

Смм специалист Маркетолог +7 937 090 56 70 (MAX)
<https://юлиясмммаркетинг.рф>



Смм специалист Маркетолог

5 лет занимаюсь продвижение
брендов и компаний

+7 937 090 56 70



Комплексно веду социальные сети: от разработки стратегии и контент-плана до аналитики и корректировки.

Создаю контент, который вовлекает и конвертирует: тексты, визуал, сторис, клипы.

Работаю с метриками (охваты, вовлечённость, переходы, прямые заходы на сайт) и показываю прозрачную отчётность.

Что делаю:

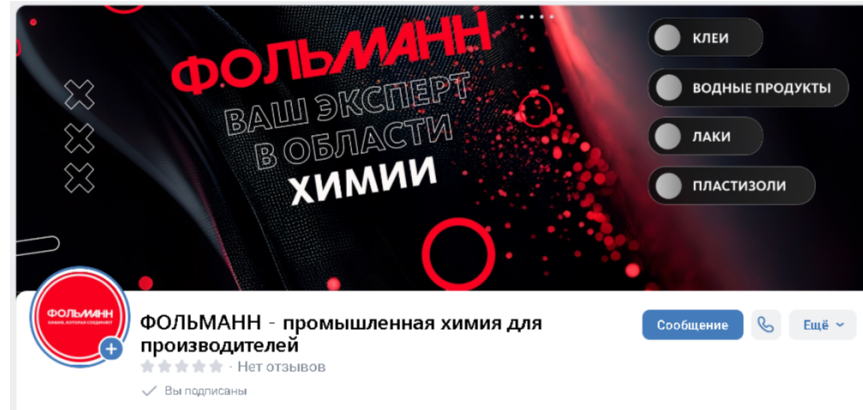
- разрабатываю СММ-стратегию и контент-план под цели бизнеса;
- пишу тексты для постов, сторис и клипов, адаптирую под tone of voice бренда;
- подбираю визуал и формулирую ТЗ для генерации изображений;
- настраиваю вовлечение: рубрики, опросы, конкурсы, работа с комментариями; веду аналитику;
- отслеживаю ключевые метрики, корректирую стратегию;
- работаю с отзывами и репутацией, повышаю доверие аудитории.

Компания Фольманн

промышленная химия для производителей

г.Ногинск, д.Новое Подвязново, д.11, офис 1, Москва

B2B-сегмент



Поставленные задачи:

- Узнаваемость бренда
- Привлечение подписчиков

Что сделано:

- Анализ конкурентов
- Анализ целевой аудитории
- Построение стратегии продвижения
- Создание и формирование инструментов продвижения
- Продвижение

В рамках стратегии продвижения основной площадкой выбрана социальная сеть **ВКонтакте**. Для расширения охвата аудитории также использовались платформы **Дзен, Rutube, Телеграм, Мах и Одноклассники**, на которых осуществлялось размещение контента (кросспостинг). Для повышения вовлеченности пользователей был внедрен чат-бот.

С помощью таргетированной рекламы привлечено 158 новых подписчиков в сообщество. Общий бюджет, выделенный на проведение рекламной кампании, составил 12 368 рублей 39 копеек. Стоимость привлечения одного подписчика составила 78 рублей 28 копеек. Данный показатель является удовлетворительным для B2B-сегмента, где аудитория формируется из представителей бизнеса, проявляющих интерес к тематике продукта или услуги.

Елена массаж

г. Михайловка, Волгоградская область
Продвижение услуги массажа (Михайловка)



Поставленные задачи:

- выстроить систему привлечения клиентов для мастера массажа

Что сделано:

- Сайт как конверсионная база.
- Присутствие на Яндекс Услугах — там, где решают «заказать».
- Карточка в Яндекс Картах/Бизнесе с полным адресом и фото — чтобы студию легко находили локально.
- ВКонтakte как канал прогрева и вовлечения, с понятной воронкой на сайт и карточку.

Сначала закрыла «точки поиска» (карты, услуги, сайт), а уже потом усилила их соцсетью. Сейчас идёт прогрев и сбор отзывов — они дают доверие на старте.

Мастер постоянно развивается, осваивает новые техники — эту ценность грамотно упаковывала и показывала.

