

ВАЖНЫЕ ТЕЗИСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



САМЫЙ ГЛАВНЫЙ СЕКРЕТ УСПЕШНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ВАШЕЙ КОМПАНИИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ЭТО ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ NPS (АНГЛ. NET PROMOTER SCORE).

Говоря простым языком – довольны ли клиенты вашей работой. Так как если вашей работой они не довольны, то никакие инструменты и технологии вам не помогут, а если качество вашей работы клиентов устраивает, то их рекомендации принесут вашему бизнесу много новых клиентов

КАК РАССЧИТЫВАЕТСЯ ИНДЕКС ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ?

Вы задаете своим клиентам всего один **вопрос: по шкале от 0 до 10 оцените**, пожалуйста, **насколько вероятно, что Вы порекомендуете Компанию** своим друзьям и знакомым?

Дальше в зависимости от полученных ответов **распределяете клиентов по группам:**

Промоутеры/Сторонники (9-10 баллов)	Нейтралы (7-8 баллов)	Критики (1-6 баллов)
клиенты, которые лояльны компании и готовы рекомендовать ее своим знакомым	пассивные клиенты компании, которые в целом удовлетворены ею, но не обладают стремлением рекомендовать его другим	не удовлетворены компанией, не будут ее рекомендовать, возможно, находятся в поиске альтернативы

Разница между долей критиков и сторонников и есть коэффициент лояльности NPS

	A	B	C
	Распределение ответов	%	
1			
2	Промоутеры/Сторонники (9-10 баллов)	50	
3	Нейтралы (7-8 баллов)	26	
4	Критики (1-6 баллов)	24	
5	Коэффициент лояльности (Net Promoter Score) – разница между долей критиков и сторонников	26	
6			
7			

Разработчик инструкции Андрей Стрельцов

ВАЖНЫЕ ТЕЗИСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Формулы, которые необходимо знать каждому предпринимателю:

1 «ПРОМОУТЕР» = + 2 НОВЫХ КЛИЕНТА

1 «НЕЙТРАЛ» = 0 НОВЫХ КЛИЕНТОВ

1 «КРИТИК» = - 4 НОВЫХ КЛИЕНТА



НАЧИНАТЬ ИСПОЛЬЗОВАТЬ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА НЕОБХОДИМО ЕЩЕ ДО ОТКРЫТИЯ САМОГО БИЗНЕСА

Самая важная цель на этапе запуска любого коммерческого проекта это **в минимально возможные сроки достижение ТОЧКИ БЕЗ УБЫТОЧНОСТИ**. Выполнить эту задачу можно только одним способом – для этого вам необходимо еще до открытия самого бизнеса сгруппировать вокруг себя ваших потенциальных клиентов, которые и станут впоследствии вашими первыми покупателями.

Например, владельцы сети мужских парикмахерских LikeBro за 2 месяца до открытия начала вести группу в ВКонтакте под лозунгом «Соберем всех бородачей Ижевска!! И тех кто не равнодушен к растительности на лице!».



В группе они сначала ни слова не говорили об открытии мужской парикмахерской, зато наполняли ее полезным и интересным для своей целевой аудитории контентом. В день открытия парикмахерской они оповестили об этом событии участников группы. Итог этой подготовительной работы – полный зал клиентов в день открытия и пройденная точка безубыточности еще в 1й месяц работы!

Разработчик инструкции Андрей Стрельцов

ВАЖНЫЕ ТЕЗИСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



ПЕРЕД НАЧАЛОМ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НЕОБХОДИМО ОЧЕНЬ ЧЕТКО ОПРЕДЕЛИТЬ СВОЮ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ И СООТВЕТСТВУЮЩУЮ ЕЙ СОЦИАЛЬНУЮ СЕТЬ, ПОСКОЛЬКУ КАЖДАЯ СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ ИМЕЕТ СВОЮ СПЕЦИФИКУ



Например, туристическое агентство дорогие туры в Мексику и США рекламирует на Фейсбук, так как это социальная сеть имеет более платежеспособную аудиторию, а туры в Турцию и Египет успешно рекламирует через социальную сеть ВКонтакте.



