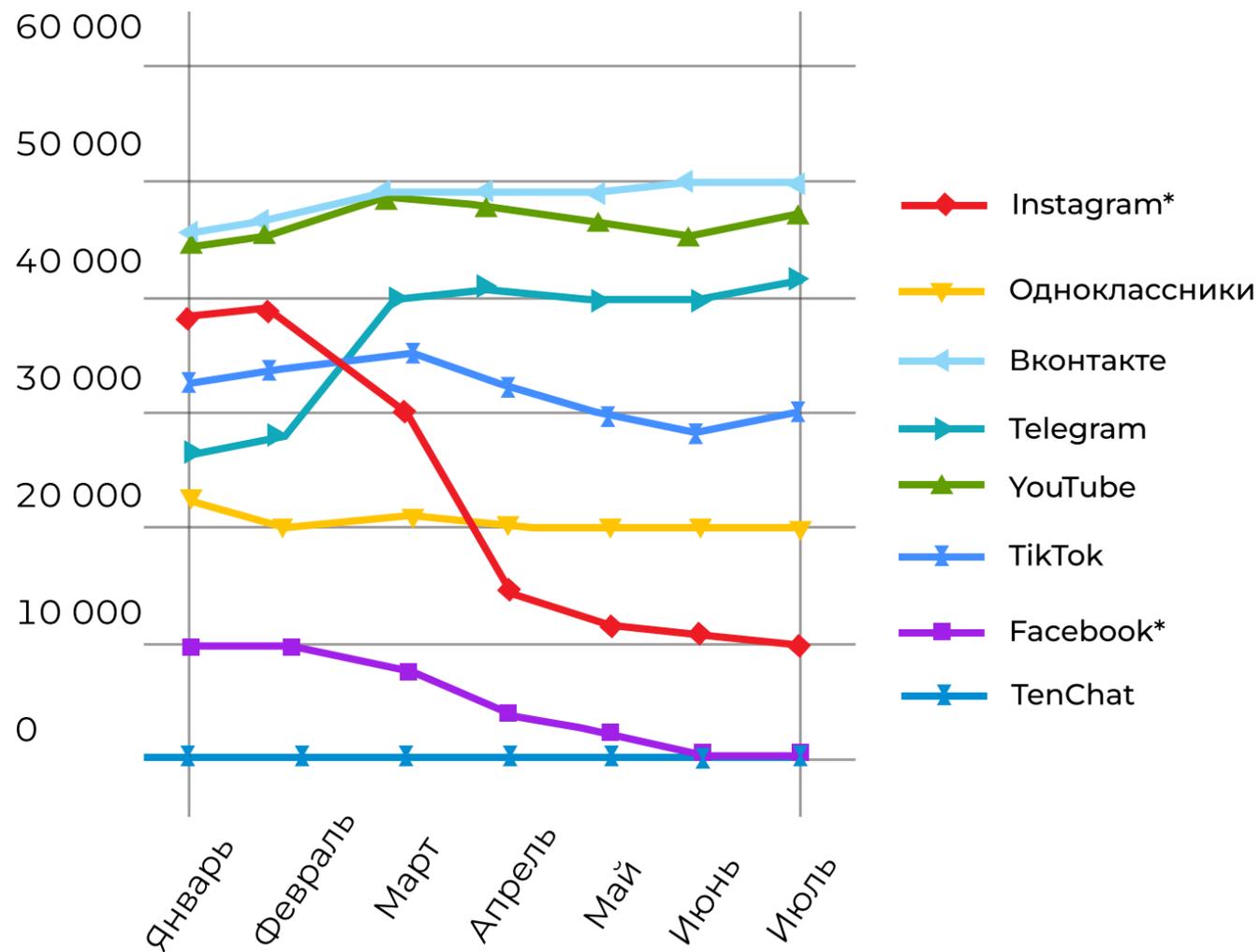
02

ОБЗОР ДОСТУПНЫХ
ПЛОЩАДОК

**ОБЗОР ДОСТУПНЫХ
ПЛОЩАДОК**

ОБЗОР ДОСТУПНЫХ
ПЛОЩАДОК

Как менялась аудитория соцсетей в России в 2022 году



*принадлежат компании Meta (признана экстремистской и запрещена на территории РФ).
Источник: Mediascope, июль 2022, Россия, desktop + mobile, среднесуточный охват, тысяч человек.

Охват социальных сетей

Количество минут в день, которые пользователи проводят в социальных сетях:

TikTok	69 минут
YouTube	54 минуты
Вконтакте	47 минут
Telegram	35 минут
Одноклассники	33 минуты
Instagram*	12 минут
TenChat	9 минут
Facebook*	7 минут

*принадлежат компании Meta (признана экстремистской и запрещена на территории РФ).
Источник: Mediascope, июль 2022, Россия, desktop + mobile.

Соц-дем. профиль

Уровень дохода семьи

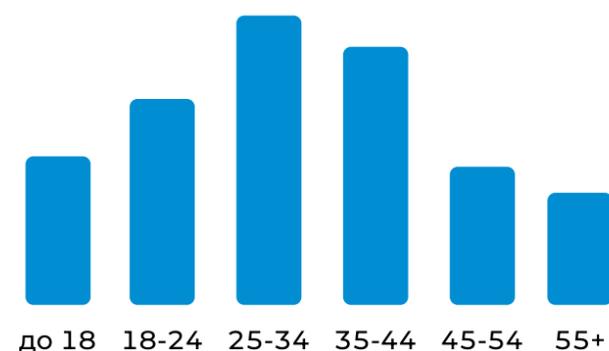


- Ниже среднего
- Средний
- Выше среднего
- Нет ответа

Пол и возраст

Мужчины 12+
21 592,27 / 42,66%

Женщины 12+
29 022,53 / 58,34 %



Род занятий



Источник: Mediascope, Brand Analytics, июль 2022, Россия, desktop + mobile

Популярные темы:

мебель и интерьер, авто и мото, дом и ремонт, домашние животные, еда и кулинария, одежда и обувь, развлечения и досуг, семья и дети, электроника и бытовая техника.

