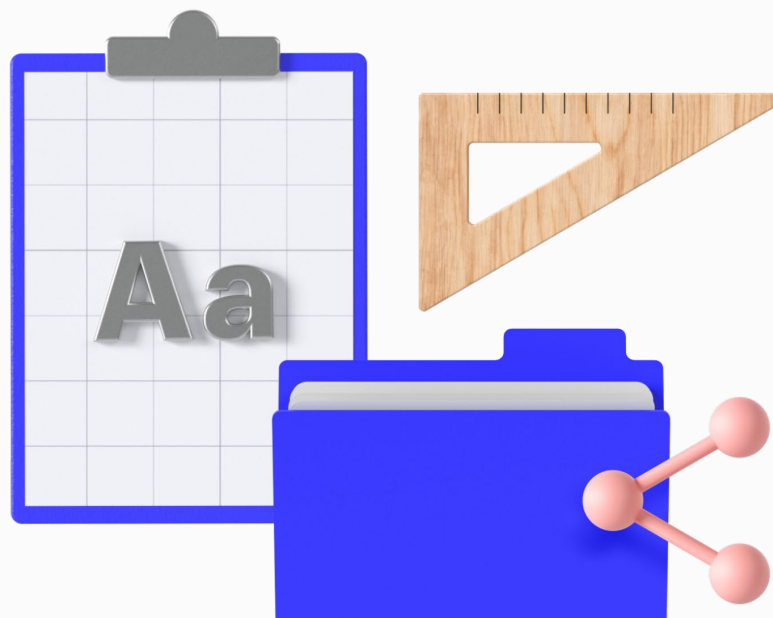


**Декомпозировать
другие цели**

Декомпозировать другие цели

Цель

Выявить и декомпозировать другие цели.



Изображение: Skillbox

Декомпозировать другие цели

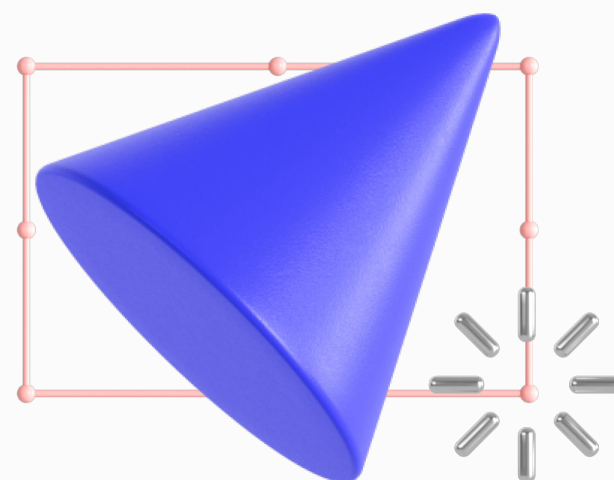
Задачи

- ✓ Оpoznать цель на основе информации из брифа
- ✓ Определить, какие инструменты подойдут для продвижения
- ✓ Подобрать метрики оценки достижения цели

Декомпозировать другие цели

Для каких целей компании используют SMM

- 1 Узнаваемость
- 2 Поддержка
- 3 Продажи
- 4 Другие цели: трафик на сайт, HR-брендинг, чтобы быть



Изображение: Skillbox

Трафик на сайт



Изображение: Skillbox

Декомпозировать другие цели

Кому и зачем нужен трафик на сайт?

| Кому | Зачем |
|-------------------|---|
| Новостные издания | Чем больше пользователей на сайте, тем больше рекламодателей и дороже реклама |

Декомпозировать другие цели

Инструменты и метрики

Инструменты

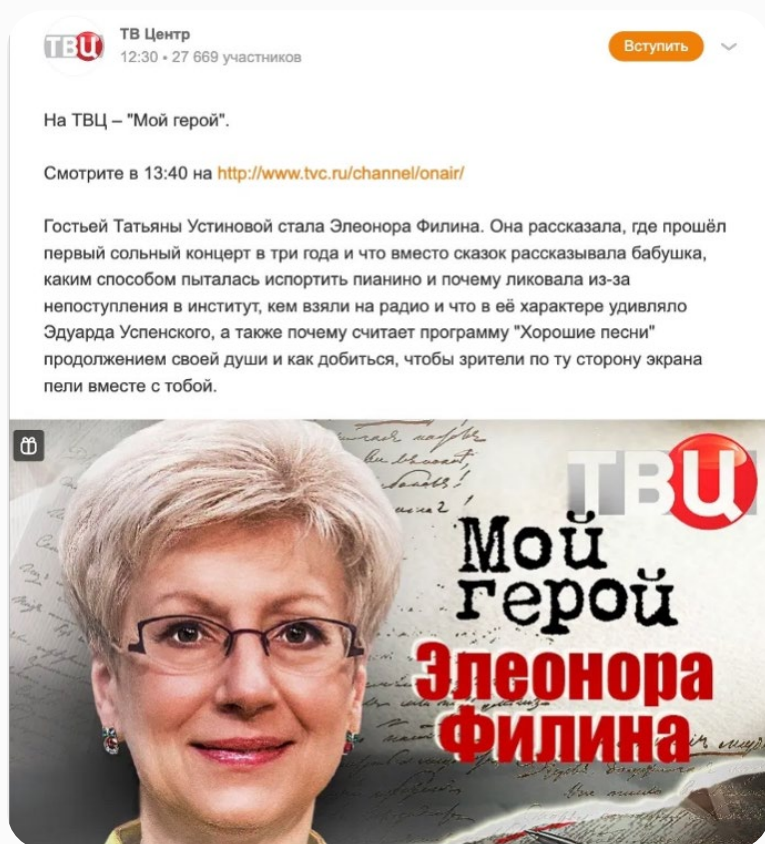
- Таргетированная реклама
- Работа с контентом

