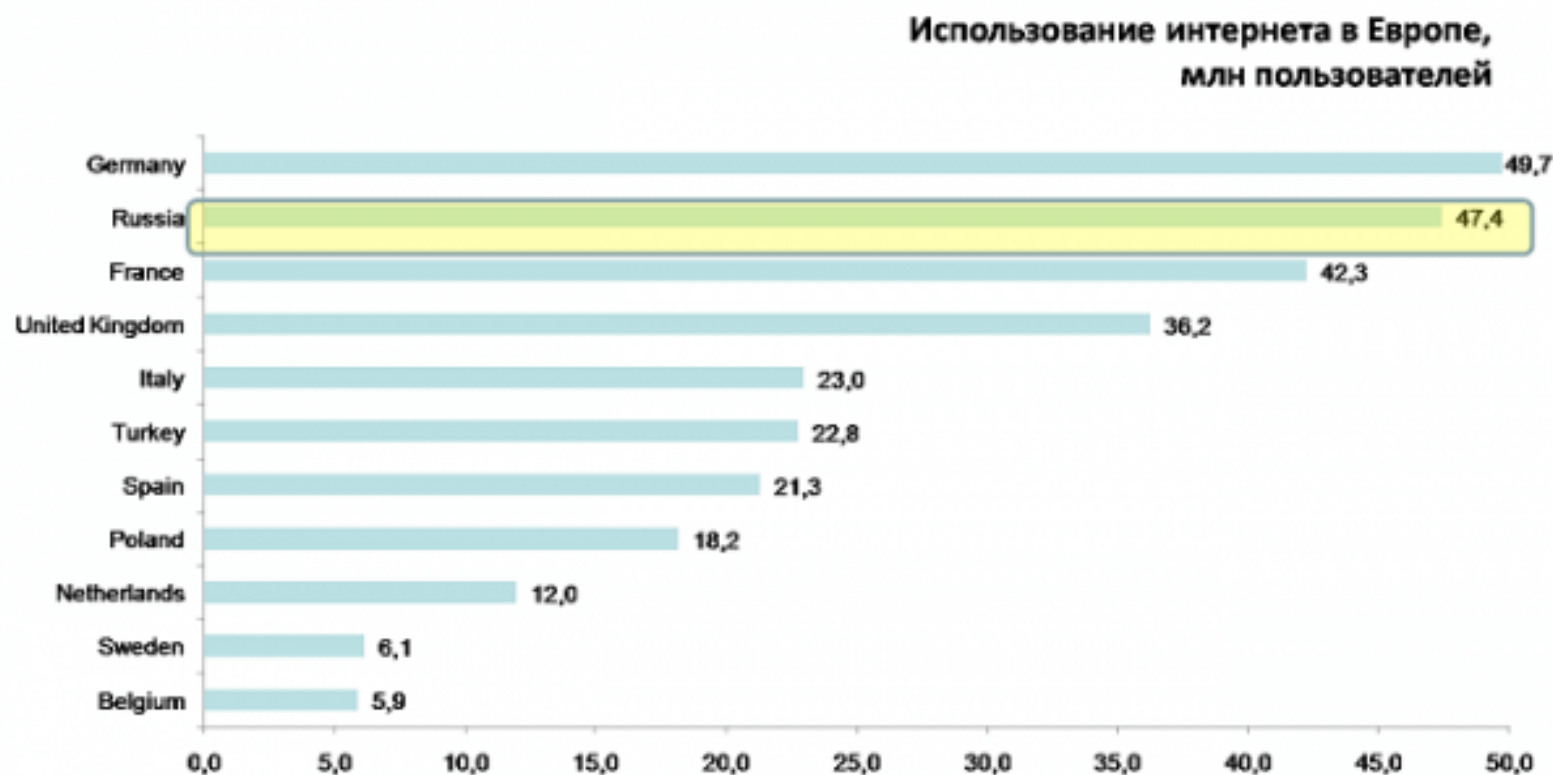




Социальные сети – это уже не просто развлекательная площадка. Это обширный плацдарм для продвижения любых проектов: от благотворительного сбора средств до компании-производителя гипсокартонных конструкций.



## Для чего нужно продвигать бизнес в социальных сетях?

- Познакомить с продукцией новых клиентов.
- Использовать удобные инструменты для маркетинговых исследований.
- Эти ресурсы позволяют точнее обрисовать образ потенциального покупателя, исследовать его привычки, вкусы, ожидания.
- Создавать положительный имидж компании.
- Получать обратную связь от своих клиентов.
- Следить за отзывами о работе фирмы, продукции.

Также позволяет работать с негативом грамотно и устранять проблемы, о которых вы могли бы и не узнать (особо актуально, если у фирмы несколько филиалов или обширный штат сотрудников).

И это далеко не полный список преимуществ.

Убедились в необходимости представить ваш бизнес в сетях?

Не спешите переходить к практике 😊

## **Основные ошибки продвижение бизнеса в социальных сетях:**

### **1. Не спешите.**

Хотя XXI век – время быстрых решений, в социальных сетях практически никогда не бывает моментальной отдачи. Прежде чем аудитория начнет откликаться на ваши методы продвижения, должно пройти время.