Особенности «ВКонтакте»:

- широкий интерес к контенту;
- после блокировки Facebook* и Instagram* находится в фазе роста;
- активная аудитория;
- широкий набор инструментов для бизнеса;
- поиск с учетом региона пользователя;
- низкий интерес аудитории к «Историям» (аналог Instagram Stories*);
- собственный товарный агрегатор;
- собственный видеохостинг;
- развитие формата коротких видео — «Клипы»;
- широкий набор инструментов для вебинаров.

*принадлежат компании Meta (признана экстремистской и запрещена на территории РФ).

09 Что надо знать об «Одноклассниках»?

Соц-дем. профиль

Уровень дохода семьи

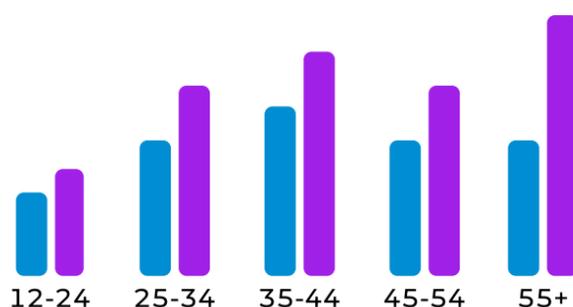


- Ниже среднего
- Средний
- Выше среднего
- Нет ответа

Пол и возраст

Мужчины 12+
7809,3 / 38,5%

Женщины 12+
12 474,6 / 61,5%



Род занятий



Источник: Mediascope, июль 2022, Россия, desktop + mobile

Особенности «Одноклассников»:

- упор на пользовательский и прикладной контент;
- низкий покупательский спрос;
- низкая активность аудитории;
- блокировка Facebook* и Instagram* не повлияла на прирост аудитории;
- последнее нововведение социальной сети — акцент на хобби и увлечениях.

*принадлежат компании Meta (признана экстремистской и запрещена на территории РФ).

Популярные темы:

новости и политика, дом и ремонт, домашние животные, еда и кулинария, красота и здоровье, развлечения и досуг, семья и дети.

10 Что надо знать о Telegram?

Соц-дем. профиль

Уровень дохода семьи

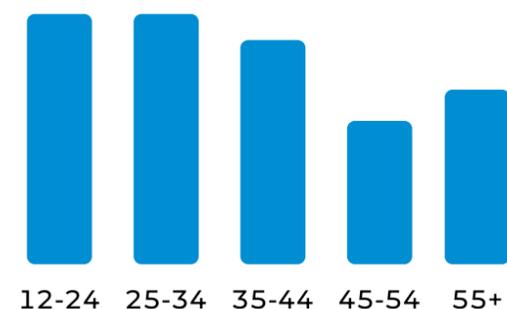


- Ниже среднего
- Средний
- Выше среднего
- Нет ответа

Пол и возраст

Мужчины 12+
25 317,5 / 61%

Женщины 12+
16 186,6 / 39%



Род занятий



Источник: Telegram Analytics, июль 2022, Россия, desktop + mobile

Особенности Telegram:

- упор на текстовый инфоконтент контент;
- подходит не для всех тематик;
- высокая конкуренция за внимание пользователя, в т.ч. с личными переписками;
- после блокировки Facebook* и Instagram* количество пользователей увеличилось более чем на 50%;
- скромные рекламные возможности;
- широкие возможности настройки и интеграции ботов.

*принадлежат компании Meta (признана экстремистской и запрещена на территории РФ).

Популярные темы:

новости и СМИ, юмор и развлечения, криптовалюта, трейдинг, инвестиции, онлайн-обучение, недвижимость, маркетинг и PR, экономика и финансы, бизнес и стартапы, политика, медицина, работа и вакансии.

11 Что надо знать о TikTok?

Соц-дем. профиль

Уровень дохода семьи

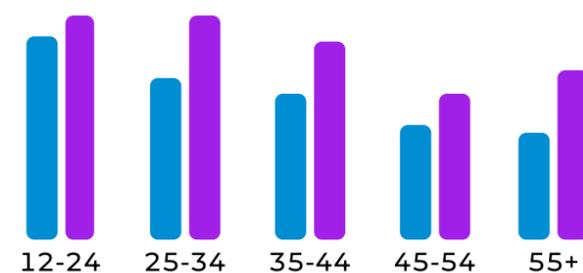


- Ниже среднего
- Средний
- Выше среднего
- Нет ответа

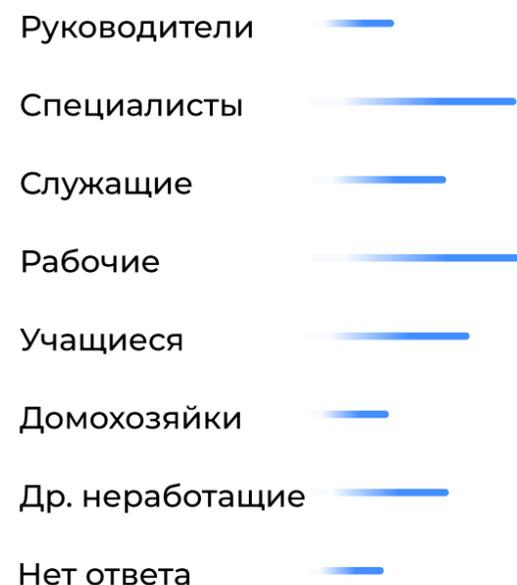
Пол и возраст

Мужчины 12+
13 067,81 / 43,3%

Женщины 12+
17 111,89 / 56,7%



Род занятий



Источник: Mediascope, июль 2022, Россия, desktop + mobile

Особенности TikTok:

- упор на динамичный видеоконтент;
- любительский контент работает лучше;
- активная аудитория
- сложности на этапе производства контента;
- алгоритм продвижения видео позволяет развивать канал без рекламных инструментов;
- сложности с публикацией материалов в РФ;
- запрет рекламных инструментов в РФ;
- отсутствие ссылок в публикациях.

