

Еще 7 лет назад никто не верил в будущее социальных сетей, их постоянное функционирование, да и вообще заинтересованность пользователей в таком виде общения. О [продвижение в социальных сетях](#) и речи быть не могло. Но вот спустя годы мы видим тенденцию к постоянному росту аудитории соцсетей и переходу в них малого и среднего бизнеса. Аудитория уже превысила аудиторию поисковиков. Такое большое количество пользователей собранных на одном сайте — идеальное место, что бы внедрить социальный маркетинг.

Маркетинг в социальных сетях — один из самых распространенных методов продвижения товаров и услуг в современном мире. Главной задачей маркетинга в социальных сетях

является распространение информации о продукте, повышение узнаваемости бренда, коммуникация с пользователями, которые в перспективе становятся клиентами, их консультация и общение между собой, отзывы, оставленные в сети.

[Социальный маркетинг](#) направлен на повышение сервиса, за счет постоянного взаимодействия с клиентами. Дает им возможность почувствовать себя причастным к бренду, повышает доверие к нему.

С чего начать продвижение в социальных сетях?

- первым, и необходимым, шагом является постановка целей и задач, которых планируете достичь и результата, полученного при их достижении. Для начала стоит продумать, в каких сетях должна присутствовать компания. Кто является целевой аудиторией (пол, возраст, интересы и т.д).
- далее, разработка четкой стратегии по привлечению целевой аудитории и продвижению созданных страниц и сообществ.
- необходимо поддерживать коммуникацию с пользователем, оперативно реагировать на комментарии, вопросы, предложения.
- наполнение сообщества интересным, уникальным, полезным контентом — гарантия постоянного посещения страницы новыми пользователями.

Контент очень важен при продвижении в социальных сетях, но здесь тоже надо знать меру. Старайтесь не публиковать новый материал чаще 3х раз в день. Ведите тематические рубрики, что бы пользователь мог с легкостью ориентироваться в информации структурируйте ее. Важно помнить, что предоставленная Вами информация должна распространяться пользователями по сети. Если этого не происходит — проанализируйте свои действия, контент. Возможно стоит пересмотреть подачу и содержание информации.