SMM-специалист:
профессия
настоящего времени.

Кто такой SMM-специалист?

SMM-специалист

SMM-менеджер (с англ. Social Media Marketing, маркетинг в социальных сетях) — это специалист, который занимается продвижением компании, бренда или продукта в социальных сетях. Он участвует в разработке стратегии продвижения и составляет бюджет. Также в его круг обязанностей входит создание сообществ и регулярное их наполнение контентом. SMM-менеджер должен привлекать подписчиков и «лидеров мнений», стимулировать людей общаться, проводить конкурсы и акции, грамотно отвечает на критику и работать с таргетированной и контекстной рекламой.

Задачи SMM-специалиста

- ✘ Создание контента для соц. сетей и блогов (как своими, так и чужими руками) — тексты, фото, видео, инфографика и прочее.
- ✘ Ведение пабликов в социальных сетях — VK, FB, Twitter, Instagam, OK, YouTube и других. Набор соц. сетей варьируется.
- ✘ Увеличение числа подписчиков и посетителей пабликов.

Задачи SMM-специалиста

- ✘ Ведение таргетированной рекламы. Аналитика и отчетность по кампаниям.
- ✘ Общение с подписчиками и отслеживание их действий.
- ✘ Запуск активностей — конкурсов, опросов, викторин, игр и прочих интересностей.
- ✘ Отчетность о работе и результатах.

Какие могут быть требования к SMM-специалисту?

Требования к SMM-специалисту

Грамотная речь (устная и письменная).

Умение писать интересные тексты.

Умение развивать сообщества и привлекать подписчиков без накрутки и их прямой покупки.

Опыт ведения таргетированной рекламы. Знание программ и сервисов, автоматизирующих и упрощающих работу.

И иногда

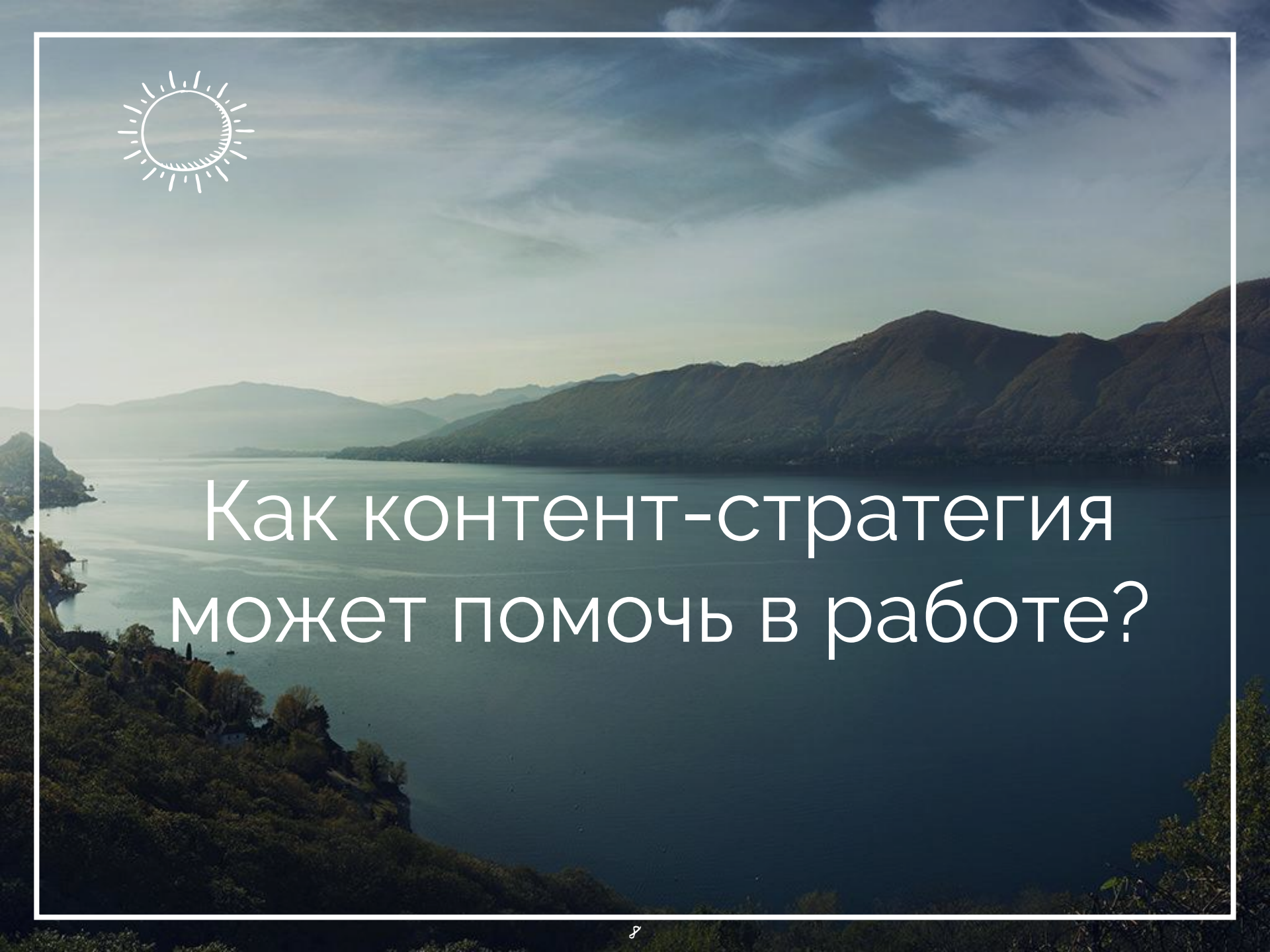
Опыт работы и портфолио выполненных проектов.