Популярные темы:

авто и мото, домашние животные, еда и кулинария, красота и здоровье, одежда и обувь, развлечения и досуг, семья и дети, спорт и фитнес, туризм и путешествия, электроника и бытовая техника.

12 Что надо знать о Youtube?

Соц-дем. профиль

Уровень дохода семьи



- Ниже среднего
- Средний
- Выше среднего
- Нет ответа

Пол

Мужчины 12+
28 871,86 / 60,64%

Женщины 12+
18 740,04 / 39,36%

Род занятий



Источник: Mediascope, Brand Analytics, июль 2022, Россия, desktop + mobile

Особенности YouTube:

- широкая целевая аудитория, но плохо таргетированная (без учета региона);
- высокие требования к видеоконтенту => высокая цена производства;
- возможность оптимизации для продвижения в ПС;
- широкий набор инструментов для проведения вебинаров;
- запрет рекламных инструментов в РФ;
- развитие формата коротких видео — Shorts.

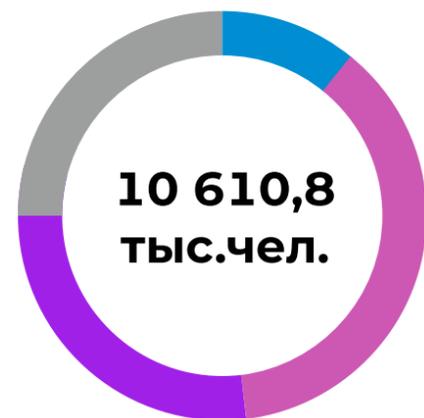
Популярные темы:

авто и мото, бизнес, еда и кулинария, красота и здоровье, образование, производство, общество, развлечения и досуг, спорт и фитнес, туризм и путешествия, электроника и бытовая техника.

13 Что надо знать об Instagram*?

Соц-дем. профиль

Уровень дохода семьи



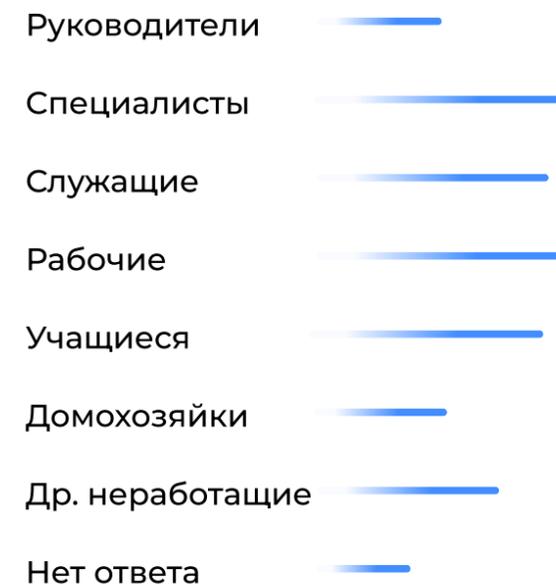
- Ниже среднего
- Средний
- Выше среднего
- Нет ответа

Пол

Мужчины 12+
2 110,49 / 19,89%

Женщины 12+
8 500,31 / 80,11%

Род занятий



Источник: Mediascope, Brand Analytics, июль 2022, Россия, desktop + mobile

Особенности Instagram*:

- упор на визуальный контент;
- активное использование Stories;
- на территории РФ доступна только через VPN;
- значительный отток аудитории после блокировки в РФ;
- сложности с маркировкой упоминания сети;
- запрет рекламных инструментов в РФ;
- развитие формата коротких видео — Reels.

*принадлежат компании Meta (признана экстремистской и запрещена на территории РФ).

Популярные темы:

красота и здоровье, мебель и интерьер, авто и мото, бизнес, экономика, дом и ремонт, домашние животные, еда и кулинария, образование, одежда и обувь, производство, общество, развлечения и досуг, семья и дети, спорт и фитнес, туризм и путешествия, электроника и бытовая техника.

14 Что надо знать о Facebook*?

Соц-дем. профиль

Уровень дохода семьи

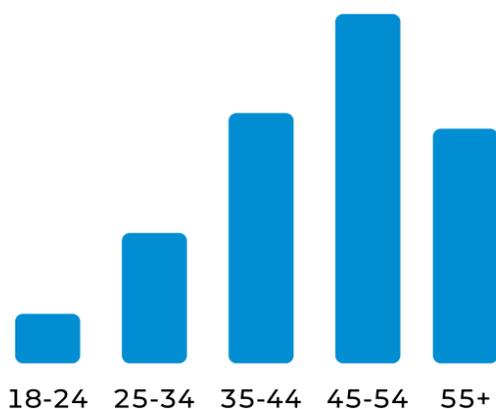


- Ниже среднего
- Средний
- Выше среднего
- Нет ответа

Пол и возраст

Мужчины 12+
714,9 / 37,71%

Женщины 12+
1 180,9 / 62,29%



Род занятий



Источник: Mediascope, Brand Analytics, июль 2022, Россия, desktop + mobile

Особенности Facebook*:

- площадка для бизнес-аудитории и потребления новостного контента;
- упор на видео и текстовый контент;
- низкая активность аудитории;
- на территории РФ доступна только через VPN;
- критический отток аудитории после блокировки в РФ;
- сложности с маркировкой упоминания сети;
- запрет рекламных инструментов в РФ.

*принадлежат компании Meta (признана экстремистской и запрещена на территории РФ).

