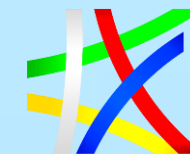




ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА  
РАЗВИТИЕ НА  
ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ

# МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ



BRAINUP  
[lab]

Как да популяризирате бизнеса си

## ➤ Учебен курс | Основни цели:

- Ефективно използване на социалните мрежи като: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram.
- Как да рекламирате Вашия бизнес онлайн.
- Мултимедийни и дизайнерски ресурси.
- Анализи в социалните мрежи: Как да измервате маркетинговия си успех в социалните мрежи.
- Рекламирање в социалните мрежи.



Use Hashtag

**#EPCSocialMediaTC**





## ➤ Значението на социалните медии

Какво е **маркетингът**? Маркетингът е дейността и процесът на създаване, общуване и предоставяне на предложения, които имат стойност за клиентите.



*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“*

## ➤ Значението на социалните медии

**Социалните медии** днес твърдят, че целта на маркетинга чрез социалните мрежи е да изгради търговската марка (бренд) и да увеличи нейната разпознаваемост чрез изграждане на връзки и комуникация с потенциални клиенти.



**“Социалните мрежи са една от най-бързо развиващите се индустрии в света”.**

## ➤ Социалните медии

**Facebook** е най-голямата и със сигурност най-мощната социална мрежа в света с 1,55 милиарда активни месечни потребители. Независимо дали сте стартиращ предприемач, Вие трябва да сте във Facebook и да се заемете с Вашите потребители.

**Twitter** е известен като платформата "в момента" и се гордее с 255 милиона активни месечни потребители. Twitter е перфектен онлайн маркетингов инструмент за фирми, които искат да достигнат до хората (и са готови за отговор). Ключът е да бъдете бързи и умни.

**Instagram** е визуална платформа, предназначена потребителите да публикуват, споделят, коментират и ангажират чрез дигитални медии. Както една стара поговорка гласи, една картина (снимка) струва хиляда думи.

**LinkedIn** се счита за професионален сайт за социални контакти. LinkedIn се фокусира предимно върху b2b маркетинга, а не върху b2c.

**Google +, Youtube, Foursquare и Pinterest** са други сайтове в социалната мрежа, които допълват списъка. Не трябва да пропускаме и новака **Snapchat**, който наскоро записа шест милиарда гледания на ден. Дали Facebook трябва да се притеснява?



## ➤ Социалномедиен стратег

***“Стратегическият маркетингов подход насочва към създаване и разпространение на ценно, подходящо и последователно съдържание за привличане и задържане на ясно определена аудитория.”***



**Поставете си цели** – Мисли глобално - действай локално. Трябва ли да увеличите лоялността на клиентите?



**Опознайте целевата си аудитория** – Не използвайте само демографски, но разширявайте и с психографски данни.



**Социални медии** – Решете кои от дигиталните медии ще ви помогнат да се свържете с аудиторията. Под каква форма - блог, видео, подкаст и т.н.?



**Стратегия за използване на социалните мрежи** – Фокусирайте се върху социална мрежа, която добавя стойност. Само защото една мрежа има над сто милиона активни потребители, не означава, че тя директно ще допринесе за постигането на целите на Вашата търговска марка.



**Измерване и тестване** – Какво е за Вас успехът? За да знаете колко ефективна е Вашата стратегия за използване на социалните мрежи, трябва непрекъснато да я анализирате. Ангажирайте се с аудиторията си, за да разберете какво работи и какво не.



## ➤ Ползите от маркетинга чрез социалните медии

- Маркетингът чрез социалните медии **увеличава разбирането за Вашата търговска марка (бренд)**. 78% от малките предприятия използват социални медии, за да привличат нови клиенти.  
Освен това, 33% от клиентите са посочили социалните медии като начин, по който те идентифицират новите марки продукти и услуги.
- Маркетингът чрез социалните медии помага за **утвърждаването на Вашата търговска марка**. Правилното присъствие в социалните медии, показва на потребителите, че тяхната марка е активна и фокусирана върху процъфтяващата комуникация с тях. 63% от търсещите бизнес информация онлайн, са по-склонни да използват компании с информативно присъствие в социалните медии.  
Маркетингът чрез социалните медии има силата да се увеличава
- **лоялността на клиентите**. 71% от потребителите, които са получили бърз отговор чрез социалните медии, биха препоръчали марката на други хора.

# Facebook

Над **20% от населението на света** е във Facebook.

Facebook има повече информация за потребителите от **Google**.

Така например, Facebook знае Вашите интереси и предпочитания, любими храни, възраст, демографското, социалното поведение, колко деца имате, семейство и др.

Това означава, че Facebook предлага на своите потребители по-целенасочени и подходящи реклами.

Facebook е мощен и ефективен инструмент, а не просто възможност за реклама.





## Начини за рекламиране във Facebook

### 1. Управлявайте трафика от уебсайта си към страницата си във Facebook:

Facebook е много по-полезен и мощен, когато имате активна интернет страница с приличен трафик.

- Броят на интернет потребителите през 2018 е **4 021 милиарда**, което е с 7% повече в сравнение с миналата година.

- Броят на потребителите на социални медии през 2018 г. е над **3 000 милиарда**, с 13 % повече в сравнение с миналата година.

- Броят на потребителите на мобилни телефони през 2018 г. е над **5 000 милиарда**, което е с 4% повече в сравнение с миналата година.



Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“

## Начини за рекламиране във Facebook

- Потребителите използват интернет, **за да търсят продукти и услуги, от които се нуждаят**. Наличието на активен уеб сайт ще помогне на бизнеса Ви да спечели необходимото доверие, за да превърнете уеб потребителите в клиенти.
- Можете да **насочите трафика** от уебсайта си към страницата си във Facebook
- По-голямата част от хората, които посещават уебсайта Ви, **използват Facebook**
- Като им дадете допълнителна възможност да се свържат с Вашия бизнес във Facebook, ще имате по-голям шанс **да ги превърнете в клиенти**.

Например:

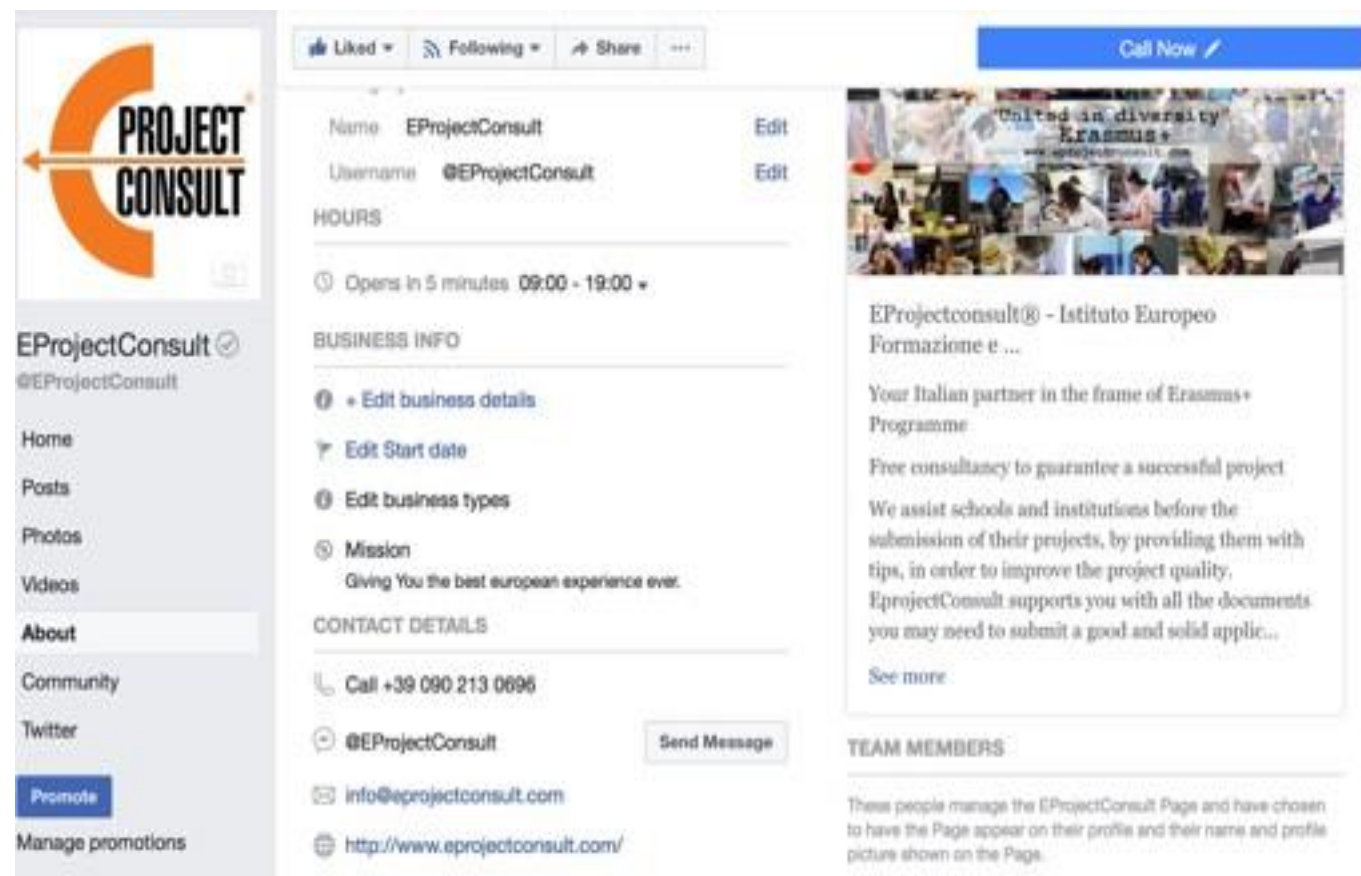


*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“*

## Начини за рекламиране във Facebook

### 2. Развийте своята Facebook страница чрез реклама

- В Европа над 307 милиона души са във Facebook. Това е страшно много!
- Facebook страницата е Вашият дом във Facebook. Това е мястото, където потенциалните клиенти ще научат повече за бизнеса Ви, докато са във Facebook.
- Не може просто да създадете своя страница във Facebook и да я изоставите. Трябва да я популяризирате сред потенциални клиенти. Това става лесно чрез платформата за реклами на Facebook.





