

Идеальный план продвижения через социальные сети.

Как раскрутить свой бизнес, используя огромный
трафик популярных социальных сетей?



Идеальный План Продвижения Через Социальные Сети

*"Как раскрутить свой бизнес, используя
огромный трафик популярных социальных
сетей?"*

Отказ от ответственности

Настоящая электронная книга была написана для предоставления информации по интернет-маркетингу. Были приложены все усилия к тому, чтобы настоящая электронная книга стала как можно более точной и полной. Однако в ней могут иметь место ошибки и опечатки. Настоящая книга содержит информацию, актуальную лишь на момент её публикации. Таким образом, эту электронную книгу следует использовать лишь в качестве руководства, а не в качестве основного источника информации.

Данная электронная книга носит образовательный характер. Автор и издатель не гарантируют абсолютной полноты информации, содержащейся в этой электронной книге, и не несут ответственности за какие бы то ни было ошибки, опечатки и опущения. Автор и издатель не несут ответственности и не берут на себя обязательств по отношению к кому или чему бы то ни было относительно убытков и ущерба, вызванных или предположительно вызванных настоящей электронной книгой прямым или опосредованным способом.



ЗАРАБАТЫВАЙ
ОТ 10'000 руб./мес. и до
бесконечности,



РАСПРОСТРАНЯЯ ЭТУ И МНОГИЕ
ДРУГИЕ ПОДОБНЫЕ КНИГИ
БЕСПЛАТНО!

- ✓ Делись новым полезным контентом со своей аудиторией;
- ✓ Используй подготовленную для тебя подписную страницу и получай новых подписчиков в обмен на книгу;
- ✓ Выкладывай легально книгу на торрентах и форумах и получай бесконечный вирусный трафик на свой сайт или блог в течение многих лет;
- ✓ Получай прибыль со всех продаж реселлерских комплектов (в том числе и прав использования вирусных книг наподобие этой), сделанных по твоей партнерской ссылке, встроенной в эту книгу, а также с каждой продажи присоединившихся через тебя партнеров;
- ✓ Запусти вирусный эффект с несколькими подобными книгами и увеличь все МНОГОКРАТНО!

НАЖМИ НА ЭТУ ССЫЛКУ, ЧТОБЫ УЗНАТЬ КАК ЭТО ВСЕ
ОРГАНИЗОВАТЬ:

<http://topdelo.happyreseller.e-autopay.com/>



ОГЛАВЛЕНИЕ



[Введение](#)

[Глава 1: Понимание ценности молвы в социальных сетях и чем она может быть полезна вашему бизнесу](#)

[Глава 2: Развиваем выигрышный план маркетинга в социальных медиа](#)

[Глава 3: Создаём Страницу на Facebook и эффективно ею управляем](#)

[Глава 4: Как прочиркать себе путь к онлайн-признанию](#)

[Глава 5: Выстраиваем сеть с помощью LinkedIn](#)

[Глава 6: Расширяем свои круги с помощью Google +](#)

[Глава 7: Плените свою аудиторию на YouTube](#)

[Заключение](#)



[Как заработать, распространяя эту книгу?](#)



Введение

Сегодня мир потребителей быстро меняется. Эра пассивного потребления канула в лету, сегодня потребители хотят сказать своё слово о каждом продукте и услуге, в которые они вкладывают деньги. И в конкурентной борьбе, где каждый готов перерезать другому глотку, компании изо всех сил ищут пути обретения большего преимущества за счёт инноваций. С открытием новой эры социальных сетей компании начинают вести совершенно новую игру.

Достаточно ли социален ваш бизнес?

Сегодня социальные платформы внедрились в сознание публики и прочно в нём утвердились. Они заняли своё место среди повседневных занятий и стали незаменимым средством общения для людей, которые хотят оставаться друг с другом на связи. Потребители считают, что если компания присутствует в социальных сетях, она легальна, надёжна и жизнеспособна. Сегодня люди судят о бизнесе по его профайлу на Facebook или LinkedIn, и потребители ожидают, что компании будут отвечать на сомнения и запросы, которые они "затвитили", в течение дня или даже часа.

Достаточно сказать, что социальные сети сумели перехватить инициативу у традиционных маркетинговых методов. Сегодня современные маркетинговые стратегии включают в себя микс тактик продвижения в социальных сетях как неотъемлемый компонент для достижения бизнес-целей.

Откройте для себя Пятёрку лидеров

Высококонкурентные компании встали на агрессивный путь и активно проявляют интерес к "Социальной пятёрке", которая состоит из Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn и YouTube. Это прямой путь к привлечению своего целевого рынка и существующей клиентской базы для заполнения верхушки воронки продаж, это же позволяет понять предпочтения и поведение превалирующих потребителей и обеспечить их лояльность к бренду.

Однако зарегистрировать и поддерживать множество аккаунтов во всех социальных сетях не так просто, как кажется. Перепрыгивание из одной соцсети в другую без глубокого понимания процесса продвижения в социальных медиа может стать для компании губительным и подвергнуть её онлайн-присутствие серьёзному риску, задав ему непродуктивное направление.

Управляйте сами своим присутствием в интернете

Получив в своё распоряжение власть социальных медиа, бизнесу чрезвычайно важно тщательно прорабатывать свои стратегии и развивать процессы, чтобы прийти к масштабируемости, эффективности и успешному социальному вовлечению. Эта электронная книга предоставит вам всю необходимую информацию для понимания всего потенциала социальных медиа, а также понимания того, как ваш бизнес может поставить себе на службу их скрытую силу, чтобы вы могли принимать более разумные решения



о том, как ваша организация может эффективно включать её в маркетинговый и коммуникационный микс компании.

Если вы хотите вести свой бизнес вперёд, вам нужно позаботиться о том, чтобы в сознании потребителей он оставался социальным, современным и значимым. Узнайте, как социальные медиа могут стать вашей самой эффективной и влиятельной маркетинговой рабочей лошадкой. Эта электронная книга предоставит вам всю необходимую информацию о том, с чего начать и как использовать социальные медиа "на все сто" и выигрывать от этого в долгосрочной перспективе.



Глава 1: Понимание ценности молвы в социальных сетях и чем она может быть полезна вашему бизнесу

В наши дни социальные сети - модное словечко в маркетинге и глобальный тренд: все люди любого возраста поглощены одной, двумя или даже несколькими соцсетями. Тем или иным образом, все мы вовлечены в социальные сети. Но что это такое?

Социальные медиа простым языком

Термин "социальные медиа" бездумно используется где нужно и где не нужно, и слишком часто фигурирует в онлайн-маркетинге. Но что же это такое на самом деле? По сути, социальные медиа объединяют использование онлайн-технологий и методов, позволяющих людям делиться личными мнениями, контентом, а также обмениваться наблюдениями и взглядами с остальным миром.

Контент в социальных медиа может принимать разные формы и очертания:

- Текст – обычно используется, чтобы написать или объяснить собственное мнение или публикацию
- Изображения – фотографии используются для изображения чего-либо интересного
- Аудио – подкасты создаются, чтобы их можно было скачать
- Видео – видеоконтентом делятся с целью привлечь, развлечь или обучить

Самые популярные социальные медиа на данный момент включают в себя:

- Социальные сети: Facebook, LinkedIn, Twitter, Google+
- Wiki: Википедия
- Видео: YouTube
- Фото: Instagram, Pinterest, Flickr
- Новости: Digg, Reddit
- Онлайн-игры: World of Warcraft

Новый подход к брендингу и коммуникации - За пределами маркетинга

Социальные медиа проложили компаниям путь к более мощному каналу коммуникации для публикации маркетинговых сообщений - и всё это за вполне умеренную цену. Как известно, обычно компании используют социальные сети, чтобы привлечь свой целевой рынок и изучить предпочтения и поведение потребителей. Однако на самом деле соцсети предоставляют и другие, весьма мощные возможности, которые вы можете встроить в свою маркетинговую стратегию с высочайшими результатами.