Популярные темы:

бизнес, HR, производство, дом и ремонт, домашние животные, еда и кулинария, недвижимость, общество, туризм и путешествия, финансы и страхование.

15 Новичок — TenChat: что надо знать о российском «Бизнес.Тиндере»?

Соц-дем. профиль

Уровень дохода семьи



- Ниже среднего
- Средний
- Выше среднего
- Нет ответа

Пол и возраст



Род занятий



Источник: Mediascope, Brand Analytics, июль 2022, Россия, desktop + mobile

Особенности TenChat:

- перспективная деловая соцсеть для бизнеса;
- после блокировки Facebook* и Instagram* находится в фазе роста;
- «сырой» интерфейс;
- наличие функций для бизнеса;
- функция «Бизнес.Тиндер»;
- поиск клиентов (в т.ч. госзакупки) и проверка бизнеса;
- автоподбор тендеров с ЕИС и 10 ЭТП;
- встроенный финансовый маркетплейс ВБЦ;
- торги по банкротству.

*принадлежат компании Meta (признана экстремистской и запрещена на территории РФ).

16 Какие площадки выбрать?

	B2C-бизнес	B2B-бизнес	Руководитель/ Владелец бизнеса
Вконтакте	+	+	+
Одноклассники	+		
Telegram	+	+	+
YouTube	+	+	
Instagram*	???		
Facebook*			
TenChat		+	+

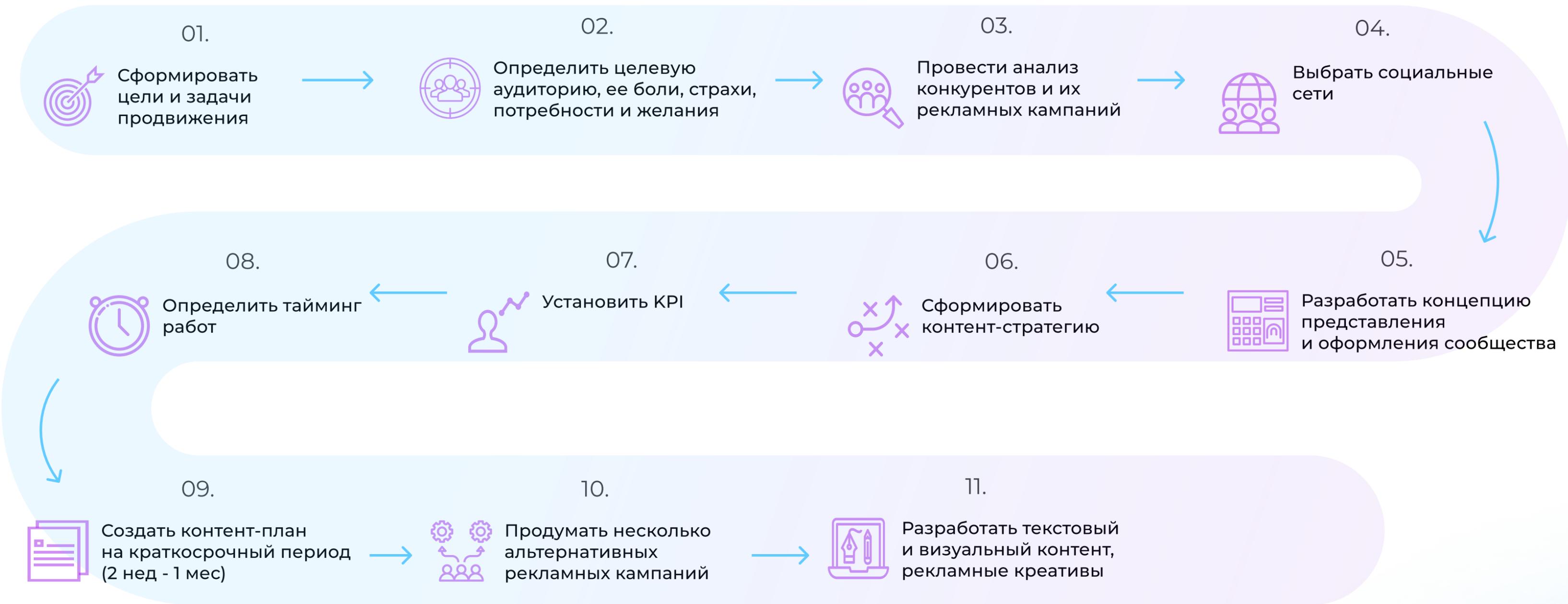
03

ЭТАПЫ
ПОСТРОЕНИЯ
УСПЕШНОЙ SMM-
СТРАТЕГИИ

ЭТАПЫ
ПОСТРОЕНИЯ
УСПЕШНОЙ SMM-

ПОСТРОЕНИЯ
УСПЕШНОЙ SMM-
СТРАТЕГИИ

18 Этапы построения успешной SMM-стратегии



19 Концепция представления сообщества

Типы сообществ:

1. Продающее



2. Брендково-тематическое



3. Брендковое



4. RSS-лента



РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ВЕДЕНИЮ

**РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ВЕДЕНИЮ**

РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ВЕДЕНИЮ



Лаконичный логотип организации, либо иконка, отражающая направление деятельности компании:



Обложка для ПК, с учетом отображения на разных типах устройств:



Вертикальная, анимированная обложка для мобильных устройств:



Заполнение всех пунктов в блоке «Информация», включая адреса всех точек продаж:

Информация

Эксклюзивная мебель для оригинальных и изысканных интерьеров.

