

Гайд для новоприбывших в SMM-тред.

Содержание:

1. Введение в SMM.
2. Полезные ссылки.
3. Создание сообщества.
4. Методы раскрутки.
5. Таргет.
6. Часто задаваемые вопросы.

1. Введение в SMM.

Все, что написано в данном разделе должно приниматься, как постулат. Собственные рассуждения приветствуются только в *манямирке*, основы же ты должен принимать как догму, без возражений.

Итак, важно запомнить, SMM - это инструмент популяризации. Инструмент популяризации бренда, товара, услуги, имени и т.д. Чтобы что-то популяризовать, надо что-то и производить. Вопреки заблуждениям, ведение фанатского сообщества сериала, игры, фильма и т.д - это не SMM, даже если оно обеспечивает тебя месячным запасом бичпакетов.

По-хорошему, так это нужно искать работодателя за которым, хотя бы временно, можно закрепиться. В основном, есть варианты напроситься в еще зеленые студии веб-макак, нуждающихся в раскрутке, или же найти хомячков-бизнесменов, которые мнят себя представителями авангардного бизнеса, пытаюсь впарить дизайнерский ширпотреб, «элитный» китайский чай и прочее барахло. Многие из таких искренне считают, что на любое говно найдется массовый покупатель, поэтому с радостью примут твои услуги по поиску оного. Можно рассчитывать на символическую оплату в 0 - 10к, чего вполне хватит на первых порах.

Чтобы использовать эту нишу конкретно для своего блага, лучше всего иметь уже готовую идею. Интернет-магазин, канал на Ютубе, предоставление услуг «Собутыльник на час», в общем, все то, что на твой взгляд может снискать интерес у потенциальной аудитории. Сразу развежь мнимые иллюзии и неоправданные надежды. Без вложений видимый результат не будет замечен минимум ГОД, никаких исключений. Никакие **ОВЕРСУПЕРУПЕРМЕГА**, как тебе кажется, идеи, не обретут массовую популярность за период, меньший, чем указанный; но не все так плохо. На данный момент SMM ждет инноваций, это динамичная ниша, которая со временем претерпевает изменения. Что было актуально вчера, то неактуально сегодня и что неактуально сегодня, то будет актуально завтра. Так что ищи и обрящешь.

2. Полезные ссылки.

Сразу же в лоб несколько полезных ссылок для тех, кто решит постигать азы практикой, пропуская теорию и, собственно, для тех же, кто вернется сюда снова, вскоре пренебрегши собственной упрямостью и угмонив излишнюю амбициозность.

Likeni.ru - здесь ты познакомишься с кучей словесного мусора, увидишь, что SMM-специалист немногим лучше червя-пидора и поймешь, что ты выбрал совсем не ту рабочую нишу о которой мечтал.

[Cossa](#), [Хабра](#) - в поиске можно найти пару статей по сабжу.

[Fl.ru](#), [ODesk](#) - рабочие площадки для трутней. Без особых навыков соваться не следует, хотя совсем немногие это понимают.

Сервисы автопостинга:

- cleverpub.ru

Сервисы накрутки:

- *Годно* - likest.ru + бот, addmefast.com
- *Средне* - [yoolike](#), [olike](#)
- *Говно* - все остальное.

P.S. Во избежание каждодневного бана стоит придерживаться таких правил:

- ☐ Не вступать более, чем в 50 сообществ.
- ☐ Ставить менее 100 лайков.
- ☐ Делать менее 50 репостов.

На друзей и голосования ограничений нет.

Так как многие не придерживаются этих правил, то на выходе получают 30-70% собак, которых нужно ПЕРИОДИЧЕСКИ чистить на [олайке](#), либо вручную. Особенно касается сообществ в которых меньше 10к подписчиков, так как в их статистике не видно процентное количество ботов.

Биржи рекламы:

sociate.ru

Внутренняя биржа ВК

- ☐ Совет: При покупке рекламы напрямую выходить на владельца площадки.

6. Часто задаваемые вопросы

[Паста из предыдущего треда, накатанная доброаном по просьбе нуждающихся]:

Можно ли раскрутить сообщество без вложений?

