Будущее социальных сетей – это поиск

В настоящее время социальные сети и поисковая оптимизация настолько плотно связаны между собой, что споры по поводу того, является ли поисковая оптимизация надеждой для социальных сетей, или же наоборот – социальные сети представляют собой опору и поддержку поисковой оптимизации, уже не являются актуальными.

Тем не менее, если вы не до конца согласны с тем, что будущее социальных сетей связано с поиском, давайте задумаемся о причинах, побуждающих поисковую оптимизацию использовать социальные сети. Поисковая оптимизация – это возможность обнаружить определенную информацию. Вне зависимости от того, является ли поиск платным или органическим, его основная цель – затронуть целевую аудиторию и заставить ее совершить определенное действие – лайкнуть информацию, переопубликовать ее, совершить покупку. Социальные сети являются идеальным местом и способом достижения этих целей, поскольку предоставляют множество каналов для их реализации, собирают большое количество пользователей и контента. Тем не менее, не стоит полагать, что все очень просто и можно расслабляться. Для того, чтобы пользователи оценили ваш качественный и интересный контент, вы должны постараться, чтобы они его нашли.

Концепция контента и ключевые фразы

Среднестатистические пользователи, просматривая новые статьи, рекламы и публикации, предпочитают искать информацию, затронутую в них, позднее. Благодаря различным нововведениям от Google, расширившим возможности поиска, они больше не используют одно слово в качестве поискового запроса, предпочитая различные фразы или описания интересующей их продукции.

Именно на эти фразы и нужно обратить внимание. Отслеживая их в различных обсуждениях вашей продукции в социальных сетях, вы сможете проанализировать и лучше понять их воздействие на основную контент-стратегию.

Внимание желательно сосредоточить на обсуждениях, релевантных для вашей сферы деятельности. Они помогут вам найти необходимую для определения вашей целевой аудитории и установления контакта с ней информацию. Это подразумевает то, что вы сможете лучше понять свою аудиторию и начать создавать контент, который затрагивает животрепещущие темы.

Создавайте контент, который легко найти в социальных сетях

Знание своей аудитории социальных сетей и своей целевой аудитории само по себе не гарантирует успех. Теперь вы должны удостовериться, что создаете контент, который хорошо будет выполнять цели стратегии развития и который легко будет найти в социальных сетях.

Возьмем, к примеру, компанию GinzaMetrics. Каждую неделю сотрудники проводят в Google Hangout встречи «FOUND Fridays», во время которых обсуждают поисковой и контент маркетинг. На встречи они приглашают специалистов из нужной им сферы деятельности, с которыми обсуждают темы и тенденции развития, популярные на данной неделе. Общение в Hangout проводится в онлайн режиме, а аудитории предоставляется возможность задавать вопросы в сообществе FOUNDFriday на Twitter, а также в YouTube, SlideShare и Our Blog. Информация о Google Hangout публикуется на Google+, Twitter, LinkedIn, и Facebook специально для аудитории GinzaMetrics, а также для аудитории приглашенного специалиста.

Публикация информации в различных источниках повышает ее видимость в Google, а, следовательно, и возможности быть найденной пользователями. Чем больше источников вы будете использовать, тем выше будут ваши шансы.