

УДК 339.138+658.8
ББК 65.290
К35

Переводчик П. Мионов
Редактор Ю. Гладкова

Кеннеди Д.

К35 Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум / Дэн Кеннеди, Ким Уолш-Филлипс ; Пер. с англ. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 344 с.

ISBN 978-5-9614-6179-4

Чем отличается качественный SMM от того, чем занимаются 99% компаний? Главным образом тем, что здесь нет места бахвальству размером своей компании, ориентации на количество лайков и прочие «тщеславные» метрики. Дэн Кеннеди, предприниматель-мультимиллионер, автор бестселлера «Жесткий менеджмент» и Ким Уэлш (владелица крупного SMM-агентства), говорят о том, что качественный SMM — это всегда про деньги. Необходимо, наконец, научиться зарабатывать реальные деньги с помощью социальных сетей.

Из книги вы узнаете, как переключить ваш SMM с заурядного производства лайков в режим активного инструмента конверсии; как перестать топить соцсети деньгами и при этом расширить аудиторию вашей компании; как создать идеальный магнит для лидов и превратить холодный трафик в реальных клиентов; и, самое главное, как адекватно собирать и анализировать результаты вашей маркетинговой активности. Это необходимое чтение для всех владельцев и менеджеров компаний, кто хочет получать реальную отдачу от работы в соцсетях.

УДК 339.138+658.8
ББК 65.290

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpina.ru

© Entrepreneur Media, Inc., 2015
© Издание на русском языке,
перевод, оформление.
ООО «Альпина Паблишер», 2017

ISBN 978-5-9614-6179-4 (рус.)
ISBN 978-1-59918-577-4 (англ.)

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	9
Для чего я написал книгу о социальных медиа и, главное, почему вам стоит ее прочитать?	9
Данные говорят громче, чем убеждения	12
ГЛАВА 1	
В поисках лучшего	19
Как найти прибыль в неприбыльном мире	19
От отчаянной нужды к реальным потребностям	25
ГЛАВА 2	
Социальные медиа — это еще не маркетинг	31
Почему медиа — это не маркетинг	31
Переход на новый уровень	37
ГЛАВА 3	
Основы, или Что такое директ-маркетинг	45
Шесть принципов директ-маркетинга, которые необходимы для работы в социальных медиа, или Можете бросить деньги в костер (как большинство компаний)	45
Важность создания уникального торгового предложения (УТП)	55
ГЛАВА 4	
Не все зависит от вас. Так ли это?	63
Самая сильная маркетинговая тактика (по мнению Google)	63
Как стать знаменитостью через Facebook	65
ГЛАВА 5	
Как выглядит ваша ниша?	71
Нишевой маркетинг	71
Станьте магнитом для своих целевых клиентов	73

Как получать больше от лучших клиентов	84
Опросите своих лучших клиентов	85
ГЛАВА 6	
Магнетические лиды	89
Как быстро создать эффективный магнит для лидов	89
Побудите свой целевой рынок к дальнейшим действиям	110
ГЛАВА 7	
Создайте собственное племя	115
Как настроить эффективную рекламу в Facebook	115
Помните, что вас будут проверять	118
Плата за лайки может здорово помочь бизнесу (и другие шокирующие откровения)	126
ГЛАВА 8	
Все остальное	131
Как насчет LinkedIn?	131
Отвлекающие факторы, которые только мешают	137
ГЛАВА 9	
Волшебный мир электронной почты	143
Магия монетизации и создание эффективных электронных сообщений	143
VIP-обслуживание в Disney и маркетинг по электронной почте	152
Эффективные электронные письма: как это делал Обама	154
ГЛАВА 10	
Учитесь подпитывать клиентскую базу	157
Как возвращать потенциальных клиентов в Facebook (даже если они не подписываются на электронную рассылку)	157
Как подводить лидов к покупке: вовлечение	163
ГЛАВА 11	
Все внимание мелочам	195
Основы эффективного контента: интервью с Ахавой Лейбтаг	195
Важность микрообязательств	200
ГЛАВА 12	
Правда ли, что главный секрет соцсетей кроется в офлайне?	219
Цена отказа от поддержания контакта	219

Притягивание потенциальных клиентов к заключению сделки и удержание клиентов с помощью новостной рассылки	224
--	-----

ГЛАВА 13

Беспроеигрышный вариант	235
Эффективные призывы к действию	235
Как заключить сделку	239
Как заключить сделку и не потерять доверие?	244
Где прячутся деньги?	253
От воронок продаж к реальному извлечению дохода	261

ГЛАВА 14

Трансформация путем оптимизации	269
Оптимизация целевой страницы. Интервью с Тимом Эшем	269
Основы тестирования, или Лучшие способы избежать растраты маркетинговых бюджетов	275
Чтобы выиграть, нужно играть	284
Почему клик не превращается в сделку?	293

ГЛАВА 15

Призовой круг	311
Пример компании-победителя	311

ГЛАВА 16

Общая картина	333
Как увеличить охват аудитории	333
Проблема с трендами	335

ОБ АВТОРАХ	341
------------------	-----