



**“Before we decide that SEO is dead,
can someone tell me what SEO is?”**

Органическая реклама включена в набор инструментов для продвижений в социальной сети. Она является «посевом» постов с рекламой в тематических группах и пабликах.

Определение цели рекламы

Сначала требуется сформировать цель. На данном этапе рекламодатель должен задать себе вопрос: «Зачем?». Каждая реклама преследует одинаковую цель – вызвать ответную реакцию у аудитории. Важно конкретизировать эту цель под собственные потребности. Пропишите в цифровых значениях, какие показатели и за какой срок требуется достичь. К примеру: прирост аудитории на 40% за 30 дней.

Целевая аудитория

Теперь требуется выделить целевую аудиторию рекламы. Подробно опишите портрет потребителя услуг или товаров. Главный вопрос: «Кто покупает данный продукт?»,

Продвижение продукта органической рекламой

Автор: Administrator
26.06.2016 19:00 -

«Какие проблемы у потребителей?». Точное понимание данных проблем иногда важнее других характеристик потребителя. На этом основывается принцип подбора площадок, создание текстов и т.д. Итак, ключевые показатели, по которым описывается целевая аудитория:

- проблемы и задачи потребителей;
- различные социальные и демографические характеристики: возраст, пол, образование, семейное положение, доход, социальное положение;
- география;
- хобби, увлечения;
- поведенческий фактор;
- психографические показатели.

Планирование сроков, бюджета, ресурсов

Даже если у вас имеется опыт «посева» в социальной сети, то третьим шагом становится планирование бюджета. Если вам известны расценки площадок, то вы выделяете сумму, которую распределяете. Если площадки новые, новая тема или это первая кампания, то сначала вам требуется изучить площадки.

Касаясь сроков, то здесь все зависит от первоначальной цели.

Бюджет стоит поделить на 2 части: основная и тестовая. Здесь же важно распределить ресурсы, решить, кто будет заниматься написанием и публикацией постов, нужны ли дополнительные расходы и т.п.

Подбор площадок

При выборе площадок важно руководствоваться такими принципами:

Продвижение продукта органической рекламой

Автор: Administrator
26.06.2016 19:00 -

- использовать расширенный поиск;
- смотреть на пересечение аудиторий в группах;
- обращать внимание на охват и CPM;
- смотреть на активность пользователей;
- изучить площадки на наличие рекламы конкурентов;
- обратить внимание на стиль сообщества;
- подготовьте пул запасных площадок;
- смотрите на соотношение уникальных посетителей и просмотров;
- изучайте посты с рекламой, смотрите на реакцию подписчиков.

Разработка объявлений

Пост с рекламой требуется яркий и привлекающий внимание. Но при этом он должен отвечать контенту площадки и ее идее. Если объявление органично смотрится среди других постов, но оно не вызывает агрессию подписчиков.

Изучите контент и подстройте текст под него. Выберите тип размещения: репост или пост. Не размещайте больше 1 ссылки в публикации.