

КАДРЫ

СОЦСЕТИ

15 рекомендаций для SMM-специалиста

Константин Марусов

заведующий сектором Молодежного культурного сообщества Московской губернской универсальной библиотеки

Главное в статье

Какие цели ставить специалисту, который работает в соцсетях

Что включить в контент-стратегию учреждения культуры

Как провоцировать подписчиков в соцсетях на общение

Каким образом реагировать на негативные комментарии

В статье — 15 рекомендаций, которые позволят наполнить страничку учреждения в соцсетях живым и уникальным контентом.

1. Будьте настоящими

Пользователей привлекает искренность и неподдельный интерес создателей сообщества к своему делу.

Легко понять, когда пишут, не потому, что интересно, а потому, что надо.

Не будьте фальшивыми, публикуйте посты с эксклюзивной информацией о работе вашего учреждения, а не просто анонсы будущих мероприятий.

2. Определите цели

В основном соцсети ведут, чтобы подогревать интерес пользователей к деятельности учреждения, приглашать на мероприятия и оперативно оповещать об изменениях в работе. При разработке контент-плана отталкивайтесь от целей.

3. Разработайте контент-стратегию



Важно

Разработайте контент- стратегию на квартал

Стратегия должна выполнять поставленные перед сообществом задачи. Например, если оно создано для привлечения и повышения лояльности подписчиков, то больше внимания нужно уделять общению с ними.

Разработайте примерную стратегию на квартал с темами: текущая деятельность, праздники, культурные события и важные мероприятия. Еще составьте более подробный контент-план на месяц или на две недели с готовыми постами: текст, картинки или фотографии, хештеги.

Продумайте не только посты о вашей основной деятельности, но и развлекательный контент. Это могут быть серии еженедельных постов с цитатами классиков, фактами из биографии известных людей, обзорами библиотек мира и рецептами блюд из популярных романов.

Освещайте «внутреннюю кухню» учреждения. Например, библиотека может рассказывать про поступление книг или подготовку к читальному клубу.

Не забывайте об оперативных новостях.

Чтобы сэкономить время и выдержать стиль сообщества, составьте посты заранее.

4. Создавайте информационные поводы

Информационный повод должен побуждать подписчиков поставить «лайк», поделиться с друзьями, оставить комментарий на страничке или прийти в учреждение. Поводы: новые поступления в библиотеку, интересная акция, приглашение на уникальное мероприятие (закрытый показ, экспериментальное событие). Посмотрите фото 1.



ARTKOMMUNALKA Публикации



artkommunalka



Нравится kharlamova_elena_mo и ещё 40

artkommunalka 🏍️ «КОЛОМЕНСКИЙ
КОНСТРУКТИВИЗМ»

Арткоммуналка приглашает на 🏍️ мотоэкскурсию по Коломне на восстановленном мотоцикле начала 1970-х годов.

«Это места моего детства, моей жизни, и я покажу их вам!» – непременно скажет вам Андрей, «Шумахер» нашего двора, мотолюбитель и простой житель Коломны.