Вот другие области в бизнесе, которые можно с успехом продвигать через социальные медиа:

- **Служба поддержки** – Идеальный пример: Best Buy. Благодаря системе Twelpforce работники стимулируются к тому, чтобы предоставлять помощь и советы по проблемам и запросам. Для сегодняшнего рынка очень критична возможность быстро ответить и отреагировать, особенно в том, что касается влияния и изменения восприятия. Даже если задача не была решена немедленно, клиенты чувствуют, что об их проблеме знают и своевременно уделяют ей внимание.
- **Внутренние коммуникации и сотрудничество** – Малые и большие организации могут сильно выиграть от использования социальных медиа для распространения файлов, совместного редактирования и распространения знаний.
- **Рекрутирование и удерживание** – Сегодня множество работников решают, хотят ли они стать частью той или иной организации, на основе информации, извлечённой из социальных сетей. Это также может стать мощным инструментом для привлечения социальных каналов, которые функционируют через профессиональные сети.

Понимание экосистемы социальных медиа

Чтобы эффективно использовать социальные медиа в полную силу, важно выделить время и разобратся, как работает эта экосистема, и какие привычки развились у "социальных потребителей". Воспринимайте каждую социальную сеть как город, её экосистема обычно представляет собой инфраструктуру этого города.

Ваше понимание экосистемы послужит виртуальной картой, с помощью которой вы сможете прокладывать себе путь по улицам и находить дорогу к своему целевому рынку. Согласно последнему исследованию Чедвика Мартина Бейли (Chadwick Martin Bailey), потребители, которые являются одновременно и фолловерами в Twitter, и фанатами в Facebook определённого бренда, будут не только рекомендовать его продукты или услуги, но и покупать их. В том же исследовании потребители показали, что бренды, не вовлечённые в социальные медиа, воспринимаются как "оторванные от жизни" и устаревшие.

Так что здесь основная идея в том, чтобы направить свои усилия в социальных медиа на ключевых пользователей, которые имеют влияние в своих социальных сетях. Однако важно уточнить, что связь со средними и малыми пользователями также помогает вашему бизнесу заработать социальное доверие.

Конверсия лидов в продажи: ROI социальных медиа

Как и с любым другим бизнес-усилием, вы, конечно же, хотите получить чёткое представление о том, как сможете вернуть свои инвестиции в социальные медиа, а не просто присоединиться к популярному движению. Цикл ROI социальных медиа можно разделить на три этапа.

Этап 1: Запуск.

На этом этапе всё ваше внимание должно быть сосредоточено на создании аккаунтов в 5 основных соцсетях: Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn и

YouTube. И хотя в интернете есть множество других популярных социальных сетей, эта пятёрка считается самой важной. Вы просто не можете себе позволить не присутствовать на всех этих пяти платформах.

Этап Запуска сугубо исполнительный, его главная цель - приступить к делу. Вот подробности этого этапа:

Подход: Исполнительный
Цели: Присутствие в социальных медиа
Фокус: Краткосрочный
Результаты: Незначительные

В этой точке не стоит ожидать какого-либо значительного влияния или результатов.

Этап 2: Управление

На этом этапе около 60% усилий вашей компании будут направлены на развитие присутствия в пяти социальных сетях. Около 10% внимания направлено на творческую часть и предложение бренда, 20% - на установление количественных измерений, таких как входящие ссылки, трафик, "лайки" на Facebook и тому подобное. Оставшиеся 10% будут сосредоточены на качественных измерениях, таких как результаты исследований, опросов и изучении отношения к бренду.

Подход: Тактический
Цели: Вовлечение клиентов
Фокус: Средней длительности
Результаты: Рост трафика

Этап 3: Оптимизация

На этапе оптимизации 25% внимания будут направлены на то, чтобы получить больше влияния на всех пяти платформах социальных медиа, 30% будут посвящены развитию творческой части и предложений бренда, а также количественным и качественным измерениям. Ещё 25% внимания будут направлены на повышение уровня конверсии и оптимизацию кампаний. Оставшиеся 20% будут использованы для измерения успеха кампании, что станет основой вашего ROI.

Подход: Стратегический
Цели: ROI социальных медиа
Фокус: Долгосрочный
Результаты: Рост прибыли

Несмотря на то, что многие эксперты утверждают, что ROI социальных медиа измерить невозможно, на самом деле есть способ это сделать. Этот процесс потребует лучшего понимания вашей "пожизненной ценности клиента" (CLV) или средней прибыли, генерируемой клиентом за период его полного привлечения к вашим продуктам и услугам. Эти данные будут использованы для сравнения результатов, которые даст ваша кампания в социальных медиа.

Например:

Если типичный клиент тратит около \$10 каждый месяц на определённый продукт и является лояльным сторонником определённого бренда на протяжении 3 лет, это равняется средней пожизненной ценности клиента в \$360.

Большинство компаний стремятся тратить около 10% своего CLV на привлечение новых клиентов. Это означает, что они стремятся потратить \$36 для привлечения новых клиентов, каждый из которых, как ожидается, потратит за время приверженности бренду по \$360.

Итак, если ваши усилия в социальных медиа стоят вам \$36 000 за один полный год, и ваша кампания способна генерировать 1000 новых клиентов каждый год, вы определённо делаете успехи.



Глава 2: Развиваем выигрышный план маркетинга в социальных медиа

Прежде всего давайте мельком взглянем на некоторые показательные тактики социальных медиа:

- Facebook – Согласно ExactTarget, первичная причина, по которой люди ставят "Мне нравится" на странице Facebook, это установление торговых отношений с определённым брендом следующим образом: получать промо-предложения и купоны (40%), получать новости о предстоящих распродажах (30%), и оказывать поддержку определённым брендам и компаниям (30%)
- Twitter -- Согласно Edison Research, 40% общего времени, проводимого в Twitter, люди тратят на изучение определённых продуктов и услуг, читая / получая обратную связь от других, кому есть, что сказать о них, а также делясь личным мнением и опытом.

Социальные медиа - это выстраивание отношений

По мере того, как всё больше и больше компаний и брендов с готовностью предлагают свои услуги в социальных сетях, всё больше потребителей доброжелательно воспринимает идею электронной коммерции.

Располагая многообещающим потенциалом социальных медиа, важно иметь гибкую маркетинговую стратегию, которая может расти и подстраиваться под любой переменчивый тренд. Уделив время тому, чтобы разработать процессы с корпоративной или индивидуальной точки зрения, со временем вы сможете подкрепить здоровую деятельность по социальному вовлечению. Вы можете это сделать, выстраивая сообщества и отношения, отвечая и создавая ценность.

7 важнейших шагов для создания успешной стратегии продвижения в социальных медиа

В соответствии с Отчётом о социальных медиа за 2010 год, приблизительно 67% маркетеров активно расширили и усилили свои каналы через социальные медиа. По мере того, как всё больше компаний работают над включением социальных медиа в свои маркетинговые и коммуникационные планы, акцент постепенно смещается на создание успешной стратегии продвижения в социальных медиа. Без такого плана или стратегии ваше присутствие может быть вообще незаметным.

Но как именно разработать стратегию, которая будет наилучшим образом соответствовать уникальному поведению и характеристикам вашей ниши? Вот руководство из 7 шагов, которое поможет вам сходу приступить к своей кампании по продвижению в социальных медиа:

Сперва позаботьтесь о залоге успеха

Если вы работаете в большой компании или организации, прежде, чем начать формулировать свою стратегию продвижения через социальные медиа, абсолютно важно, чтобы совладельцы бизнеса верили в важность социальных медиа и в то, что главная цель - не просто продавать продукты и услуги.

Ваша компания должна запускать кампанию в социальных медиа не просто для того, чтобы присоединиться к общему тренду и не потому, что "все так делают". Социальные медиа - это не просто временный маркетинговый трюк или проект с конечной датой, а долгосрочное обязательство с бесценными выгодами. Организациям важно понять, что нередко нужно проводить постоянное тестирование и экспериментирование, чтобы изучить эффективность.

