

СЕРИЯ ВЕБИНАРОВ

# SMM

для ТВ

Эксперт по SMM

Виктория Бубнова

специально для компании



@vikkijimm



# МОНЕТИЗАЦИЯ И ТРАФИК



ТЕМА 4



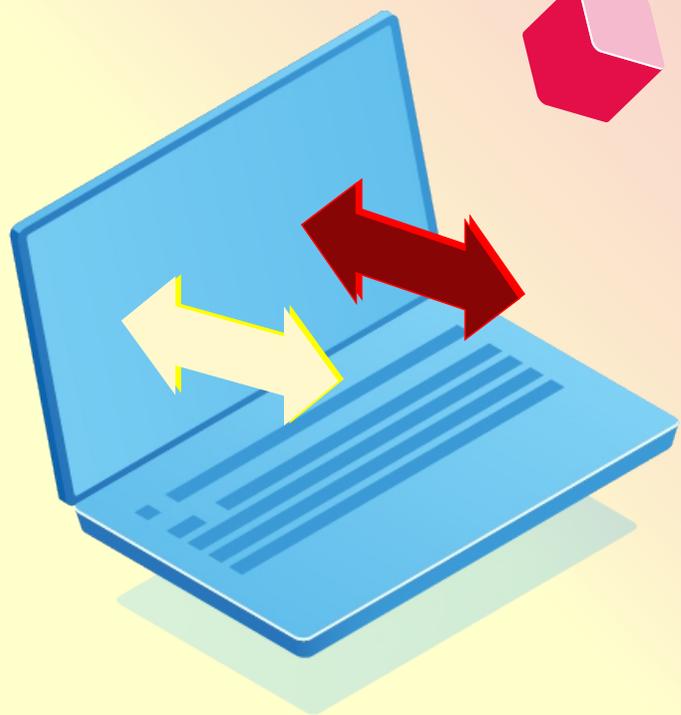
@vikkijimm



# НУЖЕН ЛИ ТРАФИК ?

## ТРАФИК ПОЗВОЛЯЕТ:

- Новостному сайту выдаваться в кластерах по новостям
- Развлекательному телеканалу индексироваться



@vikkijimm



# Монетизация

## ЕСТЬ НЕСКОЛЬКО СПОСОБОВ

(НА САМОМ ДЕЛЕ ИХ МНОГО)

**Монетизировать группы:**  
продавать посты в группах

**Монетизировать сайт**

**Монетизировать телеканал**



@vikkijimm



**Я ДУМАЮ, ВЫ ЗНАЕТЕ,  
КАК МОНЕТИЗИРОВАТЬ ТЕЛЕКАНАЛ**

**НО**



**в 2019 году блогеры  
«ЗАБРАЛИ» у телеканалов**

**15 МЛРД**



**Руслан Тагиев**  
гендиректор Mediascope

« Модель, при которой телевизионный рынок был построен на рекламной модели, то есть контент и любого рода эфир снимается за счёт денег, собранных по рекламной модели, с нашей точки зрения, уходит в прошлое.

На телевизионном рынке в будущем не будет того количества денег, которое нужно не только общественно-политическим каналам, но и большинству каналов, которые вообще работают в этой зоне.

»

@vikkijimm



# ПРЕЖДЕ, ЧЕМ МОНЕТИЗИРОВАТЬ СОЦСЕТИ

- **Создайте полноценный ресурс**
- **Обзаведитесь активной аудиторией**

$$ER = \frac{\text{РЕАКЦИИ/ПОСТОВ}}{\text{ПОДПИСЧИКОВ}} * 100$$

« Я вам уже говорила как считается ER, по нему можно ориентироваться, сколько у вас активной аудитории »



@vikkijimm



# СРОК РАЗВИТИЯ СОЦСЕТЕЙ, КАК РЕСУРСА

- Отстройка процессов
- Результат SMM через 2-6 мес
- Комьюнити – от 3х лет



@vikkijimm



# ПОРЯДОК ЦЕН



**В КАЖДОМ РЕГИОНЕ РАЗЛИЧНЫЙ.**

**ДАЖЕ ВНУТРИ КАЖДОГО РЕГИОНА  
ЦЕНЫ НА ПОСТЫ В СХОЖИХ ГРУППАХ  
РАЗНЫЕ.**



@vikkijimm



# КАК ЗАБОТИТЬСЯ ОБ АУДИТОРИИ?

- Рекламирывать то, в чем сами уверены
- Подавать материал через призму доброты и заботы
- Делать действительно крутые рекламные проекты, а не **джинсу**



@vikkijimm



В ИДЕАЛЕ ИМЕННО РЕКЛАМНЫЙ ОТДЕЛ МОЖЕТ ПРИДУМЫВАТЬ СПЕЦПРОЕКТЫ

# ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С РЕКЛАМНЫМ ОТДЕЛОМ



- **Объясняйте, что такое соцсети.**
- **Займитесь образованием вместе.**
- **Обучайте своих сотрудников, дайте им посмотреть первые части этих вебинаров!**
- **Они должны понимать в метриках, в форматах, в спецпроектах, в интеграциях, в том, ЧТО именно можно продать!**



@vikkijimm





# БЮДЖЕТ

ТАРГЕТ - ЭТО НЕ ДЕШЁВОЕ  
УДОВОЛЬСТВИЕ,  
НО ВСЁ ЗАВИСИТ  
ОТ КОНТЕНТА В ТОМ ЧИСЛЕ.



@vikkijimm



# ПРОДВИЖЕНИЕ СООБЩЕСТВА

Facebook и Instagram  
Бизнес-менеджер FB

ВКонтакте Рекламный кабинет ВК  
(таргет и маркет-платформа)

Одноклассники [my.target.com](https://my.target.com)



@vikkijimm



# ПОПОЛНЕНИЕ КАБИНЕТОВ

## Facebook и Instagram

списывается позже с привязанной карты

## ВКонтакте

вносится в кабинет до запуска РК

## My.Target

пополняется до запуска РК



@vikkijimm



# В СЛЕДУЮЩЕЙ ЛЕКЦИИ:

Зачем нужна статистика и  
на что смотреть?

Как организовать работу SMM-отдела  
(или редакции, которая занимается SMM)



@vikkijimm

