



SMM4WIN

Маркетингові навички соціального медіа для сприяння включення та працевлаштування молодих людей з обмеженими можливостями

Проект KA205-AEF89D3BP

Як почати роботу з маркетингом в соціальних мережах



E-маркетинг

E-маркетинг - це будь-який вид маркетингової діяльності, яка потребує деяких форм інтерактивної технології для його реалізації. Є три форми інтерактивного маркетингу:

- маркетинг через Інтернет-протокол (ІП)
- інтерактивний маркетинг
- мобільний маркетинг



Маркетинг через ІП

Маркетинг через ІП охоплює всі форми маркетингу, які використовують будь-яку частину Інтернету.

Інтерактивний маркетинг зосереджується на використанні не-Інтернет та не-мобільних систем. Це дозволяє маркетологам розглянути параметри поза межами стандартного інтернету або мобільного телефону, щоб використовувати інші технології, такі як зразкові носії, наприклад, DVD та CD, попередньо завантажені демонстраційні пристрої, наприклад, iPod або USB носії, пристрої в магазинах (наприклад, електронні кіоски), і навіть інтерактивна ємність цифрового телебачення.



Мобільний маркетинг

Мобільний маркетинг використовує особливий набір протоколів та інструментів зв'язку, таких як:

- бездротовий доступ
- пристрої Bluetooth
- мультимедійні повідомлення
- системи коротких повідомлень.

Зазвичай маркетологи інтегрують ці форми маркетингу у свої маркетингові плани та дії.

Було помічено, що електронний маркетинг створив фундаментальний зсув у поведінці бізнесу та споживачів, подібний до того, що пов'язаний із появою автомобілів та телефонів, що зменшило потребу в безпосередності каналу.



Маркетинг у соціальних мережах

Маркетинг у соціальних мережах - це використання платформ соціальних медіа для зв'язку з аудиторією для побудови вашого бренду, збільшення продажів та залучення відвідувачів веб-сайтів. Це включає публікацію відмінного контенту у ваших профілях в соціальних мережах, прослуховування та залучення своїх фоловерів, аналіз ваших результатів та показ реклами в соціальних мережах.



Social media marketing

Strategy

**Planning and
Publishing**
Buffer Publish

**Listening and
Engagement**

**Analytics and
Reporting**
Buffer Analyze

Advertising



2. Установка присутності у соціальних мережах

Ваші акаунти в соціальних мережах розказують багато про вас, тому майбутні роботодавці, швидше за все, шукатимуть цю інформацію, шукаючи підказки про вашу кваліфікацію на роботі або вашу відповідність корпоративній культурі на основі того, що ви розміщуєте в Інтернеті.



3. Знай свій персонал

Професіонали соціальних медіа носять багато капелюхів, обов'язки яких варіюються від написання до відстеження доходів, часто всі в одній позиції. Вони також повинні бути в курсі останніх подій в соціальній сфері, які можуть мати великий вплив на стратегію соціальних медіа.



4. Отримай практичний досвід

Переслідувати оголошення про роботу в соціальних мережах може бути неприємно, лише з'ясувавши, що всі вони потребують хоча б певного рівня досвіду. То як же ви отримаєте такий досвід, якщо шукаєте першу роботу в соціальних мережах?



5. Використовуй соціальні мережі у пошуку вакансій

Шукачі роботи у всіх сферах звертаються до соціальних мереж, щоб зв'язатися з компаніями та знайти роботу. Насправді перегляд публікацій про можливості працевлаштування є найпоширенішою причиною для користувачів Інтернету в Іспанії, стежити за брендами в соціальних мережах, тоді як кількість часу, який користувачі Інтернету проводять на LinkedIn, зросла на 87 відсотків між груднем 2016 року та березнем цього року.

LinkedIn є очевидним вибором, коли справа доходить до пошуку роботи за допомогою соціальних медіа - мережа наразі має понад 10 мільйонів вакансій. Але не лише функціонал пошуку роботи, LinkedIn пропонує важливі можливості для роботи в мережі для професіоналів соціальних медіа, особливо через LinkedIn Groups.



6. Створи гарне резюме

Ось проста істина: менеджер з найму навряд чи прочитає всю вашу заявку, перш ніж прийняти про вас початкове рішення "так" чи "ні".

Вони можуть навіть не бачити всіх поданих резюме, оскільки менеджер з підбору персоналу, рекрутер або навіть програмне забезпечення, може провести початковий скринінг, щоб зіставити претендентів із вимогами роботи.

Насправді, недавнє дослідження показало, що рекрутери витрачають в середньому лише шість секунд на перевірку кожного резюме.