Предисловие ко второму изданию

За те два года, которые прошли с момента выхода «Партизанского SMM», очень многое в социальных сетях из куколок стало бабочками и научилось летать. Вчерашние ноу-хау (например, ретаргетинг или парсинговые сервисы) стали нормой, с которых начинается рабочий день. Поэтому, чтобы сохранить за книгой статус комплексной, я очень многое в ней поменял:

- удалил главу о френдинге и инвайтинге (потому что в алгоритмах еще сильнее закрутили гайки);
- удалил главу о контекстной рекламе (она устарела);
- значительно расширил главу о таргетированной рекламе;
- написал отдельный блок об алгоритмах ранжирования лент в сетях «ВКонтакте», Facebook, Instagram;
- добавил рекомендации относительно мессенджеров и livestream-сервисов;
- в разы расширил главы об оформлении сообществ и бесплатном привлечении подписчиков;
- добавил большую главу о конкурентном анализе;
- с нуля переписал главу об основных KPI (Key Performance Indicators — ключевые метрики эффективности) и отчетности.

В общем, это практически совсем новая книга. А главное — как никогда актуальная.

Уверен, она будет полезна и тем, кто читал/внедрял «Партизанский SMM» в его первом воплощении, и тем, кто готов ввязаться в это сейчас.

Продуктивной вам работы, друзья, и скорейшего наступления финансового полудня.

Спасибо за доверие!

Я заставил своего клиента, владеющего относительно большой компанией, выполнить следующее упражнение: он записал прямо из своей головы (а не из «должностной инструкции») список задач для каждого из своих сотрудников (задач, которыми, как он считал, они занимаются), а затем расставил пункты в порядке убывающей важности. Затем он заставил работников сделать то же самое. Никаких совпадений. Ноль. Даже близко не стояли.

Дэн Кеннеди. No B.S. Ruthless Manegement

Поэтому вас попытаются отжать. Способов НЕ выполнить ваши задачи будет придумано сотни и даже тысячи. Все будут искать лазейки, чтобы оставаться в комфортном состоянии. И главное... ГЛАВНОЕ! Вас будут каждый день проверять на прочность. Спасти может только одно: непоколебимая последовательная требовательность к исполнению новых правил и требований. Есть только два варианта: либо подчиненные сломают вас и все вернется на круги своя, либо вам удастся выстроить то, что вы хотите.

Максим Батырев. 45 татуировок менеджера

Предисловие

Представьте... Где-то в первых числах марта вы в -дцатый раз приходите в спортзал, чтобы «привести себя в форму к лету». Причем, когда я говорю «-дцатый», я имею в виду «-дцатую» весну (а не тренировку) подряд. Вы настроены серьезно и, конечно, без раздумий берете самый дорогой абонемент в самом дорогом спортзале. На выходных покупаете новый костюм для тренировок, несколько пар белых носков (новая жизнь как-никак) и... В понедельник, одетый с иголочки, пританцовывая на месте от нетерпения, предстаете перед внушительным верзилой, который представляется вашим тренером.

А теперь наберите воздуха побольше... Представьте, что этот, с позволения сказать, тренер, окинув вас оценивающим взглядом, говорит:

— Ну что, занимайся... Дома почитаешь Джо Вейдера и Майка Метцнера. К июлю ты должен выглядеть вот так... — и тыкает пальцем в проходящего мимо атлета, с как минимум пятилетним непрерывным стажем...

— А как же?.. Э-э-э... — мычите вы ему в ответ.

— Задача ясна? Ну так вперед! Вперед!.. Время — деньги.

Представили? Что вы скажете такому «тренеру»? Или, давайте честнее, куда его пошлете? А почему? Да потому, что тренер затем и нужен, чтобы сказать «что», сказать «как», а потом еще проконтролировать. При этом вам ведь, в принципе, плевать на понимание механизма, вы хотите ре-зуль-тат. Спартанский торс и голодные взгляды на пляже. А он берет с вас деньги за то, чтобы дать вам этот результат. Резонно?

