

План SMM аудита

1. Анализ присутствия в социальных сетях:
 - a. анализ целевой аудитории;
 - b. анализ основных конкурентов;
 - c. анализ технической оптимизации аккаунтов в Facebook и Instagram;
 - i. информационное наполнение и оформление аккаунта;
 - ii. наличие доп. ссылок и вкладок;
 - iii. наличие магазина, мессенджера, карт оффлайн;
 - d. анализ контента;
 - i. визуальный статический и динамический контент;
 - ii. вовлеченность;
2. Анализ трафика и конверсий из социальных сетей.
3. Адаптивность и оптимизация контента для мобильных устройств.
4. Анализ рекламного аккаунта:
 - i. наличие аналитики, корректно настроенных целей, конверсий и пикселей, UTM - меток
5. Анализ структуры аккаунтов:
 - i. продвижение контента Страницы;
 - ii. бренд-кампании;
 - iii. конверсионные кампании;
 - iv. товарный и динамический ремаркетинг;
 - v. анализ таргетинга и аудиторий;
 - vi. анализ форматов и оформления объявлений;
 - vii. анализ стоимости конверсий и эффективности распределения бюджета;
6. Рекомендуемая стратегия продвижения на основе анализа.
7. Анализ инвестиций в продвижение и прогноз результата.

К аудиту прилагается медиа-план, содержащий просчет бюджета и прогноз показателей, примеры релевантного контента