Знание графических пакетов для обработки фото, создания картинок и инфографики.

Отличное знание английского языка.

Опыт организации мероприятий.

Знание маркетинга и умение продвигать продукты и услуги на рынке.



Как контент-стратегия может помочь в работе?

Контент-стратегия

- Контент-план – личное и общественное, контент-стратегия – рабочее.
- Контент-стратегия – это документ, необходимый для понимания распределения типов контента, видов публикаций и общего числа выпускаемых постов.

Контент-стратегия

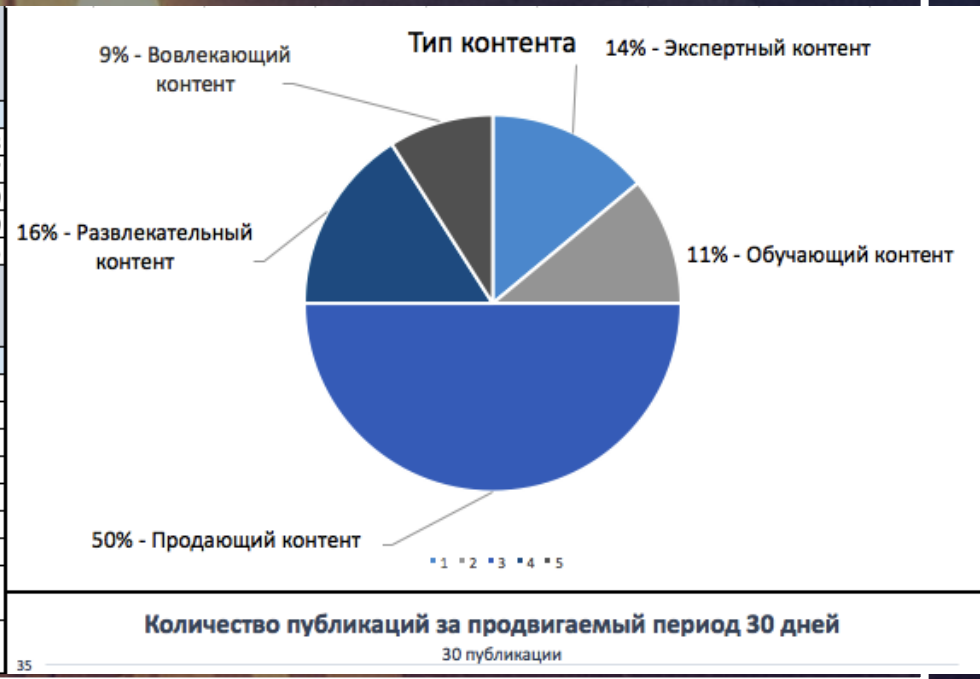
- Включает в себя – типы выпускаемых публикаций, формат постов, процентное и количественное распределение публикаций.

Контент-стратегия проекта

Тип контента	Общий процент публикаций	Общее количество постов
Экспертный	14%	8
Обучающий	11%	7
Продающий	50%	30
Развлекательный	16%	10
Вовлекающий	9%	5

Формат постов проекта

Тип контента	Вид публикаций
Экспертный	Традиции украинской кухни.
	Интересные украинские традиции, факты, блюда.
	История приготовления прдукции, технология производства.
	Публикации о коллективе и команде заведений.
	Разбор типичных проблем посетителей и методы их решения.
Продающий	Посты о локациях, форматах эвведений.
	Публикации с описанием вкусов продукции, меню и ассортимента.
	Описание возможностей приобретения товаров, актуальных акциях.
	Описание преимуществ блюд, ингредиентов, поставщиков.



Чему учит профессия SMM-специалиста?

- ✘ Работа с большим массивом информации и выбирать подходящее.
- ✘ Коммуникативные навыки.
- ✘ Отучает от пассивности, лени и медлительности (в большинстве своём).
- ✘ Развивает стратегическое мышление.

МОЖЕТ ЛИ ШКОЛЬНИК СТАТЬ SMM-СПЕЦИАЛИСТОМ?

Как школьнику стать SMM-специалистом?

Дистанционные курсы

Практика на пабликах и аккаунтах

Форумы, слёты, мероприятия с направлением «Социальные сети»

В будущем – специальность «Маркетинг» и «Связи с общественностью»

Школьник может зарабатывать до 30.000 рублей в месяц.

К вам обратились для раскрутки товара или бренда.

Вам, как SMM-специалисту, необходимо разработать контент-стратегию для того, чтобы данный товар стали чаще покупать именно у Вашего клиента, или, чтобы бренд Вашего клиента стал популярнее.

Контент-стратегия должна быть расписана на 30 дней. Она должна содержать полное описание раскрутки.

После Вам необходимо представить Вашу контент-стратегию «совету директоров», которые решат – брать её или нет.