

Курс

«SMM для бизнеса: привлечение и удержание клиентов»



webcom.academy



Программа курса:

Понятие SMM, обзор актуальных платформ

01 ————— 2 часа

- Знакомство и определение SMM для бизнеса.
- Мифы об SMM.
- Определение лучшей платформы для решения бизнес задач в 2024 году.
- Аудиторные показатели соц. сетей в 2024 году.
- Целевые аудитории в соц. сетях и их сегментация.
- Методы и подходы к сегментации целевой аудитории и конкурентный анализ в SMM.
- Уникальное торговое предложение в SMM, методы подбора и формирования УТП.
- Разбор типичных ошибок бизнеса в SMM в 2024 году.
- Обзор полезных ссылок и ТОП инструментов для SMM.
- Практика: формирование правильной бизнес логики и уникального торгового предложения.

Цели, задачи, бизнес-логика и стратегии в SMM

02 ————— 4 часа

- Реальные цели и задачи бизнеса в SMM.
- Разбор воронки продаж в социальных сетях как она формируется и как работает в SMM.
- Формализация воронки продаж в SMM примеры безконверсионных и конверсионных воронок.
- Разбор соотношения возможных целей и задач social media marketing для разного типа бизнеса с возможными показателями эффективности.
- Разбор стратегии «Вещание», инструменты, бюджетирование, делегирование, выбор и контроль ключевых показателей эффективности.
- Разбор стратегии «Вовлечение», инструменты, бюджетирование, делегирование и KPI.
- Разбор стратегии «Комплексная-смешанная», инструменты, бюджеты, делегирование и KPI.
- Разбор ошибок при выборе связки цель VS стратегия.
- Практика: подбор и обоснование правильной стратегии с учетом ресурсной базы и целей бизнеса в SMM.



Программа курса:

«Digital и SMM-специалисты» и ключевые показатели эффективности в SMM

03

1 час

- Кто за что отвечает в SMM в малых и больших проектах?
- Как понять, какие работы с соцсетями делать в организации, а какие отдавать на аутсорс (фрилансерам или digital-агентствам).
- Кому сколько платить: в штате (данные статистики с [rabota.by](https://www.rabota.by)) и удаленно?
- Какие бывают ключевые показатели эффективности в SMM и как их распределить в команде или как правильно нагрузить сотрудника?
- Где SMM-специалисту искать работу и проекты, а бизнесу искать SMM-специалистов?
- Как оценивать работу SMM-специалиста (матрица KPI)?
- Ответы на вопросы.

Кейсы VS тренды в системном управлении информацией

04

1 час

- Что такое кейсы в SMM?
- Почему важнее изучать кейсы и примеры реальных работ над проектами, а не тренды в SMM.
- Методология поиска рабочих SMM-кейсов.
- Подборки/каталоги ТОП кейсов по тематикам.
- Практика: поиск и изучение кейсов под свой проект.



Программа курса:

Маркетинговое зеркало – репутационный SMM

05

2 часа

- Репутация и репутационный менеджмент как основа для перехода от медийных показателей (охваты, соц. сигналы) к бизнес-показателям (регистрации, звонки, заказы).
- Влияние отзывов и упоминаний в соцсетях и на сервисах отзывов на продажи (разбор реальных кейсов)?
- Как найти отзывы о продукте, компании, руководителе в цифровом хаосе (разбор 2-х методик)?
- Разбор 5 основных сервисов для репутационного менеджмента в SMM.
- Автоматизация работ по сбору необходимой семантики через специальные инструменты поиска отзывов в соцсетях.
- Методика автоматизации сбора отзывов клиентов и посетителей торговых точек.
- Разбор карточек GMB и Яндекс Бизнес — аудит и поиск точек роста.
- Ответы на вопросы.
- Практика: исследование репутационной зоны конкурентов. Улучшение собственной репутационной зоны. Аудит и оптимизация карточек GMB и Яндекс Бизнес.

SMO – Social Media Optimization

06

2 часа

- SMO как креативный метод получения бизнес-KPI в SMM.
- Пошаговый план внедрения SMO.
- Стратегии и инструменты SMO под различные виды бизнеса.
- Разбор примеров SMO.
- Практика: создание собственной стратегии SMO.



Программа курса:

Контент в SMM

07

6 часов

- Типы и виды контента в соцсетях и мессенджерах в 2024 году.
- Медиапланирование и стоимость работ с контентом для SMM.
- Связь контента на сайте с SMM.
- Ошибки при работе с контентом в SMM.
- Виды контента и матрица контента.
- Системная работа с контент-планом.
- Продающий контент – лучшие подходы, разбор примеров.
- ТОП-40 инфоповодов для вашего бизнеса.
- Юмор в SMM, мифы и реальность.
- Тексты в SMM.
- Методы вовлечения аудитории в коммуникацию.
- Методы повышения уровня вовлеченности.
- Инструменты конкурентного анализа контента (ТОП-3).
- Инструменты конкурентного анализа рекламных кампаний конкурентов (ТОП-3).
- Разбор методики «курирование контента».
- Где бесплатно брать контент: разбор фотостоков и фотобанков.
- Инструменты SMM для создания и обработки контента.
- Хештеги как часть контента в SMM.
- Инструменты подбора хештегов.
- Разбор стратегии «слежения и следования за трендами».
- Инфографика как вид контента для SMM.
- Видео как тип контента в SMM, методы и подходы работы с видеоконтентом.
- Поисковая оптимизация при работе в социальных сетях.
- Практика: анализ контент-стратегий конкурентов и создание контент-плана.



