

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 [tylib@alпина.ru](mailto:tylib@alпина.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	
<b>В поисках лучшего</b> .....	19
Как найти прибыль в неприбыльном мире .....	19
От отчаянной нужды к реальным потребностям .....	25
ГЛАВА 2	
<b>Социальные медиа – это еще не маркетинг</b> .....	31
Почему медиа – это не маркетинг .....	31
Переход на новый уровень .....	37
ГЛАВА 3	
<b>Основы, или Что такое директ-маркетинг</b> .....	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	
<b>Не все зависит от вас. Так ли это?</b> .....	63
Самая сильная маркетинговая тактика (по мнению Google) .....	63
Как стать знаменитостью через Facebook .....	65
ГЛАВА 5	
<b>Как выглядит ваша ниша?</b> .....	71
Нишевой маркетинг .....	71
Станьте магнитом для своих целевых клиентов .....	73

Как получать больше от лучших клиентов .....	84
Опросите своих лучших клиентов .....	85
<b>ГЛАВА 6</b>	
<b>Магнетические лиды</b> .....	89
Как быстро создать эффективный магнит для лидов .....	89
Побудите свой целевой рынок к дальнейшим действиям .....	110
<b>ГЛАВА 7</b>	
<b>Создайте собственное племя</b> .....	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
<b>ГЛАВА 8</b>	
<b>Все остальное</b> .....	131
Как насчет LinkedIn? .....	131
Отвлекающие факторы, которые только мешают .....	137
<b>ГЛАВА 9</b>	
<b>Волшебный мир электронной почты</b> .....	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
<b>ГЛАВА 10</b>	
<b>Учитесь подпитывать клиентскую базу</b> .....	157
Как возвращать потенциальных клиентов в Facebook (даже если они не подписываются на электронную рассылку) .....	157
Как подводить лидов к покупке: вовлечение .....	163
<b>ГЛАВА 11</b>	
<b>Все внимание мелочам</b> .....	195
Основы эффективного контента: интервью с Ахавой Лейбтаг .....	195
Важность микробязательств .....	200
<b>ГЛАВА 12</b>	
<b>Правда ли, что главный секрет соцсетей кроется в офлайне?</b> .....	219
Цена отказа от поддержания контакта .....	219

Притягивание потенциальных клиентов к заключению сделки и удержание клиентов с помощью новостной рассылки .....	224
<b>ГЛАВА 13</b>	
<b>Бесприигрышный вариант</b> .....	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
<b>ГЛАВА 14</b>	
<b>Трансформация путем оптимизации</b> .....	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
<b>ГЛАВА 15</b>	
<b>Призовой круг</b> .....	311
Пример компании-победителя .....	311
<b>ГЛАВА 16</b>	
<b>Общая картина</b> .....	333
Как увеличить охват аудитории .....	333
Проблема с трендами .....	335
<b>ОБ АВТОРАХ</b> .....	341