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

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



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.

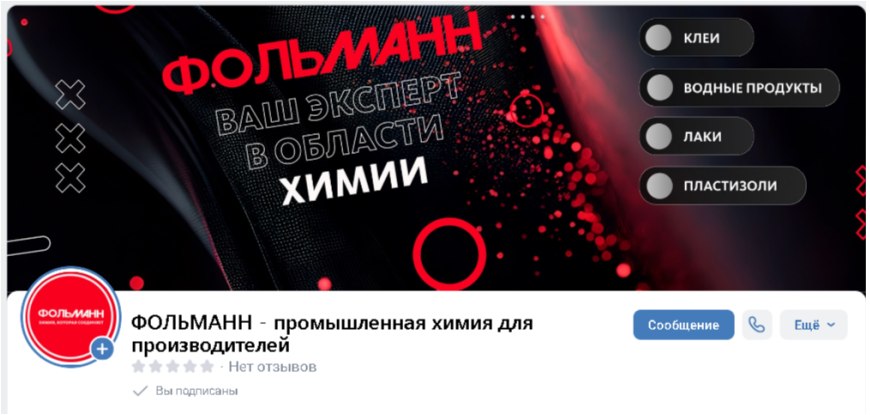
Смм специалист Маркетолог +7 937 090 56 70 (MAX)
https://юлиясмммаркетинг.рф

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, Max и Одноклассники**, на которых осуществлялось размещение контента (кросспостинг). Для повышения вовлеченности пользователей был внедрен чат-бот.

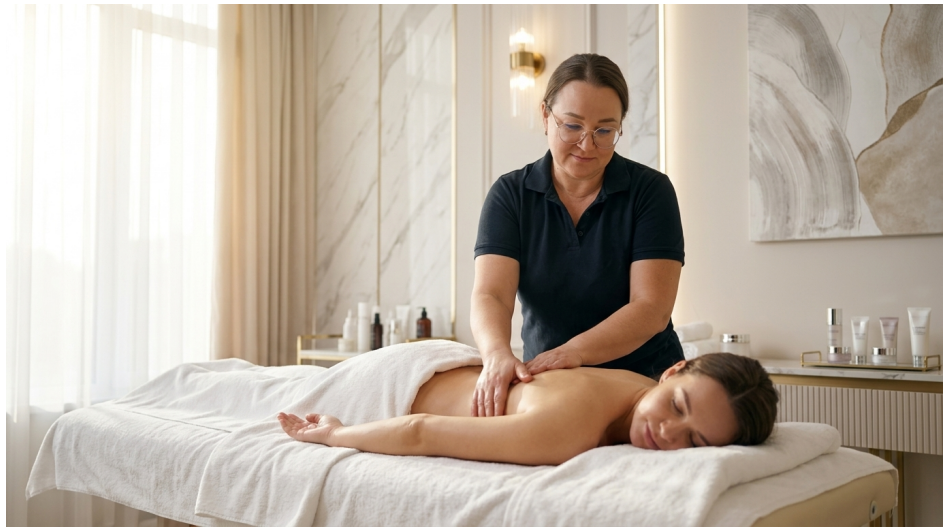
С помощью таргетированной рекламы привлечено 158 новых подписчиков в сообщество. Общий бюджет, выделенный на проведение рекламной кампании, составил 12 368 рублей 39 копеек. Стоимость привлечения одного подписчика составила 78 рублей 28 копеек. Данный показатель является удовлетворительным для B2B-сегмента,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

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

Елена массаж

г. Михайловка, Волгоградская область

Продвижение услуги массажа (Михайловка)



Поставленные задачи:

- выстроить систему привлечения клиентов для мастера массажа

Что сделано:

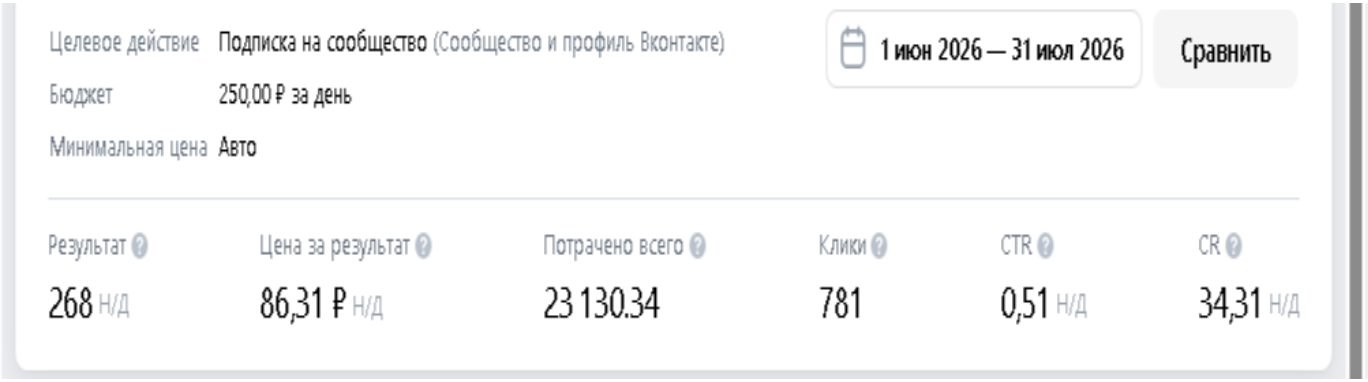
- Сайт как конверсионная база.
- Присутствие на Яндекс Услугах — там, где решают «заказать».
- Карточка в Яндекс Картах/Бизнесе с полным адресом и фото — чтобы студию легко находили локально.
- ВКонтакте как канал прогрева и вовлечения, с понятной воронкой на сайт и карточку.

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.

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

Настройка таргетированной рекламы для B2B-сегмента

Помогла B2B-бренду привлечь релевантную аудиторию — представителей бизнеса и профильных специалистов.



Что было сделано:
Сегментировала аудиторию: учитывала должности, типы компаний, профессиональные интересы.
Тестировала связки «текст + креатив»: одни акцентировали практическую пользу, другие — решение конкретных проблем.

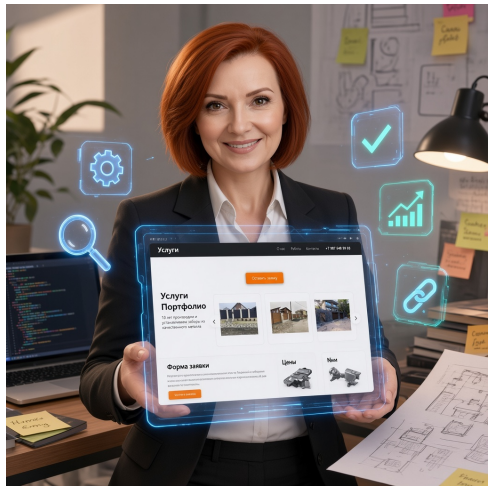
Настроила сквозную аналитику: прописала UTM-метки, подключила отслеживание действий.
Регулярно оптимизировала кампании: каждую неделю анализировала статистику, перераспределяла бюджет.
Результаты за месяц:
268 новых подписчиков: осознанный интерес к бренду.
781 кликов: аудитория взаимодействовала с контентом.
CTR 0,51 %: осмысленные переходы.
CPC 34, 31 ₽: возможность масштабирования без роста расходов.
Цена подписчика — 78,28 ₽: хороший результат для B2B.
Почему это сработало?
В B2B-рекламе важна точность. Сегментация, тестирование и аналитика помогли привлечь целевых подписчиков даже с умеренным бюджетом.

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

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 убирали 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.