На нашей странице вы найдете:

- ♥ Обзоры на мебель от фабрики «8 Марта»
- ✔ Интересные идеи дизайна для интерьера дома
- 🔧 Советы по обустройству дома
- 💰 Акции, скидки, распродажи

+7 (495) 956-88-88

<https://www.8marta.ru/>

Открыто - Закроется в 19:00

Автомоторная улица, 6Бс2, Москва Все 28 адресов

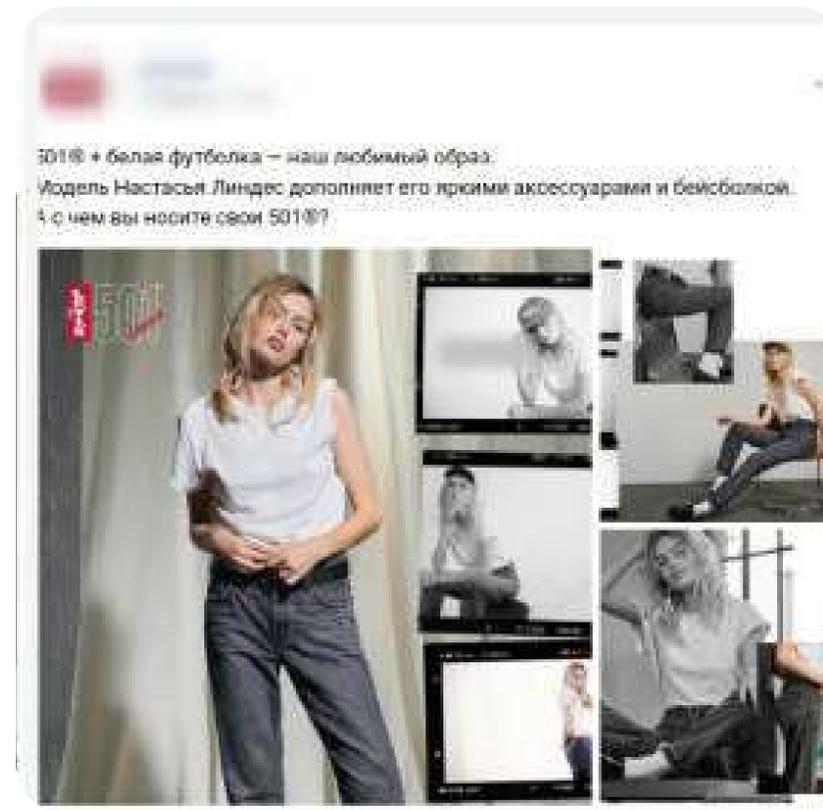
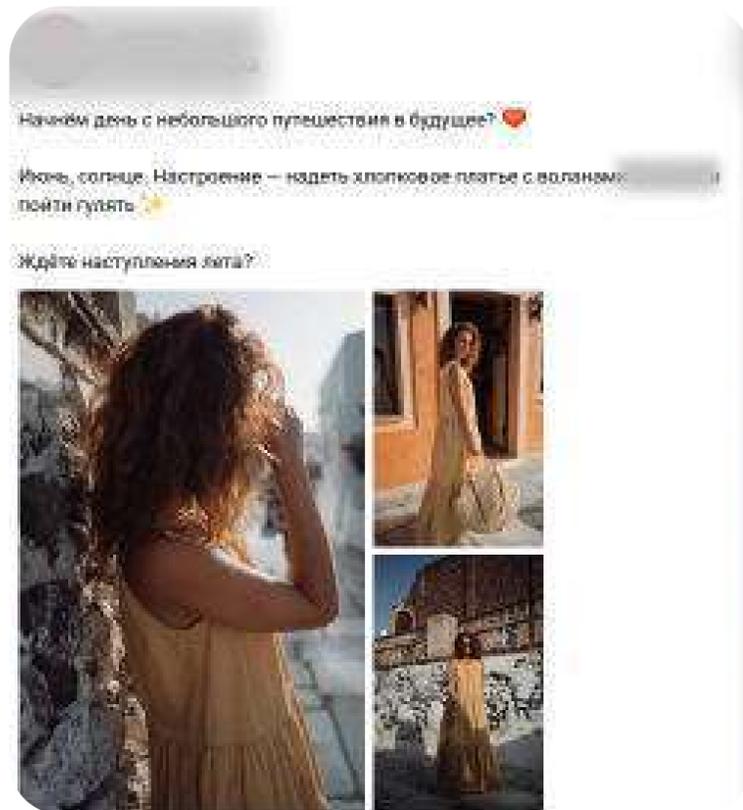
Меню сообщества в ВК:

		
Корзина	Диваны	Кровати

Товары и услуги в ВК:

 Тротуарная плитка "Домино" 2278 Р	 Тротуарная плитка "Гранд" 1984 Р	 Тротуарная плитка "Паркет" 1984 Р	 Тротуарная плитка "Класси..." 1595 Р
 Тротуарная плитка "Класси..." 1474 Р	 Тротуарная плитка "Класси..." 1595 Р	 Тротуарная плитка "Старый..." 1984 Р	 Тротуарная плитка "Бавари..." 1984 Р

Брендинг визуалов



Коммерческий контент — обзоры товара, новости, акции, скидки, отзывы и т.д.

Тематический контент — полезная информация, основанная на использовании продукции бренда.

Информационный контент — советы, лайфхаки и уместные развлекательные публикации.

ВАШИ ОТЗЫВЫ

Марина, Москва

Уютный, удобный диван - мечта!

— Я вредный покупатель, но очень добрый и отзывчивый коллектив помог мне выбрать диван.