Так что не спешите ставить крест на бизнесе, если вы не видите эффект через 1, 2, 4 недели.

### **2. Я сам по себе.**

Соцсети – пространство для общения. Даже если вы решили организовать тут бизнес, существовать «за стеной» не получится. Ваши клиенты/посетители должны получать ответы на вопросы, видеть отдачу и заинтересованность.

Если вы хотите дистанцироваться, лучше ведите бизнес через сайт.

### **3. Бизнес ради бизнеса.**

Процесс продвижения дела увлекает.

Но если не иметь конкретных целей, ваш энтузиазм постепенно утихнет.

Установите определенные цели, направление движения бизнеса и, очень важно, сколько денег вы готовы потратить на дело.

#### **4. Не будьте легкомысленными.**

Социальные сети – это просто для использования. Но продвижение бизнеса уже не будет даваться с такой же легкостью.

Именно поэтому специалисты по продвижению бизнеса в социальных сетях – это не «дармоеды». Их работа не так уж проста.

И чтобы освоить её и выполнять самостоятельно, вам придется приложить много усилий.

#### **5. Не получится – брошу!**

Если вы создаете не самостоятельный источник заработка, а «выводите» оффлайн бизнес в социальное пространство, каждое действие будет отражаться на репутации всего дела.

Например, брошенная группа «Вконтакте», заполненная спамом, будет сигнализировать: «у этой фирмы точно плохо идут дела, если даже в ВК не могут за страничкой уследить».

#### **6. Ctrl+C Ctrl+V.**

Каждое направление бизнеса имеет свои особенности. Если отличительных черт у фирмы нет, как она справится с конкуренцией?

Именно этим вопросом стоит задаваться, если в голову к вам закрадется шальная мысль просто скопировать чужую стратегию продвижения.

К слову, воровать картинки – это тоже глупо и несолидно.

#### **7. Отсутствие анализа.**

Тестируя методы продвижения, нужно не только делать вывод «зашло – не зашло». Важно проанализировать, почему одни способы действуют на вашу аудиторию, а другие нет.

В этом случае вы сможете выстраивать эффективную кампанию продвижения.



Каков бы ни был ваш бизнес: обычный магазин цветов или производство бетономешалок, для всех найдется конкретная социальная сеть, которая поможет привести новых покупателей, укрепить репутацию и увеличить продажи. Разберемся с тем, как выбрать социальную сеть для своего присутствия и развития в ней.



Бетономесители и снегоуборщики

10 апр 2017 в 12:03

+ Подписаться

Весна в полном разгаре! Настало время подумать о бетономесителе для дачи! У нас большой выбор бетономесителей различного объема. Низкие цены на бетономесители 130 - 150 литров! Подробнее на сайте: [betonmes.ru](http://betonmes.ru)



# В контакте

«ВКонтакте» — не только место постоянного «обитания» и общения миллионов людей. А также удобная платформа для ведения дела.

Также нельзя забывать, что «ВКонтакте» имеет встроенные инструменты сбора статистики, что является просто незаменимым помощником для маркетинговых исследований!

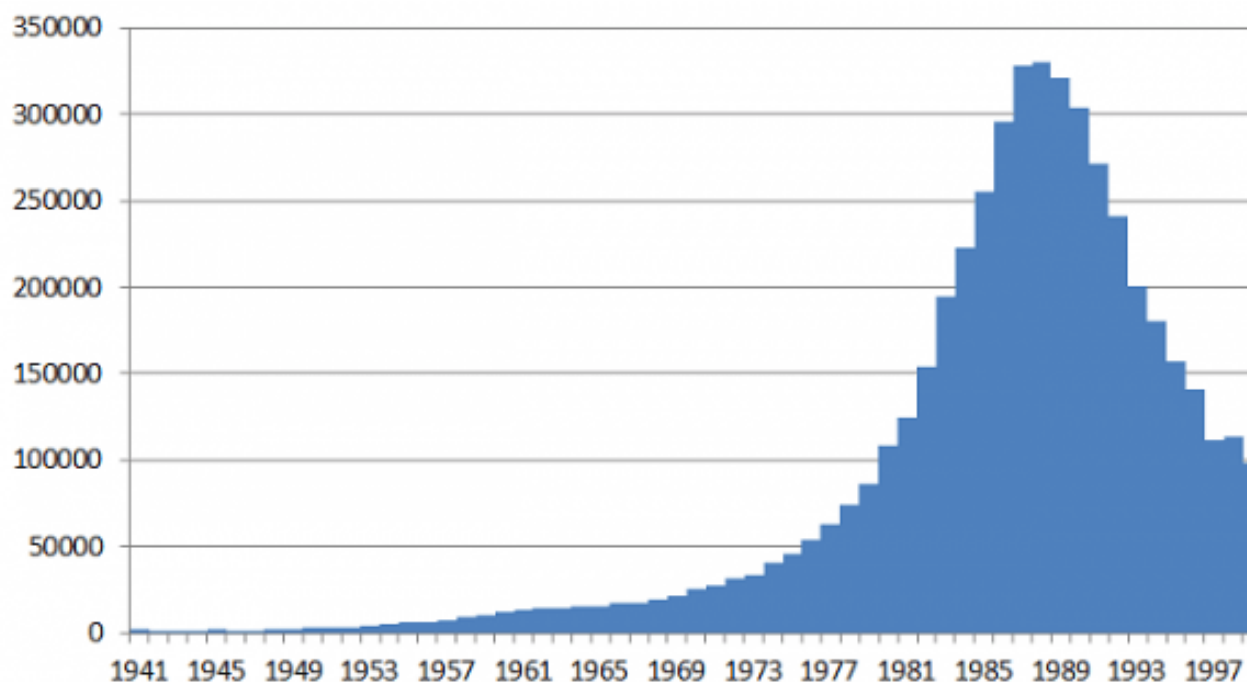
*И главный плюс: пользоваться всеми встроенными сервисами можно абсолютно бесплатно.*