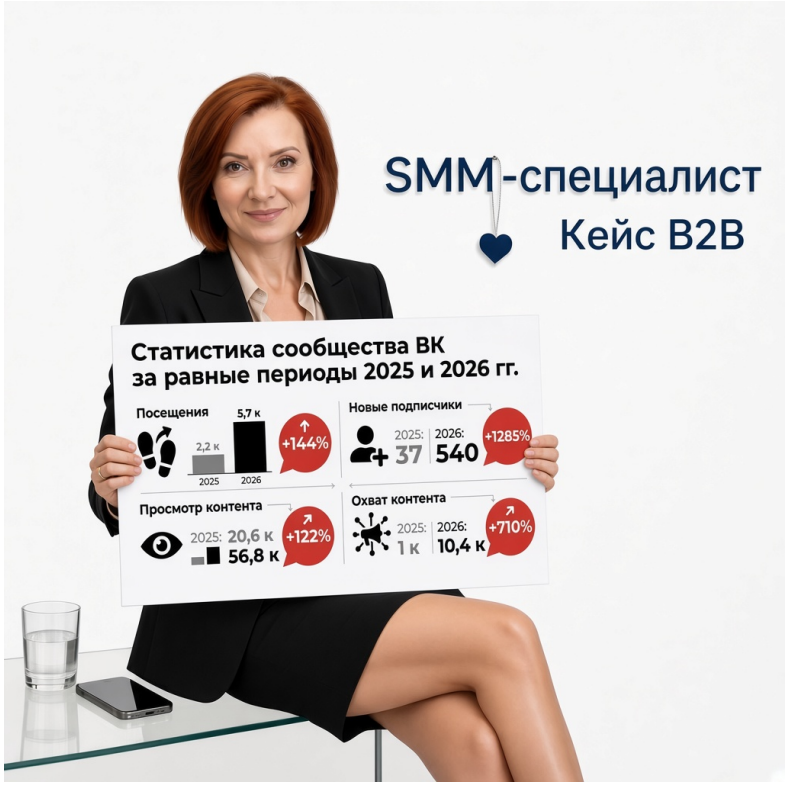
Смм специалист Маркетолог +7 937 090 56 70 (MAX)
https://юлиясммаркетинг.рф

Компания Фольманн

промышленная химия для производителей

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

B2B-сегмент





Кейс: продвижение сообщества ВКонтакте в B2B-сегменте и что реально сработало.

Фольманн- промышленная химия для производителей

Этот проект до сих пор остаётся одним из самых любимых — и при этом точно не из лёгких.
Работать в **B2B**, где аудитория — производители, инженеры, снабженцы, — это совсем другая история. Тут не прокатит

«зацепить» мемом или эффектной картинкой: люди приходят за пользой, фактами и понятной экспертизой.

Первые месяцы были про пробы. Тестировала разные форматы, смотрела, на что реагирует аудитория, а что просто пролистывают. И быстро стало ясно: в этой нише решает не количество, а качество контента. Каждый пост должен закрывать реальную боль клиента, давать прикладную ценность или хотя бы понятный инсайт. Именно поэтому ставку сделали на профессиональный, глубокий контент без воды и общих фраз.

Стратегия строилась вокруг **ВКонтакте** — и я задействовала максимум инструментов, но не хаотично, а точечно, под задачи:
- **Сторис** — для коротких новостей, анонсов и «живых» моментов: цех, отгрузки, приёмка партии. Это помогало показать, что за сообществом стоят реальные люди и процессы.
- **Рассылки по ЦА**— чтобы привлечь только нужную ЦА на ресурс.
- **Таргетированная реклама** — с сегментацией по интересам.
- **Кросспостинг** — дублировали ключевые посты на других площадках, но всегда с адаптацией под аудиторию и без «копипаста».
- Масслайкинг — аккуратно, чтобы наращивать охват среди релевантной аудитории.
- **Интеграция с Ozon** — чтобы связать контент в ВК с реальными товарами и упростить путь клиента от интереса к покупке.

Результаты пришли не сразу — но они были системными: рост вовлечённости, увеличение числа целевых заявок и, что особенно ценно, рост доли «тёплых» лидов, которые уже понимали, что именно мы предлагаем и зачем.

Главный вывод, который я вынесла из этого кейса: в B2B нет волшебных кнопок. Работает только системный подход, где качественный контент — это фундамент, а инструменты продвижения — усилители.