Теперь, когда мы это рассмотрели, вот 7 чрезвычайно важных шагов для разработки собственной стратегии продвижения через социальные медиа:

1. Определите свои цели и ориентиры. Определите, каких целей вы хотите достичь с помощью социальных медиа и как они дополняют и поддерживают общие цели компании.

2. Исследуйте, исследуйте и ещё раз исследуйте. Не совершайте ошибку, погружаясь в пучину конкуренции и сомневающихся потребителей, не имеющих представления о том, что вы делаете. Исследования чрезвычайно важны - это основа исполнения. Сюда входит и план действий для 5 главных социальных платформ. Уделите время тому, чтобы выяснить, что к чему, оценить конкуренцию и определить свою целевую аудиторию.

3. Подготовьте базу контактов и контент. Если вы будете правильно проводить свою кампанию в социальных медиа, социальные отношения начнут развиваться естественным образом. Начните устанавливать связи, подписываясь на обсуждения, связанные с вашим брендингом. Составьте список ключевых пользователей, которые играют важную роль в вашей отрасли.

4. Присоединяйтесь к обсуждениям и начните развивать и налаживать отношения. Начните отвечать на вопросы, значимые для вашей индустрии, делитесь своим мнением и вступайте в сообщества. Это не только поможет вам запустить собственную сеть, но и создаст репутацию эксперта в отрасли и лидера мнений.

5. Укрепляйте свои отношения через социальные медиа. Не прячьтесь за аватарой или брендом, дайте знать о своём присутствии, посещая мероприятия, побуждающие к личному взаимодействию. Сюда входят офлайн-мероприятия, значимые для вашей индустрии.

6. Уделяйте время измерению результатов. Вы уже установили свои цели, верно? Измерять успех важно точно в такой же степени. Среди наиболее распространённых целей:

- Усиление присутствия бренда на социальных платформах
- Увеличение трафика сайта компании
- Усиление положительного отношения потребителей и восприятия бренда
- Развитие отношений для потенциальных партнёрских отношений в будущем

7. Анализируйте, настраивайте и улучшайте. Измерив свой успех и темпы достижения цели, вам необходимо анализировать и определять ключевые области, которые необходимо улучшать, адаптировать к изменяющимся трендам и улучшать всю свою кампанию в социальных медиа. Помните, перед вами не всегда будет лежать прямая дорога, поэтому нужно всё время оценивать и подстраиваться.

Золотые правила социальных медиа

Социальные медиа - очень сложная и постоянно развивающаяся среда. Поэтому неудивительно, что многие компании изо всех сил стараются в них разобраться и держаться в курсе дел. В то время, как многие получают измеримые успешные результаты, столь же многие терпят поражение, а остальные до сих пор не могут определиться со своей стратегией использования социальных медиа.

Неудача часто бывает обусловлена непониманием самой концепции социальных медиа. Здесь самые основные вопросы: "Почему люди вовлекаются в соцсети?" и "Какие неписаные правила правят в соцсетях?" И хотя социальные медиа дают компаниям возможность бесплатно выставить себя на всеобщее обозрение, многим организациям не удаётся тщательно спланировать сообщение, которое они хотят донести, как они бы сделали это в ходе дорогой рекламной кампании.

Смотрите: совместное исследование, проведённое Facebook и Nielsen в 2010 году, показало, что организации в работе с социальными медиа используют следующие показатели: осведомлённость о бренде, эффективность рекламы и намерение совершить покупку. Неудивительно, что исследование показало: социальные медиа могут генерировать значительно лучшие результаты, чем традиционные маркетинговые подходы и кампании.

Подобно свиданиям, любая организация должна ухаживать за своей сетью, воспитывать ее и удовлетворять ее потребности. В помощь вам ниже приведены правила, которые применимы к любому пользователю социальной сети, будь то отдельный человек или бизнес. Если вы серьёзно хотите заложить мощную платформу для продвижения своего бизнеса, привлечения новых клиентов, увеличения продаж, а также повысить узнаваемость бренда, вот золотые правила, которые следует соблюдать во что бы то ни стало:

Социальные медиа - это в первую очередь выстраивание отношений, а не бизнес-транзакции.

Любая попытка продать в открытую определённый продукт или услугу может легко повредить вашему присутствию в интернете. Потребители больше не хотят слушать извинения и отвечают вежливым "нет" настырным продавцам; для этого им достаточно кликнуть на кнопке "отписаться". Не совершайте грубой ошибки, используя автоответчик, чтобы поблагодарить отдельных людей, которые решат зафолловить вас на Twitter.

Организациям следует нанимать специального эксперта по социальным медиа. Не совершайте ошибку, нанимая для проведения своей кампании в социальных медиа кого попало. Этот человек должен обладать надлежащей квалификацией, быть независимым пропагандистом социальных медиа и отчитываться непосредственно руководству организации.

Организациям следует сосредоточиться на привлечении, а не на цифрах. Количество фолловеров, "лайки" и размер сети не нужно считать показателем качества работы. Гораздо значимее поддержание небольшой сети с регулярными взаимодействиями и активным вовлечением.

Определите свою целевую аудиторию и установите специфическую область опыта. Не пытайтесь достучаться до каждого, становясь всем для всех. Если вы действительно собираетесь связаться с ключевыми пользователями, с теми, кто принимает ключевые решения и влияет на остальных, ваш контент должен быть разработан в тесной связи с рынком.

Контент по-прежнему играет в социальных медиа главенствующую роль. Как уже было сказано, социальные медиа - это не место для публикации ваших коммерческих предложений, завоевавших награды. Посты должны быть чёткими и лаконичными, не эмоциональными и не импульсивными. Они должны быть тщательно выстроенными и всегда оставаться политкорректными. Посты в Twitter в особенности должны быть лишены трюков или скрытых обязательств, а вместо этого предоставлять информацию, бесплатные ресурсы и передовой опыт.

Обновления должны быть частыми и последовательными. Кампании в социальных медиа - это длительные и продолжительные усилия, они работают как неотъемлемая часть онлайн-присутствия компании. Эта работа - не пятидневка с восьмичасовым рабочим днём. Обычно лучше всего публиковать посты и обновления ежедневно, не более 7-9 раз в день.

Социальные платформы должны быть явными. Все потоки и аккаунты социальных медиа должны вести на все страницы сайта, включая все кнопки "мне нравится", "следовать", и "затвитить".

Профили в социальных медиа ДОЛЖНЫ быть безупречными. Профиль - это первая и чаще всего просматриваемая страница в социальных платформах. Но чаще всего этот аспект игнорируется. Все элементы, включая фон, изображения и сообщения, должны последовательно отражать корпоративный имидж и бренд.



Глава 3: Создаём Страницу на Facebook и эффективно ею управляем

Facebook - пожалуй, самая знаменитый глобальный феномен, который с момента своего запуска продолжает расти в геометрической прогрессии. Изначально разработанный для студентов колледжей, теперь он очевидно вышел за рамки своей первоначальной аудитории. Со временем в нём признали чрезвычайно мощную сетевую среду для бизнеса.

Что он собой представляет?

Facebook - это социальная сеть, запущенная в феврале 2004 года, которой владеет и управляет Facebook, Inc. Недавние отчёты за февраль 2012 года сообщают, что Facebook достиг отметки в 845 миллионов активных пользователей. Чтобы использовать его сервисы, пользователям нужно зарегистрироваться и создать профиль, обмениваться сообщениями, публиковать статусы, загружать фотографии, переписываться с друзьями и многое другое. Из простой социальной среды он развился в широко популярную профессиональную социальную сеть.

Зачем его использовать?

