

DOI: 10.33581/2020-20-72-76

SMM-СПЕЦИАЛИСТ = СОВРЕМЕННЫЙ БИБЛИОТЕКАРЬ

SMM SPECIALIST = MODERN LIBRARIAN

Гавдей Анастасия Николаевна – библиотекарь II категории научно-методического отдела Фундаментальной библиотеки Белорусского государственного университета (Беларусь), e-mail: haudzei@bsu.by

Haudzei Anastasiya – librarian of the II category Scientific-methodical Department of the Fundamental library of the Belarusian State University (Belarus), e-mail: haudzei@bsu.by

Аннотация: В докладе рассказывается о профессии SMM-специалиста, его навыках и умениях, а также требованиях, предъявляемых к данной профессии. Ключевым аспектом статьи является применение принципов работы SMM-специалиста для библиотечных кадров, занимающихся социальными сетями.

Abstract: The report tells about the profession of an SMM specialist, his skills and abilities, as well as the requirements for this profession. A key aspect of the article is the application of the principles of the SMM specialist to the library staff involved in social networks.

Ключевые слова: SMM, SMM-специалисты, медиамаркетинг, социальные сети, аккаунты, библиотечное дело, библиотечное обслуживание, библиотеки, библиотечный SMM.

Keywords: SMM, SMM-specialists, media marketing, social networks, accounts, librarianship, library service, libraries, library SMM.

Еще совсем недавно велись разговоры о цифровом будущем. Но доступность и распространенность интернета лишний раз подтверждает, что мы уже живем в цифровом мире, ведь сегодня каждый житель планеты пользуется услугами сети. Самой динамически развивающей средой можно назвать социальные сети. Такая популярность во всем мире делает их очень привлекательными площадками для рекламы продуктов и услуг. В связи с этим возникает потребность в специалистах, которые могут заниматься маркетингом в социальных сетях.

Давайте разберемся, что же такое маркетинг в социальных сетях или SMM (Social Media Marketing) – это комплекс действий нацеленный на взаимодействие с людьми через социальные сети. SMM помогает донести до пользователей, в том числе потенциальных, информацию о товарах или услугах организации с помощью рекламы [8].

Исходя из этого можно дать определение SMM-специалисту – это специалист, занимающийся развитием аккаунта (страницы, группы или сообщества) в социальных сетях, и отвечающий за привлечение подписчиков, общение с ними и формирование положительных ассоциаций об организации, ее продуктах и услугах. Основной задачей такого специалиста является ненавязчивое направление потенциальных пользователей на выполнение необходимого для организации целевого действия.

Профессия «SMM-специалист» – это профессия 21 века. Далеко не каждый может представить, на что он способен, что входит в его обязанности и какие требования к нему предъявляются.

Основными обязанностями SMM-специалиста являются следующие:

1. Анализ страниц конкурентов и целевой аудитории.
2. Разработка, создание контента, а также оформление единого стиля страницы для продвижения её в социальных сетях (написание текстов, создание фото, логотипа, видео и т.д.).

3. Создание, ведение и развитие пабликов / профилей / официальных страниц в социальных сетях — VK, Instagram, Facebook, Twitter, OK, YouTube и др. (набор социальных сетей может меняться в зависимости от целевой аудитории).
4. Привлечение, а также увеличение числа подписчиков и посетителей.
5. Ведение диалога с подписчиками, отслеживание их действий и интересов.
6. Запуск активностей — проведение игр, конкурсов, опросов по интересам, различных викторин и прочее.
7. Ведение отчётности.

При приёме на работу SMM-специалиста к нему предъявляются определённые требования:

1. Аналитические умения и знания веб-аналитики (Google Analytics, Яндекс.Метрика).
2. Умения стратегического планирования, а также навыки в развитии сообщества и привлечении подписчиков без какой-либо накрутки ботов.
3. Коммуникабельность.
4. Владение графическими редакторами для качественного создания картинок и обработки фотографий/видео.
5. Умение написания грамотных и привлекательных постов.
6. Знание возможностей и ограничений социальных сетей и понимание специфики продвижения в каждой из них.
7. Стрессоустойчивость.
8. Опыт ведения социальных сетей.

