**Transcript of SMM – считаем прибыль, а не убытки**

Сложности с оценкой эффективности

* Активация в короткий срок,
* Известность,
* Продажа,
* Лояльность.

Коммуникативные сложности

* Клиент не может выразить свои желания,
* От агентства поступают предложения сразу касаемо всего, даже не соответствующего целям,
* Отсутствует рынок при отсутствии критериев качества услуг.

В итоге:

От заказчика поступает один заказ, и при этом он желает другого, а получает и вовсе третье.   
SMM – результат и его показатели

* В виде меры лояльности размер и вовлеченность аудитории,
* Мера известности как охват,
* Показатели продаж в виде лидов,
* Триггеры как переход из соцсетей,
* Продажи с кодовыми словами и метками.

Присутствие в SMM денег

Агентства и клиенты могут взаимодействовать через своего рода глухие телефоны.

Работа через соцсети может быть начата дешево или даже бесплатно.  
Работа через SMM обеспечивает быстрый результат, узнаваемость удается повысить в короткие сроки. Однако коммуникационная задача решается не так быстро.

Во Вконтакте позиционируются дети и школьники, Фейсбук читается целевой аудиторией, в инстаграмме в основном девушки.

Крайне важны лайки.

Без лайков отсутствует эффективность.   
Если подписчики – не клиенты, то они не представляют интереса.

От теории к практике

Истории успехов и неудач

Подсчет и его правила

Клиент Мега

С задачей оповещения новосибирских жителей о планируемой ночи Мега скидок, дать повод распространить информацию, представить товары.

Со сроком в 5 дней.   
В качестве каналов – Инстаграмм и ВКонтакте.  
За период кампании – 150 000 просмотров,

Переходов с таргетинговой рекламы – 5 000,

Вступило в сообщество – 3500 человек,

Репостов 800, лайков 8500,

В викторине участвовало 1000 человек.

И всех этих результатов удалось достигнуть за 5 дней, при использовании только SMM-маркетингам и его инструментов. Результат оказался выше прошлогоднего на 6 процентов.   
  
Результаты

Клиент - OZ Mall

С задачей продвижения магазина Circle Boutique, одежда.   
В качестве канала – Инстаграмм,

В итоге

Аудитория в 20 000 подписчиков,

435 лайков, 7 комментариев,

Реальных продаж 47, все футболки были реализованы в течение 1 дня.

Клиент – Формула кино,

С задачей повышения лояльности клиентов на Flamp.ru,

Через каналы Вконтакте, Flamp.

При результатах охвата в 80 - 90 тыс. человек,   
4500 человек стали участниками сообщества,

Более 150 человек стали участниками конкурса за 1 месяц,   
Более 60 комментариев появилось на Флампе, с оценками в 4.5 – 5 баллов,

Оценка на Флампе поднялась за 2 месяца с 1.2 до 3.4.   
Клиент – Python,

С задачей повышения узнаваемости и повышения продаж,

Через канал ВКонтакте,  
При охвате в 140 000 человек,

Посещение теста – 900 человек,

Финальную страницу посетило 500 человек,

На сайт перешло 150 человек,

Анкеты заполнило 80 человек,

Прямые продажи на 14 человек.   
  
  
  
Охваты - 140 000 человек  
1) Зашли на тест - 900 человек  
2) Перешли на финальную страницу - 500 человек  
3) Переходов на сайт - 150 человек  
4) Заполненных анкет - 80 человек  
5) Прямых продаж - 14 человек  
  
Клиент - Fresita Pizza

С задачами повышения продаж и узнаваемости,

Через канал ВКонтакте, посредством конкурса, тотализатора с предсказанием итогов матча по футболу.

В результате 300 переходов,

80 лидов, новых участников,   
в конкурсе участвовало 90 человек.  
Реализуемо при помощи конкурсов и контент-менеджмента, размещения в сообществах и таргетинговой рекламы.   
Инструментом выступает рекламная кампания.

Помочь в реализации проекта позволяет также использование тонких настроек при выборе целевой аудитории.

В рамках рекламной кампании проходил конкурс для продвижения, также рекламная компания предполагает анонсирующие публикации и конкурсы с целью продвижения. Котируется визуальный ряд кампании, анонс касаемо новых коллекций и времени их поступления, пост о скидках по поводу размещения, интересный для потенциальных клиентов тест, который дает в конце переход на сайт, двойной последовательный конкурс, тотализатор для привлечения пользователей и их присоединения к коммуникации, розыгрыш билетов при направлении трафика Flamp.

Артем Чучакин, управляющий агентства Idea Nova  
  
+7 (383) 209-11-71 | info@ideanova.pro