



Как легко и просто удвоить трафик из социальных медиа

Екатерина Измestьева

<https://te-st.org/2014/04/28/double-your-social-media-traffic/>

Статья обновлена 01 июня 2023

			
First Message (Same day)	5 clicks	10 clicks	4 clicks
Second Mention (Next day)	4 clicks	8 clicks	3 clicks
Third Mention (Next week)	2 clicks	5 clicks	2 clicks
Total clicks:	11 clicks	23 clicks	9 clicks

First Message Clicks:	19
Additional Clicks From Schedule:	24!
Total Clicks:	43

Часто организации используют социальные медиа недостаточно эффективно — портал Kissmetrics рассказал о простом способе удвоить ваш трафик из социальных медиа.

Многие организации используют социальные медиа для того, чтобы привлечь аудиторию на свой сайт и увеличить трафик. При этом социальные медиа часто используются не настолько эффективно, насколько могли бы.

Если вы серьезно относитесь к публикуемому вами контенту, вы должны стараться сделать так, чтобы как можно больше людей увидели его. Один из хороших способов сделать это — *публиковать контент в социальных сетях больше, чем один раз*. Звучит довольно просто. Давайте разберем гипотетический пример.

Как только вы делаете запись на сайте, вы делитесь ею в ваших социальных медиа, где она собирает определенное количество кликов. В представленном выше чарте можно видеть гипотетическое количество кликов, которое получает запись после публикации ее в Twitter, Facebook и Google+.

Когда вы делитесь записью в социальных медиа второй раз, она привлекает меньше внимания, но если вы делитесь тем же контентом в третий раз, то суммарный трафик за эти два

дополнительных упоминания оказывается больше, чем трафик за первую публикацию. Если первая публикация в социальных медиа собрала 19 кликов, то за вторую и третью публикации оказалось собрано 24 клика, т.е. в общей сложности трафик был удвоен больше, чем в два раза.

Безусловно, это простой гипотетический пример, но суть такая: чем больше вы делитесь контентом в социальных медиа, тем больше вы получаете кликов и, соответственно, трафика. Но здесь возникает следующий вопрос — насколько делиться с вашей аудиторией одним и тем же несколько раз допустимо?

Нормально ли делиться контентом несколько раз?

У многих могут возникнуть опасения, что публикация одного и того же контента несколько раз может вызвать негативную реакцию аудитории. На самом деле не так много людей обратит на это внимание. Ваши подписчики в социальных медиа — это не RSS-подписчики, которые видят все, что вы публикуете. В социальных медиа не все ваши подписчики видят каждый ваш пост, особенно это касается Facebook, где в соответствии с политикой показа новостей в этой социальной сети запись видит только небольшой процент вашей аудитории. Поэтому дублирование ваших публикаций — это, в некотором смысле, *способ дать вашим подписчикам возможность читать те материалы, на которые они подписывались*. Если вы не поделитесь ссылкой несколько раз, они, возможно, никогда не увидят эту запись.

Как не быть спамером

Если вы планируете делиться вашими материалами больше, чем один раз, то следование определенным правилам поможет вам не стать спамером и не потерять ваших подписчиков.

1. **Думайте о ваших подписчиках.** Вы публикуете материалы для них, а не для себя.
2. **Не превращайтесь в спамера.** Создайте расписание для ваших публикаций и следуйте ему (подробнее об этом далее в статье).
3. **Проанализируйте свое использование социальных медиа.** Подумайте, как вы сами пользуетесь социальными медиа и где ваша «линия спама», не пересекайте эту линию.
4. **Не делайте ничего, что вам не понравилось бы.** Как бы вы отреагировали, если бы увидели, что кто-то ведет себя в социальных медиа, как вы?
5. **Всегда публикуйте контент, имеющий ценность.** Многократная публикация контента может быть хорошей стратегией только в том случае, когда этот контент качественный и представляет ценность для вашей аудитории.

Если вы будете следовать этим простым правилам, то сможете разработать стратегию публикаций, которая быстро удвоит трафик вашего сайта.

Как правильно публиковать контент несколько раз

Шаг 1: Создать расписание

Для того чтобы эффективно публиковать контент в социальных медиа больше, чем один раз, вам понадобится расписание. При создании расписания вы можете ориентироваться на следующие вопросы:

- Как часто я буду публиковать этот контент в каждой социальной сети? Что будет приемлемым?
- Хочу ли я публиковать контент в какое-то определенное время дня?
- Как долго мой контент будет оставаться актуальным и им будут делиться мои подписчики?
- Сколько времени должно пройти между публикациями?