ДЛЯ ТОГО ЧТОБЫ ЭФФЕКТИВНО ПРОДАВАТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ СВОИ ТОВАРЫ ИЛИ УСЛУГИ ВАМ В ЛЮБОМ СЛУЧАЕ НЕОБХОДИМ ПРОФЕССИОНАЛЬНО СДЕЛАННЫЙ ПРОДАЮЩИЙ САЙТ

Социальные сети как технически, так и в восприятии людей предназначены в первую очередь для общения, а не для торговли. Поэтому продавать эффективно свои товары или услуги без использования сайта будет сложно.

ЕСЛИ ВАМ НУЖЕН РЕЗУЛЬТАТ, ТО СХЕМА РАБОТЫ ДОЛЖНА БЫТЬ СЛЕДУЮЩАЯ:

1.

В социальных сетях вы проводите работу, направленную на повышение доверия к вам лично или к вашей компании в целом;

2.

Затем в социальных сетях вы размещаете рекламные сообщения, но их цель должна быть не сразу продать, а заинтересовать потенциального клиента и смотивировать его перейти по ссылке на профессионально подготовленный продающий сайт, где потенциальный клиент сможет в одном месте получить всю информацию необходимую ему для принятия решения.

3.

Вы не можете анализировать действия пользователей на сайтах, которые вам не принадлежат, в частности на сайте социальной сети. Но, используя сервис веб аналитики, вы легко увидите, что и как делали посетители на вашем сайте и благодаря этому вы поймете что необходимо дорабатывать или улучшать в вашем предложении для того чтобы обеспечить себе максимально высокий уровень продаж

Разработчик инструкции Андрей Стрельцов

ВАЖНЫЕ ТЕЗИСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



ДЛЯ БОЛЬШИНСТВА БИЗНЕСОВ ЗАПУСКАТЬ ПЛАТНУЮ РЕКЛАМУ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ СРАЗУ ПОСЛЕ СОЗДАНИЯ САЙТА – ЭТО ГРУБАЯ ОШИБКА, КОТОРАЯ ПРИВОДИТ К СЛИВУ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА

Перед тем как давать платную рекламу в социальных сетях необходимо «вылизать» свой сайт и довести конверсию на нем до максимально возможных показателей. Делать это надо на «горячих клиентах» с контекстной рекламы (когда потенциальный клиент вводит в поисковую систему запрос «купить чайник» и ему показывается объявление по продаже чайников, то вероятность покупки максимально высокая).

И только после того как ваш сайт начнет работать предельно эффективно можно попробовать запустить платную рекламу в социальных сетях и предложить свои товары или услуги тем людям, которые пока не изъявили явного желания у вас, что то купить. Так как по ним априори конверсия будет ниже.

ПОЛЕЗНЫЕ СЕРВИСЫ СММ

www.bitly.com	Это приложение позволяет быстро и просто укоротить слишком длинную ссылку, а так же отслеживать статистику переходов по специальным меткам, которые можно присваивать этим ссылкам.
www.smmplanner.com	Управление всеми аккаунтами в соцсетях с помощью единого web-интерфейса. Отложенный постинг в социальных сетях Вконтакте, Facebook, Одноклассники, Twitter, Instagram.
www.instaplus.me	Автоматизированный сервис для продвижения в Instagram.
www.smofast.com	Биржа сёрфинга в социальных сетях Facebook, Вконтакте, Одноклассники, Instagram, Google+, Twitter, YouTube (бесплатная накрутка подписчиков, лайков, просмотров).
www.iqbuzz.pro	Сервис для отслеживания упоминаний в соцмедиа. Анализирует почти все соцсети, а также тематические форумы и СМИ. Есть автоматическая рассылка с отчетами по собранным данным.

Разработчик инструкции Андрей Стрельцов