ВКонтакте постоянно совершенствует возможности и предлагает бизнесу новые функции, что позволяет соцсети оставаться одной из самых востребованных среди компаний и брендов, представленных на русскоязычных территориях. Одним из последних предложений соцсети стало мобильное приложение для управления сообществами — [VK admin](#).

Сегодня ВКонтакте выбирают онлайн-магазины и сервисные центры, туристические фирмы и медицинские центры, модельный бизнес, компании, предоставляющие консультационные услуги, коучинг и профессиональное обучение. На просторах ВКонтакте вы можете найти множество автошкол, страховых компаний, банков, фитнес-центров, ветлечебниц, агроусадеб и много другого мелкого и среднего бизнеса.

Основная особенность данной социальной сети – это её пользователи. Считается, что аудитория «ВКонтакте» — неплатежеспособная. Возможно, в 2009-10 это имело смысл.

Чтобы понять, в чем соль, обратите внимание на возрастной график по годам рождения:





Сейчас аудитория социальной сети уже не та, что в начале её появления. Эти люди имеют вполне себе средний, и даже высокий достаток. Это делает их полноценной целевой аудиторией для бизнеса.

Но вот о том, что любой «класс» аудитории имеет свои запросы, забывать все же нельзя. Чтобы продвижение «ВКонтакте» было успешным, нужно подстраиваться под молодежь, быть «в тренде», использовать короткие посты и привлекательные фото.

Еще одна особенность сети «ВКонтакте» – это возможность создавать отдельные персональные странички под бизнес.

Как уже упоминалось, разработчики дают возможность предпринимателям использовать многочисленные функции и встроенные сервисы для продвижения. Большая часть их них открывается после создания «паблика» (публичная страница) или группы для ведения дела.

The image shows a screenshot of the settings for a business page on VKontakte. At the top, there is a red underline under the text "Товары: Включены". Below this, there are several settings:

- Регионы доставки:** A dropdown menu with "Россия" selected and a small "X" icon to its right.
- Выберите город:** A dropdown menu with the text "Выберите город" inside.
- Комментарии к товарам:** A toggle switch that is currently turned on, labeled "Включены".
- Валюта магазина:** A dropdown menu with "Российский рубль" selected.
- Контакт для связи:** A dropdown menu with "Выберите контакт" inside.
- Кнопка «Связаться с продавцом»:** A note below the contact dropdown stating: "Кнопка «Связаться с продавцом» в карточке товара будет открывать переписку с этим человеком."
- Описание магазина:** A link labeled "Редактировать".

## «Одноклассники»: немного истории

Социальная сеть «Одноклассники» давно стала частью нашей жизни. Едва ли уже сейчас кто-то помнит те времена, когда данного портала не существовало. На самом деле сайт появился не так давно. Его создатель – программист Альберт Попков – начал работу над ним в 2000 году. Работа шла довольно долго и была непростой. Проект стартовал в марте 2006 года, и уже к лету на сайте было зарегистрировано около 9 миллионов человек.

Поначалу регистрация была платной, однако уже с 2008 года плату отменили, что привлекло на «Одноклассники» еще больше пользователей.

По словам самого Попкова, сайт не приносил никакой прибыли вплоть до 2009 года, когда по мере расширения социальной сети сюда не пришли многочисленные рекламодатели. Лишь тогда доходы разработчиков начали расти.

Основателю и его команде пришлось нелегко: помимо того, что «Одноклассники» породили немало слухов и подозрений о своей принадлежности спецслужбам, Попков был обвинен в плагиате английской компанией, где он начал разработку проекта. Однако ему удалось доказать, что «Одноклассники» не имеют никаких аналогов за рубежом, поскольку ресурс создан с учетом всех особенностей российского менталитета.

Несмотря на все неурядицы, популярность портала неуклонно растет, и сейчас сайт входит в тройку самых посещаемых сетевых ресурсов. На данный момент сайт «Одноклассники» принадлежит компании Mail.Ru, благодаря чему для его посетителей создается все больше и больше удобных сервисов.

## Регистрация на «Одноклассниках»

Сайт предлагает немало возможностей для интересного и разностороннего общения.