- **Отличная представленность.** С миллионами пользователей Facebook предлагает непревзойдённый потенциал для представленности. Будучи использованным стратегически и последовательно, Facebook может способствовать значительному увеличению видимости и присутствия вашей компании в интернете. Публикуйте комментарии, делитесь идеями, советами и подсказками, чтобы завоевать уважение и доверие в своей сети и добиться максимального влияния.
- **Увеличение Google Rank.** Используя приложение Facebook “Страницы”, можно создать профессиональный профиль для продуктов, услуг и компаний. На этих страницах можно размещать ссылки на свой сайт и кнопки “мне нравится”. Это помогает привлекать трафик на свой сайт и генерировать больший интерес.
- **Мощная маркетинговая платформа - бесплатно.** Использование Facebook, как вы уже знаете, абсолютно бесплатное. Оно позволяет вам устанавливать контакты с сотнями и даже с тысячами людей с помощью удобных в использовании приложений и инструментов, которые вы можете использовать для продвижения своих продуктов и услуг.
- **Таргетированное пространство рекламы.** За разумную цену вы можете также создать рекламные объявления и таргетировать их по полу, местоположению и возрастной группе, а также отслеживать их работу.
- **Предоставление регулярных обновлений.** Facebook предлагает вам удобный способ обновлять свою сеть по новым продуктам, промо и общей информации о своей компании, оставаясь свежим и значимым в умах своего рынка.



- **Продвигать онлайн-обсуждения для получения ценных ресурсов.** Используйте новостные группы и сети в качестве площадки для обсуждения, и отвечайте на комментарии и запросы. Это может стать отличным источником конструктивной обратной связи, которая поможет вам продвигать свои продукты или услуги.
- **Оставайтесь на связи и подпитывайте отношения.** Регулярно предоставляйте полезную информацию своим поклонникам и сетевому окружению. Сюда входят полезные обучающие видео и другой значимый контент, который понравится вашему рынку.
- **Улучшайте клиентский сервис.** Сегодня клиенты предпочитают, чтобы на их запросы и проблемы отвечали в режиме реального времени. Страница Facebook для вашего бизнеса предлагает удобный способ стать доступным для своего целевого рынка.

Установка

Создание страницы Facebook (также известной как бренд-страница) может дать вам в руки мощный инструмент для взаимодействия со своим рынком на том уровне, который традиционные медиа не способны обеспечить. Помогая своим клиентам наладить тесную связь со своим корпоративным брендом, вы можете превратить их в лояльных клиентов и бесплатное лицо фирмы.

Для начала следуйте этим простым шагам:

1. Если у вас нет аккаунта, зарегистрируйтесь в системе. Если у вас уже есть аккаунт, войдите под своим именем и кликните на кнопку “Страницы”, расположенную в левой части экрана.
2. Выберите, какого типа страницу вы хотите создать: Бренд, Компания, Учреждение или Организация.
3. Впишите всю конкретную информацию.
4. Согласитесь с подробными Правилами использования Страниц Facebook.
5. Введите всю требуемую информацию; обозначив категорию своего бизнеса, вы можете начать настраивать свою страницу. Facebook проведёт вас через всю процедуру настройки, предоставляя список того, что еще следует выполнить, чтобы начать.
6. Загрузите изображение компании или логотип, а также адрес сайта, слоган, страницу Twitter, и профили в других социальных медиа.
7. Сохраните настройки.

Конфигурирование и оптимизация

- **Добавьте контент.** Внесите ключевую информацию: ссылки на сайты, ваше месторасположение, часы работы и фотографии/продукты/меню, так чтобы люди могли получить общее представление о том, что собой представляет ваш бизнес. Сосредоточьтесь на том, чтобы предоставить краткую, но исчерпывающую информацию в информационном поле. Держите в уме принципы поискового продвижения и используйте ключевые слова, поскольку каждая информационная вкладка может индексироваться поисковыми системами.

Мощная подсказка:

Если вы введёте адрес своего сайта в поле под изображением профиля, начиная с "http://", Facebook автоматически превратит его в активную ссылку. Это позволит вам удобно направлять посетителей на свой сайт, аккаунт в Twitter или блог компании.

- **Заявите о своём месте.** Свяжите свою Страницу на Facebook с физическим расположением, чтобы люди могли вас найти и отметить.
- **Пригласите своих клиентов.** Пригласите текущих клиентов "лайкнуть" вашу страницу. Вы можете отправлять им рассылки, рекламировать свой сайт, публиковать ссылки или в будущем продвигать свой бизнес посредством флаеров, и так далее.

Мощный совет: Эффективный способ установить Страницу на Facebook и добавить существующих клиентов - создать отдельный аккаунт Gmail для своего аккаунта Facebook. Импортируйте сюда электронные адреса своих клиентов. Когда вы создаёте свою страницу на Facebook, система автоматически найдёт клиентов из вашей адресной книги и предложит их вам в качестве друзей.

- **Добавьте на свой сайт кнопку "Мне нравится".** Чтобы эффективно продвигать свою страницу на Facebook, добавьте кнопку "Мне нравится" на свой сайт и блог, чтобы люди могли поддерживать контакты с вашей страницей, а также делиться ею со своей сетью.

Привлекайте своих клиентов

- **Взаимодействуйте и присоединяйтесь к обсуждениям.** Максимизируйте свою видимость и присутствие, публикуя регулярные обновления на стене о своём бизнесе. Вы также можете предоставить эксклюзивные предложения, которые будут вызывать интерес, генерировать комментарии и привлекать людей к активному участию.
- **Стройте более глубокие отношения.** Используйте возможность узнать поближе свою базу лояльных клиентов или "поклонников" и приложите все усилия к тому, чтобы они чувствовали себя как дома, получая своевременные ответы на свои комментарии.
- **Получайте ценные ресурсы.** Учитесь и узнавайте, как ваша аудитория взаимодействует и производит необходимые изменения для увеличения и воодушевления большего вовлечения.

Продвигайте свой бизнес

- **Создавайте рекламные объявления.** Извлеките пользу из Рекламы на Facebook, чтобы продвигать свой бизнес и оповещать о нём других, базируясь на своём критерии таргетирования, такого как расположение, интересы, возрастные группы и так далее.
- **Запустите "Спонсируемые истории".** Установите "Спонсируемые истории", чтобы иметь возможность побуждать френдов и поклонников нести доброе слово о вашем бизнесе по своей сети. Помните, маркетинг с помощью сарафанного радио вдвое эффективнее традиционной рекламы.

Выделяйтесь из толпы

- Заведите себе тщеславный адрес. Из непривлекательной ссылки вида `""3267783386?ref=sg&ajaxre=1&a=7"` сделайте нечто более профессиональное, вроде `"http://facebook.com/mybusiness name"`. Чтобы получить возможность это сделать, нужно иметь хотя бы 25 поклонников.
- Настройте лендинговую страницу. Чтобы выделяться, вам нужно иметь привлекательную и яркую лендинговую страницу, которая может значительно помочь посетителям стать поклонниками вашей страницы.

Мощная подсказка: Если вы не сильны в веб-дизайне, можно приобрести шаблон Facebook в магазине шаблонов.

Дополнительные советы по продвижению своей страницы на Facebook

1. Используйте Менеджер социальных медиа:

- Активно добавляйте людей, которые могут стать вашими клиентами, и тех, кто связан с вашим специфическим направлением бизнеса.
- Используйте функцию поиска, чтобы найти значимые или связанные страницы, события, людей, группы или даже сообщения. Она также поможет оставаться в курсе всех упоминаний бренда, а также предоставлять своевременную обратную связь.
- Общайтесь. Это интерактивная страница, так что отвечайте на комментарии.

Мощный совет: Когда вы сочиняете запись или сообщение, вставьте символ "@" и впишите свою бизнес-страницу, чтобы упомянуть её. Вы даже можете так подписываться под своими обычными записями.

2. Схитрите немного.

Попросите подчинённых и сотрудников оставить комментарии и "лайкнуть" ваши обновления статусов, чтобы повысить свои показатели. Обновления статусов, набравшие 5 или больше комментариев, могут быть показаны в разделе "Главные новости". Это также поможет вам сделать свою стену на Facebook более живой, а также вдохновить поклонников принять участие в обсуждениях и стать более активными.