## Начини за рекламиране във Facebook

### 3. Направете игра във Facebook

Тегленето на игри във Facebook е интелигентен начин да получите повече харесвания на страницата си във Facebook и да увеличите обхвата на целевата аудитория на Вашата марка и продукт.

Facebook игрите действат и това е евтино решение. Нямаме нужда от технически умения, за да провеждате игри във Facebook. Само едно кликване с мишката и сте готови!





# Начини за рекламиране във Facebook

## ПРИМЕРЪТ НА DOVE

### Игра

Играта на Dove във Facebook "Истинската красота трябва да бъде споделена" удари право в целта на марката. Те проведеха игра за попълване на липсващата информация със снимки. Помолиха своите фенове да им кажат защо тяхната приятелка "представява истинска красота", като попълнят името ѝ и две неща, които я правят красива.

### Награда

В линия с марката си, те не предложиха iPad или екстравагантни награди. Победителите стават следващите рекламни лица на Dove.



## Начини за рекламиране във Facebook

### 4. Интегрирайте споделянето на социални медии навсякъде

За да успеете наистина във Facebook, трябва да интегрирате социалните медии навсякъде, където се появява Вашата компания. Електронна поща, бюлетин, офис, магазин, ресторант, музей, брошури, визитни картички...



Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

## Начини за рекламиране във Facebook

### 5. Публикувайте изображения във Facebook

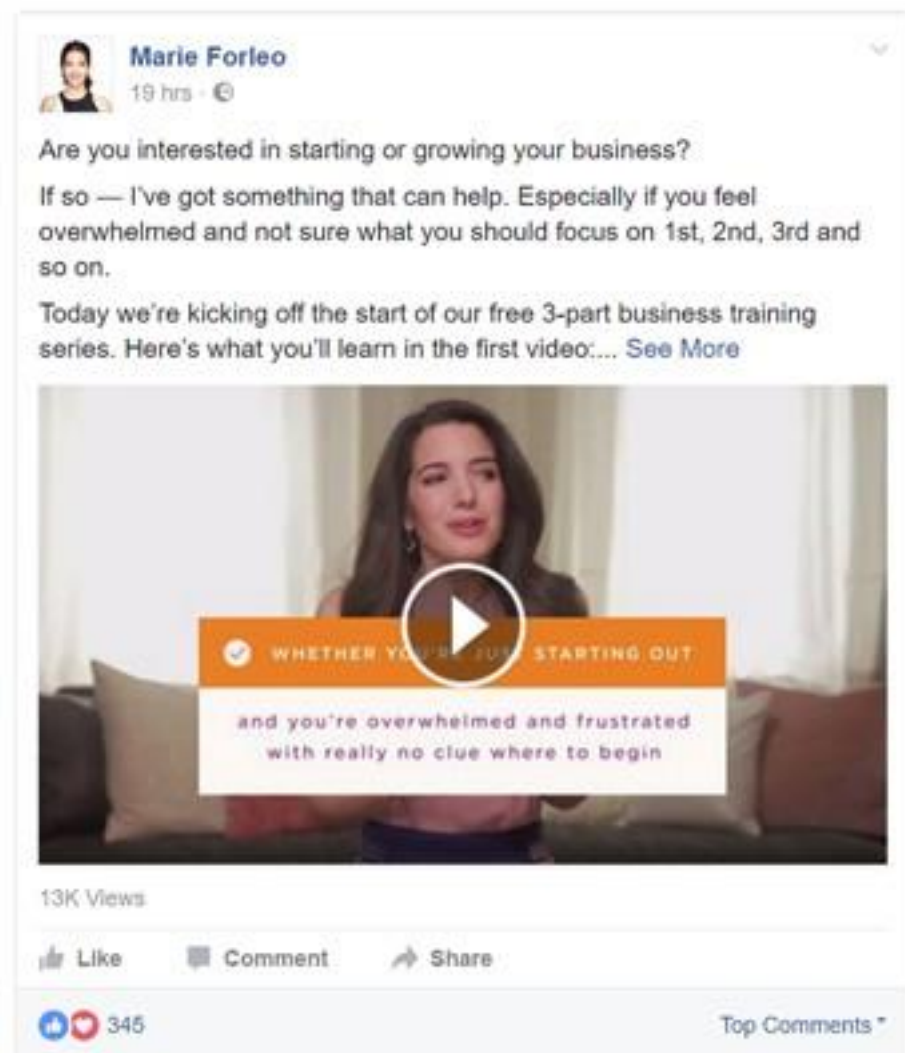
- Публикациите във Facebook с изображения показват 2.3 пъти повече ангажираност от тези без изображения\*.
- Друго проучване на HubSpot показва, че снимките в Facebook генерират 53% повече харесвания и 104% повече коментари, отколкото обикновен пост.
- Инструменти като PicMonkey, Picktochart и Canva ще Ви помогнат да създадете висококачествени изображения, които хората ще искат да споделят с приятелите си във Facebook.



\*<https://blog.hubspot.com/marketing/visual-content-marketing-strategy>



## Начини за рекламиране във Facebook



### 6. Публикувайте видеоклипове във Facebook

- До 2017 г. видеосъдържанието ще представлява 74% от целия интернет трафик.\*
- Повечето от потребители предпочитат да гледат видео за продукт, отколкото да четат за него.\*\*
- Видеоклиповете с продължителност под пет минути представляват 55% от общото време за видео потребление на смартфоните.\*\*\*

\* <http://www.kpcb.com/internet-trends>

\*\* <https://animoto.com/blog/business/video-marketing-cheat-sheet-infographic/>

\*\*\* <http://go.ooyala.com/rs/447-EQK-225/images/Ooyala-Global-Video-Index-Q2-2016.pdf>