После регистрации пользователю становятся доступны следующие опции и сервисы:

- удобный и быстрый поиск друзей, сослуживцев, однокурсников (для этого достаточно указать номер школы, учебное заведение или место работы);
- возможность загружать свои любимые фотографии и оценивать фото пользователей;
- удобная переписка с друзьями и знакомыми, как в чате, так и в приватных каналах;
- возможность общаться и заводить новые знакомства;
- право делиться с друзьями своей любимой музыкой и видео;
- возможность вступать в различные сообщества по интересам.

## Плюсы - минусы - особенности:

1. Одноклассники - это самая "женская" сеть.

По последним исследованиям женщин здесь более 75%.  
Возрастной состав ядра аудитории составляет 28-40 лет.

2. Сеть наиболее популярна в регионах. В Москве и Санкт-Петербурге пользуется небольшой популярностью. Зато очень в городах Пермского края, одноклассники до сих пор являются лидером.

3. Средний чек в этой сети небольшой: 1000-1500 рублей.

4. По качеству контента Одноклассники отстают от Вконтакте года на два. То есть в этой сети сейчас популярен тот контент, который был популярен в vk.com несколько лет назад.  
Достаточно непритязательные вкусы, простые материалы.

Дико популярны кошечки, фразы, демотиваторы, юмористические или просто милые картинки :)

5. Главная фишка и сила Одноклассников в том, что эта сеть обладает высокой вирусностью. А все из-за того, что в ней до сих пор оценка "Класс" у поста означает его автоматический перепост на своей странице. И аудитория сети жмет на эту кнопку весьма охотно.

6. Есть паблики "стотысячники" и "миллионники".

Поэтому продвижение в пабликах Одноклассников сейчас весьма эффективно, особенно с учетом пункта 5. По моему опыту, конверсия в пабликах Одноклассников более чем в два раза выше, чем в пабликах Вконтакте, при схожей теме и прочих близких параметрах.

Месячная аудитория ресурса, по оценке на май 2017 года, составляла 60,8 миллионов пользователей.

## Какой бизнес лучше всего развивать в Фб?

Фб продолжает оставаться самой универсальной социальной сетью для бизнеса, поскольку охватывает самую широкую аудиторию.

По состоянию на июнь 2017, в Фб ежемесячно заходят более 2 млрд активных пользователей.

Около 307 млн пользователей Фб находятся в европейском регионе.

Статистика показывает, что эта соцсеть активнее всего используется людьми от 25 до 34 лет.

Каждую минуту в Фб появляется 510 тысяч комментариев и загружается 136 тысяч изображений.

Сама соцсеть на [Facebook Business](#) приводит примеры успешного продвижения автомобильного, игрового, фармацевтического бизнеса, компаний из спортивной, финансовой, образовательной сфер, ресторанных и телекоммуникационных брендов.

Фб описывает опыт канадского колледжа, который с помощью своей страницы в соцсети увеличил отдачу от вложений в рекламу на 20% и добился цены за лид на 41% ниже, чем в других каналах продвижения.

Если вы начинаете свой бизнес в похожих сферах, обязательно уделите достаточно внимания продвижению в Фб.

# КАКОМУ БИЗНЕСУ ПОДХОДИТ ПРОДВИЖЕНИЕ В YOUTUBE?

YouTube давно завоевал доверие у аудитории, которая испытывает потребность в видеоконтенте.

Сегодня 70% трафика YouTube приходится на мобильные девайсы. Среднее время сессии просмотра на YouTube составляет 40 минут.

Весной этого года было зафиксировано ровно 1500 YouTube-каналов с более чем 1 млн подписчиков.

Кажется, сервис не собирается терять популярность в бизнесе любых масштабов.

Вести канал в YouTube сегодня может совершенно любой бизнес, которому есть что рассказать и, самое главное, показать своей аудитории. Особый интерес ресурс вызывает у компаний, предлагающих любые виды обучения.



## YouTube собрал статистику аудитории России

В месяц видеоролики YouTube на самой площадке и сторонних сайтах просматривают 62 млн. уникальных пользователей.

Доля просмотров непосредственно на ресурсе составляет 44 млн. - это 64% всей интернет-аудитории России.

Средний показатель просмотров видеороликов в месяц составляет 5 часов, при этом каждую минуту происходит загрузка 100 часов видео.

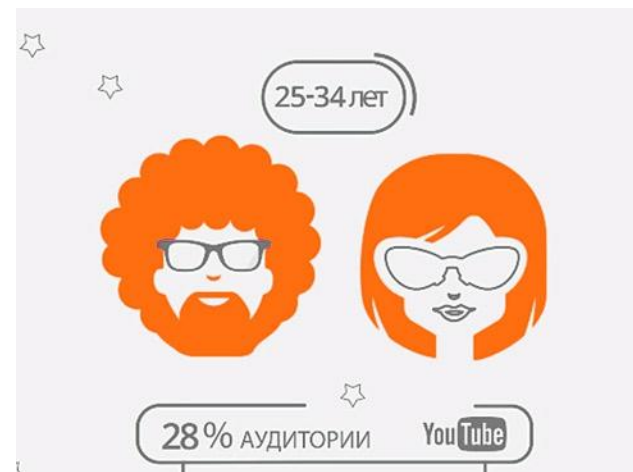
Большую часть контента на канале создают TV-каналы, кинокомпании, музыкальные лейблы, спортивные организации и видеоблогеры.

