



Артем Овечкин,
директор по развитию агентства
интернет-маркетинга Matik

СЕМЬ ОШИБОК SMM-МАРКЕТИНГА В ОБЛАСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ В FACEBOOK И «ВКОНТАКТЕ»

Мы собрали семь самых распространенных ошибок продвижения в Facebook и «ВКонтакте». Данные отобраны по итогам анализа около 50 компаний. Результаты экспресс-исследования представлены для ознакомления в данной заметке.

ОШИБКА ПЕРВАЯ

Желание компании в течение одного-двух месяцев получить несколько тысяч подписчиков для своих групп. На практике почти все наспех собранные подписчики оказываются «ботами», или незаинтересованными людьми. Большое количество подписчиков никак не влияет на эффективность группы. Оптимальное количество подписчиков коммерческой группы составляет 200–500 человек в месяц.

месяца работы. Для оценки эффективности продвижения в соцсетях необходим срок в 3–4 месяца.

ОШИБКА ТРЕТЬЯ

Компания не изучает статистику посещаемости сайта, не исследует поведение посетителей, пришедших на сайт из социальных сетей.

востей фирмы и т. п. Коммерческие посты следует обязательно разбавлять познавательными и развлекательными материалами.

ОШИБКА ПЯТАЯ

Публикация только познавательных и развлекательных постов. Отсутствие коммерческой информации и ссылок на сайт компании.

ОШИБКА ВТОРАЯ

Желание оценить результаты продвижения в течение первого

ОШИБКА ЧЕТВЕРТАЯ

Размещение в группе только рекламной информации: акций, но-

ОШИБКА ШЕСТАЯ

Администраторы групп не отвечают на вопросы и негативные высказывания пользователей или отвечают с большой (несколько дней) задержкой.

**ОПТИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО ПОДПИСЧИКОВ
КОММЕРЧЕСКОЙ ГРУППЫ В СОЦСЕТИ
СОСТАВЛЯЕТ 200–500 ЧЕЛОВЕК В МЕСЯЦ.**

ОШИБКА СЕДЬМАЯ

На сайте компании не размещаются ссылки на аккаунты в социальных сетях.