3. Наполните свою страницу медиаконтентом

- Воодушевите поклонников публиковать фотографии того, как они используют ваши продукты и/или услуги
- Загрузите фотографии своих продуктов и/или услуг, своей команды и офиса, чтобы поклонники легко могли связаться с вами.
- Загрузите фотографии событий, которые вы проводили, и отметьте на них своих поклонников
- Публикуйте видео, связанные с любыми докладами ваших специалистов
- Используйте видео, чтобы отвечать своим поклонникам или развлекать их
- Покажите свои продукты и/или услуги в действии.

4. Заботьтесь о своих поклонниках.

Важно время от времени вознаграждать своих поклонников особыми или эксклюзивными предложениями. Вы можете вознаградить их лояльность, предложив скидки только для поклонников на Facebook.

5. Держите своих поклонников в курсе дела.

Прямые сообщения очень мощные, главное - не злоупотреблять ими. Подумайте дважды, прежде чем слать сообщения своим поклонникам. Ваши обновления должны быть ценными и желанными новостями, поскольку ваша цель - информировать и привлекать, а не раздражать.

6. Попросите своих поклонников о помощи.

Попросите своих поклонников помочь вам выстроить сообщество с помощью инструментов "Предложить друзей" и "Поделиться".

7. Стройте партнёрские отношения с другими страницами на Facebook.

Каждая страница на Facebook имеет кнопку "Добавить в избранное моей страницы". Любая "избранная" страница будет отображаться в виде логотипа в области "Избранных страниц" на вашей странице Facebook.

8. Используйте приложения.

Для Facebook есть несколько действительно полезных приложений, которые вы можете использовать для продвижения своей компании или бренда. Вы можете проводить опросы, викторины и игры, где люди смогут играть друг против друга и превосходить друг друга по результатам. Есть даже приложения для бесплатных раздач и лотерей – то, в чём потребители больше всего любят участвовать.

9. Шпионьте!

Да, вам нужно следить за своими конкурентами, особенно за теми, кто проводит собственные кампании с огромным успехом. Периодически следите за тем, что они делают, а затем изучайте их стратегии. Если решите копировать их, убедитесь, что предлагаете лучшую версию.



Глава 4: Как прочирикать себе путь к онлайн-признанию

Простой вопрос, заданный в Twitter: “Что вы сейчас делаете?” конечно сгенерирует много ответов. От подростков, профессионалов, знаменитостей, политиков, больших шишек – от всех, кто сидит в Twitter. С быстрой и частой сменой идей, мнений, ответов, Twitter создал целую новую вселенную для людей различных социальных слоёв, статусов и интересов, чтобы они оставались на связи благодаря более открытой линии коммуникации.

Понимание феномена Твиттера

Что такое Twitter? Это - ещё одна популярная социальная сеть и сервис микроблоггинга, который позволяет своим пользователям отправлять и читать текстовые сообщения, или "твиты", длиной до 140 символов. Twitter был создан Джеком Дорси в марте 2006 года и был официально запущен в июле того же года. С тех пор сервис завоевал всемирную популярность и на сегодняшний день насчитывает более 300 миллионов пользователей, ежедневно генерирующих более 300 миллионов твитов, а также производящих более 1,6 миллиардов поисковых запросов. Twitter описывают как “SMS в интернете”.

Twitter предлагает комбинацию различных форм общения -- текст, фотографии, музыка, видео – превращая повседневную жизнь в интересные контексты, знаменательные события и критические ситуации. Обсуждения могут вращаться вокруг горячих тем благодаря использованию хештегов, пользователи могут публиковать и просматривать обновления, фолловить других пользователей, а также отправлять публичные ответы или личные сообщения, чтобы связываться и общаться с другими пользователями. С годами экосистема Twitter сильно разрослась, давая возможность находить людей, новости или предметы.

Зачем его использовать?

- **Связываться со своими клиентами.** Это первичная причина, по которой следует извлекать пользу из Twitter для своего бизнеса. Twitter стал настолько важной частью повседневности, что прекрасно подходит для того, чтобы связываться, взаимодействовать и изучать свой целевой рынок. Брендинг. В Twitter вам не нужно быть в одной связке с Nike, Dell или Starbucks, чтобы стать брендом и генерировать интерес. По сути, он представляет лучшую платформу для малого бизнеса и стартапов, позволяющую связаться со своей целевой нишей.
- **Обратная связь клиентов.** Если потребитель не удовлетворён определённым продуктом или услугой, он без сомнений "твитнет" об этом. В этом смысле Twitter оказывается надёжным ресурсом по доставке обратной связи и мнений, а также для изучения поведения и предпочтений потребителей.
- **Маркетинг.** Вы можете использовать Twitter с его широким доступом для продажи продуктов и/или услуг более широкому рынку и, что самое приятное, делать это бесплатно.

- **Новости.** Twitter - лучший и самый быстрый способ опубликовать последние новости о вашей компании - без необходимости сочинять длинный, тщательно продуманный контент.
- **Маркетинговые схемы и продвижения.** Если у вас есть продвижения и эксклюзивные условия сделки, дайте своей сети знать об этом. Все любят хорошие условия. По сути, множество компаний проводят соревнования и промо эксклюзивно для своих фолловеров в Twitter. чтобы привлечь свой рынок.
- **Twitter - вирусный.** Заработав себе хоть какую-то популярность, вы увидите, насколько он вирусный. Это может стать стратегическим конкурентным преимуществом ваших маркетинговых кампаний.
- **Шпионьте за конкурентами.** Вы не просто постигаете клиентов и целевой рынок, вы также можете читать и изучать, что делают конкуренты и каковы их слабые стороны, основываясь на жалобах их клиентов, а также работать над собственным позиционированием, чтобы предоставить лучшую альтернативу.
- **Увеличение продаж.** Да, Twitter может помочь серьезно увеличить продажи. В соответствии с отчетом, опубликованным "Mashable", Dell загребает целых \$6.5 в продажах через Twitter.
- **Лояльность к бренду.** В любом бизнесе вы стремитесь к тому, чтобы вашими товарами/услугами пользовались как можно дольше, одноразовые покупки вас не устроят. Привлекая своих клиентов и предоставляя быстрое обслуживание с дополнительными услугами, вы сможете удерживать клиентов и обрести лояльных постоянных покупателей.
- **Рай для сетевого.** Свяжитесь с лидерами отрасли, создателями общественного мнения и влиятельными личностями, имеющими вес в вашей отрасли. Если вы уже посещали сетевые мероприятия и получали хорошие результаты для своей компании, только представьте, что может сделать для вас Twitter.
- **Генерируйте трафик для сайта.** Если использовать Twitter на полную мощность, он может стать отличным и эффективным инструментом для создания большего интереса и привлечения целевого рынка на ваш сайт или блог, завоевывая потенциальных покупателей, что в конце концов приведет к продажам.
- **Идейное лидерство.** Twitter - прекрасная площадка для демонстрации своих навыков и опыта, а также для предоставления дельных советов, мнений и помощи в решении проблем, что поможет завоевать большее доверие в качестве лидера мнений.

Как формировать и привлекать фолловеров

Как вы уже, наверное, догадались, Twitter стал неотъемлемым инструментом социального продвижения, который может продвинуть ваш бизнес. Это не тот типичный подход "продать и забыть", который со временем канет в лету. С момента запуска популярность твиттера только растёт. Чтобы извлечь максимальное преимущество из использования Twitter, вам нужно тщательно спланировать свои стратегии.