Возрастные группы российской аудитории YouTube распределяются в таком процентном соотношении:

12-17 лет - 10%,  
18-24 года - 18%,  
25-34 лет - 28%,  
35-44 года - 20%,  
44-54 года - 15%,  
55-56 лет - 9%.

Мужчины потребляют видео-контента больше женщин и просматривают в основном видео про гаджеты, электронику, компьютерные игры, спорт, автомобили, новости, хобби и науку.

Чаще всего видеозаписи смотрят юноши от 18 до 24 лет, в среднем 122 ролика или 254 минуты в месяц, почти половина использует для просмотра смартфон.



## Какой бизнес лучше всего продвигать в Pinterest?

Pinterest не перестает удивлять своим развитием.

Сегодня визуальный конкурент Инстаграма продолжает приносить все больше трафика.

Главное преимущество соцсети для бизнеса — визуальная составляющая.

За свои пять лет существования Pinterest завоевал доверие у дизайнеров, художников, артистов, фотографов, архитекторов, и других представителей творческих профессий с визуальным началом.

Также соцсетью активно пользуются рестораны и кафе, студии татуировки и свадебные салоны, фотоцентры и пункты проката, киностудии и салоны красоты.

## Какому бизнесу подходит Твиттер?

В 2017 году зафиксировано около 330 миллионов активных пользователей в Твиттер ежемесячно.

Более 80% из них – мобильные пользователи.

Так же, как и в случае с Инстаграмом, около 80% приверженцев Твиттера находятся за пределами Америки.

Что касается бизнес-показателей в Твиттере, — специалисты eMarket отмечают, что более 65% компаний с численностью сотрудников 100+ ведут аккаунты в этой соцсети.

В своем блоге Твиттер публикует истории успеха брендов, которые стали популярными, в том числе, благодаря продвижению в соцсети: университета, интернет-магазинов, мобильного приложения, фотостудии, часового бренда, производителя снеков, общественной организации и других компаний.



browniedorapha

Подписаться

1 793 публикаций 79,9тыс. подписчиков Подписки: 1 448

Brownie do Rapha Feito pensando em você, seu sonho de chocolate!  
[www.browniedorapha.com.br](http://www.browniedorapha.com.br) Poste sua foto e marque @browniedorapha  
[Facebook.com/browniedorapha](https://Facebook.com/browniedorapha)



## Какой бизнес идеально подходит для Инстаграма?

Про успех Инстаграма среди молодого поколения не слышал разве только ленивый.

Это одна из самых любимых социальных сетей представителей творческого и обслуживающего бизнеса.

Большинство популярных салонов красоты, арт-студий, художественных мастерских, ресторанов, фотолабораторий, танцевальных коллективов сегодня активно ведут Инстаграм-аккаунты.

В соцсети фиксируются более 700 млн активных пользователей ежемесячно и 400 млн ежедневно.

Из них около 8 млн — это бизнес-страницы.

Превратить личную страницу в бизнес-профиль в Инстаграме не составляет труда. Этим ежедневно занимаются многие блогеры.

Сама соцсеть подробно описывает, [как это сделать](#), на своей странице и приводит историю успеха в Инстаграме бразильской кондитерской, которая благодаря визуальному контенту подняла свой бизнес на качественно новый уровень.

Активный рост бизнес-страничек и использование данной социальной сети пришлось на 2014 год.

Сейчас уже можно сделать вывод: площадка пригодна для продвижения полностью и дает хороший результат.

Некоторые предприниматели ухитряются вести бизнес исключительно в «Instagram». Еще несколько лет назад это считалось невозможным (успешное дело в интернете без сайта).

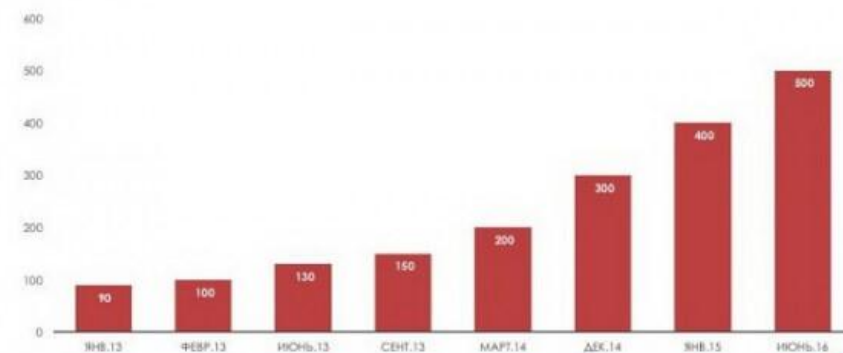
Стоит ли использовать эту социальную сеть вам?

Оцените сами, изучив статистику. На данный момент около 55% от пользователей, зарегистрированных в Инстаграм, проверяют свой профиль ежедневно.

Ядро – это парни и девушки (слабый пол – превалирующее большинство) 17-32 лет. Именно эта категория потребителей чаще всего принимает решение о покупке под влиянием эмоций.