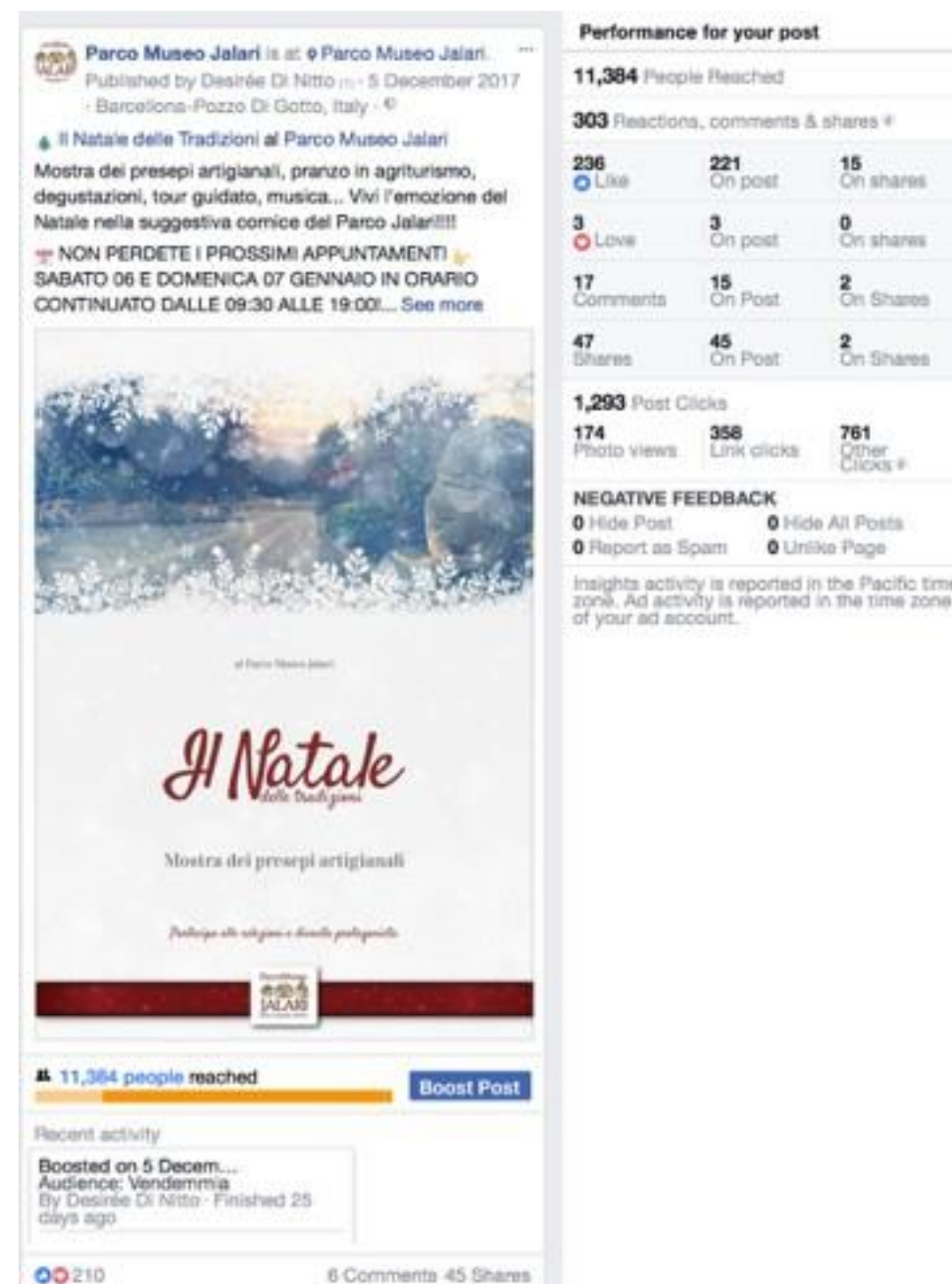


## Начини за рекламиране във Facebook

### 7. Популяризирайте публикациите си във Facebook чрез реклама

През последните няколко години, откакто платформата стана по-конкурентна, средно достигнатата целева аудитория във Facebook намалява.

За да бъдат видяни Вашите Facebook публикации, трябва да платите.



Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

## Начини за рекламиране във Facebook

### 8. Възползвайте се от Вашата заглавна снимка във Facebook

Много малки фирми пренебрегват своите заглавни Facebook снимки. Те са мощно средство за рекламиране на продукт/услуга, за спечелване на повече потребители или добавяне на мото.



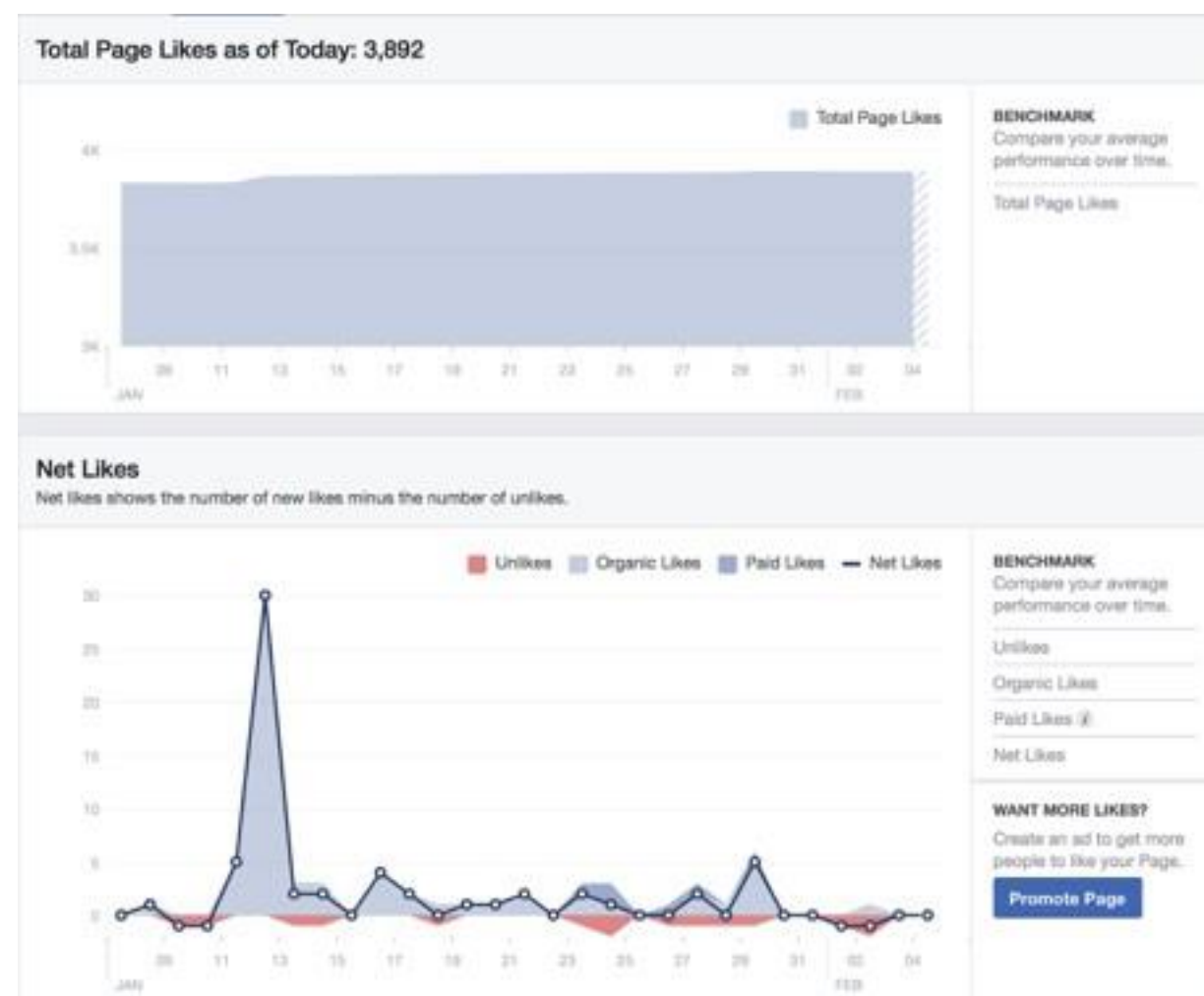
*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“*



## Начини за рекламиране във Facebook

### 9. Проследете, измерете и подобрете

Facebook метриките могат да бъдат доста натоварващи, което е причина номер едно, собствениците на повечето малки фирми да ги игнорират.



Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

## Начини за рекламиране във Facebook

- 10. Публикувайте в правилния момент** За съжаление, няма идеален отговор на този въпрос. За различните аудитории правилният момент е различен.
- 11. Ползвайте пинване на постове** Facebook дава на администраторите невероятна функция, която им позволява да запишат публикация (пинване на пост) в горната част на хронологията на страницата.
- 12. Отговаряйте на коментарите на Вашите Facebook постове**

Ползването на Facebook страница означава взаимодействие - както с тези, които Ви подкрепят, така и с тези, които Ви критикуват.

Едно от най-важните, ако не и най-важното нещо, което един собственик на малък бизнес трябва да прави, е да отговаря на коментарите!



---

## Начини за рекламиране във Facebook

### Практически пример: настроите фирмената сметка на Fanpage

# Twitter

## 1. Колко хора използват Twitter?

330 милиона (последна актуализация 10/26/17)

## 2. Ежедневно активни потребители на Twitter

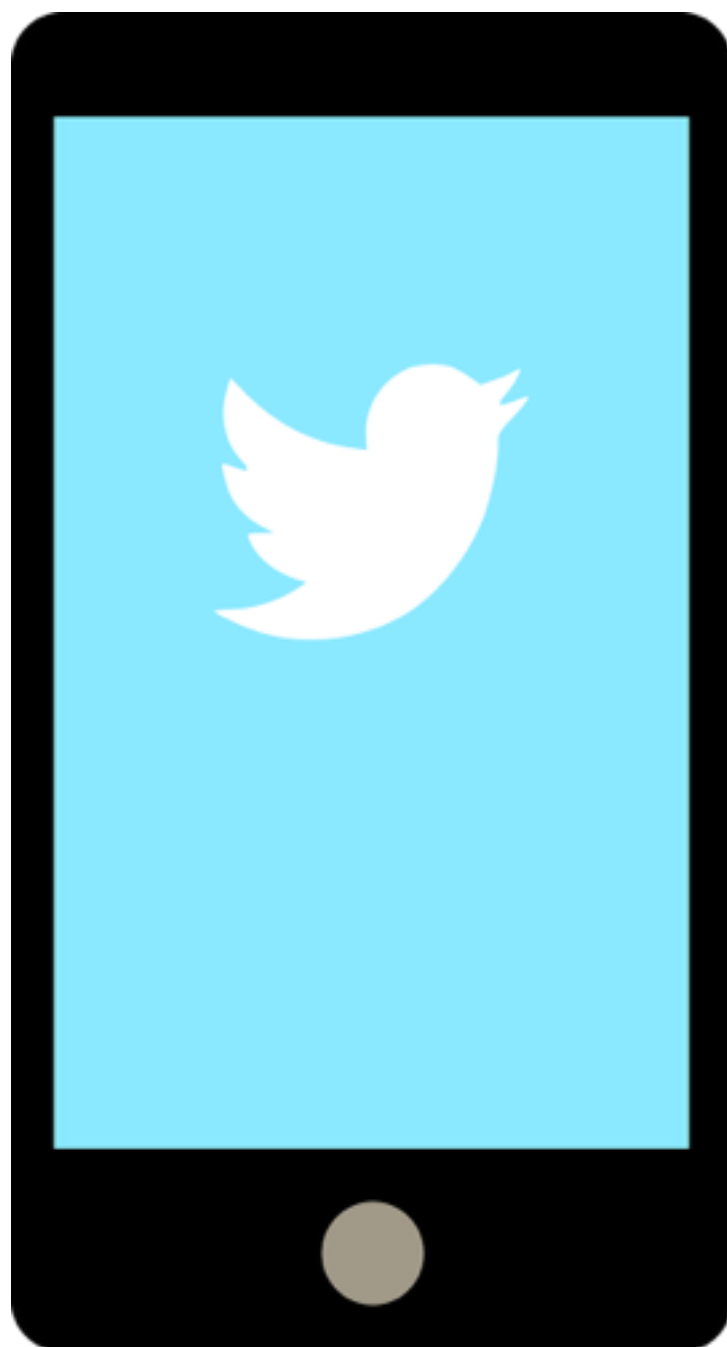
Около 157 милиона

## 3. Процент на световните лидери, които използват Twitter

83% (последна актуализация 1/23/16)