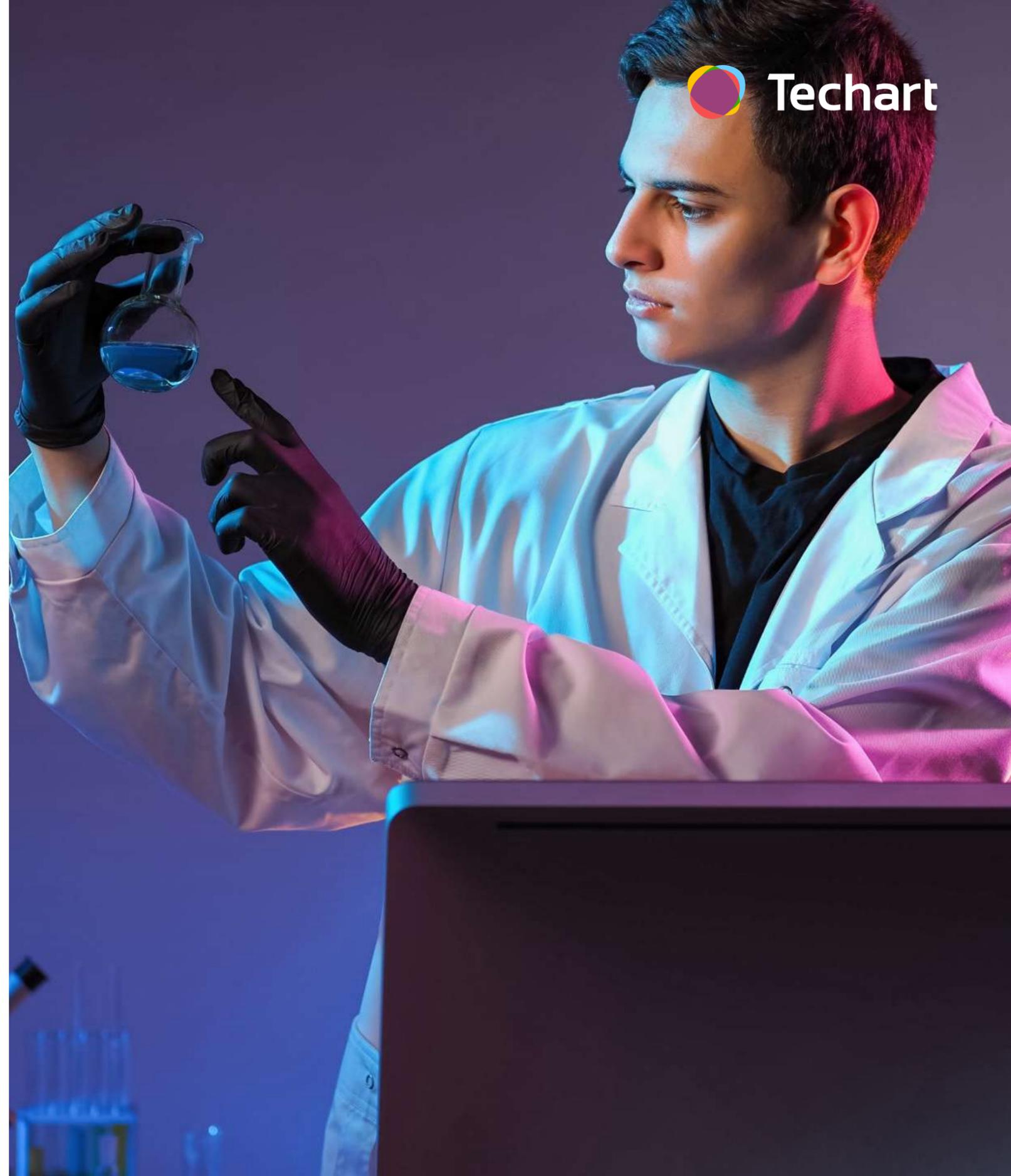


Частота

Не публикуйте контент-ради контента, публикуйте такое количество материалов, которое позволит:

- оставаться полезным для пользователей;
- не терять внимания аудитории;
- оставаться заметными на фоне конкурентов.

Идеальной формулы
не существует
Будьте полезны
и следите за имиджем.



Tone of voice — это стиль вашего общения с пользователями в каждом публичном высказывании:

- ✓ в описании аккаунта;
- ✓ в тексте и визуале публикаций;
- ✓ в ответах на комментарии и сообщения пользователей;
- ✓ в рекламных слоганах и креативах.

Голос может быть разным: серьёзным, провокационным, остроумным, панибратским, наставническим, дружелюбным и пр.

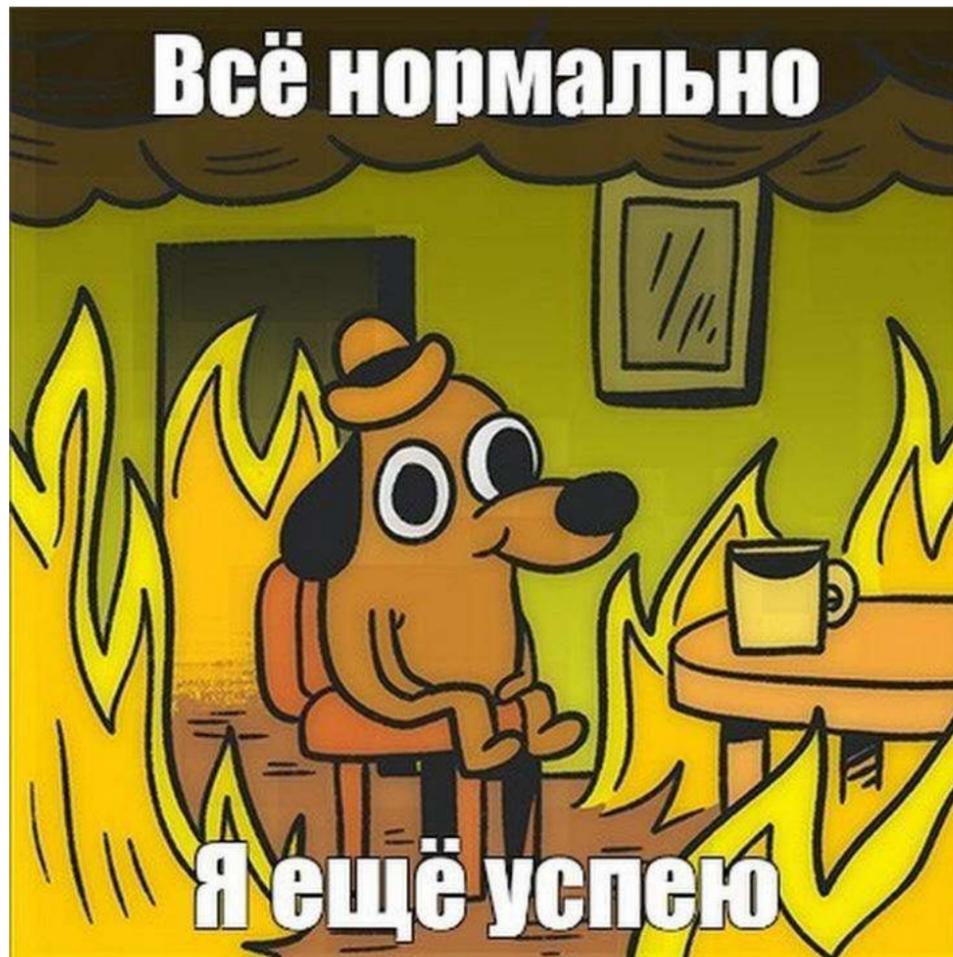
Выбор зависит не только от аудитории, но и от тематики, продукта.



