



ІНСТРУМЕНТИ

SMM-спеціаліста



ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗАДАЧ

Notion | notion.so

Для чого:

Універсальний робочий простір для SMM-команди. Тут можна зберігати контент-план, брифи, ТЗ для дизайнера, шаблони підписів і будь-яку документацію по проєктах.

Як оптимізує роботу:

- Весь контент-план в одному місці – без Excel і розсипаних нотаток
- Шаблони публікацій прискорюють підготовку постів
- Команда бачить статус кожного матеріалу в реальному часі
- Зручно для фіксації брифів від клієнта та їх затвердження

Для новачка це особливо важливо – без системи планування легко «потонути» в дедлайнах і загубити затверджені матеріали.

Trello

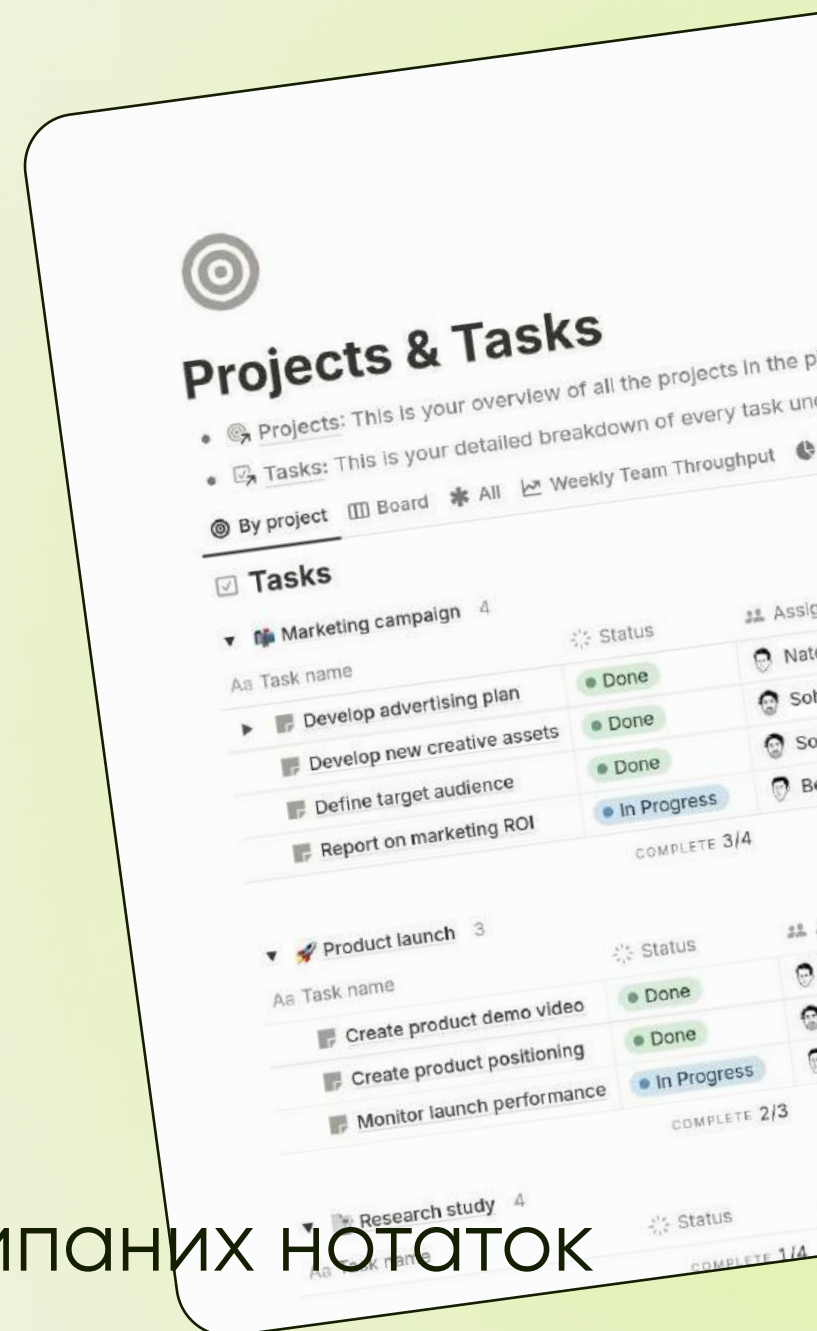
trello.com

Asana

asana.com

Для чого:

Управління задачами та контент-планом у форматі дошки або списку. Зручно відстежувати, на якому етапі знаходиться кожна публікація: ідея → текст → дизайн → погодження → опублікований.