## 4. Водещ световен лидер в Twitter

Barack Obama (последна актуализация 1/23/16)



## Twitter за бизнеса

### 1. Разединете акаунтите си във Facebook и Twitter

За да се свържете с Вашата аудитория, е жизнено важно да изложите цялото си послание ясно и ефективно, а единственият гарантиран начин да постигнете това, е като публикувате на всяка платформа поотделно.



### 2. Заменете снимката на дисплея с фирменото лого

Важно е да запомните, че много потребители ще се доверят на снимката на дисплея, за да Ви идентифицират като марка (бренд).

Всичко е въпрос на управление на онлайн репутацията.



*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“*

## Twitter за бизнеса

### 3. Не пропускайте да следите тенденциите при хаштаговете

Има много интересни и подходящи инициативи, в които може да се включите. Направете си календар, отбележете онези дни в годината, които биха били от значение за Вашата марка, поставете го на видно място в офиса и помислете за творчески начин, по който да участвате.



### 4. Престанете да се изключвате в 5:30 pm

Щом има въпроси – те трябва да получат своите отговори или ако е възникнала ситуация – на нея трябва да се реагира на момента.

Социалните медии са денонощна работа.



*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“*



## Twitter за бизнеса

### 5. Възползвайте се от услугата за анализ

Twitter, Instagram и Facebook предлагат анализи в реално време, ако имате фирмен профил. С помощта на данните, които тези функции за анализ предлагат, може да подобрите стратегията си за социални медии.



---

## Twitter за бизнеса

# Практически пример: създаване на бизнес профил в Twitter

# Мултимедийни ресурси

## Безплатни сайтове за снимки

<http://thestocks.im>

Pixabay

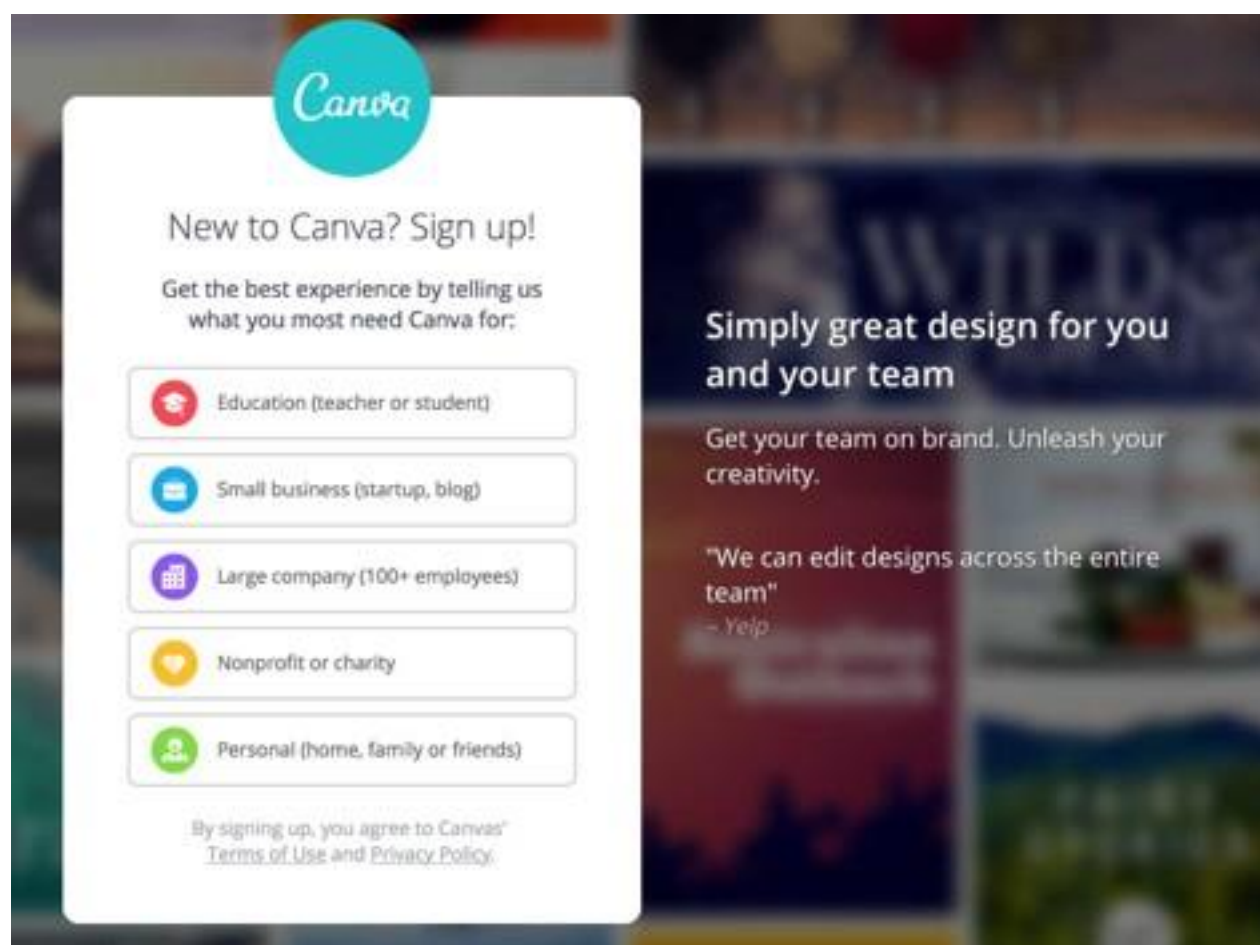
Unsplash



*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“*



## Дизайнерски ресурси



## CANVA

**Canva** for Work улеснява създаването на красиви маркетингови материали, презентации и графики за социални медии за всяка организация.

[https://www.canva.com/en\\_uk/](https://www.canva.com/en_uk/)



# Instagram

Instagram е мобилна социална мрежа, която позволява на потребителите да **редактират и споделят** снимки и видеоклипове.

Instagram вече има **800 милиона месечни активни потребители** и **500 милиона активни потребители на ден**.

Над 60% от потребителите влизат ежедневно, което го прави **втората най-ангажирана мрежа** след Facebook.

Instagram е най-популярен сред тийнейджърите и младежите от поколението Милениум.

# Статистика за използването на Instagram

## Статистика за използването на Instagram

Споделените снимки са над **40 милиарда**.

Instagram отчита **3.5 милиарда харесвания всеки ден**.

Средно на ден **се споделят 80 милиона снимки**.

Използването на Instagram през последните две години се е удвоило.

Съобщението за бременността на Бийонсе е най-популярният пост на Instagram до момента, с повече от **11 милиона харесвания**.





# Instagram за бизнеса

## 1. Покажете по креативен начин какво правите

Фокусирайте се върху решението, което предлагате, а не върху продуктите, които продавате.

## 2. Създайте печеливш профил

Като компания вероятно правите много неща и предлагате още толкова решения. Не се захващайте да описвате това със 150 знака. Съсредоточете се върху най-важното си УТП (уникално търговско предложение) или следващото голямо нещо - било то събитие, промоция или пускане на продукт.

## 3. Заведете ги зад кулисите

Клиентите имат естествено любопитство откъде идват техните продукти, а Вие може да използвате Instagram, за да им покажете целия им жизнен цикъл.





## 4. Достигнете до по-голяма целева аудитория с #хаштагове

Те могат да бъдат общи или за конкретна кампания – това, което е важно е, че те са практични. Уверете се, че сте настроили и основния хаштаг маркер на Вашата компания (#yourbrandname)

## 5. Използвайте метода @mention, за да известявате други за Вашите публикации

Instagram е един от най-силните социални медийни канали за изтъкване на участващите и споделяне на историите за успеха на клиентите.

## Instagram за бизнеса



# Instagram за бизнеса

## 6. Опитайте Instagram Stories

Instagram Stories имат формат на слайдшоу и се съхраняват само 24 часа.

