




ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ SMM для B2B

3 курс, ФМк, ДМВ
Антоненко Наталья,
Прокофьева Александра
<http://fmk.bseu.by>



зачем?

- ✓ Увеличить известность бренда;
 - ✓ Собрать сообщество лояльных к бренду пользователей для повторной продажи или допродажи;
 - ✓ Отслеживать и реагировать на упоминания бренда (услуги) в сети;
 - ✓ Увеличить количество положительных отзывов о бренде;
 - ✓ Увеличить трафик на сайт из социальных сетей;
 - ✓ Осуществить лидогенерацию или прямые продажи.
- 

факты об SMM


- ✓ От 10 до 12% бюджета крупных B2B-компаний идет на интернет-маркетинг, из них 8-10% – на работу с социальными сетями.
- ✓ От 7,5 до 9% продаж приходят в B2B из интернета. Каждая вторая из компаний оценивает результаты своего присутствия в SMM как «крайне положительное».
- ✓ «прочная связь с брендом» - на 60% большая вероятность покупки, чем у «слабой связи».
- ✓ В сравнении с наименее социально вовлеченными брендами, 10 самых вовлеченных брендов показали увеличение доходов на 31%. При этом ответственные за принятие решений специалисты на 10% с большей вероятностью выберут бренд, который знают потребители и с которыми они взаимосвязаны.

Почему SMM важен?



Для 82% B2B-брендов работа в социальных сетях является главным способом повысить узнаваемость компании.



- 
- ✓ рекламные агентства;
 - ✓ типографские услуги;
 - ✓ IT-индустрия;
 - ✓ услуги аутсорсинга;
 - ✓ онлайн продукты;
 - ✓ оптовая торговля;
 - ✓ тренинговый бизнес;
 - ✓ декор и дизайн.

Кому
ПОДХОДИТ
SMM?





Какие мы используем



ИНСТРУМЕНТЫ



САЙТ

оптимизация
корпоративного
сайта



БЛОГ

корпоративный
блог, который
должен регулярно
обновляться, а также
иметь актуальный
контент для
профессионального
сообщества



СОЦСЕТЬ

SMO, создание
брендированных
представительств
в социальных
сетях;



ЛИДЕРЫ

ведение
работы с
«лидерами
мнений»



Показатель	Сумма затрат	Выполняемые функции	Расчет за месяц
Цена оптимизации сайта	2 BYN + 3 BYN	Использование Jivosite для онлайн-общения с клиентом, заливка свежего контента	$2 \cdot 30 \text{ дней} + 3 \cdot 15 \text{ дней} = 105$
Средняя стоимость размещения информации (1 публикация)	8 BYN	(Размещение одной статьи, двухчасовая работа копирайтера)	$8 \cdot 30 \text{ дней} = 24$
Ведение блога руководителя	Бесплатно	Написание профессиональных статей, историй успеха, личных наблюдений касательно бизнеса	0
Средняя стоимость обработки данных и оценка их эффективности	(подписка 30\$ + создание отчета) = 80 BYN	Использование бесплатных платформ Яндекс.Метрика и Google.Analytics, дополнительных сервисов, формирование отчета	80
Стоимость привлечения лидера мнений	Бартер/ 50 BYN	Сотрудничество с лидером мнений (обмен продукта на пост) или денежное вознаграждение (указано для среднего количества лайков 1000)	0/50
ИТОГО:(за месяц)			209/259 BYN

Вид интернет-продвижения	Стоимость, BYN	Сроки Продвижения	Помощь аудитории при проведении маркетинговых кампаний	Охват аудитории	Наличие обратной связи с клиентами	Увеличение известности бренда	Формирование лояльности	CPC, BYN/фирму
SMM	239	Один месяц	+	Широкая	+	+	+	1.195
SEO	300	От 5 месяцев	-	Целевая	-	-	-	1.5
Контекстная реклама	от 150	Мгновенный результат	-	Целевая	-	-	-	0.75
Баннерная реклама	От 150	Мгновенный результат	-	Целевая	-	-	-	0.75
E-mail рассылка	От 30		+/-	Целевая	+/-	-	+/-	0.15

СТРАТАТЕГИЯ

1. Изучите тонкости SMM или наймите профессионала.
2. Направление бизнеса кажется неинтересным для соцсетей? Сфокусируйтесь на смежных областях знаний, а не на продаваемых товарах/услугах
3. «Заманить» не нужно, нужно удержать. Главное правило для формирования лидов.
4. Мы не развлекательный паблик.
5. Поощряйте лояльных подписчиков.
6. Анонс оффлайн-мероприятий через соцсети.



спасибо

3 курс, ФМк, ДМВ

Антоненко Наталья, Прокофьева

Александра