Теперь проведем аналогию. Как работают ваши сотрудники? У каждого ли из них есть «программа тренировок»

на каждый день? А как в течение «тренировки» их контролирует тренер?

Риторические вопросы... Но тогда почему вы ждете от них звезд с неба и многократной окупаемости? Почему вы думаете, что начинающий спортсмен без поддержки опытного наставника сам возьмет планку «120 кг от груди»? И ладно еще, если мы говорим про «жим лежа». Неправильно выполненная «становая» может закончиться травмой «на всю оставшуюся». А неправильно выполненная задача... В общем, думаю, мы поняли друг друга.

Эта книга — подробная «программа тренировок» для вашего SMM-менеджера. С четкими инструкциями «что делать», «как делать», «в какое время делать», не оставляющими ему права на ошибку. Да — исходные данные у всех разные, а программа — это шаблон, который кому-то подойдет больше, а кому-то — меньше. Но ведь и наша задача не «Мистер Олимпия», а банальная рентабельность менеджера.

Это НЕ книга-тренинг, НЕ сборник кейсов и НЕ информационный справочник с ответом на вопрос «зачем?». Это технология, которая позволит вам в любой момент подойти к своему «спортсмену» и вполщелчка увидеть его прогресс. Причем неважно, будет ли это желторотый студент или седобородый трудоголик без опыта работы в Интернете... Если он умеет держать мышку в руках и способен пускать слюну, когда загорается лампочка, ему не понадобится даже специальный тренинг. Полный all inclusive. Довольство, «кубики пресса» и, самое главное, — прибыль. Даже раньше, чем износится первая пара ваших белых носков...

Коротко о главном (четыре страницы, которые нужно прочитать руководителю)

Кто такой SMM-менеджер (в дальнейшем для простоты я буду называть его Сэм)? Определений существует много, я дам наиболее простое. *SMM-менеджер — это сотрудник, профессионально работающий в социальных медиа.*

Если копнуть немного под эпидермис, SMM расшифровывается как social media marketing, или, говоря по-русски, «маркетинг в социальных медиа». При этом, заметьте, ни форумы, ни сетевые СМИ, ни даже хостинги для хранения данных вроде YouTube формально социальными сетями не являются, однако работа с ними вполне будет вменяться в обязанности Сэма (просто потому, что иначе «его радость была бы неполной»).

В конце концов, наша задача не в том, чтобы разобраться в терминах. Поэтому, пожалуй, прямо с этого места начинаем работать.

- Если вы и ваша команда уже пытались активничать в соцсетях и у вас остались какие-то ресурсы (живые или мертвые), впишите их в список, с которого начинается раздел для SMM-менеджера («SMM-специалист. Инструкция по самоэксплуатации»).
- Если вы и ваша команда идете в социальные сети «с чистого листа», дочитайте раздел для руководителя («Коротко о главном») до конца, закройте книгу и отдайте ее своему SMM-менеджеру (я имел в виду Сэму), который только что прорвался к должности и ждет ценных указаний. Дальше — сугубо его работа. Ваша окончена. Первый отчет будет в конце месяца. Если конкретно — в его последнюю пятницу.

Что необходимо проконтролировать:

- доступ к логинам и паролям от площадок, на которых ведется работа (я рекомендую хранить их одним файлом в таком месте, о котором знают только ключевой сотрудник и вы, — то есть не на рабочем столе центрального компьютера офиса); разумеется, при смене ключевого сотрудника пароли тоже должны меняться (причем очень быстро — желательно в течение нескольких часов);
- очень часто Сэмы создают профили в социальных сетях из своих персональных пользовательских аккаунтов; в перспективе это чревато для вас самыми разнообразными неприятностями, начиная со сложностей с администрированием ресурсов и заканчивая невозможностью урезать права нежелательного юзера (например, в сети «ВКонтакте» пользователь, создавший сообщество, навсегда остается «суперадмином» и, как его ни выгоняй, он практически всегда сможет сам себя восстановить); поэтому не поленитесь один раз настоять на том, чтобы регистрация сообщества в ВК, да и в FB тоже (если у вас их еще нет) велась с вашего персонального аккаунта; еще лучше — купите новую SIM-карту и пусть Сэм все новые e-mail и аккаунты регистрирует на нее (так и пароли всегда восстановить можно, и вероятность того, что аккаунт «уведут», сокращается в разы); само собой, карта должна находиться под вашим неусыпным контролем.