Метрики

- Клики и стоимость клика
- Уникальные пользователи
- Количество сессий
- Время на сайте

Декомпозировать другие цели

Примеры реализации цели в SMM



Изображение: Пост в группе «ТВЦентр»
в [Одноклассниках](#)



Изображение: Пост в сообществе «Ведомости»
во [ВКонтакте](#)

HR-брендинг



Изображение: Skillbox

Декомпозировать другие цели

Кому и зачем нужен HR-брендинг?

| Кому | Зачем |
|--|--|
| Средний и крупный бизнес из любой сферы деятельности | Повысить лояльность нынешних сотрудников, привлечь соискателей |

Декомпозировать другие цели

Инструменты и метрики

Инструменты

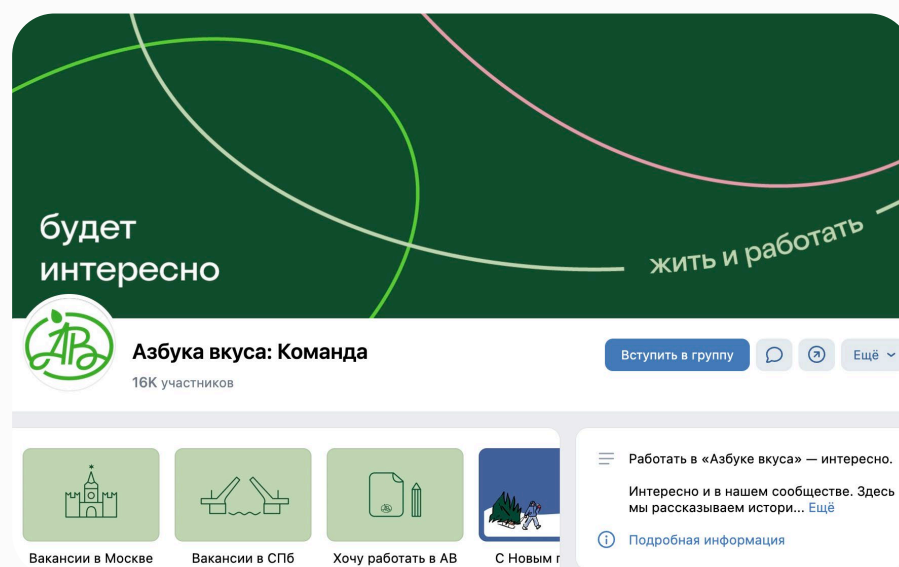
- Таргетированная реклама
- Ведение сообщества и работа с контентом
- Посевы в тематических сообществах
- Комьюнити-менеджмент

Метрики

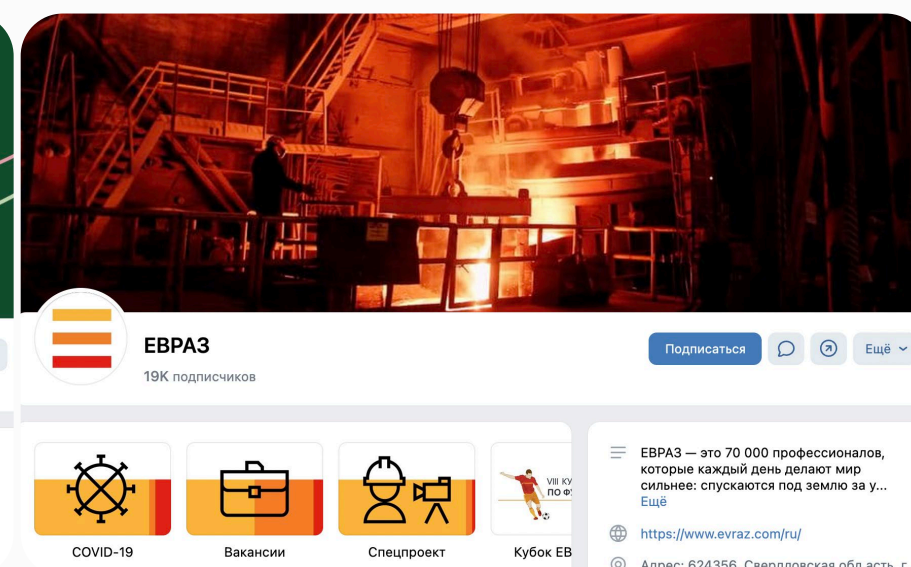
- Вовлечённость в контент: лайки-репосты-комментарии
- Целевые запросы в личных сообщениях
- Отклики на вакансию и стоимость привлечения отклика