**РОСТ ЕЖЕМЕСЯЧНОЙ АУДИТОРИИ ИНСТАГРАМ (В МЛН.)**

2013-2016 гг.



Источник: Statista



Опытом продвижения в Инстаграме поделилась студия дизайнерской мебели [Icondesigne](#):

*«У нас яркий товар, визуальные соцсети отлично подходят для демонстрации контента и наших продуктов, являясь своеобразной витриной и средством для привлечения покупателей.»*

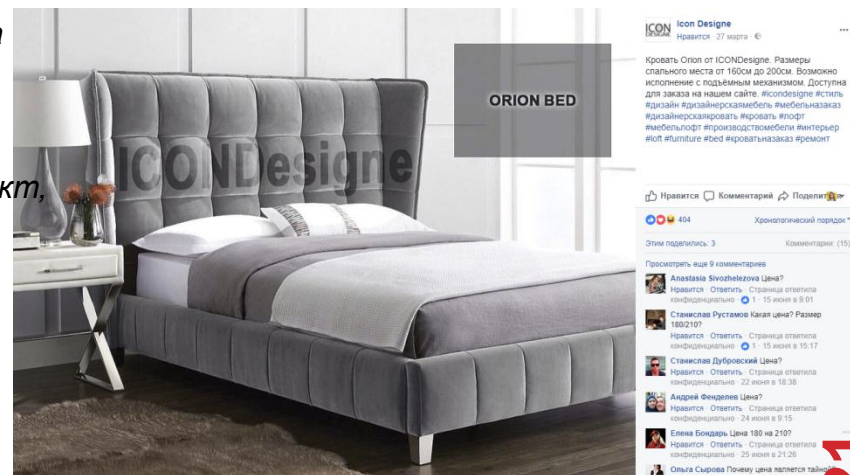
*Выбирая соцсети, мы анализировали аудиторию. Наш товар не из дешевых, и аудитория некоторых соцсетей нам не очень подходит.*

*Мы сделали акцент на Фейсбуке и Инстаграме. Анализировали результаты в Яндекс.Метрике и Google Analytics.*

*Мы изначально отказались от всех сервисов накрутки, поэтому рост подписчиков был небыстрый. Но это компенсировалось качеством: у нас в подписчиках живые люди, которым интересна мебель и дизайн интерьеров, поэтому отписок у нас почти нет.*

*В своих соцсетях мы много работаем с негативом. В Инстаграме его практически нет, а в Фейсбуке люди иногда просят объяснить наше ценообразование.*

*Наши профили мы ведем сами, это довольно творческий процесс. Постим фото и иногда видео. Мебель — это продукт, который нужно преподнести красиво».*



## Для какого бизнеса оптимально подойдет Телеграм?

Телеграм — один из самых новых каналов коммуникации, который становится с каждым днем все популярнее на русскоязычных территориях.

В августе в отчете [Global Digital Statshot](#) говорилось о том, что аудитория Телеграма превысила аудиторию ВКонтакте (100 млн активных пользователей против 81 млн).

Каждый день в популярный мессенджер [регистрируются](#) 140 тысяч новых пользователей.

С помощью Телеграма современному бизнесу удобно и эффективно продавать, консультировать и оказывать техподдержку.

[Средний возраст](#) Телеграм-аудитории 20–30 лет,

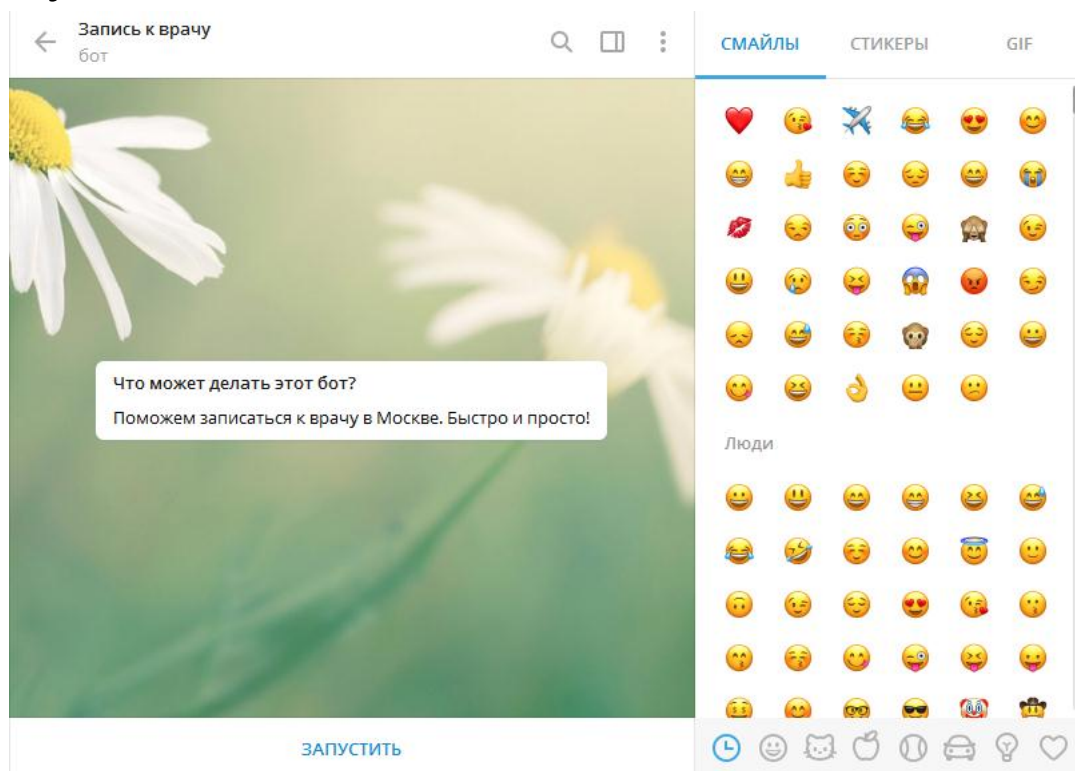
а наиболее популярный язык — русский.