По каким вопросам Сэм будет дергать вас:

- отчетность (один раз в месяц Сэм будет сдавать письменные отчеты установленной формы вам на проверку); чтобы проконтролировать соответствие отчета оригинальному шаблону, скачайте образец с моего сайта: shcherbakovs.com/smm (как ни странно, это бесплатно);

именно на него будет ориентироваться Сэм в своей работе;

- утверждение бюджета и плана работы на ближайшие 90 дней (хотя, возможно, бюджет вам будет удобнее обсуждать с бухгалтером);
- помимо прочего, в материалах книги для него предусмотрен мотивирующий документ (заточенный на выполнение этой самой 90-дневки), в котором он попросит вас заполнить графу поощрений и, возможно, наказаний (она там тоже есть, вопрос в том — попросит ли);
- и для той и для другой процедуры лучше назначить конкретный день, например последнюю пятницу каждого (или каждого третьего) месяца, чтобы не изобретать велосипед снова и снова.

По каким вопросам вам имеет смысл дергать Сэма:

- в первую очередь — по указанным ранее (отчетность, планирование и бюджет);
- во вторую — по вопросам вывешивания недельных отчетов на стену над его рабочим столом (см. главу 25); это очень важно — публичная ответственность за свои результаты практически всегда улучшает качество этих результатов, поэтому, если вам понравится такая практика (а она вам понравится), попробуйте внедрить ее и для сотрудников других отделов тоже;
- в-третьих, время от времени делайте хаотичные проверки (первой главой в этой книге идет расписание работы Сэма на каждый день, включая выходные; вы вполне можете в любой момент взглянуть, *чем* он должен заниматься сейчас, в соответствующей главе посмотреть, *как* именно, а затем проверить, что же происходит *на самом деле*); да, разумеется, я понимаю, что вокруг нас реальная

жизнь и, возможно, вы захотите внести в предложенное расписание коррективы или на что-то закрыть глаза, но пренебрегать хаотичными проверками не рекомендую.

Поэтому:

- очень желательно, чтобы не только Сэм, но и вы (или другой контролирующий орган; подробнее об иерархии на предприятии — в главе 1) прочитали эту книгу и были в курсе происходящего у вас в бизнесе; даже если вы никогда раньше не сталкивались с SMM, думаю, она не вызовет у вас сколь-нибудь серьезных сложностей (в конце концов, непонятные термины или рекомендации можно спокойно прояснить в Google или «Яндексе» — работа непыльная, а спокойствия добавляет);
- повторюсь: прямо сейчас скачайте у меня на сайте материалы для работы: shcherbakovs.com/smm — это тот минимальный набор, который нужен для отслеживания динамики и понимания результативности (или ее отсутствия).

Еще один очень важный момент

Мне бы хотелось, чтобы в этой книге вы разглядели не только SMM-технологии, но и бизнес-систему. Утрированную, заведомо не подходящую для «каждого» (потому что созданную для «всех») и тем не менее — систему. Если всю свою сознательную жизнь вы думали, что формализация (закрепление на бумаге) бизнес-процессов — это не для малого и среднего бизнеса, я постараюсь вас разубедить. Заставьте вашего эсэмэмщика работать так, как будто эта книга — реальная должностная инструкция (с поправкой на значимые внутренние особенности, конечно), и, уверяю вас, очень скоро вы задумаетесь о том, чтобы формализовать вообще все. Что ж... Оно того стоит.