Ето някои от **ползите при използването на Instagram Stories** за търговските марки:

- Историите (Stories) се показват на видно място в горната част на профила под логото на Instagram.
  - Могат да се използват за заснемане на съдържание зад кулисите, което не е с толкова високо качество, колкото обикновените постове.
  - Улеснява експериментирането с различни типове съдържание: снимка, кратък видеоклип, Boomerang (подобно на GIF изображение), заснет видеоклип назад (Rewind) и директно видео излъчване.
  - Тагването на други профили напр. @instagram в Stories е идеално за достигане до активните потребители и инфлуенс маркетинг.
  - Забавни допълнения като филтри за лица, текст и стикери Ви помагат да редактирате изображенията в движение.
- Функцията за търсене на Story по хаштаг и локация ги прави по-откриваеми.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ  
ЕВРОПЕЙСКИ  
СОЦИАЛЕН ФОНД



Опитайте Instagram Stories

# Instagram за бизнеса



*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“*

# Instagram за бизнеса

## 7. Анализирайте успеха си и се възползвайте от него

Без да се направи крачка назад, за да се анализира какво работи и какво не, маркетингът се превръща в гадаене. Истината е, че можете да прочетете всички статии в света за най-добри практики и време за публикуване, но единственият начин да разберете кое е работещо за Вашите клиенти, е чрез **тестване и измерване на резултатите**.





---

# Instagram за бизнеса

1. Практически пример: създаване на бизнес профил в Instagram
2. Създаване на Instagram story.

# LinkedIn

## Статистика

Колко хора използват LinkedIn? 530 милиона потребители (последна актуализация 1/2/18)

Брой месечни уникални членове на LinkedIn: 106 милиона (последна актуализация 4/28/16)

Добавянето на снимка в потребителския Ви профил увеличава 36 пъти вероятността да получите съобщение в LinkedIn.

Профил със снимки в LinkedIn получава съобщения 36 пъти повече. (последна актуализация 1/4/17)



## LinkedIn

LinkedIn може да бъде чудесен начин за **популяризиране Вашия домашен бизнес** по следните причини:

- В LinkedIn има над 65 милиона бизнес професионалисти от целия свят.
- Всяка секунда един човек си прави регистрация в LinkedIn.
- Близко 50% от членовете на LinkedIn са на ръководни позиции и имат правомощия за вземане на решения в своите компании.



## Съвети

## LinkedIn

- **Редовно обновявайте информацията за Вас.** Споделяйте какво и за кого работите. Актуализирайте с публикации, които биха представлявали интерес за Вашата целева аудитория и клиенти.
- **Участвайте в групи.** Присъединете се към групи, свързани с Вашия бизнес и интереси. Участието в дискусии може да Ви помогне да се утвърдите като експерт във Вашата област. Не изпращайте спам и не говорете непрекъснато за Вашия бизнес. Вместо това, отговаряйте на въпросите и бъдете източник, на който хората се доверяват.
- **Изпращайте съобщения и покани до тези, които са във Вашата мрежа и до други членове на групата.** Още веднъж, не бъдете спамър или натрапник. Вашата цел е да създадете професионални връзки, които са взаимноизгодни за Вас и за другия човек.
- **Опитайте с рекламиране в LinkedIn.** Платената реклама в LinkedIn е изгодна сделка, която може бързо да изведе Вашия бизнес напред.



## LinkedIn

Разгледайте LinkedIn и намерете 4 групи, свързани с Вашия бизнес.

*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“*

#EPCSocialMediaTC



@EProjectConsult



@di\_nitto

# Революция чрез социалните медии

<https://www.youtube.com/watch?v=N7LFnbtn4zA>

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“

#EPCSocialMediaTC



@EProjectConsult



@di\_nitto

## Създайте идеалния пост за социална медия

Объркани сте между Instagram, Facebook, Twitter и Youtube?

Не всичко трябва да бъде споделено **навсякъде**. И не всяко съдържание е подходящо за всяка социална платформа.



Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

## Какво да публикувате в различните социални платформи

Всяка платформа има своя **аудитория**. Всяка публика има собствени **очаквания** за нещата, които искат да видят на платформата - това може да повлияе върху ефективността на публикациите Ви в социалните медии.

Ето някои общи насоки:

- Facebook: Видеоклипове и подбрано съдържание
- Instagram: Снимки с висока резолюция, цитати, истории (Stories)
- Twitter: Новини, публикации в блогове и GIF
- LinkedIn: Работа, фирмени новини и професионална информация
- Pinterest: Инфографии и фото-наръчници стъпка по стъпка
- Google+: Публикации в блогове, които искате да намерят място в Google



# Какво да публикувате в различните социални платформи

## Какво да публикувате във Facebook

### ➤ **Видеа и директни излъчвания**

Целта Ви във Facebook е да представите своя търговска марка и да ангажирате последователите си.

Актуалните видео клипове и директни излъчвания са се доказали като най-доброто съдържание за Facebook страница.

Например: <https://www.facebook.com/pg/bufferapp/videos/>

Качете видеоклиповете си директно във Facebook. Такива видеоклипове получават повече гледания и споделяния от връзките в YouTube.



Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

## Какво да публикувате в различните социални платформи

### Какво да публикувате във Facebook

- **Публикувайте само текст.** Цел: да получите отговор от Вашите последователи.

Най-добрият начин да направите това е като задавате кратки въпроси, които изискват кратък отговор.



- **Поставете линк към поста, за да генерирате трафик към Вашия сайт**

Споделянето на публикации (постове) е сред най-популярните възможности.

Това е така, защото изпращате информация от сайта на един Facebook потребител до друг.

# Какво да публикувате в различните социални платформи

## Какво да публикувате във Facebook

### ➤ Постове на снимки за гледане и споделяне

Колкото **по-провокиращо** е изображението, толкова по-голям ще е броят на гледанията. Ако снимката Ви е скучна или е нещо, което хората са гледали вече 100 пъти, вероятността те да я коментират или да споделят е много по-малка.



Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз



# Какво да публикувате в различните социални платформи

## THINGS TO POST ON INSTAGRAM



High-res photos



Quotes



Stories

Source: TomArcher and WeWork

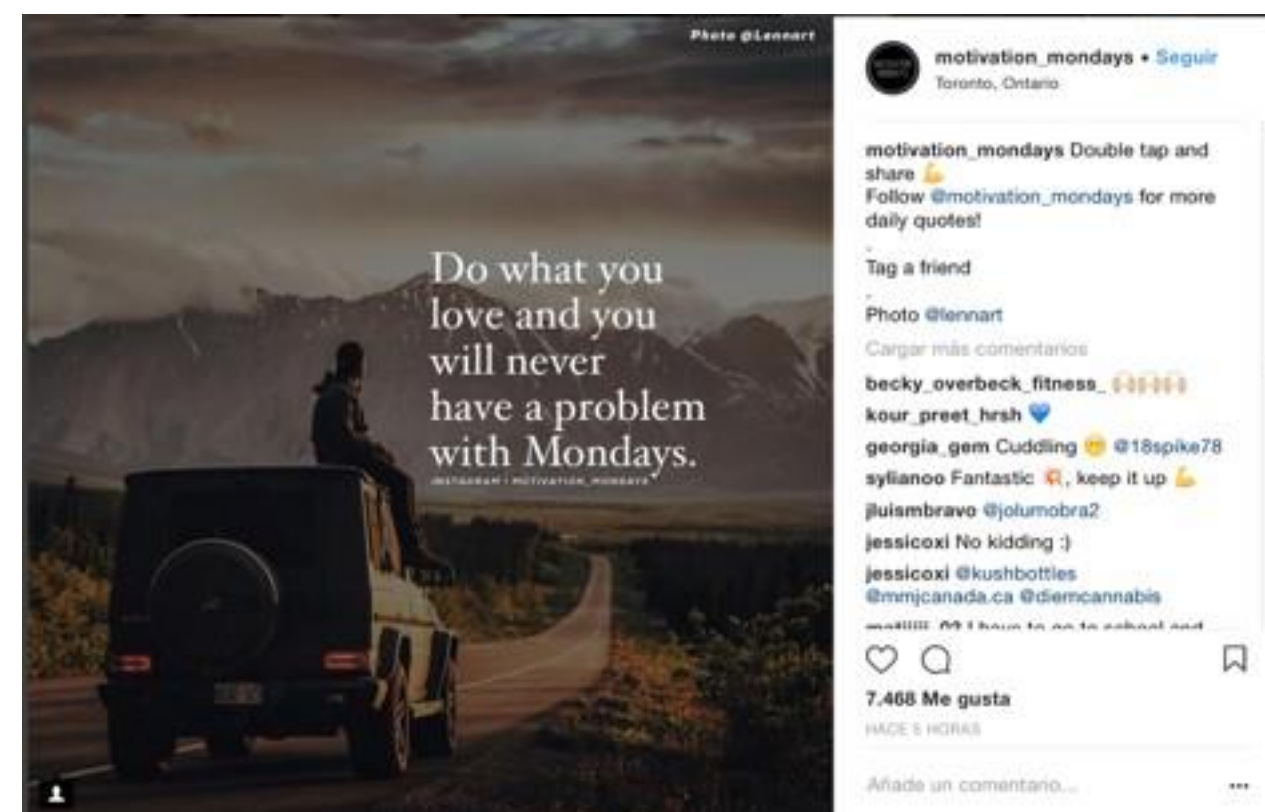




# Какво да публикувате в различните социални платформи


## Какво да публикувате в Instagram

- **Висококачествени снимки**, които можете да публикувате в Instagram:
- **Снимки на продукт**
- **Зад кулисите** (снимки на хора в компанията, събития или изработването на продукт)
- **Съдържание, генерирано от потребителите**
- **Цитати:** Мотивиращи и вдъхновяващи цитати.