Декомпозировать другие цели

Примеры реализации цели в SMM



Изображение: Сообщество для сотрудников «Азбука Вкуса» во [ВКонтакте](#)



Изображение: Сообщество для сотрудников «ЕВРАЗ» во [ВКонтакте](#)

Чтобы быть



Изображение: Skillbox

Декомпозировать другие цели

Кому и зачем нужна эта цель?

Кому

Любой бизнес вне зависимости
от масштаба и сферы
деятельности

Зачем

Показать свою современность
и следование трендам

Декомпозировать другие цели

Инструменты и метрики

Инструменты

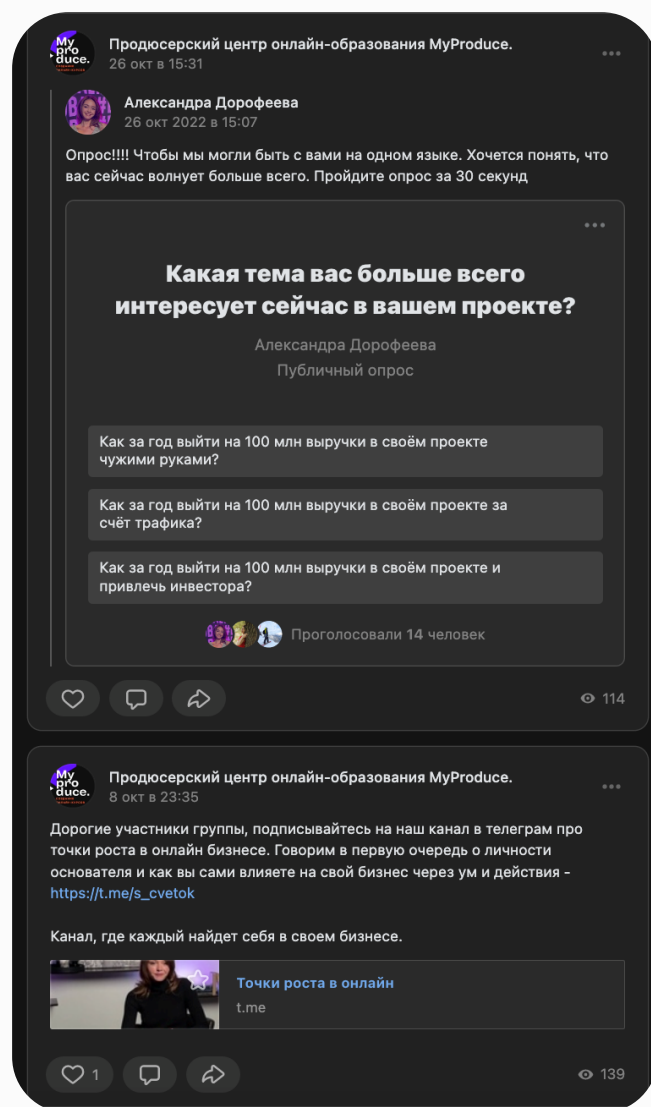
- Ведение сообщества
- Размещение контента