Як оптимізує роботу:

- Видно статус кожного поста в потоці
- Менеджер одразу бачить, де є ризик зриву дедлайну
- Чіткий розподіл відповідальності між копірайтером, дизайнером та SMM

Оберіть той інструмент, який використовує команда
– логіка роботи в них схожа

Google Sheets | drive.google.com

Для чого:

Контент-план у табличному форматі. Фіксуються дата, час, платформа, тема, рубрика, статус, посилання на матеріали та результати публікації.

Як оптимізує роботу:

- Простий і зрозумілий формат для клієнтів
- Легко фільтрувати за платформою, рубрикою або статусом
- Можна використовувати як базу для майбутнього аналізу результатів



КОМУНІКАЦІЯ ТА ФІКСАЦІЯ ДОМОВЛЕНОСТЕЙ

Slack | slack.com

Для чого:

Корпоративний месенджер для командної роботи. Окремі канали під кожного клієнта або напрям: #content-approval, #design-requests, #client-feedback.

Як оптимізує роботу:

- Комунікація структурована, а не загублена в загальному чаті
- Можна швидко знайти будь-яке рішення через пошук
- Менше ризику, що важливий коментар «потоне» в месенджері

Для чого:

tl;dv – це інструмент, який записує та автоматично конспектує онлайн-зустрічі (Zoom, Google Meet тощо).

Він створює коротке резюме дзвінка, виділяє ключові моменти та дозволяє швидко повернутися до потрібного фрагмента

Як оптимізує роботу:

- Автоматично створює підсумок зустрічі (менше ручного конспектування)
- Дозволяє швидко знайти конкретний момент розмови
- Зменшує ризик втрати важливої інформації

РОБОТА З КРЕАТИВОМ

Для чого:

Професійний дизайн-інструмент, де розробляються брендовані шаблони, фірмовий стиль і складніші візуали. SMM не зобов'язаний вміти малювати в Figma, але має вміти переглянути макет і залишити коментар.

- Усі правки фіксуються в макеті, а не в листах і месенджерах
- Видно версії та історію змін
- Зручно погоджувати фінальні матеріали з клієнтом

Для чого:

Онлайн-редактор для швидкого створення візуального контенту: сторіс, постів, банерів, інфографік і презентацій. Є готові шаблони під усі популярні формати соціальних мереж.

Як оптимізує роботу:

- Готові шаблони під розміри Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn
- SMM може самостійно створювати базовий контент без дизайнера
- Бренд-кіт зберігає фірмові кольори, шрифти та логотип
- Командний доступ – клієнт може одразу залишати коментарі

Навіть якщо у вас є дизайнер, Canva потрібна для швидких оперативних публікацій – реакцій на тренди, сторіс, дрібних правок.

Для чого:

Мобільний і десктопний редактор відео для Reels, TikTok і YouTube Shorts. CapCut дуже популярний серед українських SMM-спеціалістів завдяки простому інтерфейсу, вбудованим субтитрам і трендовим ефектам.

Як оптимізує роботу:

- Авто-субтитри з AI – економить до 2 годин на ролик
- Шаблони під трендові формати TikTok і Reels
- Оптимізація під вертикальний формат 9:16

AI



ChatGPT / Claude | chat.openai.com / claude.ai

Для чого:

Написання чернеток постів, генерація ідей для рубрик, складання контент-плану, підбір хештегів, написання скриптів для відео, адаптація текстів під різні тональності.

Як оптимізує роботу:

- Написання 10 варіантів заголовка за 10 секунд
- Генерація контент-плану на місяць за 5 хвилин
- Адаптація одного тексту під 3 різні платформи
- Відповіді на типові коментарі та питання

Головне – використовувати AI як інструмент оптимізації, а не заміну власного голосу бренду. Завжди редагуйте і адаптуйте під унікальний тон клієнта.

Midjourney | midjourney.com

Для чого:

Генерація зображень за текстовим описом. Використовується для створення унікальних ілюстрацій, фонів, мудбордів та концептів для реклами.