# Какво да публикувате в различните социални платформи


## THINGS TO POST ON TWITTER



**News**



**Blog posts & curated content**



**GIFs**

Source: MailChimp

buffer

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

# Какво да публикувате в различните социални платформи

## Идеална продължителност и размер на публикациите и онлайн съдържанията в социалните медии



\* Source: Campaign Manager / Hubspot / Pinterest / Sprout social

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

#EPCSocialMediaTC



@EProjectConsult



@di\_nitto



# Какво да публикувате в различните социални платформи

## Идеална продължителност и размер на публикациите и онлайн съдържанията в социалните медии



The infographic is divided into two main sections by a vertical line. The left section, titled 'TWITTER' with the Twitter bird icon, lists guidelines: 'Character Count: 140 max | 120-130 ideal' and 'Hashtags: <11 characters'. The right section features a large Twitter bird icon and states: 'TWEETS WITH 1-2 HASHTAGS RECEIVE 21% MORE ENGAGEMENT THAN TWEETS WITH 3 HASHTAGS'. The background is light blue with cloud-like shapes.

**TWITTER**

Character Count:  
140 max | 120-130 ideal

Hashtags: <11 characters

Video Length:  
2 min. 20 sec. max

TWEETS WITH 1-2 HASHTAGS RECEIVE  
**21% MORE ENGAGEMENT**  
THAN TWEETS WITH 3 HASHTAGS

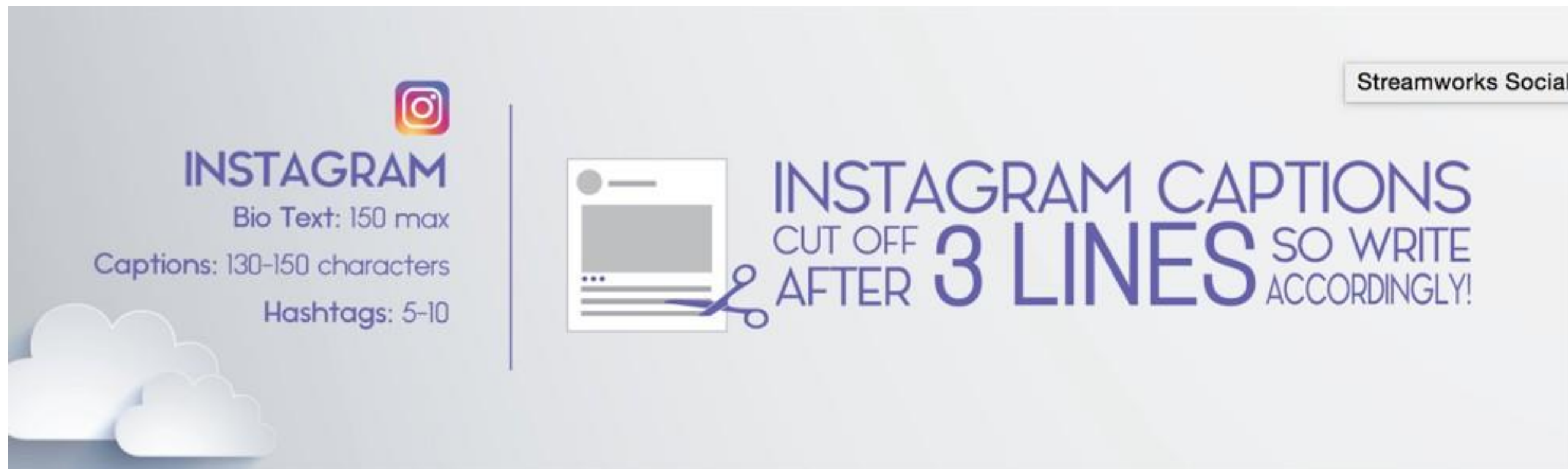
\* Source: Campaign Manager / Hubspot / Pinterest / Sprout social

*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“*



# Какво да публикувате в различните социални платформи

## Идеална продължителност и размер на публикациите и онлайн съдържанията в социалните медии

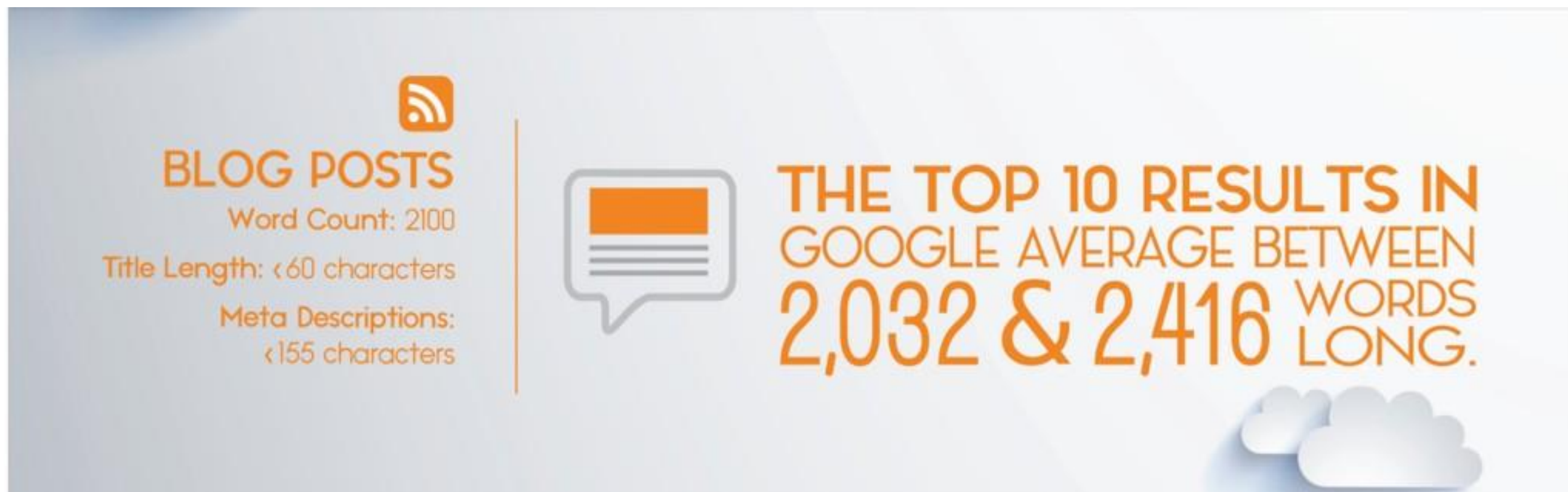


\* Source: Campaign Manager / Hubspot / Pinterest / Sprout social

*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“*

# Какво да публикувате в различните социални платформи

## Идеална продължителност и размер на публикациите и онлайн съдържанията в социалните медии

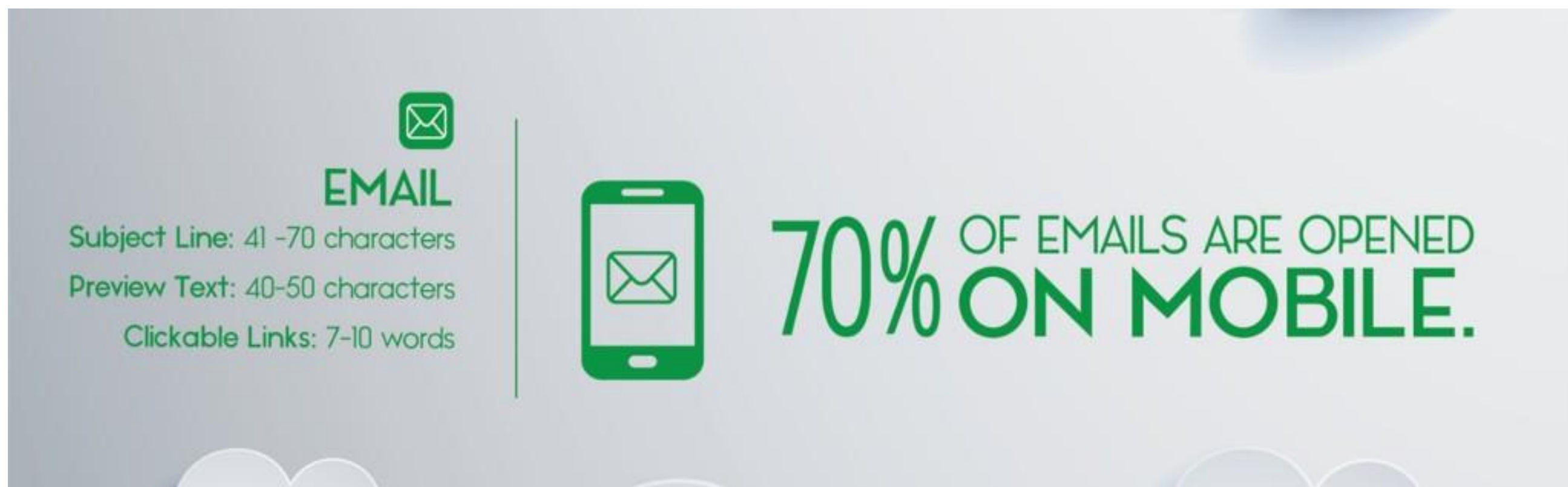


\* Source: Campaign Manager / Hubspot / Pinterest / Sprout social


*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“*


# Какво да публикувате в различните социални платформи

## Идеална продължителност и размер на публикациите и онлайн съдържанията в социалните медии



The infographic is divided into two main sections by a vertical line. The left section is titled 'EMAIL' with an envelope icon. It lists three guidelines: 'Subject Line: 41 -70 characters', 'Preview Text: 40-50 characters', and 'Clickable Links: 7-10 words'. The right section features a smartphone icon with an envelope on its screen, followed by the text '70% OF EMAILS ARE OPENED ON MOBILE.' in large, bold, green letters.

