

Информационный бюллетень

для НКО
РЕЦЕПТЫ

Выпуск №7(49) 2023

Продвижение в социальной сети «ВКОНТАКТЕ»

«Путешествие в тысячу миль начинается с одного шага». Лао-Цзы.

Для многих коллег в НКО ведение социальных сетей и представление своей детальности не простое занятие, требующее усилий. Сегодня в номере поговорим про продвижение и создание контента во «ВКонтакте», одной из основных сетей, где в настоящее время представлен НКО сектор.

С чего начать? Предлагаем с аудита.

1. Проверьте шапку сообщества

На что стоит обратить внимание: на название, статус, URL-адрес, и, конечно, описание. Эти данные важны по двум причинам. Во-первых, текст из них учитывается при ранжировании внутреннего поиска соцсети и большого поиска поисковых систем. Во-вторых, на эту информацию обращают внимание при знакомстве с вашим сообществом, поэтому важно, чтобы в нем была необходимая информация о вашей организации. Рассмотрим каждый элемент отдельно.

Название. В название необходимо поместить ключевую фразу, по которой вы продвигаетесь, Предельный лимит – 48 знаков. Не используйте в написании Caps Lock

Статус. Это пространство под названием, где можно разместить:

- что-нибудь привлекательное для аудитории, например, информацию об анонсах ближайших событий или о продуктах и услугах организации;



- что-нибудь полезное и важное для аудитории, например, контактный телефон, адрес сайта.

Можно, если это уместно, продублировать там ключевую фразу из названия, так как это влияет на ранжирование во внутреннем поиске.

URL-адрес. По умолчанию при создании сообщества вам присваивается числовой URL-адрес, но его можно легко изменить на буквенный. Для этого нужно зайти в раздел «Управление сообществом» - «Настройки». В графе «Адрес страницы» сотрите числовой URL и укажите необходимый вам.

Важно! Использовать можно только латинские буквы, цифры и нижнее подчеркивание.

Описание. Рекомендуемый объем: 500-1000 знаков. Чтобы сделать хорошее описание придерживайтесь четырех правил.

Первое. Привлекательное введение, начинающееся с ключевой фразы.

Второе. Рассказ о предлагаемых вами услугах и продуктах (лучше, если он будет представлен в формате списка, так удобнее читать).

Третье. Информация о ваших преимуществах и выгодах (важны реальные факты, любую похвалу подтверждайте конкретными примерами и отзывами).

Четвертое. Контактные данные (адрес, телефон, мессенджеры, сайт, почта..)

В отличие от других пользователей, вы хорошо знаете свою организацию, расскажите о себе: кто вы, кому помогаете, в чем состоит ваша миссия.

2. Проверьте оформление



Центр развивающих технологий
"Сотрудничество"

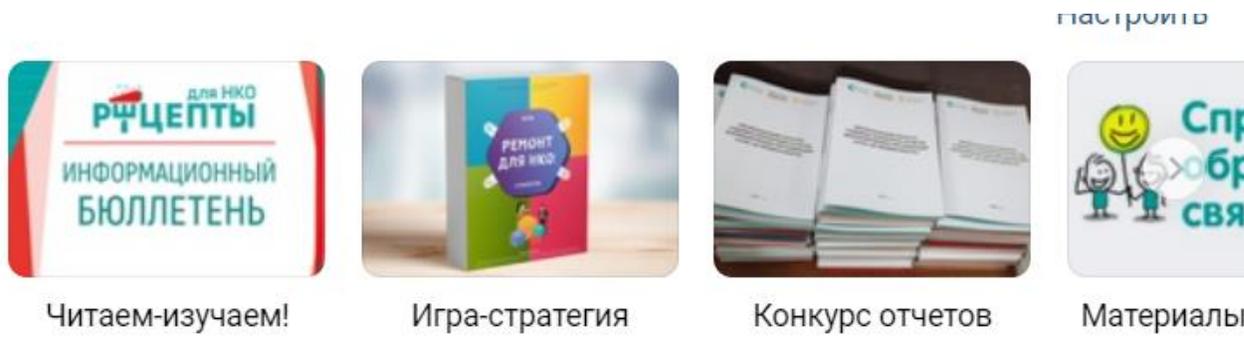
Обложка должна представлять собой привлекательный текст (контакты, внушительные факты, название, логотип) и цепляющее фоновое изображение.

Почему стоит выбрать обложку, а не аватар? Во-первых, обложка выглядит эстетичнее и

лучше привлекает внимание. Во-вторых, обложка дает больше полезной информации. В-

третьих, аватар останется в сообществе, когда вы поставите обложку, он будет заключен в миниатюре, но при клике откроется полностью.