Метрики

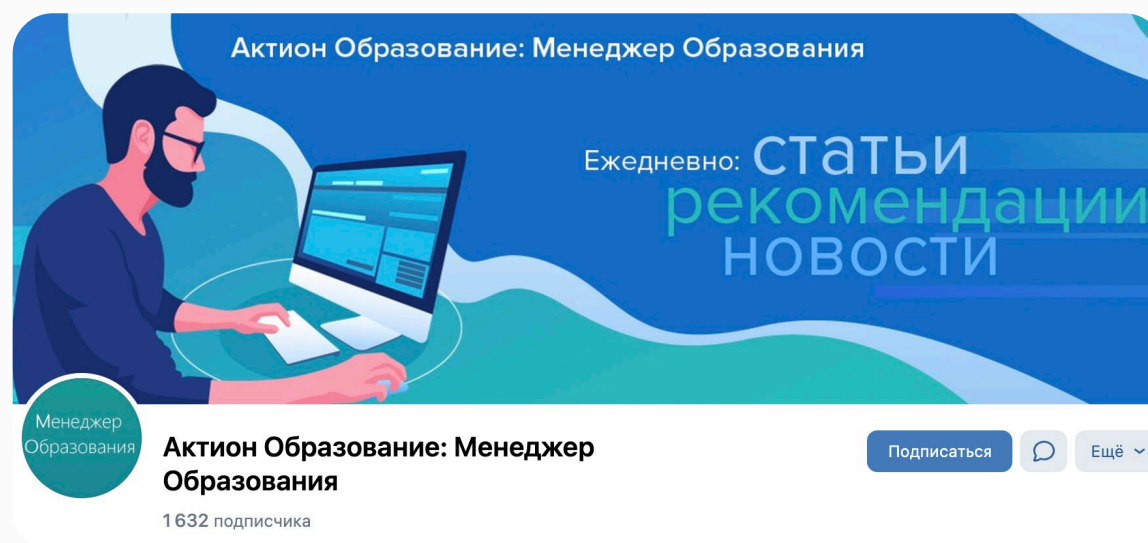
- Количество соцсетей,
в которых присутствует
компания
- Количество постов

Декомпозировать другие цели

Примеры реализации цели в SMM



Изображение: Сообщество MyProduce во [ВКонтакте](#)



Изображение: Сообщество «Актион Образование: Менеджер Образования» во [ВКонтакте](#)

Декомпозировать другие цели

Соотношение инструментов и метрик с целями

| Цель | Инструменты | Метрики |
|--------------|---|---|
| Узнаваемость | <ul style="list-style-type: none">• Концепция продвижения с инсайтом и ключевыми сообщениями• Описание Tone of Voice• Вовлечение аудитории в коммуникацию и отработка комментариев разного тона• Стратегия присутствия в соцсетях, выбор площадки и создание сообществ/каналов для заказчика | <ul style="list-style-type: none">• Сформированы файлы со стратегией и описанием концепции• Созданы и оформлены сообщества/каналы• Подключены интерактивные инструменты оформления и вовлечения аудитории• Контент и комментарии созданы в стиле разработанной концепции |
| Поддержка | <ul style="list-style-type: none">• Контент-план• Тексты по разным категориям• Визуальное оформление контента• Разнообразные форматы контента | <ul style="list-style-type: none">• Количество материалов• Охват и показы• Переходы по ссылкам• Активность (лайки, репосты, комментарии)• Подписчики |
| Продажи | <ul style="list-style-type: none">• Таргетированная реклама• Конкурсная активность• Инфлюенс-маркетинг | <ul style="list-style-type: none">• Клики и стоимость клика• Лиды и стоимость лида• Конверсия из кликов в заявки• Охват и показы• Кликабельность объявления• Доля рекламных расходов• Оценка окупаемости вложений (ROMI) |

Таблица: Skillbox

Декомпозировать другие цели

Соотношение инструментов и метрик с целями

| Цель | Инструменты | Метрики |
|----------------|--|--|
| Трафик на сайт | <ul style="list-style-type: none">• Таргетированная реклама• Работа с контентом | <ul style="list-style-type: none">• Клики и стоимость клика• Уникальные пользователи• Количество сессий• Время на сайте |
| HR-брендинг | <ul style="list-style-type: none">• Таргетированная реклама• Ведение сообщества и работа с контентом• Посевы в тематических сообществах• Комьюнити-менеджмент | <ul style="list-style-type: none">• Вовлечённость в контент: лайки-репосты-комментарии• Целевые запросы в личных сообщениях• Отклики на вакансию и стоимость привлечения отклика |
| Чтобы быть | <ul style="list-style-type: none">• Ведение сообщества• Размещение контента | <ul style="list-style-type: none">• Количество соцсетей, в которых присутствует компания• Количество постов |

Декомпозировать другие цели

Выводы

Компании могут приходить в соцсети и с другими целями: трафик на сайт, HR-брендинг или просто «чтобы быть»:

- ✓ **Продвижение с целью «Трафик на сайт»** позволяет улучшить статистику ресурса и привлечь новых рекламодателей. Для этого применяют таргетированную рекламу и работу с контентом
- ✓ **Цель HR-брендинг** преследуют компании для повышения лояльности нынешних сотрудников и привлечения новых. В этом помогает таргетированная реклама, ведение сообщества и работа с контентом, посевы и общение в комментариях и сообщениях
- ✓ Реже всего компании не преследуют бизнес-целей и хотят **вести соцсети «чтобы быть»**. Для этого достаточно вести сообщество и размещать контент