  
**EMAIL**  
Subject Line: 41 -70 characters  
Preview Text: 40-50 characters  
Clickable Links: 7-10 words

  
**70% OF EMAILS ARE OPENED ON MOBILE.**

\* Source: Campaign Manager / Hubspot / Pinterest / Sprout social

*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“*











# Рекламирање в социалните медии

## Съвети за Instagram и Facebook

1. Прецизно фокусиране върху идеалната **аудитория**.
2. Ясно определете Вашето **“Защо”**. Защо някой би се спрял да прочете, да гледа, да кликне или да обърне внимание на Вашата реклама?
3. Помислете за различни рекламни формати: статични или сменящи се изображения (банери), слайдшоу, тип canvas или видеоклип.

### Format

Choose how you'd like your ad to look.

 	 	 	 	 
<b>Carousel</b> Create an ad with 2 or more scrollable images or videos	<b>Single Image</b> Create up to 6 ads with one image each at no extra charge	<b>Single Video</b> Create an ad with one video	<b>Slideshow</b> Create a looping video ad with up to 10 images	<b>Canvas</b> Tell a more immersive story by combining images and videos

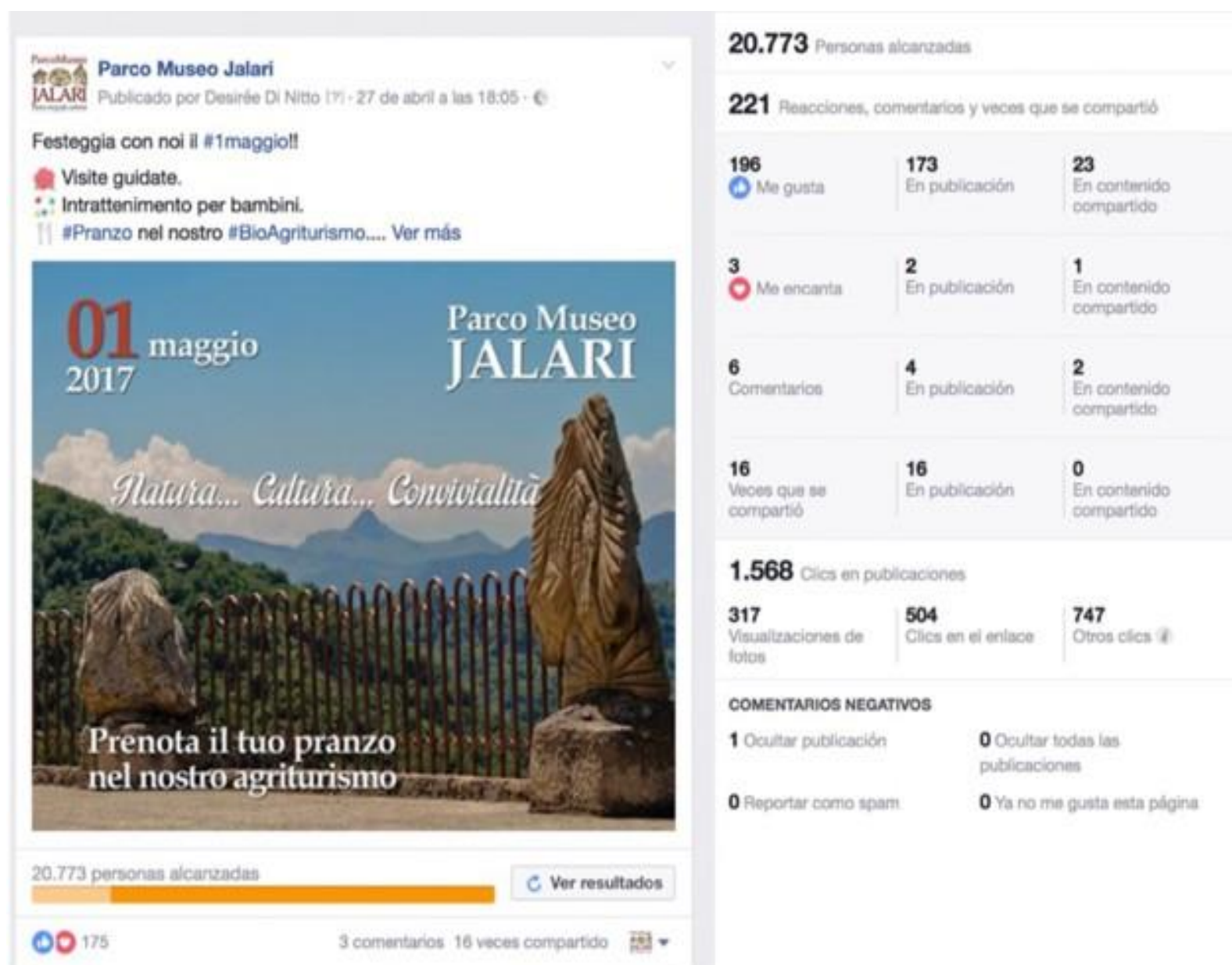


# Рекламирање в социалните медии

## Съвети за Instagram и Facebook

4. Сътворете **усещане за цялостност**. Мислете за правилата на композиция във фотографията, техниките за осветяване, малките детайли и качеството на самата снимка.
5. **Тествайте** ОТНОВО И ОТНОВО.
6. Не забравяйте да **правите мониторинг**. Ако нещо не работи, не се страхувайте да опитате нещо различно.
7. Засилете (boost) Вашето най-добро съдържание.
8. Следете силата на въздействието. Съпоставете платените си реклами с тези, в независимите средства за масова информация и вижте къде се намирате.

## Успешни кампании в социалните медии [практически пример]



**Основна цел:** Намиране на клиенти за агротуризм.

**Бюджет:** 20 €

**Продължителност на кампанията:** 5 дни

**Резултати:**  
20 773 гледания  
1568 кликвания на поста  
130 госта (35€ /меню)

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

# Анализи в социалните мрежи: Как да измервате маркетинговия си успех в социалните мрежи



Facebook



Twitter



Instagram



LinkedIn

# Анализи в социалните мрежи: FACEBOOK

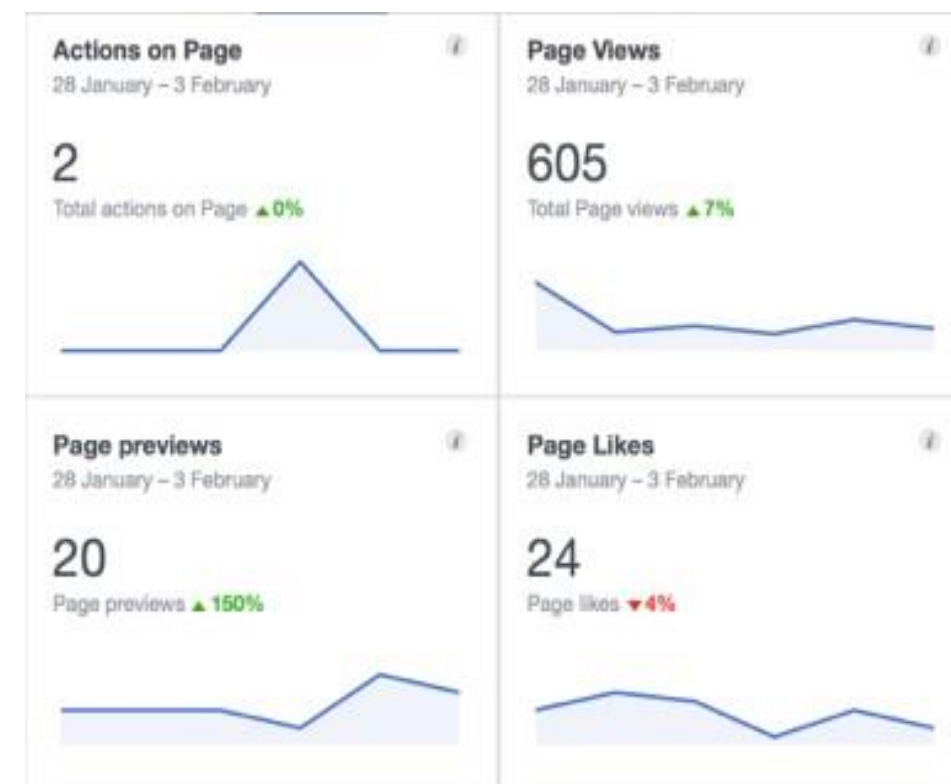
**Fan Reach (Достигане до фенове):** Броят на Вашите фенове, които са видели определен пост.