**В 2016 году аудитория Телеграма по странам  
распределилась следующим образом.**

Страна	Telegram.org (46 млн. визитов в месяц)	Telegram.me (20,9 млн. визитов в месяц)	Суммарная доля визитов в месяц
Иран	11,22%	46,36%	22.19%
Россия	12,33%	10,47%	11.75%
Бразилия	9,60%	-	6.61%
Италия	7,24%	3,02%	5.92%
США	6,11%	3,92%	5.43%

Сегодня функции Телеграма активно используют языковые школы и другие образовательные учреждения, здравоохранение, кадровые и консультативные агентства, руководители, маркетологи и блогеры.

Отличный пример использования Телеграма недавно продемонстрировал Департамент информационных технологий Москвы, который запустил бота, записывающего на прием к врачу.



Вот как комментирует свое присутствие в Телеграме представитель онлайн-школы английского языка [Skyeng](#):

*«Мы используем Телеграм как один из каналов коммуникации. На этом ресурсе находятся наши ученики: существующие и потенциальные. Мы постоянно изучаем свою аудиторию и пользуемся всеми инструментами аналитики социальных сетей. Наш канал ведет отдельный SMM-специалист. Помимо Телеграма, мы присутствуем в Фейсбуке, ВКонтакте и Инстаграме.*

*Мы делаем ставку на ситуативный контент, поэтому размещаем его вручную. Но обычно комбинируем его с автоматическим размещением.*

*На данный момент у нас около 6 000 подписчиков, и это число не сильно меняется. Отписка немного, где-то около 5%. Примерно столько же подписывается новых пользователей, поэтому сохраняем баланс.*

*На нас подписываются желающие так или иначе изучать английский язык. Помимо учеников нашей школы, к нам приходят люди, заинтересовавшиеся партнерскими публикациями в других каналах либо в СМИ. Сейчас мы размещаем полезный и веселый образовательный контент, но постоянно работаем над форматами, поэтому очень скоро наш Телеграм ждет перезапуск.*

*Мы тестируем разные варианты контента и внимательно анализируем обратную связь и эффективность. Лучше всего сейчас у нас работают тематические подборки, списки, экскурсы в современные языковые «фишки».*

*Мы видим неплохие перспективы в этом канале продвижения. Именно Телеграм-каналы читает та аудитория, которую мы хотим привлечь».*

#### Skyeng: английский онлайн

Мы готовились к пробкам в городе и выучили автомобильную лексику. Идиомы для водителей и пассажиров:

To drive somebody up the wall — злить кого-то.  
A backseat driver — кто-то, кто дает ненужный совет.  
It's my way or the highway! — Принимай мои правила или уходи!

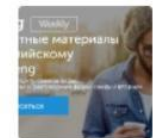
Американская поговорка: A tree never hits a car, except in self-defense. Дерево никогда не врежется в автомобиль, если только не в целях самозащиты.

Не пропустите следующий выпуск Skyeng weekly, подпишитесь на рассылку: [school.skyeng.ru/weekly](http://school.skyeng.ru/weekly)

[school.skyeng.ru](http://school.skyeng.ru)

Бесплатные материалы по английскому от Skyeng

Подпишитесь на рассылку и получайте материалы по английскому каждый вторник!



3437 13:54

# Сервис LiveDune

Найти... Больше аналитики соцсетей в LiveDune Pro [Зарегистрироваться](#) или [войти](#)

Рейтинг пользователей Инстаграм, город Пермь  
Главная » Инстаграм » Россия » Пермь




Каждый день сотни и тысячи жителей города Пермь выкладывают огромное количество фотографий в популярное приложение "Instagram". Наш сервис ежедневно обрабатывает сотни тысяч фотографий и комментарии с лайками, оставленные к ним. На основе этих данных строится рейтинг, который вы можете видеть ниже. Если вы хотите участвовать в рейтинге или разблокировать дополнительные возможности, [авторизируйтесь на сайте](#).

**69,928**  
ВСЕГО БЛОГЕРОВ

### ТОП-100 БЛОГЕРОВ ИНСТАГРАМ

Инстаграм | ВКонтакте | Группы ВК | Живой Журнал

Рейтинг строится на основе [десяти параметров](#), но на него могут повлиять накрутки. Как проверить блогера на накрутки, [читайте в посте](#).