27 Тайминг работ и контент-план

Контент-план представляет собой график публикации постов, в котором отображаются даты публикаций, рубрики, темы и изображения. Он помогает структурировать информацию.

Тайминг работ позволит организовать процесс для общего комфорта.



28 Пример контент-плана



	03.10 ПОНЕДЕЛЬНИК	04.10 ВТОРНИК	05.10 СРЕДА	06.10 ЧЕТВЕРГ	07.10 ПЯТНИЦА	08.10 СУББОТА	09.10 ВОСКРЕСЕНЬЕ
Тема	[Redacted]						
Рубрика	[Redacted]						
Препарат	[Redacted]						
Примечание	[Redacted]						
Нужно уточнение	[Redacted]						
Цель	[Redacted]						
Референс	[Redacted]						
	10.10 ПОНЕДЕЛЬНИК	11.10 ВТОРНИК	12.10 СРЕДА	13.10 ЧЕТВЕРГ	14.10 ПЯТНИЦА	15.10 СУББОТА	16.10 ВОСКРЕСЕНЬЕ
Тема	[Redacted]						
Рубрика	[Redacted]						
Препарат	[Redacted]						
Примечание	[Redacted]						
Нужно уточнение	[Redacted]						

- ✓ конкурсы;
- ✓ геймификация;
- ✓ опросы;
- ✓ участие в обсуждениях;
- ✓ призывы к обсуждению в постах.



05

ТАРГЕТИРОВАННАЯ
РЕКЛАМА

**ТАРГЕТИРОВАННАЯ
РЕКЛАМА**

ТАРГЕТИРОВАННАЯ
РЕКЛАМА

Общее правило: запускаем рекламу в тех социальных сетях и на тех площадках, которыми пользуется наша целевая аудитория.

Наиболее распространенные социальные сети, доступные для рекламы на сегодняшний день:



Возможные таргетинги* в социальных сетях

Социально-демографические

По интересам и поведению

Контекстные

Географические

Активность в сообществах

Ретаргетинг

Временные

Технические

LAL аудитории

*в зависимости от площадки таргетинги меняются.

Возможности рекламного кабинета ВКонтакте:

Выберите цель рекламы

[Продолжить без цели](#)