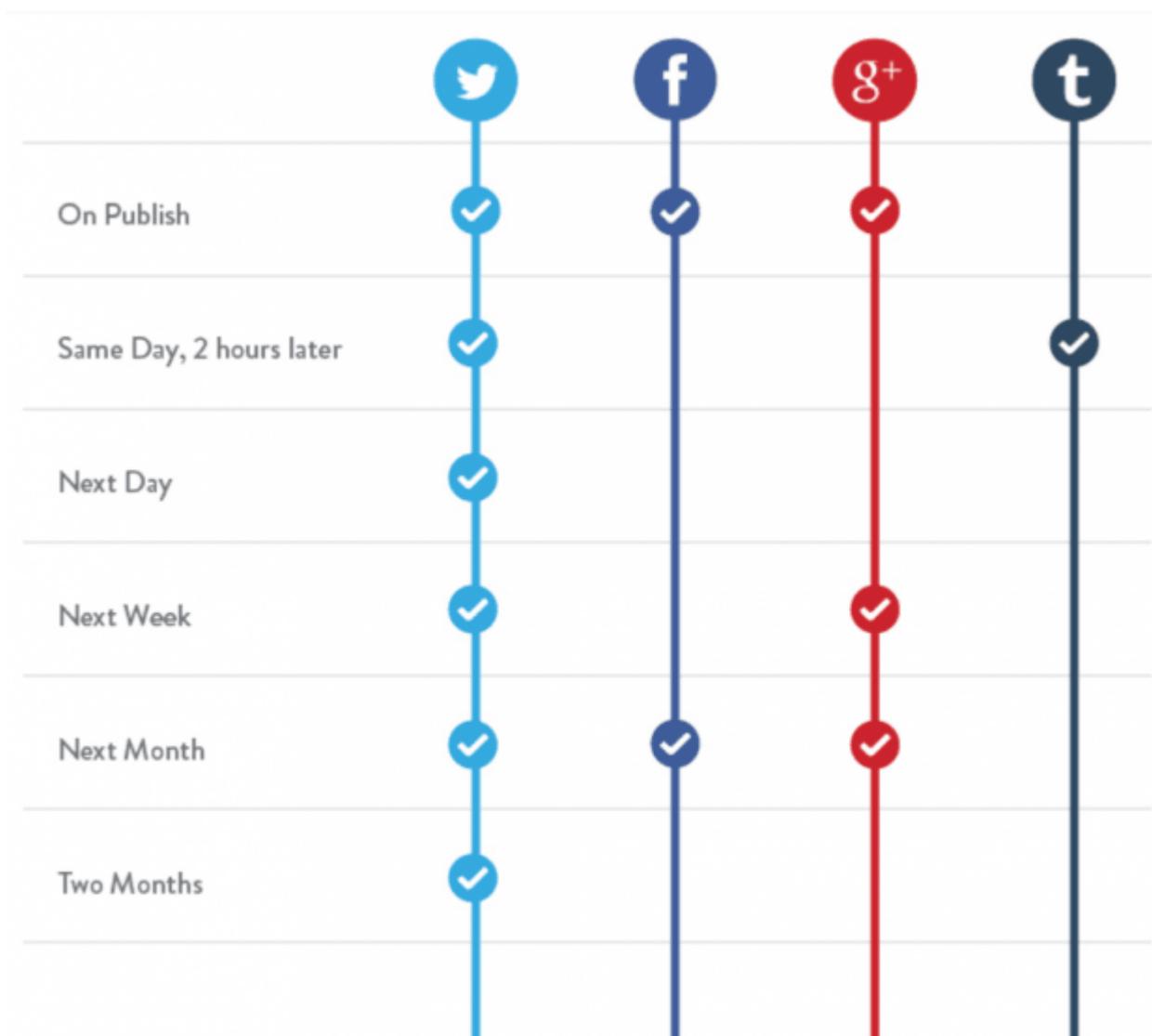
- Какими способами я могу разнообразить график моих публикаций?

С вниманием относитесь к планированию публикаций. Вы не хотите публиковать ваши материалы друг за другом или все сразу, поскольку это именно то, как выглядит спам.

Хорошо спланированное расписание публикаций может выглядеть так:

- **Момент создания записи** — публикация в социальных медиа происходит сразу же после того, как вы опубликовали материал на вашем сайте;
- **Этот день** — вашу первую запись в социальных медиа подписчики видят в течение следующих 2-3 часов;
- **Следующий день** — вы делитесь записью еще раз в подходящих социальных сетях;
- **Следующая неделя** — серия сообщений, публикуемых в социальных сетях в соответствии с составленным расписанием;
- **Следующий месяц** — еще больше сообщений публикуются в соответствии с заранее спланированным расписанием;
- **Следующий ___** — публикация сообщений может быть запланирована на несколько месяцев вперед.