НИКНЕЙМ	ПОСТОВ	ПОДПИСЧИКОВ	РЕЙТИНГ
 <b>1. IFBB PRO Men's Physique</b> a.perminov	579 +2	71.0k -170	<b>972</b>
 <b>2. Dasha Graph</b> __c.o.s.m.o.s__	505 +1	43.9k +36	<b>850</b>
 <b>3. Elnar Mansurov</b> mishka.travel	2.0k 0	112.2k -12	<b>818</b>




## Какие товары и услуги нельзя рекламировать

У «ВКонтакте» в разделе «[Правила](#)» есть подробный список тематик, которые запрещено рекламировать. Все остальные сети единодушны с «ВКонтакте» и запрещают рекламировать:

- интимные товары и услуги, в том числе тренинги по соблазнению;
- алкоголь, в том числе безалкогольное пиво;
- табачную продукцию: обычные и электронные сигареты, курительные смеси, кальяны;
- оружие;
- азартные игры (казино «Вулкан» и прочее);
- политическую рекламу.

Также есть правила, действующие в рамках одной социальной сети. Например:

- Во «ВКонтакте» для рекламы медицинских услуг обязательно использовать дисклеймер «Имеются противопоказания, необходима консультация специалиста». Также модератор вправе запросить лицензию на осуществление медицинской деятельности.
- В MyTarget, чтобы рекламировать интернет-магазины, обязательно использовать дисклеймер, в котором будут указаны реквизиты компании.
- В Facebook и Instagram строго с политкорректностью. Если вы захотите рекламировать спортивный клуб, используя на баннерах фото стройных девушек, реклама будет отклонена. Вы получите такой комментарий:

 Ваша реклама не одобрена, поскольку в ней акцентируется внимание на изображении физически идеального тела. Изображения, которые показывают тип тела как идеальный или нежелательный (например, акцент на области пресса или изображения жира на животе), являются недопустимыми. Подробнее о наших [правилах рекламной деятельности](#).  
Как устранить эту проблему: рекомендуем использовать изображение, акцентирующее внимание на продукте или услуге. Если вы считаете, что объявление не нарушает [Правила рекламной деятельности](#), вы можете обжаловать отказ.

Обжаловать

## Какие изображения и тексты сложно проходят модерацию

Начнем с того, что все изображения, которые вы загружаете в рекламный кабинет, должны быть в хорошем качестве.

Иначе система не примет баннеры.

Далее — все социальные сети обещают в требованиях не пропускать текст с ошибками и опечатками.

На деле объявления могут пройти: мы часто видим объявления с неверно расставленными запятыми. В Facebook также можно не заметить опечатки — ведь это мультязычная сеть, а не российская. Также Facebook и Instagram — это единственные сети, где можно писать, используя Caps Lock.

Что касается изображений, то «ВКонтакте» и MyTarget не пропускают баннеры с текстом более 50% от площади баннера, Facebook и Instagram просят загружать баннеры с текстом не более 20% от площади рекламного изображения. При этом баннер с большим количеством текста модерацию пройдет, но будет «откручиваться» дороже.

## Примерная пошаговая инструкция запуска активностей в соцсетях:

С чего начать?

1. Опишите цели и задачи вашего бизнеса в социальных сетях, обозначьте цифровые крі работы с соцсетями.
2. Опишите целевую аудиторию, портрет вашего покупателя.
3. Составьте список ваших конкурентов в социальных сетях, проанализируйте их деятельность. Попробуйте понять, что есть хорошего в их сообществах, а также, что не нравится постоянным подписчикам/друзьям ваших конкурентов.
4. Составьте список потенциальных друзей (дружественных групп), которые работают с вашей аудиторией, но с другими товарами/услугами.
5. Проанализируйте предпочтения ваших потенциальных клиентов в социальных сетях. Найдите несколько аккаунтов ваших типичных клиентов, посмотрите, на какие группы они подписаны, какие материалы репостят себе в ленту.
6. Владелец/создателем группы/сообщества обязательно стоит становиться вам самим (владельцу бизнеса). Но администратором или редактором обязательно надо назначать кого-то другого, желательно создавать для этого новый аккаунт (который также будет принадлежать вам), который вы сможете передать вашему smm-менеджеру или же самостоятельно вести сообщество от лица нового аккаунта. Это поможет избежать многих проблем в будущем.
7. Начните регулярно вести сообщество. Не торопясь пробуйте рекламировать сообщество. Сочетайте платные и бесплатные варианты продвижения.
8. Попросите вступить в сообщество ваших сотрудников, друзей, существующих клиентов и партнёров. Попросите текущих клиентов и партнёров оставить положительные отзывы/впечатления от сотрудничества. Нейтральные отзывы также полезны, так как для многих клиентов "нормальное", "обыденное" отношение также является положительным моментом. Даже отрицательные отзывы не повредят - все люди понимают, что проблемы время от времени случаются, важно, какая реакция последовала со стороны сотрудников компании и как быстро была решена проблема.