В основные обязанности СММ-специалиста входит:

* анализ рынка, аудитории и конкурентов;
* разработка стратегии по продвижению в сети;
* создание и развитие профилей/групп в соцсетях;
* генерация и оформление контента: текст, фото, видео, инфографика и прочее;
* привлечение подписчиков, увеличение аудитории;
* формирование и повышение лояльности к бренду;
* коммуникация с подписчиками;
* мониторинг эффективности продвижения страниц;
* работа с упоминаниями бренда в социальных сетях, репутационный маркетинг.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ НАВЫКИ:

Умение написания привлекательных текстов, грамотная речь (устная и письменная);

Знание возможностей и ограничений социальных медиа: ВКонтакте, Facebook, Instagram, Одноклассники, YouTube, Twitter и других.

Понимание специфики продвижения в каждой из соцсетей;

Опыт работы с сервисами веб-аналитики (Google Analytics, Яндекс.Метрика и прочие);

Наличие базовых компетенций по взаимодействию с графическими редакторами и фотостоками;

Понимание общих принципов функционирования SEO и CMS;

Опыт ведения таргетированной рекламы.

11 способов продвинуть «скучный» продукт в соцсетях:

1. Развлекайте пользователей
2. Используйте то, что уже популярно
3. Будьте ближе к клиентам. Рассказывайте истории клиентов.
4. Ищите способы выделиться
5. Продвигайте изюминку компании
6. Будьте полезными
7. Создавайте серии материалов
8. Не стесняйтесь
9. Проведите опрос
10. Не будьте слишком серьёзными
11. Превращайте негатив в позитив

Самые типичные ошибки в smm – это:

* полное отсутствие главной стратегии;
* незнание своей целевой аудитории;
* нет спланированного мультимедийного плана, четкого графика, по которому выходят публикации;
* скучное, неразнообразное наполнение профиля;
* отсутствие видеоконтента;
* нет взаимодействия с подписчиками, потенциальными потребителями товара.