Приступаем

- 1. Произведите начальный поиск.** Создайте аккаунт в Twitter и узнайте с помощью поиска, что говорят о вас или о вашем бренде, ваших прямых конкурентах и других важных словах, связанных с вашей компанией, продуктами и/или сервисами.
- 2. Добавьте фото.** Неприятно общаться с кем-то, не имея перед собой даже его фото. Если вы достигли хорошей узнаваемости бренда, вы можете использовать свой логотип, а если вы представляете стартап или небольшую организацию, лучше использовать собственную фотографию.
- 3. Начните принимать участие в обсуждениях и говорите с людьми о том, что им интересно.** Это создает индивидуальность, показывает человеческое лицо бренда, продукта или услуги. (@wholefoods делает это превосходно)
- 4. Создавайте интерес.** Публикуйте интересные вещи, которые относятся к вашей отрасли, а не только к вашей компании, продуктам или услугам. В числе прочего, это могут быть последние новости, политики и разработки.
- 5. Развлекайте, чтобы привлекать.** Делитесь интересными и пленяющими ссылками, которые развлекут и подстегнут интерес.
- 6. Используйте проактивный подход.** Если ограничиться работой с жалобами, никогда не выберешься из порочного круга постоянных извинений. Вместо этого будьте полезным и предлагайте немедленное решение, подсказки и советы. (@jetblue отлично это делает, предоставляя подсказки и советы путешественникам)
- 7. Скажите "нет" вульгарному маркетингу.** Не совершайте ошибку, "впаривая" свои продукты и/или услуги. Люди либо проигнорируют вас, либо нажмут на кнопку "отписаться".
- 8. Станьте более человечным.** Продвигайте интересные истории ваших работников и совладельцев бизнеса о событиях вне работы. (@TheHomeDepot отлично это делает)
- 9. Представьте личности.** Добавьте несколько персон, чтобы вместе работать с брендом, скажем, RichardAtDELL, MaxeneAtDELL, и так далее.
- 10. Действительно общайтесь.** Уделите время тому, чтобы говорить и на темы, не связанные с бизнесом.

О чём твитить

- Вместо того, чтобы отвечать на вопрос Twitter: "Что вы сейчас делаете?", вы можете выбрать себе другой вопрос: "Что привлекло ваше внимание?"
- Пусть в компании будет не только бизнес-аккаунт Twitter - побуждайте других работников также его использовать.
- Люди могут увольняться, уходить в отпуск и так далее.

- Продвигая отдельную статью в блоге, не нужно просто бросать ссылку. Вы можете задать вопрос или объяснить, что это такое.
- Задавайте вопросы и побуждайте своих фолловеров поделиться своим мнением.
- Фолловьте интересных и популярных людей. Если найдёте пользователей, которые твитят интересные вещи, посмотрите, кого они фолловят и зафолловьте их тоже.
- Публикуйте твиты о других людях вместо того, чтобы просто сосредоточиться на себе, своей компании, своих брендах или продуктах. Twitter предназначен не для продаж, и он имеет более важное влияние на ваш бизнес. Работайте над тем, чтобы люди за брендом видели человеческое лицо - так вы привлечёте своих фолловеров.
- Когда вам случается говорить о своей компании, продуктах или услугах, старайтесь говорить нечто полезное. Вы можете облечь эту информацию в форму совета, изображения, записей в блоге, которые предлагают полезный контент.
- Не флудите и не публикуйте слишком много твитов. Это быстро начинает раздражать. Как показывает практика, оптимально публиковать от 8 до 15 твитов в день.

Дополнительные практические советы

- Вам не обязательно читать каждый твит.
- Вам не обязательно отвечать на каждый @ твит, который был вам адресован.
- Общайтесь через личные сообщения, если ваша переписка не будет иметь ценности для других фолловеров.
- Регулярно делайте поиск по Twitter, чтобы узнать, что люди говорят о вас, вашем бренде, вашей компании, продуктах и услугах.
- Один из отличных способов выстроить сообщество в Twitter - это отвечать на твиты и ретвитить записи других людей.

Мощные советы

- Перед тем, как кого-то фолловить, опубликуйте несколько хороших, умных твитов.
- Заполните информацию в профиле.
- Добавьте фид Twitter в профили других социальных медиа и блогов.
- Отвечайте людям, которые вас фолловят, и особенно тем, которые не фолловят вас.

Создание аккаунта в Twitter - лишь начало вашего путешествия. Чтобы достичь наилучших результатов, Twitter-ом, как и другими социальными медиа, нужно заниматься постоянно.



Глава 5: Выстраиваем сеть с помощью LinkedIn

Большинство людей используют LinkedIn, чтобы "связаться с кем-то", сформировать партнёрские отношения, осуществить продажу или получить работу. Будучи по-прежнему успешным проектом, он приносит отличные результаты многим профессионалам, от рядовых сотрудников, до консультантов, генеральных директоров и бизнес-магнатов, зарегистрированных в сети и представляющих 130 различных отраслей по всему миру. На сегодняшний день LinkedIn всё ещё остаётся не до конца используемым инструментом, поскольку многие его пользователи не полностью исследовали его полные возможности и не максимизировали выгоды от его использования.

Что такое LinkedIn?

LinkedIn был запущен в 2003 году, и с тех пор он стал самой большой и самой популярной профессиональной сетью. Около 1 миллиона новых пользователей присоединяется к этой платформе каждую неделю. Обычно на LinkedIn люди связываются с теми, кого они знают лично или по работе. Однако, в отличие от Facebook и Twitter, LinkedIn больше сосредоточен на бизнесе.

LinkedIn представляет собой отличную площадку для формирования или представления связей второго или третьего уровня, что может оказаться полезным при попытке вырастить бизнес или для поиска работы, найма талантливого исполнителя, либо в поиске других вариантов работы.

На сегодняшний день LinkedIn поддерживает более 85 миллионов участников из более чем 200 стран, в том числе руководителей почти всех компаний из списка Fortune 500.

Зачем его использовать?

- **Увеличить видимость.** Устанавливая связи, вы также увеличиваете свою представленность и видимость. Предлагаете ли вы продукт, или услугу, или и то, и другое, ваш профиль может стать доступным людям, заинтересованным в сотрудничестве с вами или в том, чтобы нанять вас.
- **Расширить сеть.** Связывайтесь со старыми знакомыми, с теми, с кем вы вместе учились в колледже, с компаниями, где вы работали, с партнёрами и с теми, кто разделяет ваши увлечения и интересы.
- **Увеличить Google PageRank.** LinkedIn позволяет своим пользователям публиковать информацию из своего профиля и делать её доступной для поисковых систем. Профили LinkedIn высоко котируются в Google, поэтому это отличный и эффективный способ оказать влияние на восприятие других людей, когда они будут вас искать.
- **Улучшить результаты поисковой выдачи.** Помимо своего личного профиля, вы можете продвигать для поисковых систем сайт и блог своей компании с помощью аккаунта LinkedIn, используя такие категории, как "Мой сайт" и "Моя компания".

- **Оценить конкуренцию, партнёров и клиентов.** LinkedIn - превосходный способ следить за своими конкурентами, а также за партнёрами и клиентами.
- **Выделять рекомендации и обзоры.** LinkedIn больше похож на живое резюме профессионала, пополняющееся рекомендациями от тех, с кем вам приходилось работать и тех, на кого вы работали в прошлом. Это восхитительная возможность закрепить бизнес-обзоры, а также специфические продукты и услуги, предлагаемые вами.

Приступаем к LinkedIn

Некоторые люди считают LinkedIn лучшей платформой для поиска работы. Конечно, это нечто большее. Это отличный способ создать портфолио и репутацию, а также связаться с единомышленниками, чтобы продвигать свой бренд, продукты или услуги. Вот несколько основных советов для начала работы:

1. Введите свою основную информацию.
2. Выберите “Присоединиться сейчас”, после чего вы будете перенаправлены на второй экран, где введёте свою личную информацию, в том числе профессиональный статус, компанию, название работы, расположение, а также другую надлежащую информацию, например, сайты и аккаунты в других социальных сетях.
3. Выберите “Создать мой профиль”. Затем вы получите возможность найти людей, которых вы уже знаете, на основе ваших контактов по электронной почте.

Настройка своего аккаунта

Когда дело доходит до того, чтобы убедиться в эффективности своей страницы на LinkedIn, важнее всего установить и поддерживать крепкие отношения. Вы захотите посвятить время настройке своего профиля на LinkedIn по многим причинам. Аккаунты для бизнеса в соцсетях должны создаваться с учётом бизнес-цели.

