**15 верных способов убить ваш SMM**

****

Когда дело доходит до маркетинга в социальных сетях, знание, что нельзя делать, может быть столь же важным, как и знание верных тактик. Последствием ошибки в лучшем случае будет отток подписчиков, а в худшем - разочарование ваших подписчиков и потенциальных клиентов. Это довольно высокие ставки.

**Хвастовство**

Не стоит тратить все свое время и силы на рассказ о лучших проектах и победах. Это оттолкнет ваших подписчиков, 45% из которых, наверняка, отпишутся от вас, если вы будете слишком увлечены саморекламой.

**Отказ от общения**

Быть асоциальным будучи в социальных сетях - это все равно, что проводить пресс-конференцию и отказываться отвечать на вопросы журналистов. Воспользуйтесь преимуществами своих учетных записей в социальных сетях, чтобы делиться информацией и отвечать своим подписчикам.

**Отношение к социальным сетям как к чему-то второстепенному**

Правильно проведенный маркетинг в социальных сетях может привести к значительному увеличению количества коммуникаций с клиентами. Уделяйте достаточно времени и усилий на ведение соцсетей, которых они на самом деле заслуживают.

**Непоследовательность**

Когда вы размещаете контент, вам следует прислушиваться к реакции аудитории и последовательно менять свою стратегию. Придерживайтесь намеченных ориентиров, а не бросайтесь от одной идеи к другой, не давая времени получить и проанализировать первые результаты.

**Игнорирование**

Если постоянно игнорировать подписчиков, они не только не будут заинтересованы в том, что вы им говорите, но и не захотят обратиться к вам при необходимости. Это снижает количество привлеченных лидов из соцсетей и приводит к росту затрат на рекламу.

**Некорректная настройка автоматизации**

Чат-боты могут быть очень полезными, особенно когда вы управляете социальными сетями на нескольких сайтах и платформах, но убедитесь, что у вас есть человек, который отслеживает входящие сообщения и ответы на них в социальных сетях, чтобы избежать ошибок. Корректируйте скрипты чат-ботов, чтобы добиться лучших конверсий.

**Отсутствие качественной статистики**

Не фиксируя метрики из соцсетей, вы работаете вслепую и не можете улучшать свою стратегию. Вы также никогда не узнаете, достигли ли вы поставленного результата.

**Скучный формат**

Дополняйте свои тексты графическим контентом и видео, чтобы аудитория не скучала и воспринимала информацию. Подбирайте стилистику текстов с учетом потребностей и информированности своей аудитории.

**Игнорирование текущих событий**

Оптимизация может сэкономить ваше время, когда вы управляете несколькими учетными записями в социальных сетях. Однако вам нужно оставаться в курсе текущих событий, чтобы не опубликовать что-либо некорректное. Если случилась какая-то трагедия ночью, а утром вы постите мемы с котиками и поздравляете всех с добрым утром, потому что забыли про свой автопостинг, это может вызвать волну хейта.

**Забыли, что люди покупают у людей**

Делитесь с подписчиками инсайдерской информацией о вашем бренде или забавными фотографиями с работы. Реальные люди, стоящие за вашим брендом, скорее всего, принесут вам новые продажи, нежели формальные посты в официальном стиле.

**Повторы**

Не забрасывайте своих подписчиков одинаковыми постами. Если хотите повторить важную информацию, поменяйте иллюстрацию или измените формат. К примеру, из информационного поста можно сделать чек-лист с лаконичной инфографикой.

**Отсутствие вирусного контента**

Частая проблема при ведении аккаунтов в соцсетях – слишком пресное наполнение. Сосредоточьте усилия на создании и вирусном распространение контента, который вам нужен. Для этого предоставьте подписчикам информацию, которую они не смогут найти нигде больше. Пусть они репостят то, что повышает из значимость в глазах друзей, и прилагают дополнительные усилия, чтобы не пропускать ваши обновления.

**Невнимательность**

Наличие большого количества опечаток и неточностей заставляет компании удалять уже размещенные публикации и переделывать работу снова и снова. В итоге вы не только снижаете доверие подписчиков, но и тратите на продвижение больше ресурсов.

**Несерьезное отношение к социальным сетям**

SMM может и должен быть неотъемлемой частью маркетинговой стратегии. Избегайте неудач в социальных сетях и убедитесь, что вы и ваши коллеги понимают важность присутствия вашей компании в социальных сетях.