Все цели

Сообщество

Сайт

Приложения

Видео

Сбор заявок

Товары

Личная страница

 Показы и переходы

Показы рекламного объявления



Переходы по рекламе



 Вовлечение ВКонтакте

Вступления в сообщество



Сообщения в сообщество



Участие в мероприятии



Продвижение товаров или услуг в сообществе



Заполнение лид-формы



Переходы в VK Mini Apps



Подписки на рассылку



 Конверсии

Конверсии на сайте



Установки мобильного приложения



Конверсии внутри мобильного приложения



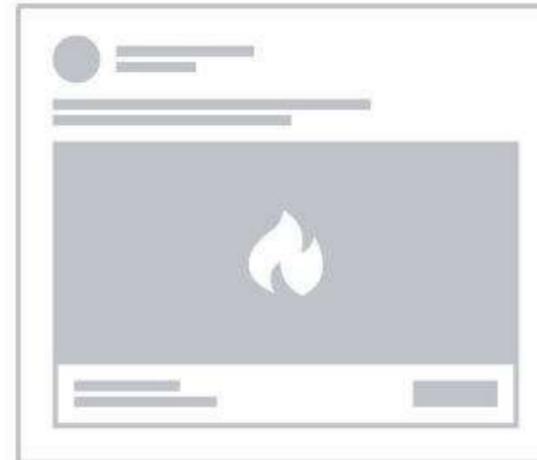
Продвижение товаров из каталога сайта



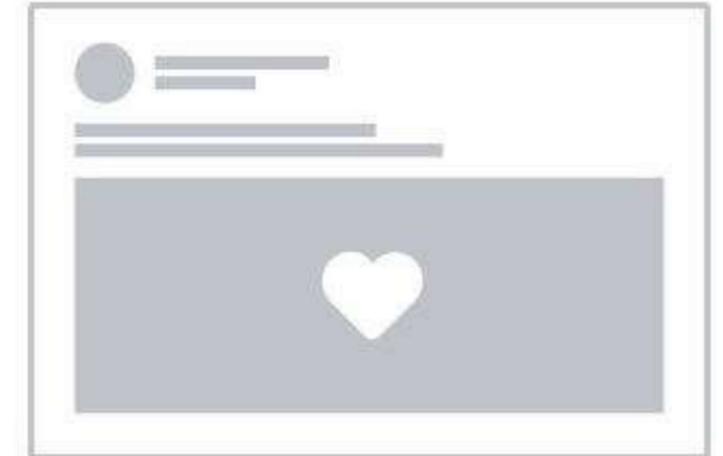
Карусель



Запись с кнопкой



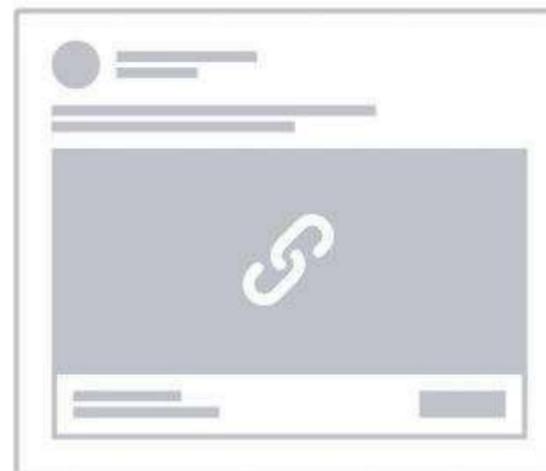
Универсальная запись



Сбор заявок



Реклама сайта



Реклама в клипах и историях



На данной площадке возможно 2 варианта размещения рекламы:

1. Рекламная интеграция в каналах (аналог работы с блогерами)

Каталог Telegram-каналов

Каналы 7 508 Рейтинг ER Просмотры Подписчики Стоимость Добавлен CPV

5870	Аниме Гифки Живой активный канал без накруток и ботов! Постоянно на трафике с хорошей. Хобби и развлечения	Подписчики: 45 669	Просмотры: 2,5K ER: 5.48%	CPV: 0.12 P	Формат: 1/24	Количество: 1	300 P
4201	Аниме Видео Эдиты Живой активный канал без накруток и ботов! Постоянно на трафике с хорошей. Юмор и мемы	Подписчики: 44 635	Просмотры: 5.2K ER: 11.65%	CPV: 0.12 P	Формат: 1/24	Количество: 1	600 P
413.4	Маникюр Взрослая женская аудитория, канал без накруток и ботов. Красота и уход	Подписчики: 21 792	Просмотры: 4.7K ER: 21.34%	CPV: 0.22 P	Формат: 1/24	Количество: 1	1 020 P

2. Таргетированная реклама в Telegram Ads

Telegram Ads / New Ad

Budget: € 0.00 · Fedor Skuratov

Ad title
e.g. My first ad
Only displayed in the ad interface.

Ad text
Enter your ad text
This is what your target audience will see.

CPM in Euro
€ 0.00
Price per 1000 impressions.

Initial Budget in Euro
€ 0.00
This amount will be added to the ad budget.

Target channel languages
Select languages (optional)

Target topics
Select topics (optional)

Target specific channels
t.me channel URL (optional)

Exclude topics
Select topics to exclude (optional)

Exclude specific channels
t.me channel URL to exclude (optional)

Target parameters can't be changed after the ad is created.

I have read and agree with the Telegram Ad Platform Terms of Service

Create Ad

06

KPI

KPI

KPI

36 Оценка работы — показатели эффективности

1. Подписчики

- количество подписок;
- количество отписок;
- темп роста аудитории.

2. Визуальный контакт с пользователем

- количество просмотров;
- охват.

3. Вовлеченность аудитории:

- ER (активные действия/подписчики *100%);
- лайки;
- репосты;
- комментарии;
- отметки по хештегам;
- переходы на сайт.

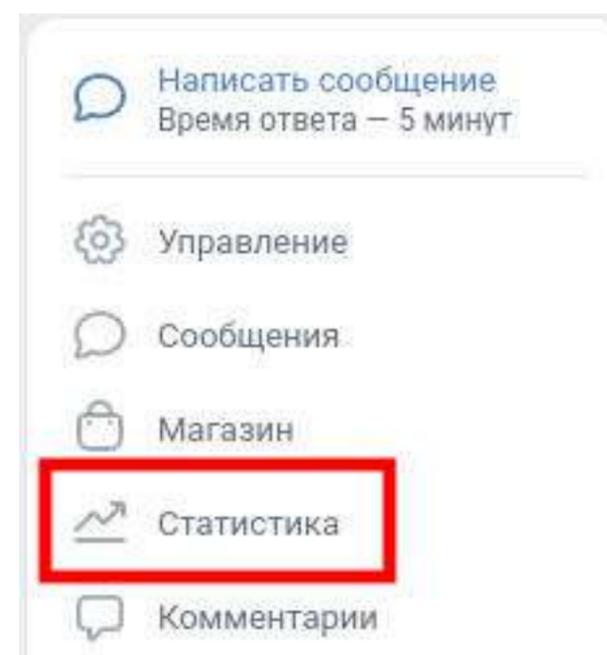
4. Коммерческие показатели:

- стоимость подписчика;
- число обращений и их стоимость;
- стоимость 1 000 показов;
- стоимость перехода на сайт.

Основные метрики для оценки SMM-специалистов*

- количество размещенных материалов и их качество;
- среднее время ответа на комментарии;
- динамика привлечения подписчиков и их стоимость;
- динамика охвата;
- активность подписчиков;
- число и стоимость обращения (в динамике).

* Зависят от целей, которые обозначены SMM-специалисту



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ



Титенко Андрей

зам. директора практики
интегрированного маркетинга,
руководитель группы
технологического маркетинга

+7 (495) 790-7591 *198

titenko@techart.ru



Емельянова Екатерина

ведущий интернет-маркетолог

emelyanova@techart.ru

Интегрированный маркетинг и PR

promo.techart.ru

Аналитика и бизнес-планирование

research.techart.ru

IT-решения и веб-разработка

web.techart.ru

Дизайн-бюро

design.techart.ru

Фотоагентство

photo.techart.ru

Работа в «Текарт»

hr.techart.ru