

10-Минутный Аудит Маркетинг Стратегий в Соцсетях

Если вы работаете с социальными каналами как большинство компаний, то скорее всего, вы используете только 25% социальных маркетинг возможностей.

И вот почему...

Маркетинг в социальных медиа состоит из 4-х одинаково важных деталей:

- **Социальный Мониторинг** - Мониторинг и реагирование на вопросы связанные с соц. сетями. Репутационный менеджмент в соц. сетях.
- **Социальное Влияние** - Установление авторитетности в социальных медиа, часто с помощью дистрибуции и раздачи ценного контента.
- **Социальный Нетворкинг** - Поиск и ассоциация с авторитетными и влиятельными людьми и брендами в социальных медиа.
- **Социальные Продажи** - Генерация лидов и продаж из существующих клиентов и посетителей в социальных медиа.



Социальные маркетологи, при выполнении этого 10-Минутного Аудита Социальных Медиа часто найдут то, что они прикладывают усилия только к одному или двум из этих социальных активностей.

Далее, мы проработаем с вами каждую из этих активностей, но давайте сперва выясним ваши цели в социальном маркетинге.

ШАГ 1 - ОПРЕДЕЛИТЕ ВАШИ ЦЕЛИ

Есть 15 бизнес-целей которые вы можете попытаться достичь с помощью маркетинга в социальных медиа.

Каждая цель будет достигнута путем применения одного из четырех категорий социальных медиа тактик маркетинга: Социальный Мониторинг, Социального Влияния, Социального Нетворкинга или Социальных Продаж.

Поставьте галочку, напротив тех целей, которые вы хотели бы достичь с помощью социального маркетинга:

ЦЕЛИ СОЦИАЛЬНОГО МОНИТОРИНГА

- Управление Репутацией
- Увеличение Удержания (удерживайте тех клиентов которые уже есть с вами)
- Уменьшить Возвраты
- Выявить Пробелы Продукта
- Определить Содержание Пробелов

ЦЕЛИ СОЦИАЛЬНОГО ВЛИЯНИЯ

- Увеличение Вовлечения (увеличение кол-ва людей которые знают и доверяют вам)
- Увеличение Траффика на Вебсайт
- Увеличение Узнаваемости Предложений (увеличение кол-ва людей которые знают о том, что вы предлагаете)

ЦЕЛИ СОЦИАЛЬНОГО НЕТВОРКИНГА

- Заработать Упоминания в СМИ (Интервью, ссылки от блоггеров, приглашения на ивенты)
- Развитие Стратегического Партнерства (Развивать взаимовыгодные партнерки с авторитетными авторами)

ЦЕЛИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОДАЖ

- Генерация лидов. Увеличение email-подписчиков.
- Настройка траффика (Увеличение числа посетителей)
- Cross Sell/Upsell (Увеличение среднего чека)
- Увеличение частоты покупок (Увеличение кол-ва покупок за период тем покупателям которые у вас уже есть)

Теперь давайте посмотрим на те цели которых вы хотите достичь и те инструменты социального медиа маркетинга которые вам понадобятся для их достижения.

Например,

- Если вы хотите **генерировать лидов**, вам нужно подключать тактику **Социальных Продаж**.
- Если вы хотите управлять **вашей репутацией**, вам нужно подключать тактику **Социального Мониторинга**.
- Если вам нужно увеличить **траффик на вебсайте**, то подключайте тактику **Социального Влияния**.

Понимаете?

Теперь, давайте проведем аудит вашей текущей социально маркетинговой стратегии и определим какие тактики вы сейчас используете.

ШАГ 2 - ВЫПОЛНИТЕ 10-МИНУТНЫЙ АУДИТ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Прежде чем мы начнем наш 10-Минутный Аудит Социальных Медиа давайте определим каждую категорию (Социального Мониторинга, Социального Влияния, Социального Нетворкинга, Социальных Продаж) социальных медиа тактик с несколькими примерами.

Социальный Мониторинг сводиться к наблюдению социального веба (блоги, сайты, форумы) и реагирование на вопросы клиентов и репутационные вопросы.

Другими словами, это о том, чтобы слушать и вступать в дискуссию (негативную и позитивную) по окружающим брендам, темам, конкурентам, влиятельных лиц и людей относящихся к вашей компании или отрасли.

Когда вы слушаете и слышите социальные медиа, вы достигаете такие бизнес-цели как **репутационное управление, увеличение повторных покупок и идентификации вопросов связанных с вашими продуктами и сервисами.**



Вы слышите, и реагируете на негативный фидбек, но вы также усиливаете и принимаете к сведению позитивные отклики клиентов.