Из этого следует, что SMM-специалист — это человек способный быстро обучаться, готов ко всему новому, умеющий постоянно быть в тренде, а также способный легко находить общий язык с разными людьми, выходить из конфликтных ситуаций и не боящийся стрессовых ситуаций.

В век информационного общества работа библиотеки должна быть ориентирована, в первую очередь, на пользователей, поэтому важно обратить

внимание на работу в социальных сетях. В отличие от работы коммерческих аккаунтов, библиотеки не продают, а предлагают воспользоваться ее продуктами (взять книгу, посетить мероприятие, изучить ресурсы баз данных и т.д.).

Задачи библиотечного SMM:

1. Информирование: анонсы мероприятий, объявления, списки новых поступлений в фонд, отчеты о проведении мероприятий и т.д. Цель – привлечь новых пользователей или подписчиков, увеличить посещаемость (реальную и виртуальную).
2. Привлечение внимания: при решении данной задачи важно проявить творчество, креатив и смекалку (это может быть интересная необычная дата или редкая книга, которую хорошо прорекламировали). Главная цель – убедить пользователя посетить библиотеку.
3. Получение обратной связи – важно наладить общение с виртуальными пользователями. Здесь помогут опросы, викторины, а также предложения делиться комментариями. Это более простой способ узнать мнения подписчиков как о странице (аккаунте, группе, сообществе), так и о библиотеке и скорректировать свою работу [4].

В заключение хотелось бы сказать, что библиотекарь, который работает в социальных сетях, должен владеть принципами работы SMM-специалиста, а также держать баланс ведя аккаунт библиотеки, быть высококультурным, но при этом живым и интересным для широкой аудитории [3], что невозможно без горящих глаз и любви к своей работе.

Список использованной литературы

1. Бабосов, Е. М. Роль креативной личности в развитии сетевого общества / Е. М. Бабосов ; НАН Беларуси, Институт социологии. — Минск : Беларус. навука, 2019. — 300 с.: ил.

2. Копылова, Н. Библиотечный SMM: Сколько Можно Медлить? [Электронный ресурс] / Наталья Копылова // ЛибИнформ : информ. портал. – Режим доступа: <http://libinform.ru/read/articles/Bibliotechnyj-SMM-Skolko-Mozhno-Medlit/>. – Дата доступа: 12.12.2020.
3. Едакин, А. Готовый контент-план для соцсетей библиотеки [Электронный ресурс] / Алексей Едакин // SMM PLANNER : блог о маркетинге в социальных сетях. – Режим доступа: <https://smmplanner.com/blog/gotovyi-kontient-plan-dlia-sotssietiei-bibliotieki/>. – Дата доступа: 14.12.2020.
4. Башлыков, А. СММ специалист — кто это, какие у него обязанности и сколько он зарабатывает? [Электронный ресурс] / Артем Башлыков // Артем Башлыков : все про интернет маркетинг. – Режим доступа: <https://artbashlykov.ru/smm-spetsialist-kto-eto/>. – Дата доступа: 14.12.2020.
5. Стиврень, В. СММ-специалист – кто это такой, чем он занимается и как им стать с нуля [Электронный ресурс] / Вероника Стиврень // В своем доме. – Режим доступа: <https://vsvoemdome.ru/finansy/udalennaya-rabota/smm-specialist-kto-ehto>. – Дата доступа: 14.12.2020.
6. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 376 с.
7. Щербаков, С. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера / Сергей Щербаков. – 2-е изд., расширенное и доп. – СПб. [и др.] : Питер, 2019. – 317 с.: ил. – (Деловой бестселлер).
8. Альбрехт, Н. SMM в библиотеке [Электронный ресурс] / Наталья Альбрехт // SMM агентство BLACKMEDIA. – Режим доступа: <https://vk.com/@blackmediainc-smm-v-biblioteke>. – Дата доступа: 14.12.2020.