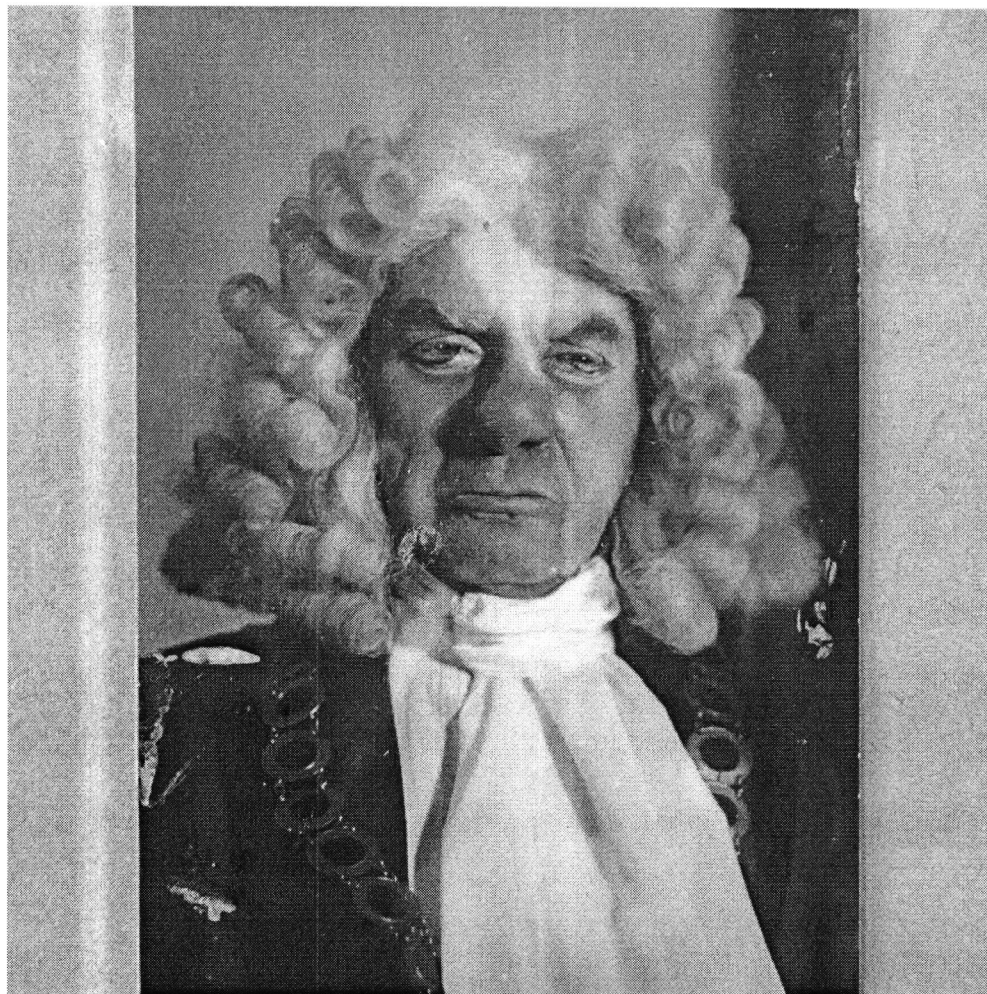
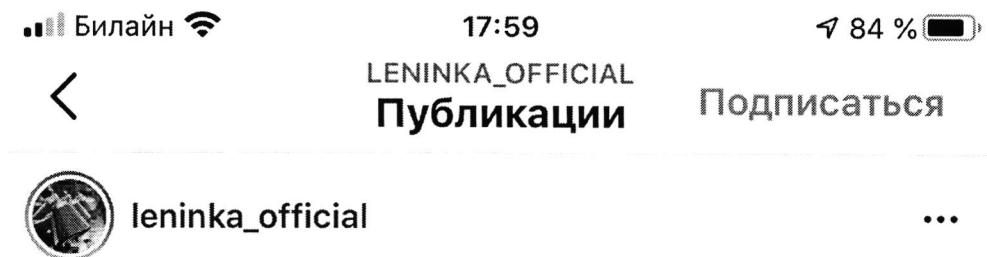
5. Наладьте обратную связь

Показывайте пользователям интерес к тому, что они написали в группе, какой оставили отзыв или задали вопрос. Своевременно отвечайте на сообщения от подписчиков. Сделайте рейтинг отзывов и публикуйте его раз в месяц. Обязательно поощряйте самых активных пользователей. Такое внимание не останется незамеченным и сыграет в вашу пользу в долгосрочной перспективе.

6. Провоцируйте на общение

Дайте возможность пользователям общаться. Создавайте посты, провоцирующие на активное комментирование (фото 2). Не бойтесь спрашивать мнение читателей: что им интересно, что важно, какие новинки им понравились. Отвечайте на обращения, комментируйте.