ПРИМЕРЫ СОЦИАЛЬНОГО ВЛИЯНИЯ

Тактики Социального Влияния построены для того, чтобы увеличить число людей которые знают вас, любят вас и доверяют вам и вашим брендам.

В социальном вебе это проще всего достигается с помощью распространения контента который развлекает, воспитывает и вдохновляет ваших клиентов и лидов.

При правильном исполнении, Социальное Влияние будет увеличивать трафик на вебсайт и вовлечение клиентов и лидов.



Социальное Влияние всегда будет увеличивать осведомленность о продуктах и услугах которые вы предлагаете.

“Дорогая, ты знаешь как вырастить сад?”



ПРИМЕРЫ СОЦИАЛЬНОГО НЕТВОРКИНГА

Социальный Нетворкинг это о ассоциации с влиятельными брендами и людьми в социальных медиа.

При правильном исполнении, Социальный Нетворкинг будут работать в СМИ как обзоры и ссылки от блоггеров, интервью и приглашения выступить на мероприятиях.

Нетворкинг - это двунаправленная стратегия. Она начинается с того, что вы даете медиа упоминания с тем с чем вы хотели бы чтобы вас ассоциировали. Сделайте это и вы увидите что влияние даст свои плоды.



Jtrondeau

Oct 08, 2:48pm via Twitter Web Client

Had a blast dropping some knowledge with
@aschottmuller & @RussHenneberry on today's
@DigitalMktr Office hours. Thanks again Angie, you
rock

Вы также обнаружите, что участие в Социальном Нетворкинге приведет к взаимовыгодным партнерским отношениям с окружающими.



freekibble

May 27, 4:05pm via Hootsuite

Through our partnership with @Petplan
you get a great deal on pet insurance
AND they'll donate 500 bowls of food!
ow.ly/Nvrvu

ПРИМЕРЫ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОДАЖ

Социальные Продажи это про генерацию лидов и продаж из социальных медиа-каналов. Помните что без Социального Мониторинга, Социального Влияния и Социального Нетворкинга ваша стратегия Социальных Продаж потерпит поражение.

Это говорит, что, смешивая обновления статусов которые генерируют лидов требуя посетителям ввести их контактную информацию для получения ценного контента отлично подходит для применения социальных медиа.



Офферы с большими скидками на товары и услуги, если использовать с осторожностью, представляют собой отличный способ эффективный способ получения новых клиентов и получения больше продаж с ваших текущих клиентов.



Хорошо, хватит примеров. Теперь вы готовы, для аудита ваших социальных медиа каналов.

Следуйте этим инструкциям:

Откройте социальные медиа каналы которые использует ваша компания в данный момент. Если у вас нет активных каналов, проведите аудит каналов ваших конкурентов.

В этом 10-Минутном Социальном Медиа Аудите рабочей тетради (включена ниже), вы запишите приведенные как минимум 10 пунктов социальных медиа обновлений:

- **Дата обновления**

- **Короткое описание обновления**
- **Тип обновления** (Социальный Мониторинг, Социальное Влияние, Социальный Нетворкинг или Социальная Продажа)

Внизу аудита, вы должны будете посчитать в процентах от обновлений которые не попали ни в какую категорию. Например, 4 из последних 10 обновлений в вашем Твиттере распространяет ваш контент на блоге, ваша текущая активность по этому каналу - 40% Социального Влияния.

Повторите процесс для каждого вашего активного канала.

Скачайте ваш 10-Минутный Социальный Медиа Аудит рабочую тетрадь по клику на изображение ниже.

10-MINUTE SOCIAL MEDIA AUDIT

Social Network:

Channel Link:

Audit, as a minimum, the last 10 status updates you or your brand(s) have made on your primary social media channels. Map each update back to one of the 4 stages of the Social Success Cycle.

Date	Update Description	Update Type

Avg. Update Frequency

% Listening

% Networking

% Influencing

% Selling

Теперь, остался всего лишь определить пробелы между вашими целями и вашей текущей активностью.

- Хотите ли вы получать больше лидов и продаж с Твиттера но вы не используете тактику Социальных Продаж на этом канале?
- Вы хотели бы увеличить траффик на вебсайт и улучшить узнаваемость ваших офферов на Facebook, но вы не применяете сейчас тактику Социального Влияния в этом канале?

Внесите изменения в ваши социальные медиа каналы маркетинга основанные на тактиках из этого аудита.

Далее, сделайте 10-Минутный Аудит Социальных Медиа регулярной частью ваших социальных маркетинг-активностей.