Как только вы создали оптимальное расписание публикаций для каждой социальной сети, вы можете разработать простую хронологию, которая даст вам лучшее представление о распространении вашего контента.



Хронология публикаций в социальных сетях

В этом примере вы можете видеть, что было решено делиться контентом очень часто в сети

Twitter и не так часто в сетях Facebook и Google+. В Tumblr контентом делятся только один раз. Эти решения были основаны на реакции аудитории на контент в каждой из социальных сетей, соответственно, в вашем случае хронология может выглядеть совсем иначе.

Шаг 2: Никогда не делайте одинаковых постов в социальных медиа

Это очень важный пункт, который позволит вам не быть причисленными к спамерам. В основном, когда мы делаем публикацию в социальных медиа, мы включаем в нее заголовок, ссылку и несколько хэштегов. Это все хорошо. Один раз.

Чтобы не утомить ваших подписчиков однообразными публикациями, разнообразьте их вопросами, цитатами и т.д.

1 | Post Title, "New Blog Post" designator

 New Blog Post: A Beginner's Guide to Lead Conversion with Social Media <http://.....>

 Same day as post, Same time as post

2 | Ask A Question

 Are you wondering how to use #socialmedia to drive leads for your business? <http://.....>

 Same day as post, 3 hours after post

3 | Cite A Fact

 71% of adults now use Facebook. Here's how you can get started with #socialmedia lead conversion <http://.....>

 Day After Post

4 | Share A Quote

 Done right, social media can be an extremely powerful tool for lead generation. Here are a few tips <http://.....>

 Week After Post

4 | Add Intrigue

 See how one company generated 150 unique leads from a single Facebook campaign <http://.....>

 MonthAfter Post

Делайте публикации разнообразными

В данном примере каждый твит, содержащий одну и ту же ссылку, является уникальным сам

по себе — здесь есть и заголовок материала, и цитата, и вопрос. Подобный прием является хорошим способом вовлечения аудитории, для которой вы не будете выглядеть так, как будто просто хотите привлечь как можно больше внимания к своим записям.

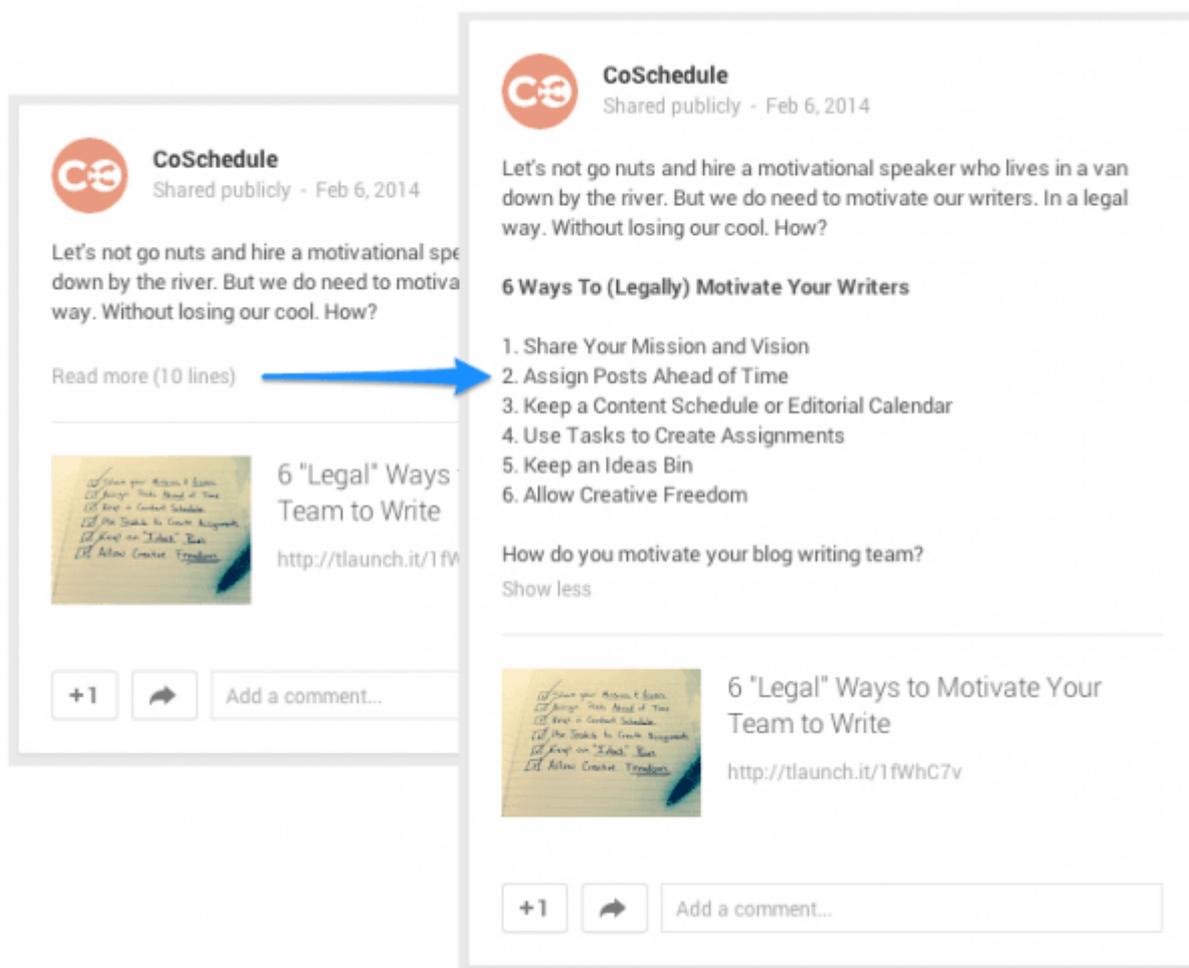
Вы можете использовать следующие типы записей:

