***SMM-специалист должен уметь:***

Разработка стратегии

1. Определять целевую аудиторию.

2. Исследовать интересы и поведение целевой аудитории.

3. Определять вектора интересов аудитории.

4. Проводить анализ ниши клиента.

5. Разрабатывать аргументарную базу.

6. Подбирать площадки с высокой концентрацией ЦА.

7. Разрабатывать общую стратегию присутствия компании в социальных сетях.

8. Подбирать инструменты, оптимально решающие задачи клиента.

9. Разрабатывать систему KPI.

10. Определять влияние SMM на бизнес клиента.

11. Интегрировать SMM-активности в общую маркетинговую стратегию компании.

Social Media Marketing навыки

12. Правильно позиционировать сообщество.

13. Управлять контекстной рекламой на Instagramm

14. Управлять контекстной рекламой на Facebook.

15. Понимать механизмы рекламы Instagramm.

16. Прогнозировать бюджет контекстной рекламы.

17. Оптимизировать бюджет контекстной рекламы.

18. Проектировать и проводить конкурсы и флэшмобы.

19. Проектировать приложения для социальных сетей.

20. Создавать и продвигать мероприятия.

21. Адаптировать кампанию под нишевые социальные сети.

22. Управлять кампанией вирусного посева.

23. Работать с геосервисами.

24. Нейтрализовывать негатив в социальных сетях и блогах.

25. Работать с системой оферов.

26. Проектировать и проводить спецпроекты.

27. Работать с социальными сетями профессиональных связей.

28. Понимать принципы формирования рейтингов и топов.

29. Создавать брендированные каналы на видеохостингах.

30. Выстраивать партнерские программы в социальных сетях.

31. Пользоваться сервисами для оптимизации SMM-работ.

Коммьюнити-менеджмент

32. Направлять обсуждения в нужное русло.

33. Нейтрализовывать негативных пользователей в сообществах.

34. Повышать активность пользователей в сообществах.

35. Повышать возвраты в сообщества.

36. Организовывать и проводить онлайн-эвенты.

37. Настраивать службу поддержки через социальные сети.

Контент-менеджмент

38. Создавать карту контента для различных площадок.

39. Адаптировать существующий контент (статьи, новости, посты) под различные форматы (блог, Twitter, Facebook, ВКонтакте).

40. Писать тексты в формате каждой из социальных сетей.

41. Писать тексты в блоговом формате.

42. Писать в формате Википедии.

43. Писать в формате Twitter.

44. Писать и распространять социальные релизы.

45. Готовить инфоповоды.

46. Создавать сценарии для видео.

Работа с интерфейсами

47. Брендировать сообщества.

48. Создавать дизайн сообществ.

49. Интегрировать сайт с социальными сетями.

50. Интегрировать интернет-магазин в социальные сети.

51. Внедрять в сообщество стимулы для вступления.

52. Создавать Landing Pages.

53. Создавать Welcome Page.

54. Вручную создавать вкладки.

55. Использовать сервисы для создания вкладок на Facebook.

56. Понимать механизмы повышения конверсии сайта.

57. Работать с Wordpress, RSS, Feedburner, ShareThis и с другими механизмами Stand-Alone блогов.

Работа с лидерами мнений

58. Выделять лидеров мнений целевой аудитории.

59. Организовывать эвенты для лидеров мнений.

60. Проводить акции сэмплинга.

61. Вести работу с сообществами «гражданских маркетологов».

62. Ангажировать администраторов тематических сообществ.

63. Работать с амбассадорами бренда.

Аналитика

64. Пользоваться системами автоматизированного мониторинга.

65. Мониторить социальные сети и блоги вручную.

66. Проводить аналитику инфоповодов.

67. Проводить аналитику тональности упоминаний.

68. Находить источники негатива в социальных сетях и блогах.

69. Анализировать эффективность кампании.

70. Работать с основными системами веб-аналитики.

71. Генерировать уникальные URL.

72. Отслеживать источники и качество трафика.

73. Выставлять целевые действия кампании.

74. Просчитывать стоимость целевого действия.

75. Проводить аналитику изменения информационного поля.

76. Проводить исследования в социальных сетях.

77. Определять природу негатива (естественный — направленный).

78. Пользоваться внутренними системами статистики социальных сетей.

Общемаркетинговые навыки

79. Общаться с редакциями онлайн-СМИ.

80. Понимать законы социальной психологии.

81. Проводить SWOT-анализ.

82. Формулировать УТП.

83. Заниматься медиапланингом.

84. Заниматься медиабайингом.

85. Инициировать републикации материалов.

86. Просчитывать себестоимость кампании.

87. Понимать специфику работы с персональными брендами.

88. Понимать новые digital-инструменты (mobile, дополненная реальность).

89. Пользоваться классическими интернет-маркетинговыми инструментами (контекстная реклама, медийная реклама, SEO).

Общие менеджерские навыки

90. Брифовать клиента.

91. Вести переговоры.

92. Отслеживать тренды в SMM.

93. Находить подрядчиков и управлять процессом работы с ними.

94. Формулировать кейсы на основе успешных кампаний.

95. Готовить презентации.

96. Готовить календарный план кампании и придерживаться его.

97. Готовить отчеты.

98. Защищать перед клиентом концепции, отчеты, новые предложения.

99. Организовывать брэйншторминг в проектной группе.

100. Управлять проектами.