Создавая профиль, вам захочется привлечь определенную аудиторию. Если вы посмотрите на профили финансовых директоров и сравните их с профилями предводителей каких-либо сообществ, вы сразу ощутите разницу. Поэтому, настраивая свой профиль в LinkedIn, держите в уме свою целевую аудиторию.

Вот какие зоны вам нужно настроить:

- **Резюме.** В этой секции должны быть отражены ваши умения, ресурсы и опыт, изложенные в 3-5 коротких абзацах. Создайте контент, который будет привлекать внимание и создавать интерес на исключительные ключевые аспекты вашей профессиональной деятельности. Подчеркните достижения и специальности с помощью выразительных слов. Чтобы сделать текст более лёгким для чтения и выделить эту информацию, можно использовать маркированный список.

- **Профессиональный заголовок.** Это будет похоже на то описание, которое вы поместили в поле “Текущая должность”, если только вы её не изменили. Эта информация появляется под вашим именем.

- **Добавьте фотографию.** Если у вас есть аккаунты в других социальных сетях, вы, наверное, не принимаете предложения от тех, кто скрывает свои фото, верно? То же касается и аккаунтов в LinkedIn. Используйте фотографию как для документов, оно лучше всего представит вас как профессионала. Помните, вы - свой собственный бренд, так что постарайтесь, чтобы ваше фото это отображало. Если вы руководитель, фото, на котором вы в футболке и кепке, как-то не соответствует деловому имиджу.

- **Опыт/Послужной список.** Поскольку LinkedIn - профессиональная социальная сеть, предоставьте свой лучший опыт работы. Это ваша возможность продемонстрировать свои успехи. Поскольку вы не ограничены количеством слов, постарайтесь сделать это сжато, чтобы не потерять внимание аудитории. Вот несколько важных элементов, которые обязательно нужно использовать:

1. Список завершённых проектов
2. Успехи на вашей должности
3. Описание ваших сильных сторон
4. Перечисление всех достижений, а не зон ответственности
5. При возможности включите денежные выплаты за ваш опыт и усилия, особенно если вы работаете в сфере маркетинга, продаж или развития бизнеса

- **Рекомендации.** Позвольте другим восторгаться вашим характером и способностями, используя рекомендации или особые отметки. У вас есть возможность подтверждать свои рекомендации и управлять ими, чтобы подтверждать лишь положительные отзывы. Если у вас нет отметок, вы можете кого-то попросить оставить их - например, коллегу, довольного клиента или бывшего начальника.

- **Умения.** Что вы делаете такого, что отличает вас от других? Ваши личные умения делают вас рентабельным.

- **Сертификаты, лицензии и аккредитации.** Уделите время и заполните эти секции - это может подтвердить ваши способности и опыт.

- **Публикации.** Если у вас есть опубликованные работы, включите их краткое описание и ссылку на них.

Как извлечь максимум пользы из своих связей на LinkedIn

После того, как вы выстроили свою сеть, пришло время убедиться, что эта сеть работает на вас. Вот несколько полезных советов:

1. **Задавайте вопросы и отвечайте на вопросы.** Входя в свой аккаунт, вы видите список вопросов, опубликованных кем-либо из вашей расширенной сети. Участвуйте в этих обменах, чтобы создать себе репутацию и завоевать больше доверия. Стоит и самому задавать вопросы.

2. **Рекомендуйте своих коллег.** В LinkedIn рекомендации работают как первичная форма валюты. Рекомендуйте людей, с которыми у вас был положительный опыт работы. Они охотно ответят вам тем же.

3. Изучите свою сеть. Изучите людей из своей сети, читая их профили. Это может стать отличной базой для обсуждения и создания отношений.



Глава 6: Расширяем свои круги с помощью Google +

Перед запуском Google+ о нём ходило много слухов, прежде всего потому, что это детище Google, не имеющего равных среди поисковых систем. С тех пор он стал неотъемлемой частью многих кампаний в социальных медиа.

Что такое Google+?

Google+ - это социальный слой или сеть, запущенная Google в июле 2012 для ограниченного тестирования. Пользователи могут конфигурировать и создавать круги, чтобы категоризировать людей, с которыми они связаны, в различные группы, и таким образом воспроизводить свои отношения в реальной жизни.

Google+ имеет множество передовых особенностей, среди которых - Hangouts, многопользовательский видеочат. Пользователи могут запустить Hangout с любым из существующих Кругов. Другая отличная фишка - это Sparks, который обычно даёт пользователю возможность обозначить конкретные достопримечательности в интернет-темах.

Через несколько месяцев после запуска Google+ собрал уже более 40 миллионов зарегистрированных пользователей, что составляет почти треть 135 миллионов членов LinkedIn. Несмотря на свои темпы роста, он далёк от того, чтобы обойти Facebook, но цифры всё же нельзя игнорировать.

Зачем его использовать?

- **Бесплатное усиление SEO.** Бизнес может использовать для конверсии тех, кто на него ссылается. Google+ создан для того, чтобы влиять на поиск для людей, которые включили в свои круги определённые компании. Это создаёт отличную возможность бесплатного продвижения тех, кто любит и использует определенные продукты, за счёт людей со схожими интересами.
- **Проводите Hangouts.** Мощная функция чатов представляет собой отличную возможность привлечь клиентов и лидеров мнений на личном уровне. А компании, которые оперируют из географически отдалённых мест, могут с удобством сотрудничать и делиться информацией и файлами, например, электронными таблицами и документами.
- **Расширьте распространение контента.** Google+ - отличная платформа для публикации и распространения контента. Он может стать отличным инструментом для проведения соревнований и свободных раздач, а также для других промо-мероприятий.
- **Свяжитесь с технически подкованной аудиторией.** Люди, которые сейчас зарегистрированы в Google+ - "ранние новаторы" новых технологий, это идеальный целевой рынок для многих компаний.
- **Сегментируйте свою аудиторию.** Одним из значимых преимуществ Google+ является возможность делиться контентом со специфическими аудиториями в Кругах. Так бизнесу легче сегментировать свой рынок и делиться контентом с определёнными фолловерами.



- **Расширьте свою сеть.** Получите возможность собирать и исследовать данные и значимые контакты, например, потенциальных клиентов и влиятельных личностей в отрасли.

Приступаем

1. Оптимизируем свою страницу. Как уже было сказано, одна из наиболее мощных фиш Google+ это функция поиска Google, поэтому вам нужно, чтобы вашу страницу было легко найти с помощью как обычного поиска, так и внутреннего. Выполните следующие действия:

- Подтвердите страницу в Google. В отличие от Twitter, где у каждого уникальный "позывной", здесь может быть много страниц с одинаковым именем. Google предоставляет способ подтвердить страницу, которая является "официальной" страницей определённого бренда, чтобы она получила главный приоритет в ранжировании результатов поиска.

- Добавьте слоган или подзаголовок. Google+ позволяет разместить слоган или подзаголовок под названием бренда, где будут видны лишь первые 10 слов в секции заголовка, а 21 символ будет показан во всплывающем окне при наведении курсора. Помните об этом, когда будете создавать подзаголовок.

- Напишите убедительное введение. Это первый взгляд на вашу страницу, так что постарайтесь использовать подходящие ключевые слова, чтобы страница легко оказалась в индексе, и в то же время постарайтесь вложить в неё имидж и послание, которые вы хотите донести до своей аудитории.

2. Повысьте визуальную привлекательность своей страницы. Производите нужное впечатление каждый раз, когда люди приходят на вашу страницу. Вам нужно привлечь их внимание и интерес настолько, чтобы побудить их кликнуть и добавить вас в свои Круги.

- Максимизируйте творческое использование фотографий для скрапбукинга
- Воспользуйтесь преимуществами развитого редактора текста

3. Публикуйте качественный контент. Перед тем, как обзаводиться первыми фолловерами, опубликуйте 3-4 записи - они помогут произвести правильное впечатление. Сделайте со своими публикациями следующее:

- Используйте опции форматирования, чтобы создавать записи, которые выглядят как записи в блоге.
- Используйте видео и фото.