- **Простой:** заголовок + ссылка;
- **Вопрос:** задайте вопрос, чтобы начать обсуждение;
- **Факты:** делитесь фактами, содержащимися в вашем материале;
- **Цитаты:** выбирайте интересные цитаты из вашего материала и делайте из них сообщение;
- **Интрига:** добавляйте интригу в ваше сообщение, чтобы привлечь внимание вашей аудитории.

Вы можете попробовать все это на своих подписчиках и посмотреть, как они на это реагируют. Например, попробуйте задавать им вопросы и посмотрите, увеличивает ли это их вовлечение.

Шаг 3: Оптимизируйте ваш контент для каждой социальной сети

Мы все знаем, что каждая социальная сеть работает с текстовыми сообщениями и изображениями по-разному, вам нужно использовать сильные стороны каждой социальной сети.



Маркированный список на Google+

Хорошим примером является Google+, который позволяет осуществлять форматирование текста и делать, например, маркированные списки. Это можно использовать в записях для того, чтобы выделить важные моменты и структурировать информацию наиболее удобным образом.

Еще один пример — это то, как Twitter отображает изображения, как показано на изображении ниже. Твиты, которые содержат изображения, намного более заметны, чем твиты без изображений.



Твит с изображением

Шаг 4: Наблюдайте за результатами

Всегда важно отслеживать результаты ваших публикаций — так вы сможете убедиться в том, что ваше расписание действительно работает (или нет). На что следует обращать внимание.

- **Увеличение или уменьшение активности подписчиков.** Замечаете ли вы изменение в активности подписчиков, после того как стали публиковать контент в соответствии с расписанием? Стало ли больше кликов и лайков? Иногда это очевидно, но вы всегда можете воспользоваться такими инструментами получения статистики, как Bit.ly или Google Analytics, чтобы получить точные цифры.
- **Негативная обратная связь от ваших подписчиков.** Хотя это бывает редко, некоторые пользователи могут заметить вашу возросшую активность и прокомментировать ее. Отнеситесь к этому с вниманием, но одна жалоба не должна испортить потенциально хорошую вещь. Используйте статистику, чтобы понимать, публикуете ли вы контент слишком часто или в неподходящее время.
- **Снижение интереса к вашему контенту.** В Интернете очень много всего, поэтому ваши подписчики могут просто игнорировать ваш контент, если он не кажется им достаточно интересным. Следите за количеством кликов и лайков, чтобы убедиться, что этого не происходит.

Контент может стать вирусным

Контент, которым вы поделились больше, чем один раз, может стать вирусным. Так, например, произошло с одним из авторов kissmetrics.com Джули. Ее запись стала вирусной спустя месяц

после публикации. Джули использовала очень простую стратегию — она поделилась записью в Twitter сразу после того, как запись была опубликована, а затем поделилась ей в Twitter еще раз спустя месяц. Первый твит остался практически незамеченным, в то время как второй сделал материал вирусным.

Когда вы делитесь контентом в социальных медиа больше, чем один раз, вы не только удваиваете трафик, но и увеличиваете шансы того, что ваш контент станет вирусным. Но помните, что вы не должны становиться спамером — есть правильные и неправильные способы делиться контентом, выбирайте мудро.