**Введение в CCМаркетинг**

Антон Попов

Социальные сети делают мир более маленьким и более связанным между собой. Это создает для маркетологов как новые сложности, так и возможности. Сложности заключаются в том, что контролировать свои сообщения рынку и потребителям становится невозможно. Но подумайте, разве перестанут люди говорить о вас, если вы спрячете голову в песок?

Возможностей гораздо больше: новые посетители, повышение лояльности существующих клиентов/читателей, быстрое распространение информации в социальных сетях…

К стандартным (они есть у всех типов социальных сайтов) инструментам SMM (ССМаркетинга, маркетинга в социальных сетях) относятся:

Заполненный профиль пользователя или "компании". Первым делом побеспокойтесь о юзерпике, описании себя (деятельности компании) и меткам, по которым можно вас будет найти. Заполните по возможности все поля анкеты (на каждом социальном сайте они разные). Эти описания индексируются поисковиками. Хорошо добавить ссылки с ключевыми словами на сайт фирмы или свой блог.

Метки. Любым своим записям в волшебном мире web 2.0 присваивайте метки. Хорошо посмотреть на популярность меток в каждой социальной сети. Например, на toodoo.ru blogbook.ru вошел в тройку лидеров по метке "блоги", но пока не конкурирует за первые места по метке "блог".

Внутренние системы сообщений. По внутренней почте или сервису обмена мгновенными сообщениями. Иногда разом всем своим "друзьям": например, в "Моем Круге" есть возможность послать общую депешу по всем контактам из первого круга.

Друзья. Правильнее называть "друзьями" людей, взаимно читающих друг друга. Но обычно этот термин обозначает постоянную связь между двумя профилями. Чем больше у вашего блога подписчиков, тем больше возможностей для укрепления своего влияния внутри этой "сети". Каждый участник социальной сети так или иначе формирует вокруг себя группу читателей.

Группы, клубы или сообщества. Как ни называйте, это объединенные одной темой, интересом ряд людей. Не забывайте, что у многих сообществ есть профили (п.1.)

Комментарии. Знакомство начинается с комментариев. Комментарии дают автору обратную связь. Ссылки в комментариях по делу расширяют тему. В форумах к ответам можно вставлять подписи с URL блога (где это не запрещается).

Хочу сразу предупредить о спаме. Я против спама и манипулирования социальными сетями. Я за открытый маркетинг. И не только я - модераторы и abuse team заблокируют ваши аккаунты, если вы будете злоупотреблять вниманием других членов сообществ без их согласия.

В России нет клонов StumbleUpon (возможно, его аналог будет зашит в новый Народ.ру) и MySpace (в начале 2008 года должен появиться русский интерфейс), поэтому пока рассказывать о них не стану.

Для разных типов социальных сетей есть некоторые особенности SMM и SEO.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Подсказки по SMM | Подсказки по SEO |
| Блог-хостинги | Заполняйте профиль, вступайте в сообщества, комментируйте чужие записи, френдите людей со схожими интересами – как правило, вас зафренживают в ответ. Следите за рейтингами. | Многие блоги заворачивают ссылки в теги , поэтому смысла от них мало. Но блоги очень часто индексируются, и грамотный контент хорошо влияет на выдачу. |
| Facebook (ВКонтакте) | Самое главное – использовать контакты в группах и создавать свои группы с заполненным профилем. Создавать виджеты специально для этой сети. | Стоит редирект на ссылки, нет прямых переходов. Но все равно, эти ссылки создают хороший трафик живых людей. |
| LinkedIn (Мой Круг) | Можно искать и посылать сообщения людям, отсортированным по городам, профессиям, компаниям. Есть возможность создавать "круги сайтов", но трафик получают только топовые сайты, которым он погоды не делает. | Можно настраивать описание компании и вставлять URL сайта. Хорошо работает при поиске по цитатам или бизнес-персонам. |
| Flickr (фото-хостинги) | Имейте хороший профиль, создавайте альбомы с говорящими названиями. Комментируйте другие фотографии, добавляйте авторов в "любимые". Некоторые фото-хостинги позволяют посылать картинки как виртуальные открытки. | Подробно описывайте каждую картинку, размечайте их тегами. Используйте нужные ключевые слова в описаниях и названиях. |
| Digg (социальные новости) | Заголовок является ссылкой. Выбирайте метки как ключевые слова из семантического ядра. | Нужно попасть на главную страницу – за счет голосования пользователей. Оценивайте чужие новости, постите не только свои анонсы, дружите с влиятельными "старожилами" сервиса. Вставляйте кнопки добавления и голосования на страницы сайта. |
| YouTube (видео-хостинги) | Хостинги имеют много встроенных инструментов для распространения понравившегося видео. Добавляйте текстовые описания видео, старайтесь не заливать видео длиннее 5 минут. | Поисковики начинают распознавать речь и текст их видео. Есть поиск по видео. Но прямо сейчас я бы не рассчитывал на это. |
| Del.icio.us (социальные закладки) | Небольшой трафик, но хороший способ получить ссылки на новый сайт. Становится хорошим инструментом, если много людей сохраняют одну и ту же ссылку. Вставляйте кнопки добавления на страницы сайта. | Поисковикам важны метки, организация закладок. Это ссылки, и они учитываются с некоторым весом. |
| Форумы | Помогайте другим, отвечайте на вопросы новичков, создавайте репутацию. | Подписи к записям с URL, а вообще сходите на searchengines.ru :) если еще не были. |

Ну и почти везде на этих сайтах продают рекламу. Если нужен быстрый эффект и есть бюджет – покупайте. И не забывайте о долгосрочном присутствии в социальных сетях.