4. Начинаем привлекать фолловеров. Теперь, когда вы оптимизировали свою страницу, вы можете открыть свою бизнес-страницу в Google для бизнеса. Вот что нужно сделать для быстрого старта:

- Продвигайте свою страницу с помощью других социальных медиа каналов
- Продвигайте свою страницу в Google на своём сайте
- Регулярно публикуйте контент
- Фолловьте в ответ каждого, кто добавляет вас в свои круги
- Создавайте VIP-круги и круги поручителей
- Регулярно отслеживайте свои комментарии и потоки

Ваш профиль в Google+ будет влиять на то, как люди воспринимают ваш бренд, так что уделяйте ему внимания не меньше, чем другим социальным платформам.



Глава 7: Плените свою аудиторию на YouTube

Хотя YouTube широко популярен как форма развлечения, не стоит упускать из виду его значительные выгоды. Он представляет собой нечто большее, чем просто публикации музыкальных видео, памятных моментов и потрясающих событий, что изначально и сделало его популярным.

Всё больше и больше компаний и профессионалов открывают для себя YouTube как мощную платформу, где легко стать звездой. Поскольку ваш бизнес может не завоевать такую же глобальную популярность и внезапный успех, как Джастин Бибер, ваш бизнес будет способен генерировать неплохую долю интереса. Как? Вы можете использовать видеозаписи, чтобы продемонстрировать свой опыт и поделиться знаниями, а также продавать свои продукты и связываться с потенциальными клиентами, клиентами и коллегами.

Что такое YouTube?

YouTube - это интернет-сервис, позволяющий своим пользователям публиковать видеофайлы и делиться ими с остальным миром. Он был основан авторами столь же успешного PayPal, и его первая публичная версия была выпущена в ноябре 2005 года. С тех пор его популярность постепенно росла, и к первому кварталу 2006 года он разместил уже более 65 000 видеофайлов. К 2007 году YouTube был признан сайтом с самой большой посещаемостью в интернете. В октябре 2006 он был поглощён Google, сумма сделки составила \$1,6 миллиардов. Это считается весьма выгодной сделкой, поскольку доходы от рекламы на YouTube оцениваются в \$ 200 миллионов ежегодно. В то же время YouTube имеет миллионы посещений в день из всех уголков планеты.

Зачем его использовать?

YouTube предлагает затрато-эффективную маркетинговую платформу для бизнеса. Сегодня это самая дешевая форма рекламного канала. Компании из различных отраслей используют интернет-видео как часть своего маркетингового контента, чтобы установить контакты как с текущими, так и с потенциальными клиентами. Сейчас он используется как способ построить взаимоотношения с клиентской базой и приносит доходы в качестве непрямой маркетинговой стратегии.

Вы можете использовать YouTube для трёх основных целей:

- Информировать
- Обучать
- Развлекать

Вот несколько идей, как можно обрести большее влияние с помощью YouTube:

Идейное лидерство и опыт

- Загружайте видеозаписи корпоративных презентаций, чтобы продемонстрировать авторитет в отрасли и вызвать доверие.
- Делитесь слайдшоу в маркетинговых и рекламных целях
- Проводите интервью с собственными экспертами
- Превращайте подкасты в видео
- Находите общий язык с онлайн-сообществом YouTube, загружая записанные видеоответы на специфические темы, связанные с вашим бизнесом или отраслью
- Записывайте корпоративные собрания, чтобы поделиться информацией с держателями акций
- Предоставляйте презентации предстоящих продуктов и функций

Маркетинг и реклама

- Скомпилируйте видео, которые лучше всего демонстрируют и объясняют ваш продукт или услугу
- Продвигайте свой бренд с помощью прошедших событий
- Представьте тех, кто стоит за вашим брендом, чтобы усилить аутентичность
- Продвигайте свои продукты и услуги
- Публикуйте ссылки на свои видео в других социальных сетях
- Устройте конкурс
- Добавьте слои, побуждающие к действию, чтобы привлечь трафик на свой корпоративный сайт
- Отображайте информацию о компании, в том числе название, ссылку на сайт, адрес электронной почты и номер телефона

Клиентский сервис

- Создайте обучающие видео, чтобы обучать пользователей, как использовать ваши продукты и услуги
- Отвечайте на часто задаваемые вопросы с помощью видео
- Публикуйте решения обычных проблем с продуктами или услугами
- Помещайте видеофайлы на своём сайте и блоге

Как извлечь максимум выгоды из использования YouTube

- 1. Хороший контент.** Чтобы обеспечить эффективность и влияние, вы станете предоставлять важную и точную информацию наиболее привлекательным образом, чтобы другие люди также хотели делиться ею со своим окружением
- 2. Планируйте заранее.** Имейте чёткое понимание и видение того, чего именно вы хотите достичь, создавая видео, и что вы хотите из этого извлечь.
- 3. Избегайте вульгарного маркетинга.** Сопровитвайтесь соблазну просто разместить рекламу и ждать, пока она волшебным образом всё сделает за вас. Помните, люди ходят на YouTube не для того, чтобы созерцать рекламу, так что вам нужно использовать более тонкий подход и мягкие продажи, предоставляя информацию, развлекаая и вовлекая.
- 4. Обеспечивайте высококачественную продукцию.** Ваши видео - отражение вашей компании, так что постарайтесь, чтобы они были самого высокого качества.
- 5. Будьте кратки.** Аудитория на YouTube обычно недолго фокусирует внимание, так что постарайтесь уложиться в 2-3 минуты. Если ваши темы более объёмные, разделите их на сегменты.

Оптимизируем свои видео на YouTube

- **Покажите ссылки на свои видео во всех социальных сетях**, в том числе на своём основном сайте, блоге, на страницах в Facebook и Google+, твитните её и поместите в профиле на LinkedIn.
- **Сосредоточьтесь на SEO**, оптимизируя текстовое описание ключевыми словами и обратными ссылками на свой корпоративный сайт.
- **Сделайте выбор в пользу покупки рекламы на YouTube**, если располагаете соответствующим бюджетом. Если вы можете приобрести определенные видео, ваше видео будет в числе первых результатов в поиске по этому ключевому слову.

Многие знаменитости и компании успешно генерируют глобальный интерес и славу, используя YouTube в качестве площадки для запуска. Сформируйте стратегическое конкурентное преимущество за счёт более творческого и вовлекающего подхода.



Заключение

Мощная способность социальных сетей развивать все типы бизнеса больше ни у кого не вызывает сомнений. В какой бы отрасли вы ни вели дела, вы обнаружите, что слишком многие их преимущества игнорировались. Теперь вы располагаете полным пониманием возможностей каждой социальной сети и полным руководством о том, как лучше использовать их для своего преимущества; теперь вам решать, как извлечь из них максимальную выгоду.





ЗАРАБАТЫВАЙ
ОТ 10'000 руб./мес. и до
бесконечности,



РАСПРОСТРАНЯЯ ЭТУ И МНОГИЕ
ДРУГИЕ ПОДОБНЫЕ КНИГИ
БЕСПЛАТНО!

- ✓ **Делись** новым полезным контентом со своей аудиторией;
- ✓ **Используй** подготовленную для тебя подписную страницу и получай новых подписчиков в обмен на книгу;
- ✓ **Выкладывай** легально книгу на торрентах и форумах и получай бесконечный вирусный трафик на свой сайт или блог в течение многих лет;
- ✓ **Получай** прибыль со всех продаж реселлерских комплектов (в том числе и прав использования вирусных книг наподобие этой), сделанных по твоей партнерской ссылке, встроенной в эту книгу, а также с каждой продажи присоединившихся через тебя партнеров;
- ✓ **Запусти** вирусный эффект с несколькими подобными книгами и увеличь все **МНОГОКРАТНО!**

**НАЖМИ НА ЭТУ ССЫЛКУ, ЧТОБЫ УЗНАТЬ КАК ЭТО ВСЕ
ОРГАНИЗОВАТЬ:**

<http://topdelo.happyreseller.e-autopay.com/>