

Социальные сети как источник трафика

Сегодня социальные сети могут не только быть полезными для общения и обратной связи с посетителем, читателем или клиентом, но и стать отличной платформой для продвижения сайта.

Используйте страницы ваших социальных сетей для привлечения посетителей на сайт. На его страницах стоят кнопки «поделиться». Новые материалы полезно размещать также во всех сетях. При этом на вашу «стену» попадает только картинка и часть статьи. Все, кому интересно, перейдут на ваш сайт и дочитают материал. Не стесняйтесь использовать кричащие фразы и громкие заголовки в описании. Поисковики хорошо видят, сколько времени каждый читатель проводит не только на сайте в целом, но и за прочтением каждого материала. Старайтесь максимально долго удерживать посетителя на сайте. Если он ушел через несколько секунд, это не очень хорошо.

Активно используйте Twitter. Там редко кто-то читает, но зато ссылки с описанием, попавшие туда, хорошо видны Google.

Не лишним будет создать канал на YouTube и снимать ролики по теме сайта, в самом видео и в описании приглашайте людей на сам ресурс.

Не стоит особо уделять время спецэффектам: люди приходят смотреть самую информацию. Как показывает практика, гораздо больше любят развлекательный контент, нежели что-то образовательное. Кому-то это может показаться удивительным или негативным, но это факт. Поэтому снимая ролики, не отказывайте себе в возможности проявить чувство юмора.

Очень хорошо смотрят ролики, посвящённые детям и животным. Но не следует все «заливать» в один канал. У него должна быть четко определённая тема. В описании под вашими роликами старайтесь максимально точно отразить их суть. Люди редко читают описание, зато его очень любят поисковые системы. Прописывая ключевые слова и фразы для YouTube, надо учитывать эту особенность. Если это одно слово, то пишем его через запятую, а вот если фраза из двух и более слов, то берем в кавычки. Пример: Аквариум, гурами, «Аквариумные рыбки», «корм для рыбок», иначе каждое слово будет восприниматься, как отдельное.

Уделяйте большое внимание комментариям, поддерживайте дискуссии среди ваших зрителей. Такой канал лучше продвигается, так как считается «живым». Не стоит удалять все негативные комментарии, а оставлять только положительные. Пусть читатель видит, что у вас на ресурсе свобода слова. Антиреклама подчас работает не хуже, чем собственно реклама. Когда заходишь на сайт и видишь только положительные отзывы, становится сразу ясно, что комментарии тщательно подчистили. Доверие к такому ресурсу существенно снижается.

Очень важно время, когда выложен ролик. YouTube-роботам важно, сколько людей посмотрело ролик в первые 24 часа, от этого зависит, будет ли сама система рекомендовать его в своих «горячих» лентах. Лучшее время для выкладки контента – выходные, праздничные дни и вечерние часы, когда люди готовы к развлечению. Так же,

как и в статьях, делаем привлекательные, «кричащие заголовки». Важно поставить красивую запоминающуюся «иконку», чтоб вас узнавали в лицо.

Чтоб лучше понимать, в каком ключе снимать ролик, посмотрите каналы по вашей теме, что сам YouTube предлагает вам к просмотру.

Пишите ли вы статью, выкладываете ли видео или развиваете группу в социальной сети – всегда задавайте себе вопрос: «Для кого сейчас я это делаю?». Подросток и человек пенсионного возраста, водитель-дальнобойщик и домохозяйка читают и смотрят разные материалы. Если ваш сайт, услуга или товар предназначены для разных слоев населения, необходимо сделать несколько материалов. Под каждую категорию свой (на их языке и для их уровня развития). Только не подряд. Также не забывайте, что даже люди из одной возрастной и социальной группы по-разному воспринимают информацию. Подайте ее в статье, в картинках, видео и аудио. Естественно, не дублируя, а максимально видоизменяя, сохранив лишь суть сказанного.

Практический бесполезно ждать живых подписчиков в любой социальной сети. Да, безусловно они очень ценны, но набираются медленно. По статистике, если на 100 человек, просмотревших ваш ролик, 1 подписался, это очень хорошо. Причем не путайте количество просмотров и людей. Это разная статистика. И на канале она отображается отдельно. Если один человек посмотрит ролик 50 раз, это будет 50 просмотров, но человек считается по своей учетной записи в YouTube, либо если таковой нет, то по IP-адресу.

Не все пользователи могут знать и понимать, как именно пользоваться подписками и историей просмотров. По этой причине будет полезным объяснять это прям на видео, на пример так: «подписывайтесь на канал, нажав внизу красную кнопку».

После того, как общее число просмотров видео на вашем канале достигает 4000, и у вас есть 1000 подписчиков (оба условия с недавних пор обязательны), YouTube предлагает вам включить «монетизацию», вставляет в ваше видео рекламу и отчисляет вам процент с каждого ее просмотра.

В YouTube, Facebook и ВКонтакте есть также официальная платная раскрутка, когда вы платите небольшую сумму самой системе, и она рекламирует ваш YouTube-канал либо группу в социальной сети. Это, безусловно, окупается, но не сразу.

Почти во всех социальных сетях появилась возможность вести прямые эфиры (стримы). Не упускайте такой возможности, покажите клиенту ваше реальное лицо. Это вызывает доверие. Не нужно показывать только ваши успехи и рассказывать, как все хорошо. Покажите кусочек реальной повседневной рутины. От рабочей обстановки до прогулки с любимой собакой. Люди очень любят заглядывать за кулисы. Станьте виртуальным другом вашего потенциального клиента и посетителя сайта. Интернет-маркетинг при умелом его использовании крайне продуктивен. Старая газета через день не кому не интересна, через неделю ее не найти, самая рейтинговая программа ограничена временем эфира, а правильно продвигаемый сайт только растет и набирает обороты. На него всегда можно вернуться.

Но и в реальной жизни любой бизнес требует вложений, не только усилий и времени, но также и финансовых вливаний. До того, как ваш ресурс начнет кормить вас, взрастите его.