Як оптимізує роботу:

- Альтернатива стоковим фото для більшості задач
- Унікальний візуальний стиль замість заїжджених стоків

ElevenLabs | elevenlabs.io



Для чого:

AI-синтез голосу для озвучування відео, Reels та TikTok. Якісні голоси українською та англійською. Актуально для контенту, де немає можливості записати живий голос.

Runway ML | runwayml.com

Для чого:

AI-генерація та редагування відео. Дозволяє створювати короткі відео-кліпи з тексту або трансформувати існуючі відеоматеріали. Технологія активно розвивається і у 2026 році вже доступна для широкого використання.

ПУБЛІКАЦІЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ПОСТІВ

Meta Business Suite | business.facebook.com

Для чого:

Офіційний безкоштовний інструмент Meta для управління сторінкою Facebook і Instagram. Дозволяє публікувати, планувати пости, переглядати статистику та відповідати на повідомлення.

Як оптимізує роботу:

- Планування публікацій одразу на Facebook та Instagram
- Уніфікована скринька повідомлень для обох платформ
- Нативна статистика без стороннього ПЗ

Later | later.com

Для чого:

Платформа для планування та автопостингу в Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest і LinkedIn. Зручний drag-and-drop календар контенту і попередній перегляд стрічки Instagram.

Як оптимізує роботу:

- Візуальний прев'ю стрічки перед публікацією
- Автопостинг у кращий час за рекомендацією алгоритму
- Планування сторіс і карусельних постів



АНАЛІТИКА ТА ЗВІТНІСТЬ

Meta Insights | business.facebook.com

Для чого:

Вбудована аналітика Facebook та Instagram. Основний безкоштовний інструмент для аналізу охоплення, залученості, приросту аудиторії та ефективності кожного поста.

Що відстежувати в першу чергу:

- охоплення (Reach) – скільки унікальних людей побачили контент
- залученість (Engagement Rate) – відсоток аудиторії, що взаємодіяла
- приріст підписників – динаміка по тижнях
- найефективніші пости – що резонує з аудиторією

TikTok Analytics | tiktok.com

Для чого:

Вбудована аналітика TikTok для бізнес-акаунтів. Показує охоплення відео, час перегляду, трафік з різних джерел та демографію аудиторії.

Looker Studio | lookerstudio.google.com

Для чого:

Безкоштовний інструмент від Google для створення красивих інтерактивних звітів. SMM-спеціаліст може зібрати дані з різних платформ в один дашборд і поділитися посиланням з клієнтом.

МОНІТОРИНГ ТА ВІДСТЕЖЕННЯ ТРЕНДІВ

Google Alerts | google.com/alerts

Для чого:

Безкоштовний інструмент для моніторингу згадок бренду, конкурентів або ключових слів у пошуку. Сповіщення надходять на email щойно з'являються нові матеріали.

Mention | mention.com

Для чого:

Платформа для моніторингу згадок бренду в соцмережах, форумах, ЗМІ та блогах у реальному часі. Незамінні для управління репутацією та реакції на негатив.

- Швидка реакція на кризові ситуації
- Відстеження того, що кажуть про конкурентів
- Розуміння загального sentiment навколо бренду

TikTok Creative Center | ads.tiktok.com

Для чого:

Офіційна платформа TikTok для дослідження трендів: популярні хештеги, звуки, відео та рекламні креативи. Безкоштовно і завжди актуально.

НАЛАШТУВАННЯ РЕКЛАМИ

Meta Ads Manager | adsmanager.facebook.com

Для чого:

Рекламний кабінет для запуску таргетованої реклами в Facebook та Instagram. Дозволяє налаштовувати аудиторії, бюджети, формати та відстежувати результати кампаній.

Що має знати SMM-спеціаліст:

- Структура: кампанія → група оголошень → оголошення
- Основні цілі: охоплення, трафік, залученість, конверсії
- Налаштування аудиторій за інтересами, lookalike та ретаргетинг
- Читання базових метрик: CPM, CTR, CPC, ROAS

TikTok Ads Manager | ads.tiktok.com

Для чого:

Рекламна платформа TikTok. Зростає швидше за Meta серед молодшої аудиторії в Україні. Spark Ads – формат просування органічних відео – особливо популярний серед SMM-спеціалістів.

