

SMM-продвижение (англ. Social Media Marketing, SMM) – это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний или бренда и решения других бизнес-задач. Под аббревиатурой SMM скрываются действия, направленные на раскрутку и ведение страницы в социальных сетях. С помощью smm-продвижения можно привлечь внимание пользователей соцсетей к своей компании или проекту, завоевать их доверие, получить новых клиентов или повысить узнаваемость.

При ведении группы регионального Совета молодых педагогов во ВКонтакте советуем вам учитывать следующие рекомендации:



Изначально лучше создавать группу, а не публичную страницу (паблик). Группу всегда можно сделать закрытой или частной. В нее могут вступить по приглашению или, подав заявку администратору, вся информация будет доступна только участникам группы.

Публичная страница и информация в ней доступны любому интернет-пользователю. Вступить, а точнее подписаться на нее, может любой желающий. Публичная страница не разделяется на открытую, закрытую и частную. Это делает паблик уязвимым для злоумышленников и желающих разместить навязчивую рекламу.

Более того, настройки группы позволяют рассылать приглашения своим друзьям. Из группы вы можете удалить любого пользователя, а из публичной страницы пользователя удалить нельзя (избавление от спама). Отметим, что в любой момент публичную страницу можно перевести в группу.



Группа регионального Совета молодых педагогов должна иметь свой стиль. Под стилем здесь понимается использование единой цветовой гаммы, хештегов, использование однотипных баннеров к каждому посту и т.д. Примером единого стиля в группе является сообщество Совета молодых педагогов и Клуба «Наставник» при Центральном совете Общероссийского Профсоюза образования (https://vk.com/smp_prof).



Интереснее и современнее выглядит группа ВКонтакте не с аватаром, а с обложкой в шапке сообщества. Рекомендуемый размер

обложки для группы 795×200px или 1590×400px. На обложке обязательно присутствие официальной символики Общероссийского Профсоюза образования и официального названия вашего общественного объединения. Для загрузки обложки заходим в «Действия» под аватаром группы, выбираем пункт меню «Управление», «Обложка сообщества» – «Загрузка».



Регулярно увеличиваем количество подписчиков вашей группы. Это можно сделать естественным и искусственным способом.

Естественный способ подразумевает рассылку приглашений или устный призыв стать участником сообщества.

Как создать искусственное увеличение количества пользователей? Один из вариантов – проведение в группе конкурсов (фотографий, видеороликов и т.д.), обязательным условием которых будет размещение своего конкурсного продукта на странице вашего сообщества.



Систематически публикуйте посты, учитывая главный принцип «не переборщи...». Оптимальное количество постов – один-два в сутки. Большой поток информации за короткий промежуток времени не принесет желаемого результата, а пользователи будут пролистывать новости, не вникая в их суть.

Помните, что группа вашего Совета должна отображать деятельность вашего Совета. Это значит, что гораздо ценнее для ваших подписчиков будут посты о работе вашего общественного объединения, чем обо всем другом.



Важно время публикации поста. Множество сообществ с рекламой публикуют свою информацию, как правило, в 00 минут (например, в 10:00, 14:00, 17:00 и т.д.). Если ваш пост окажется в потоке другой информации, то уменьшается вероятность того, что в новостной ленте участники группы увидят вашу информацию, не заходя отдельно в сообщество. Рекомендуем вам отсрочить время публикации на 15-20 минут от начала каждого часа.



Количество текста в публикации должно быть ограничено. Рекомендуется короткий пост до 600 символов. Если вы пользуетесь текстовым редактором MS Word, то в левом нижнем углу имеется статистика «Число слов», кликнув на которую вы можете увидеть количество символов в вашем тексте. Исключение составляют посты с результатами проведения какого-то масштабного мероприятия.



Избегайте «кирпичей»! Так журналисты называют трудно воспринимаемую статью.

Разделяйте текст на отдельные абзацы, разделяйте абзацы пустой строкой, уместно применяйте смайлы для акцента (например, для маркированного списка). Принцип «не переборщи...» актуален и здесь: множество смайлов после каждого словосочетания вызывает отторжение читателя.



Подберите яркую фотографию или сделайте специальный баннер для поста в публикации. Это позволит «зацепиться глазу» при пролистывании новостей в ленте и зрительно усилит ваш пост. На специальном баннере логично будет прописать основную мысль информации из всей публикации (до пяти слов).



Следуем принципу «дорога ложка к обеду». Пост-релизы важно выкладывать либо в день проведения мероприятия, либо на следующий день. В противном случае публикация не будет иметь успеха и отклика у подписчиков.

А если вы публикуете анонс предстоящего мероприятия, то советуем это сделать за несколько дней до его начала.



Практика показывает, что посты без ссылок набирают больше «лайков» и имеют наибольший отклик у подписчиков. Это объясняется нежеланием тратить время на переход и чтение большого объема информации. Поэтому администратору группы лучше переработать статью из ссылки и написать краткий анонс. Ссылку можно добавить в качестве источника.



Используйте практику закрепления записей в шапке сообщества. Это особо значимо, если вы публикуете анонсы предстоящих мероприятий. Закрепленная запись в этом случае будет своеобразным напоминанием для участников при каждом входе в группу.



Обратите внимание на раздел «Ссылки». Несмотря на то, что администратору сообщества можно добавлять неограниченное количество ссылок на полезные ресурсы, при просмотре в полной веб-версии отображается всего пять первых. Иерархию расположения ссылок можно менять. Для этого заходим в «Действия» под аватаром группы, выбираем пункт меню «Управление», «Ссылки» и перетаскиваем вверх-вниз. Рекомендуем, чтобы первыми были ссылки на сайт Общероссийского Профсоюза образования

(<https://www.eseur.ru/>), группу Совета молодых педагогов и Клуба «Наставник» при Центральном совете Общероссийского Профсоюза образования (https://vk.com/smp_prof), сайт региональной организации Общероссийского Профсоюза образования и сайт регионального Министерства образования.



Применяйте сервис «История сообщества». Публикация историй доступна всем сообществам. Их можно просматривать в течение 24 часов, а затем они исчезают. Вы можете опубликовать сюжет – подборку историй с общим названием и обложкой. В каждом сюжете может быть до 20 фотографий и видео. Даже если подписчик вашего сообщества не увидел пост группы, то его внимание может привлечь история.



Желаем вам успехов!