Фото 2



Нравится: 375

leninka_official Как думаете, это кто? Есть версии? 🤔

Подсказка: он тут не просто так загадка ради... ещё

Посмотреть все комментарии (20)



7. Корректно реагируйте на негатив

При появлении негативных комментариев будьте вежливы и постарайтесь изменить мнение пользователя. Опирируйте достоверными и проверенными фактами. Если пользователь прав, признайте это публично, поблагодарите за отзыв и внимание к теме.

8. Будьте актуальными

Старайтесь «задеть за живое». Играть на чувствах и эмоциях подписчиков — не самый честный способ. Но в социальных сетях это будет работать. Экспериментируйте, следуйте за модными тенденциями, напишите фразу, на которую наверняка отреагирует ваша целевая аудитория.

9. Заморочьтесь над оформлением

Не жалейте времени на оформление постов. Пользователь должен захотеть остаться в группе, заходить в нее время от времени. Следите за качеством видео и фотоматериалов. Научитесь быстро обрабатывать фотографии.

Для этого используйте бесплатные приложения:

- Pinterest — красивые фоны, референсы, открытки;
- Snapseed — обработка фотографий, фильтры, настройки для портретных фото;
- Canva — создание афиш, полноценный фоторедактор в вашем телефоне. Есть много бесплатных актуальных шаблонов;
- Inpreview — планировщик постов для «Инстаграм», позволяет продумать и расписать ленту на месяц вперед;
- Layout — создание коллажей.

Разработайте фирменный стиль.

Это может быть логотип на фотографиях, постоянная подпись или рамка в фирменных цветах. Освойте технические возможности каждой соцсети. Например, научитесь пользоваться фильтрами для «Инстаграма». Следите, чтобы праздничные открытки не выбивались из общего стиля.

10. Правильно анонсируйте мероприятия

В анонс включите описание, тему, время и дополнительную информацию о мероприятии. Сделайте пробную версию анонса и протестируйте ее на коллегах и знакомых. Выясните, что еще может заинтересовать читателей помимо предоставленной информации. Посмотрите фото 3.

Фото 3



Нравится: 50

moslibrary 22 мая столичные культурные центры и библиотеки ждут всех на Дне открытых дверей! 🏛️📖

С 10:00 до 20:00 в учреждениях пройдут увлекательные мероприятия для посетителей всех возрастов. Гости узнают о тонкостях работы культурных центров и



11. Разработайте фирменный стиль общения

Больше «лайков» соберут не шаблонные официальные тексты, а пост, написанный человеческим языком. Это укажет на то, что вы уделяете время на разработку контента.

Протестируйте пробный анонс на коллегах и знакомых

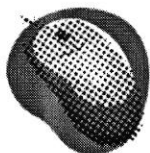
12. Определите частоту выхода постов

В зависимости от содержания постов определите тайминг для публикации. Следите за пользовательской активностью. Не перегружайте их информацией, но и не дайте заскучать. В среднем — один пост в день. Если публиковать нечего, пропустите день.

13. Старайтесь удивлять ваших подписчиков

Удивляйте интересными решениями в оформлении или подаче материалов. Даже самая невзрачная картинка, но с оригинальной подписью может собрать много комментариев и «лайков». Не бойтесь экспериментировать.

14. Анализируйте показатели эффективности



Читайте также:

Как учреждению культуры запустить блог с нуля

Разработанная стратегия для аккаунта еще не гарантирует успех. Чтобы понимать, есть ли результат, определите показатели эффективности. Самые явные для соцсетей — количество подписчиков, «лайки», комментарии и перепосты.

15. Смотрите по сторонам

Не бойтесь вдохновляться чужим творчеством. Подпишитесь на популярные аккаунты учреждений культуры в России и за рубежом. Вместе с просмотром ленты будут рождаться идеи по оформлению и общению с пользователями.