Программа курса:

Нейросети для SMM

08 ————— 1 час

- Какие бывают нейросети и как они могут помочь вашему бизнесу.
- Плюсы и минусы (риски) использования нейросетей для вашего SMM.
- Навыки и умения для использования нейросетей.
- Текстовые нейросети.
- Графические нейросети.
- ИИ для генерации видео.
- ИИ для обработки изображений и монтажа роликов для SMM.
- Нейросети для перевода ваших видео на иностранные языки.
- Практика: создание контента при помощи нейросетей.

Активизации – акции, конкурсы, гивы и прочие активности

09 ————— 2 часа

- Сегментация и продажи через легальные акции разных типов с учетом технических особенностей различных социальных платформ.
- Кейсы и примеры на реальном бизнесе: как привязать активности к целям и задачам бренда и получить в результате акций не лайки и репосты, а лиды, заказы и продажи.
- Верстка активизаций для разных соц. платформ.
- Типология активизаций в различных социальных сетях и мессенджерах.
- Подводные камни и особенности проведения активизаций.
- Автоматизация поведения итогов акций, конкурсов и марафонов – разбор сервисов;
- Разбор ошибок при проведении активизаций.
- Практика: верстка собственной активизации.

Программа курса:

Системный инфлюенс-маркетинг – работа с блогерами

10 ————— 3 часа

- Место инфлюенс-маркетинга в SMM.
- С какими блогерами и сообществами можно работать бизнесу в 2024 году.
- Инструменты поиска и подбора блогеров и сообществ в Instagram, VK, Tiktok, YouTube.
- Инструменты работы с сообществами и блогерами в Telegram.
- Сообщества и блогеры-амбассадоры, как этого достичь.
- Трекинг конверсий и аналитика в инфлюенс-маркетинге.
- Практика: формирование собственной стратегии инфлюенс-маркетинга, подбор сообществ и блогеров.

META (Instagram, Facebook) для бизнеса

11 ————— 5 часов

- Аудиторные показатели Instagram, Facebook.
- Баны, блокировки и правила работы в Meta в 2024.
- Типология сообществ в Facebook и Instagram.
- Настройка и подготовка к работе в Instagram.
- Reels и Stories как отдельный вид контента для Instagram.
- Live-трансляции в Instagram.
- Разбор успешных кейсов в Instagram.
- Продвижение контента в Instagram, методы и подходы.
- Удержание внимания и вовлечения в Instagram.
- Разбор малого рекламного кабинета.
- Разбор Meta Ads Manager.
- Ретаргетинг в Meta.
- Индивидуализированные аудитории и похожие аудитории в Meta Ads Manager.
- Ключевые показатели эффективности и трекинг конверсий в Meta.
- Практика: создание и оформление бизнес-страниц, размещение контента, запуск рекламы.

Программа курса:

VK и Одноклассники

12 ————— 3 часа

- Аудиторные показатели и возможности платформ для бизнеса.
- Отличия и особенности VK и ОК.
- Алгоритмы VK – Немезида и Прометей.
- Типология сообществ в VK и ОК: личные страницы, группы, бизнес-страницы.
- Администрирование и настройка бизнес страниц в VK и ОК.
- Рассылки в VK, подходы и инструменты.
- Особенности создания контента в VK и ОК.
- Видео как отдельный вид контента в VK и ОК.
- Медиаметрия и статистика в сообществах.
- Возможности ретаргетинга в VK и ОК, индивидуализированные аудитории.
- Парсеры и их возможности для повышения эффективности рекламы в VK и ОК.
- Разбор рекламных кабинетов и запуск рекламы.
- Практика: создание и оформление бизнес-сообществ, запуск рекламы.

LinkedIn

13 ————— 1 час

- Аудиторные показатели в 2024.
- Отличия LinkedIn от других платформ.
- Оптимизация и продвижение личного профиля.
- Факторы ранжирования и Social Selling Index в LinkedIn.
- Типы и виды контента в LinkedIn.
- Инструменты для бизнеса, бизнес-страницы и рекламный кабинет.
- Практика: создание и оптимизация личного профиля, создание и оформление бизнес-страницы в LinkedIn.

Программа курса:

ТikTok для бизнеса

14 ————— 1 час

- Аудитория платформы TikTok в русскоязычном интернете, MAU, DAU, соц.дем.
- Стратегии работы с TikTok.
- Алгоритмы работы ленты TikTok.
- Активизации и их типы в TikTok.
- Рекламный кабинет и его настройки.
- TikTok – кейсы. Цифры, бюджеты, статистика.
- Инфлюенс-маркетинг в TikTok.
- Полезные ресурсы и ссылки для самообразования на тему TikTok.
- Практика: создание и ведение TikTok-канала.

YouTube для бизнеса: от SEO и до рекламы

15 ————— 2 часа

- Как работает YouTube для бизнеса.
- Типология контента в YouTube.
- Стратегия органического продвижения YouTube-канала на поисковом трафике.
- Полный гайд по SEO вашего YouTube-канала.
- Инфлюенс-маркетинг в YouTube.
- Инструменты для анализа видео конкурентов.
- Оценка эффективности.
- Практика: создание и оптимизация YouTube-канала, оптимизация существующих видео, подбор блогеров в YouTube, запуск рекламы.

Подведение итогов

16 ————— 4 часа

- Защита дипломов
- Ответы на вопросы

Звоните или пишите нам:

 +375 (44) 711-11-97

+375 (17) 242-42-48

 info@webcom-academy.by

Республика Беларусь,
Минск, ул. Маяковского, 16А

Следите за новостями:

