



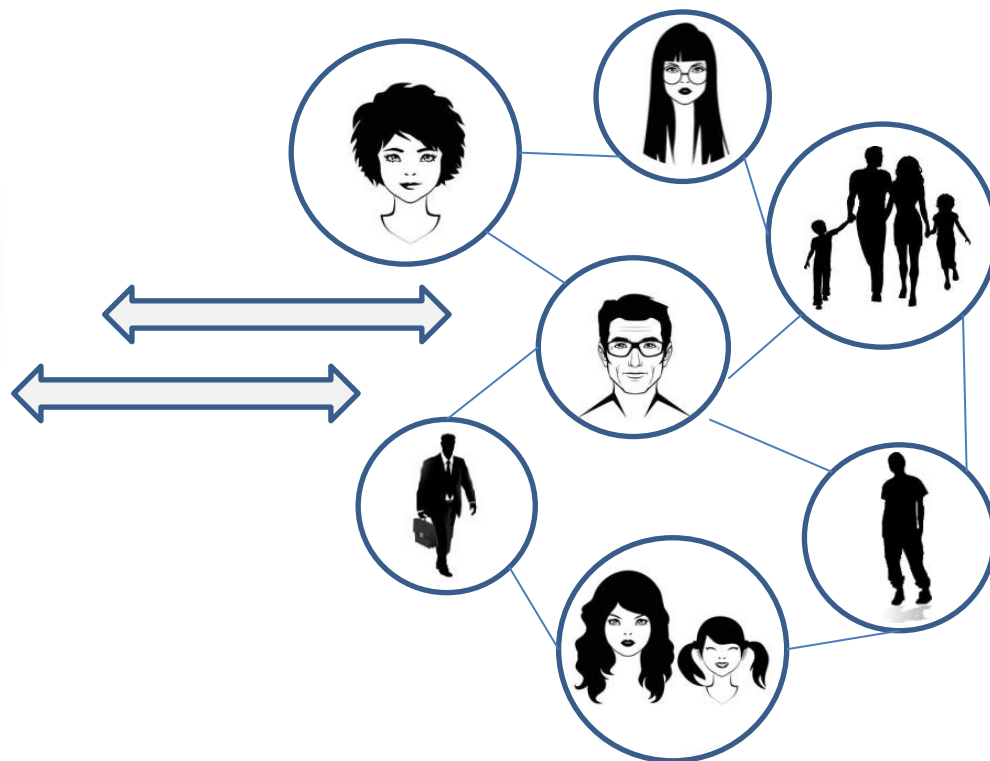
# Семинар

«Социальные сети – платформа  
для организации социальных взаимоотношений»



**Социальные сети – это платформа для информирования и общения с пользователями, рекламы услуг.**

**86% проживающих в России  
пользуются социальными сетями**



**Социальные сети как средство обучения  
и взаимодействия участников  
образовательного процесса**

# Деятельность библиотеки



# Основные популярные социальные сети

 **В контакте**

ВК – В контакте (<https://vk.com>)

 **Одноклассники**

ОК - Одноклассники (<https://ok.ru>)

 **facebook.**

FB - Фейсбук (<https://www.facebook.com>)

 **Instagram**

Инстаграм (<https://www.instagram.com>)

**You Tube**

Ю- туб (<https://www.youtube.com>)

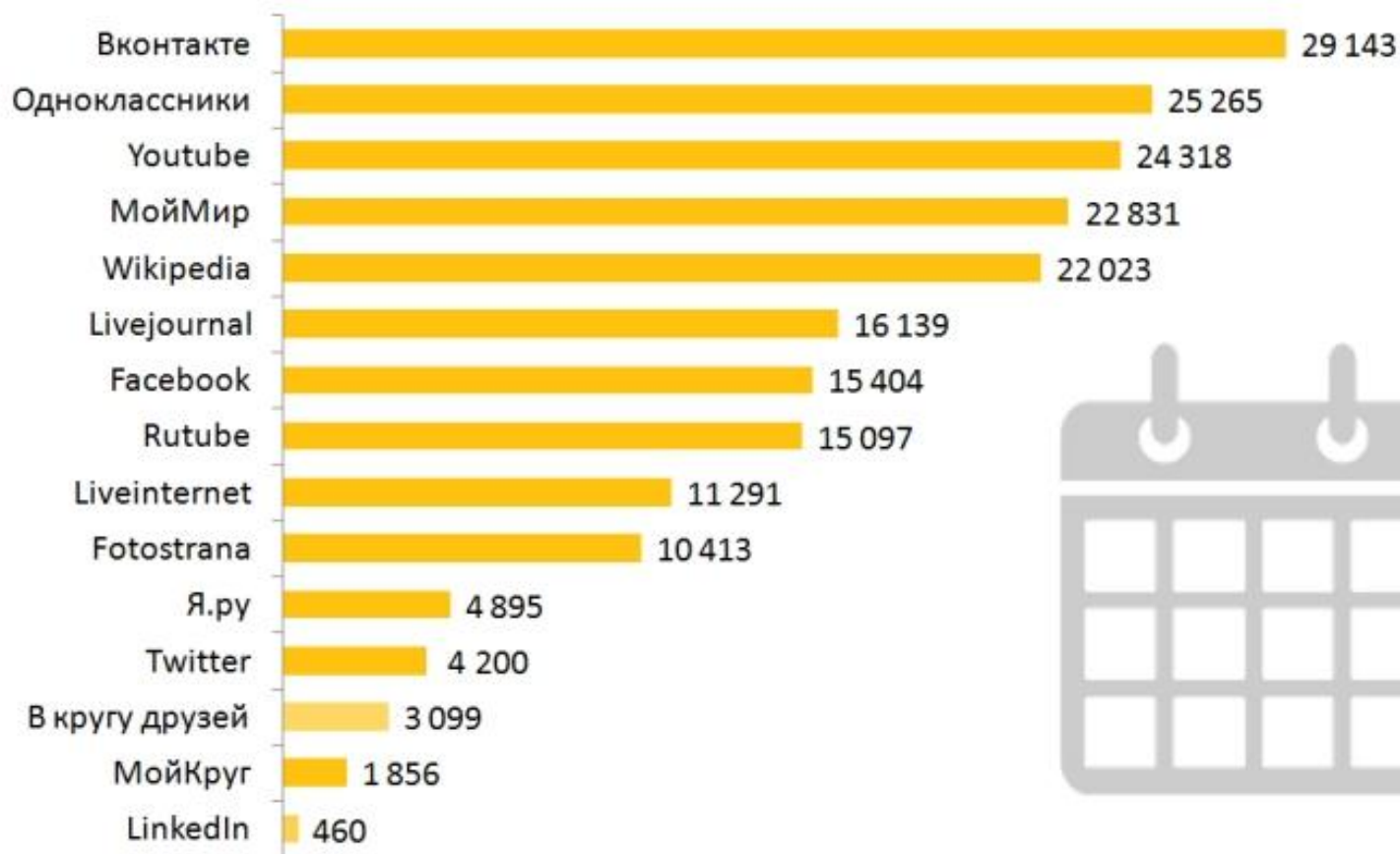
**twitter** 

Твиттер (<https://twitter.com>)

**МОЙ МИР@mail.ru**  
национальная социальная сеть

Мой мир (<https://my.mail.ru>)

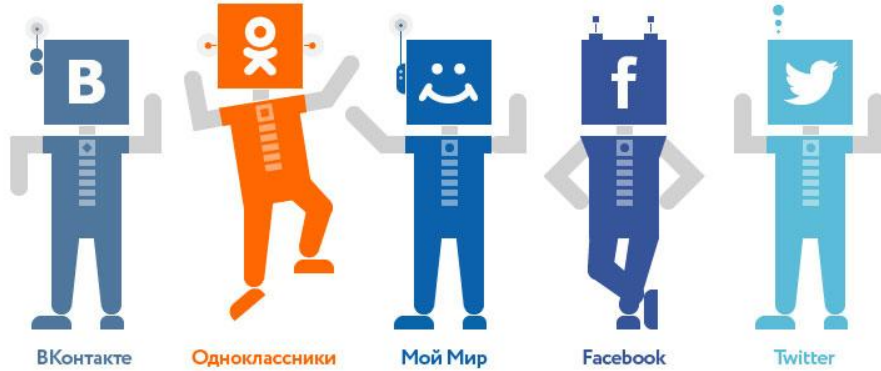
# Ежемесячная аудитория (тыс. человек)



 TNS Web Index     GoogleAdPlanner



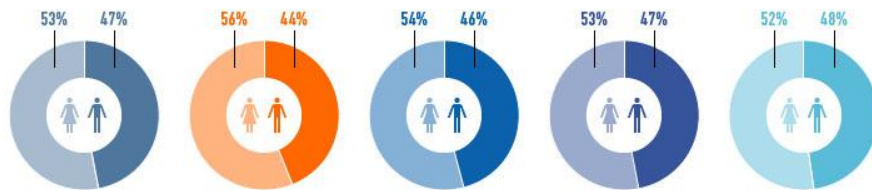
# СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В РОССИИ



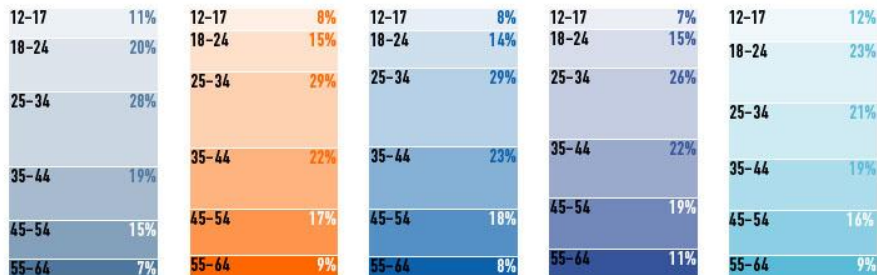
## Аудитория, млн<sup>1</sup>



## Пол<sup>1</sup>



## Возраст<sup>1</sup>



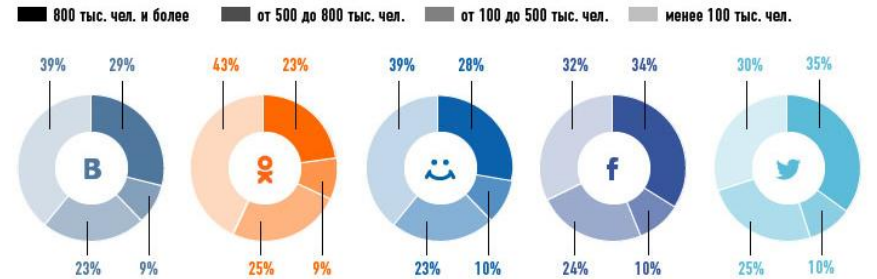
## Данные о посещениях<sup>2</sup>



## География пользователей, %<sup>1</sup>



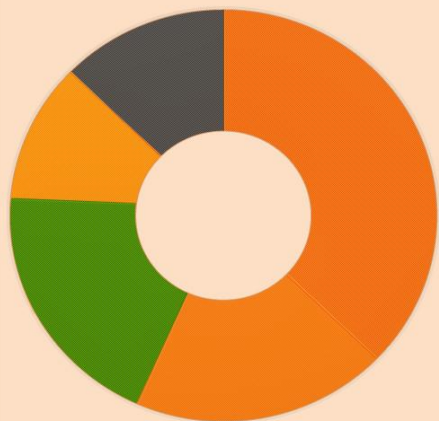
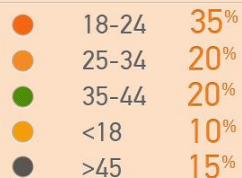
## Распределение по населенным пунктам<sup>1</sup>



## Демография Россия

43% мужчин

57% женщин



В социальных сетях, можно работать с группами пользователей, объединенных по таким параметрам, как:

- интересы (музыка, кино, путешествия, рукоделие),
- возраст,
- пол,
- социальное положение (студент, место работы).

## ВКонтакте

Аудитория: 52,1 млн пользователей

18,1 млн — активные авторы (больше всего — из Москвы и Санкт-Петербурга)

58,8% — женщины, 41,2% — мужчины



\*по данным Brand Analytics

## Одноклассники

Аудитория: 40,8 млн пользователей

2,5 млн — активные авторы (больше всего — из Восточных регионов страны)

63,5% — женщины, 36,5% — мужчины



\*по данным Brand Analytics

## Facebook

Аудитория: 23,4 млн пользователей

1 млн — активные авторы

54,2% — женщины, 45,8% — мужчины



\*по данным Brand Analytics

## Мой Мир

Аудитория: 25,9 млн пользователей

2,3 млн — активные авторы (большой частью — из регионов)

59,7% — женщины, 40,3% — мужчины



\*по данным Brand Analytics

## LiveJournal

Аудитория: 18,3 млн пользователей

180 тыс активных авторов

53,5% — женщины, 46,5% — мужчины



\*по данным Brand Analytics

## Twitter

Аудитория: 8,3 млн пользователей

1,7 млн — активные авторы (больше всего — из Санкт-Петербурга и Москвы)

54,2% — женщины, 45,8% — мужчины

\*по данным Brand Analytics



# Рекомендации по ведению паблика в социальных сетях



Кемеровская ОНБ им. В.Д. Федорова

11 авг в 13:08

Главный горняцкий праздник встречаем вместе с электронным путеводителем «Памятники шахтерам Кузбасса»  
#библиофедоровка #мероприятияфедоровки

В рамках мероприятий Кемеровской областной научной библиотеки им. В.Д. Федорова, посвященных Дню шахтера – 2016, отдел библиотечного краеведения представляет электронный путеводитель «Памятники шахтерам Кузбасса». Показать полностью...



kemrsl.ru

Мне нравится 2 Поделиться

Комментировать

«Шапка» поста

Хэштеги

«Тело» - основной текст поста

Визуальный «Якорь»

Ссылка на основной сайт

## «Шапка» поста

**Краткий анонс** содержания поста, по которому будет понятно о чем весь основной текст.

## #Хэштег

**Слово или фраза, которым предшествует символ #.** Хэштеги дают возможность группировать подобные сообщения, таким образом можно найти хэштег и получить набор сообщений, которые его содержат.

## «Тело» текстового поста

**Основной текст** информационного, обучающего, развлекательного или рекламного поста. Рекомендуются не делать его слишком большим – это вызовет желание «проскроллить» текст не читая.

## Визуальный «якорь»

**Изображение**, которое привлечет и даст эмоциональный отклик пользователя. В информационных и рекламных постах важно соответствие предлагаемой информации и изображения. В развлекательных и обучающих материалах важен эмоциональный посыл к пользователю.

## Ссылка на основной сайт

Служит для направления пользователя на главный портал организации, где представлена более широкая информация об предлагаемых услугах, событиях и мероприятиях.

# Основные ошибки ведения групп в социальных сетях.



## Ошибка 1.

Желание организации в течение 1-2 месяцев получить несколько тысяч подписчиков для своих групп. На практике почти все наспех собранные подписчики оказываются ботами или незаинтересованными людьми. Большое количество подписчиков никак не влияет на эффективность группы.

## Ошибка 2.

Желание оценить результаты продвижения в течение первого месяца работы. Для оценки эффективности продвижения в соцсетях необходим минимальный срок в 3-4 месяца.

## Ошибка 3.

Размещение в группе только рекламной информации: акций, новостей фирмы и т. п. Коммерческие посты следует обязательно разбавлять познавательными и развлекательными материалами.

## Ошибка 4.

Публикация только познавательных и развлекательных постов. Отсутствие коммерческой информации и ссылок на сайт организации.

## Ошибка 5.

Администраторы групп не отвечают на вопросы и негативные высказывания пользователей или отвечают с большой (несколько дней) задержкой.

**Отвечать в группах нужно день в день.**

## Ошибка 6.

На сайте компании не размещаются ссылки на аккаунты в социальных сетях.

# Правила обработки негативных комментариев

## ***Не стоит спорить с пользователем.***

- Если он выражает недовольство, значит, на это есть причина. Поэтому извинитесь и постарайтесь ему помочь. Желательно предоставить ему полную информацию, чтобы нивелировать негативное мнение о вашей организации.

## ***Придерживайтесь неформального тона общения.***

- Если ваш ответ на негативный отзыв будет написан в стиле корпоративного заявления или пресс-релиза, то пользователь подумает, что вы просто-напросто пытаетесь от него отделаться. Так что избегайте чересчур официальных и сухих фраз.

## ***Не стоит удалять негативные комментарии.***

- Разумеется, вам хочется, чтобы у вашей организации была безупречная репутация, однако избавляться от негативных отзывов – не лучшее решение. Это вызовет еще большее недовольство ваших «читателей», и они перестанут посещать вашу группу.



*Запомните, что негативные комментарии – это не так уж и плохо. Ведь если пользователь получил отрицательный опыт, взаимодействуя с вашей компанией, у вас еще есть возможность исправиться и доказать ему, что его мнение для вас небезразлично. Будет гораздо хуже, если человек не станет выражать свое недовольство, а просто перестанет интересоваться группой и пользоваться вашими услугами.*



Кемеровская ОНБ им. В.Д. Федорова

15 авг в 14:03



"Литературное кафе" ОНБ им. В. Д. Фёдорова

15 авг 2016 в 12:45

«Ассоциации»

#библиофедоровка #ликалиткафе

Друзья и единомышленники!