Вопрос деликатный, сейчас поясню. Прошло время, когда, создав «Сообщество любителей заржать во время серьезного мероприятия», оно набирало бы 100 подписчиков за час. Донат в данном случае - это обмен средств на время. С нуля и даже с 10к подписчиков сложно раскручиваться одними взаимными пиарами. Любой мудака может, а главное то, что именно это и делает накрутиться на биржах. В итоге все

получают сообщества-пустышки, которые не приносят при репосте не единого подписчика. Гораздо проще сэкономить с завтраков лишнюю сотку и вложить ее в рекламу, равноценно обменяв вложения на неделю времени. В особо запущенных случаях, когда даже нет возможности спиздить денег из мамкиного кошелька, можно устроить конкурс и разыграть то, с чем не жалко распрощаться. Это может быть книга из семейной библиотеки [*успешно котируется в псевдоинтеллектуальных сообществах*], старая видеокарта или шмотки, которые можно выдать за новые, постирав их с хлоркой. Перед этим стоит заранее составить список сообществ, в которых можно безвозмездно заявить о проводимом конкурсе. В итоге получаем, что раскрутиться без вложений можно, но это быстрее настоебета, чем выдаст выхлоп, хотя бы, в слезный полтинник за рекламный пост.

Есть ли разница между группой и пабликом?

Смотря для каких целей создается страница. Если основной доход планируется получать с рекламы других сообществ, то лучше создать паблик. Если тематика узкоспециализированная и требует обсуждения между ее приверженцами, то для этого создается группа. Конкретнее: ололосмищняшки, сообщество любителей %сериал_нэйм%, хипстерская тематика, модные подборки, копипиздинг интересных паст, фото с [tumblr](https://www.tumblr.com/) и т.д - для всего это создаются паблики. Интернет-магазины, туристические фирмы, студии перевода, дизайнерские конторы и т.д - это группы. То есть, группы создаются для того, чтобы представлять свои услуги. Следует учитывать то, что люди охотнее подписываются на паблики, так как их название крупнее высвечивается на странице, тем самым можно поковырять перед друзяшками, что они подписаны на 4ch, Лурк, Лепрозорий и проч. Но это не значит, что, превратив свою контору по написанию сочинений для 5 класса из группы в паблик, появится больше клиентов.

Влияют ли хэштеги на охват?

На желаемый - нет. В VK хэштеги используются, как инструмент организации материала для удобства поиска внутри сообщества. Лепить over5 хэштегов для увеличения количества уников на 1,5 инвалида в ущерб органичности и смотрибельности поста не стоит.

Как монетизировать сообщество?

- ❑ Продать его через гарант-сервис с минимальным риском наебалова, другие варианты на свой страх и риск. Накрученные собаками продаются не более, чем за 1к деревянных, вне зависимости от их числа. Качественные паблики идут от 30 коп. до 1 рубля за подписчика. Особенно ценны региональные с геопривязкой подписчиков.
- ❑ Прикрутить интернет-магазин. Важно обдумать виды товаров еще до создания основной страницы. Целевые товары особенно котируются у субкультур и прочих социальных групп (*прим. swagобляди, неформалы хипстеры,*

домохозяйки и прочие анимешники). Не стоит думать, что накрутив ценник на китайское говно, его сразу же захотят купить. Без рекламы ИМ не выживет.

- ❑ Реклама сообществ.
- ❑ Создание сайта по сабжу с целью получения дополнительных доходов. Обычно делается наоборот, но и такое возможно.
- ❑ Скрытая реклама в постах. Заказы приходят от брендов с целью популяризации товара. Если ты обнаружил, что на твоей странице меньше подписчиков, чем в МДК, то способ не для тебя.

Хочу раскрутиться без вложений, используя оригинальный контент.

См. пункт 1.

Такое в принципе невозможно, так как противоречит логике. Если засорять страницу взаимным пиаром, то это уже, по сути, не является оригинальным контентом.

Какое оптимальное количество постов в сутки?

Зависит от количества подписчиков.

- до 10к: 3 - 5
- до 50к: 5 - 10
- до 1кк: 10 - 25

Я даун и действительно думаю, что рекламный пост на МДК стоит 175к.

Такая цена указана на внутренней бирже *Внаебалове*, но сделано это для того, чтобы заказчики напрямую писали ~~Роме Желудю~~ админу на почту. Никто не жаждет башлять 10% от стоимости поста на *социзит* и 40% Вбюрократне. На самом деле реклама на МДК стоит не более 20к деревянных.

Откуда пиздить контент?

В основном все воруют с универсального [tumblr](https://www.tumblr.com/). Конкретно по цитатам есть zitata.com, [cityinfo](https://cityinfo.ru/), uaforizm.ru.

Недостающие разделы по мере настроения будут дополнены.

Кооперироваться за пределами треда можно здесь:

- ❑ vk.com/smmnet - паблик мамкиных продвигателей, делящихся советами и совместно генерирующих идеи.
- ❑ vk.com/ipizdezi - фейкоакк с конфой.
- ❑ dr.christ@yandex.ru - почта для связи.