Настройка таргетированной рекламы для В2В-сегмента

Помогла В2В-бренду привлечь релевантную аудиторию — представителей бизнеса и профильных специалистов.

Целевое действие	Подписка на сообщество (Сообщество и профиль Вконтакте)					 1 июн 2026 — 31 июл 2026	Сравнить
Бюджет	250,00 Р за день						
Минимальная цена	Авто						
Результат 	Цена за результат 	Потрачено всего 	Клики 	CTR 	CR 		
268 н/д	86,31 Р н/д	23 130.34	781	0,51 н/д	34,31 н/д		

Что было сделано:

Сегментировала аудиторию: учитывала должности, типы компаний, профессиональные интересы.

Тестировала связки «текст + креатив»: одни акцентировали практическую пользу, другие — решение конкретных проблем.

Настроила сквозную аналитику: прописала UTM-метки, подключила отслеживание действий.

Регулярно оптимизировала кампании: каждую неделю анализировала статистику, перераспределяла бюджет.

Результаты за месяц:

268 новых подписчиков: осознанный интерес к бренду.

781 кликов: аудитория взаимодействовала с контентом.

CTR 0,51 %: осмысленные переходы.

СРС 34, 31 Р: возможность масштабирования без роста расходов.

Цена подписчика — 78,28 Р: хороший результат для В2В.

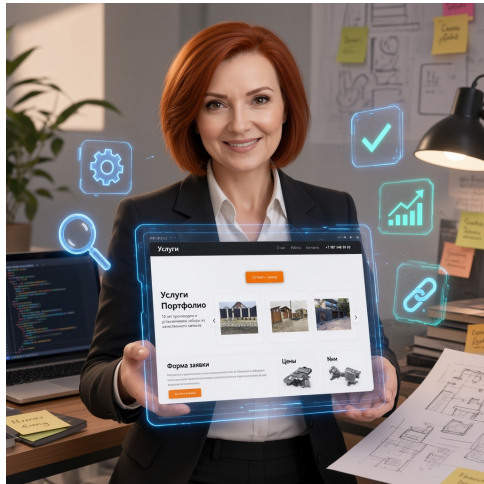
Почему это сработало?

В В2В-рекламе важна точность. Сегментация, тестирование и аналитика помогли привлечь целевых подписчиков даже с умеренным бюджетом.

ЗАБОР-СЕРВИС

г. Симферополь, Крым

Увеличение потока клиентов



Задача: увеличить поток клиентов из интернета для компании по установке заборов и ворот.

Проблема: клиент полагался в основном на Авито, но терял аудиторию, которая ищет услуги через Яндекс. При этом крупные заказы чаще начинаются именно с поиска, а не с ленты объявлений.

Решение: многоканальная воронка под нишу

Не убрали Авито — мы добавили инструменты, которые работают параллельно и закрывают другие сегменты спроса:

- **Сайт-визитка (забор-сервис.рф).** Сделали лаконичную страницу, где клиент за 30 секунд понимает, что предлагают, сколько это стоит и как связаться. На сайте разместили каталог услуг, примеры работ, гарантии, отзывы и форму заявки — то, чего нет в формате объявления на Авито.

- **Яндекс Бизнес и Яндекс Карты.** Компания появилась в локальной выдаче и на картах. Это критично, когда человек ищет «ворота под ключ»: он хочет видеть адрес, фото работ и понимать, что фирма реально существует.

- **Соцсети.** Подключили как канал узнаваемости и прогрева: чтобы формировать доверие, рассказывать про этапы монтажа, показывать реальные объекты и вести людей на сайт.

Почему сайт не заменяет Авито, а дополняет его?

Разные типы клиентов ищут по-разному:

- **Горячие и быстрые:** идут на Авито, смотрят объявления, сравнивают цены.

- **Сложные и крупные заказы:** начинают с поиска в Яндексе, читают про гарантии и примеры работ, сравнивают портфолио, только потом звонят.

Сайт закрывает именно вторую группу и даёт больше доверия за счёт полноты информации.

Результат

Компания получила инструмент, который приводит заявки из поиска и работает круглосуточно. Без ручного размещения и обновления десятков объявлений.