**Organic Reach (Достигане до фенове и нефенове):** Общият брой хора, които са видели определен пост (фенове и нефенове на страницата).

**Engagement (Активни ползватели):** Броят на хората, които са кликнали някъде върху поста (реагирали са на съдържанието).

**People talking about this (Хората говорят за това) :** Тази метрика се състои само от три действия: споделяния, харесвания и коментари. Тя е напълно различна от метриката "Engagement", защото разглежда само тези три действия.

**Click-through rate (Съотношението между броя импресии и броя кликове):** Хубаво е да знаете колко хора са видели съдържанието Ви. И колко хора са извършили някакво действие по него.





# Анализи в социалните мрежи: TWITTER



## Resumen de 28 días mostrando cambios respecto al periodo anterior



# Анализи в социалните мрежи: INSTAGRAM

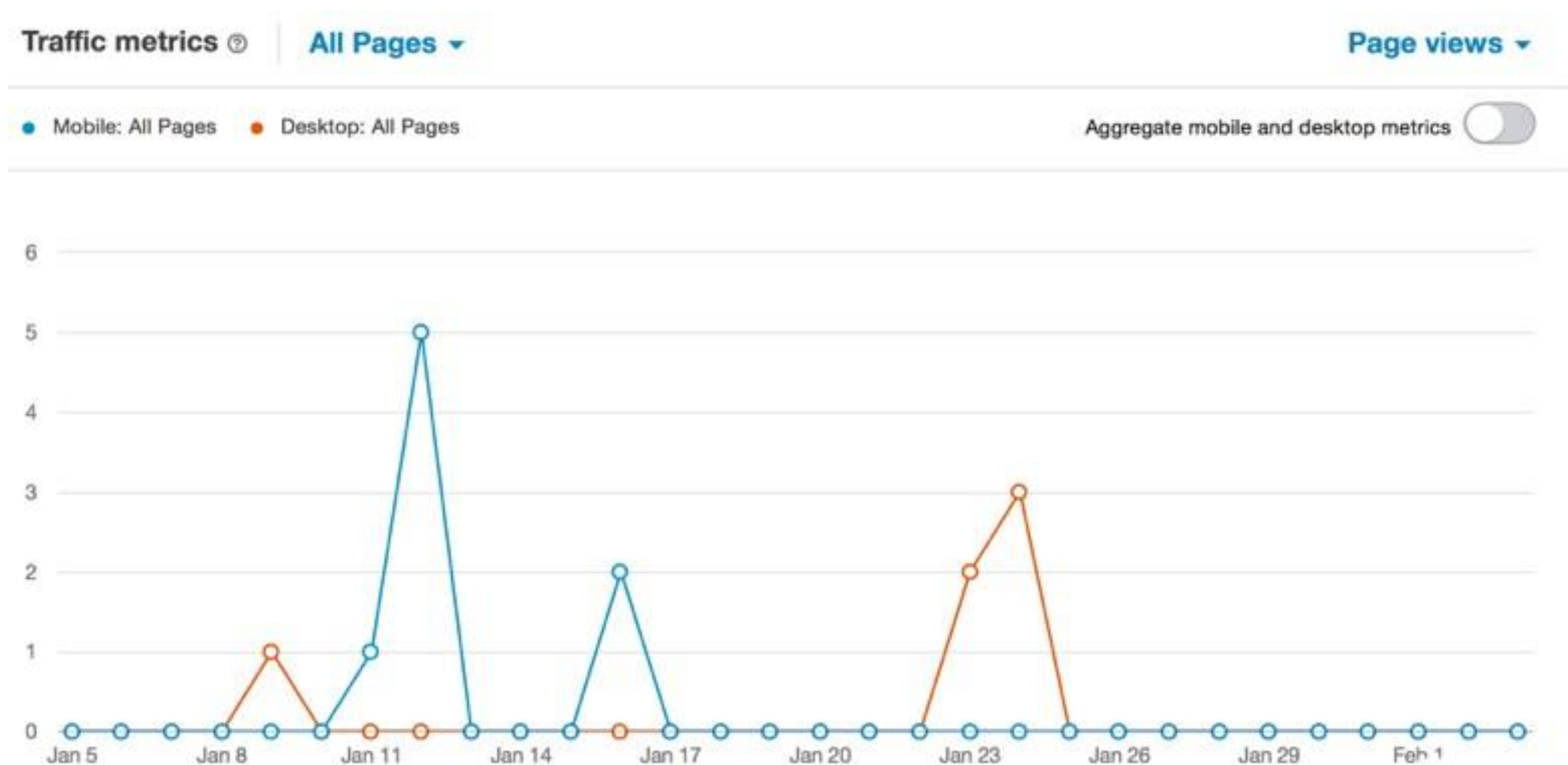
Можете да видите Вашия общ брой импресии, достигнати уникални потребители, показвания на потребителски профил и кликания върху уебсайта.

Показват се и най-важните Ви публикации (постове) и статистики за Вашите Instagram истории (stories) от последните 24 часа.



Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

# Анализи в социалните мрежи: LINKEDIN



Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз



## Как изглежда Вашият уебсайт?

### 1. Добавете конкурентното си предложение: Кажете на посетителите какво правите и защо го правите.

[нашата компания] е къде

[нашата аудитория] получава

[каква информация], която предлага

[каква полза].

### 2. **Уебсайт навигация:** тя помага на потребителя да намери това, което търси и на Вашите класирания в търсачките.

Емпатията е най-голямото маркетингово умение.



## Как изглежда Вашият уебсайт?

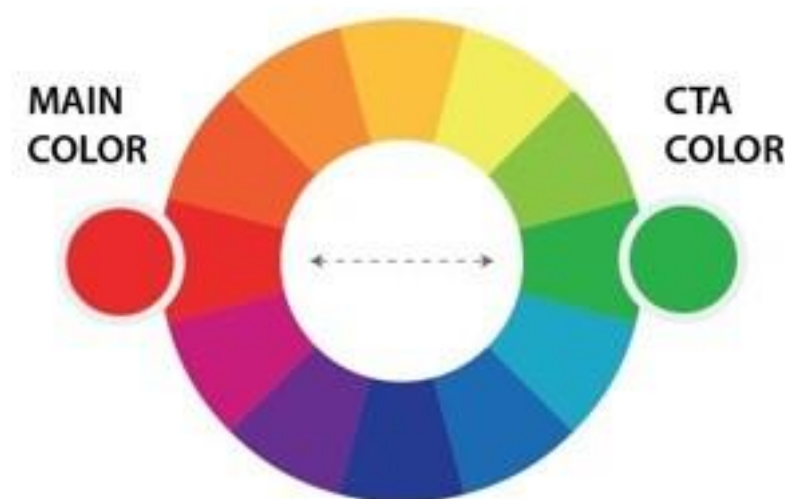
**3. Използвайте текст, който насочва към действие:** Бутони за действие са например “Получи оферта,” “Изтегли,” “Отвори профила,” “Плати.”

**4. Използвайте въздействащи цветове:** Намерете акцент или контрастен цвят за Вашите бутони за действие.

**5. Carousels (сменящи се изображения):** Според списание Smashing Magazine, използването на галерия от сменящи се изображения (carousel) на страницата с подробно описание на продукта може да бъде много полезна за Вашите посетители, които браузват чрез мобилните си устройства.

**6. Страница за отзиви:** Ако имате страхотни клиенти, които казват велики неща за Вас, това е невероятно и трябва да се види.

USE A  
**COMPLEMENTARY COLOR**  
CTA BUTTON



 altmedia.com

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

## Как изглежда Вашият уебсайт?

7. **Страница на екипа:** Хората искат да Ви познават, харесват и да Ви се доверяват, преди да купуват от Вас.

Google не класира уебсайтове, а уеб страници.

8. **Подходящ за мобилни устройства:** Ако преди беше препоръчително сайтът Ви да е подходящ за мобилни устройства, то сега това е задължително.

### 9. Internal Linking

### 10. Email Sign Up Forms

### 11. Имейл адреси vs. Формуляр за връзка

Ако проявявате интерес към събирането на данни и проследяването на реализациите, трябва да използвате формуляр за връзка

#### Contact Form

Your Name	<input type="text"/>
Your Email	<input type="text"/>
Email Subject	<input type="text"/>
1 + 1 =	<input type="text"/>
Your Message	<input type="text"/>
<input type="button" value="SEND EMAIL"/>	

Колко бързо трябва да се зареди уебсайт през 2018 г?

**“2 секунди е приемлив праг при сайтовете за електронна търговия. Ние от Google, се стремим към половин секунда.”** Maile Ohye, от Google

## Маркетинга в социалните медии

### Практически пример: Създайте реклама във Facebook



Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“

#EPCSocialMediaTC



@EProjectConsult



@di\_nitto



# БЛАГОДАРЯ ЗА ВНИМАНИЕТО!



*Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз“*

*Георги Табаков*  
*Председател*  
*Български икономически форум*



[g.tabakov@biforum.org](mailto:g.tabakov@biforum.org)



Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

#EPCSocialMediaTC



@EProjectConsult



@di\_nitto