Меню и обложка должны сочетаться по стилю оформления.



3. Обратите внимание на остальные разделы

Раздел «Товары» и «Фотоальбомы», «Обсуждения» и «Ссылки», что там размещается? Выдержан ли единый стиль оформления? Понятным ли языком написана информация?

4. Уделите внимание контенту

Здесь стоит остановиться подробнее, поскольку контент является главным на вашей странице. Это основная информационная часть, пишется она для того чтобы привлечь внимание целевой аудитории, вовлечь в вашу работу, формировать репутацию.

Что важно учитывать:

1. Доступность языка – избегайте профессиональных терминов, пишите легко и понятно
2. Цепляющие элементы – уделяйте внимание заголовку и картинке. При использовании картинок избегайте стоковых изображений, лучше замените их на собственные фотографии или на картинки, сгенерированные искусственным интеллектом.
3. Разнообразие форматов – это могут быть тексты разного объема, видеообзоры, аудио- и фото- подборки, инфографика, опросы. Лента должна быть интересной.
4. Оформление текста – разбивайте текст на абзацы, используйте подзаголовки, отбивки, смайлики. Все это поможет легче усвоить вашу информацию
5. Удачный день и время публикаций – отслеживайте, когда ваша аудитория наиболее активна и учитывайте это при публикации контента.

В идеале у вас должен быть контент-план на месяц, в котором будут прописаны и темы постов, и время их публикаций, и неметки по картинкам, заголовкам и прочим деталям.

Что важно знать про контент-план? Разбираемся.

1. Вам должно быть интересно писать о том, что вы наметили в плане. Если тема вам не интересна, поменяйте на ту, которая даст вам драйв.
2. План можно менять. Если вы запланировали пост на завтра, но сегодня вам срочно хочется или нужно рассказать о другом, пишите. Актуальность информации важнее, чем желание выполнить план.
3. Темы контент-плана не должны быть всегда восхитительными и неповторимыми. Они должны быть интересны вам и вашей целевой аудитории.
4. План нужен, чтобы не сбиться с пути. Иначе вы будете пропускать дни и посты будут выходить не регулярно.
5. Контент-план как инструмент подходит не всем. Если вы чувствуете, что план вас тормозит, ограничивает, ставит в рамки, откажитесь от него. Значит, план – не ваш инструмент.

Рекомендуем ради эксперимента составить контент-план на месяц, следовать ему, насколько получится. В конце месяца решить для себя и своей организации поддерживает вас план или тормозит.

Инструкция, как составить контент-план

Решите, с какой периодичностью вам комфортно писать посты. Вполне хорош подход: два-три поста в неделю. Это позволит вам писать регулярно, но не будет слишком утомительно.

день	дата	о чем пост	картинка	комментарии
Среда				
Пятница				
Среда				
Пятница				
Среда				
Пятница				
Среда				
Пятница				

Определите дни публикаций, зафиксируйте даты на ближайший месяц, укажите, о чем пост, какую картинку и где возьмете, в комментариях напишите детали, которые стоит учесть: формат публикации, ссылка на что-то...

Важно, контент должен быть разный: новостной, образовательный, рекламный, развлекательный. Учитывайте это при разработке плана.

Ошибки, которые стоит избегать при работе с текстами

1. Неясный смысл, когда читаешь текст и не понимаешь его.
2. Специальная терминология, которую не понимает читатель.
3. Скучный текст, например, «Прошел забег, в нем приняли участие Глава города и 15 школьников. Ура!» Это было интересно?
4. После прочтения остался вопрос «Ну и что?»
5. Текст вызывает реакцию «Мы это уже слышали!»

Важно! При написании любого текста держите в голове цель, для чего вы пишете: заинтересовать человека что-то сделать, подвести к какому-то выводу, переубедить в чем-то, вызвать эмоции.

При подготовке номера использованы материалы:

- Елена Сахарова «Пиши в блог как бог»
- Валерия Смолина «SMM с нуля»
- Медиашкола НКО «Продвижение некоммерческих организаций в медиа и социальных сетях»

Информационный бюллетень №7 (49) 2023 подготовлен **МОО ЦРТ «Сотрудничество»** в рамках проекта «Рецепты для НКО: поддержка лидеров», реализуемого с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов.

Наш адрес: 660075, г.Красноярск, ул.Маерчака, 3, офис 210, тел.: (391)241-70-16, эл.почта: kccp@kccp.ru , <https://kccp.ru> , ВКонтакте: https://vk.com/sotrudnichestvo_krsk