Приглашаем вас 29 августа в 17.00 посетить «Ассоциации» - проект творческой группы фотографов, художников, поэтов, музыкантов и танцоров.

«Ассоциации» – это эксперимент, в котором вы сможете увидеть, как один вид искусства порождает произведение другого.

Мы говорим на разных языках: музыка, линии и цвет, движение, слова, но при этом понимаем друг друга.



### Правило:

*Рассматривайте каждый пост, размещаемый в социальной сети, как онлайн-рекламу, которая должна вкратце сообщать об одном ценном предложении, будь то фото, видео, электронная книга или информация о событии, и побуждать читателей к совершению определенного действия.*



# Используйте функцию «Мероприятия»

## ОТЧЕТНАЯ ФОТОВЫСТАВКА «С МИРА ПО КАДРУ»

изменить статус

Описание: 1 экспозиция с 24 января в 16 -00  
Дом Художников  
г. Кемерово. ул. Дзержинского ,6

2 экспозиция - период укажем дополнительно  
г. Кемерово. ул.Дзержинского, 19  
Областная научная библиотека им. Фёдорова.

Местоположение: Кемерово

Начало: 24 января 2014 в 16:00

Окончание: 9 февраля 2014 в 10:00

Фотографии 14

альбомы



Добавить запись...



Все записи Новости организаторов



ОТЧЕТНАЯ ФОТОВЫСТАВКА «С МИРА ПО КАДРУ»

12 фев 2014



Фотовыставка выехала из Дома ХУДОЖНИКОВ и в скором времени займет свое достойное место в галерее ОНБ им Фёдорова. Об открыти выставки будет сообщено дополнительно.

Мне нравится 1



Поделиться

Комментировать



Убрать из списка



Событие состоялось  
24 января 2014

Участники 16



Любовь

Елена

Ольга



Мария

Екатерина

Константин

Возможные участники 23



Александр

Танюшка

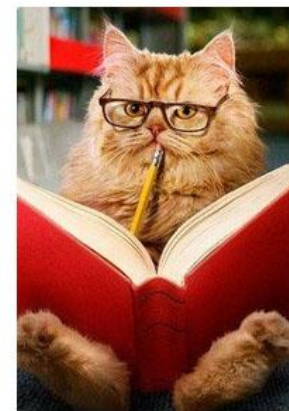
Таня



Максим

Лариса

Наталья



Вы пойдёте ▾



9

идут

3

возможно

Пригласить друзей

Участники 9



Любовь

Наталья

Евгения



Илья

Татьяна

Светлана

Возможные участники 3



Андрей

Алексей

Алёна

# Роль фотоальбомов в группах – качество ВАЖНО!



- *Съемка производится так, чтобы было понятно, ЧТО происходит, ГДЕ происходит, КТО участвует.*
- *Снимать лица участников, а не спины.*
- *Снимать разные возрастные группы участников мероприятия.*
- *Снимать взаимодействие участников на мероприятии, их эмоции.*
- *Оставлять лучшие кадры съемки без дублей и повторов.*
- *По итогу мероприятия размещать пост на стене с 3 – 7 фотографиями и обязательно ссылку на полный альбом мероприятия.*
- *В названии альбома отражайте Год\_месяц\_день\_Название мероприятия – это облегчит поиски для пользователей.*

## Правило:

*Чем качественнее фотографии – тем выше мнение о прошедшем мероприятии.*

# Функция «Мероприятия»

Редактирование информации

Название:

Описание сообщества:

Адрес страницы:   
Вы можете создать наклейки для Вашего сообщества, добавив странице короткий адрес.

Тематика сообщества:

Указать возрастные ограничения

Веб-сайт:

Фильтр комментариев:  Включить фильтр нецензурных выражений  
 Включить фильтр по ключевым словам

Организатор:

Указать контактные данные


Время начала:  в  :

Время окончания:  в  :

Местоположение: Кемерово

Комната в Smapster:

Сообщения сообщества:   
 Добавить в левое меню

 ОТЧЕТНАЯ ФОТОВЫСТА...  
вернуться к странице

**Информация**

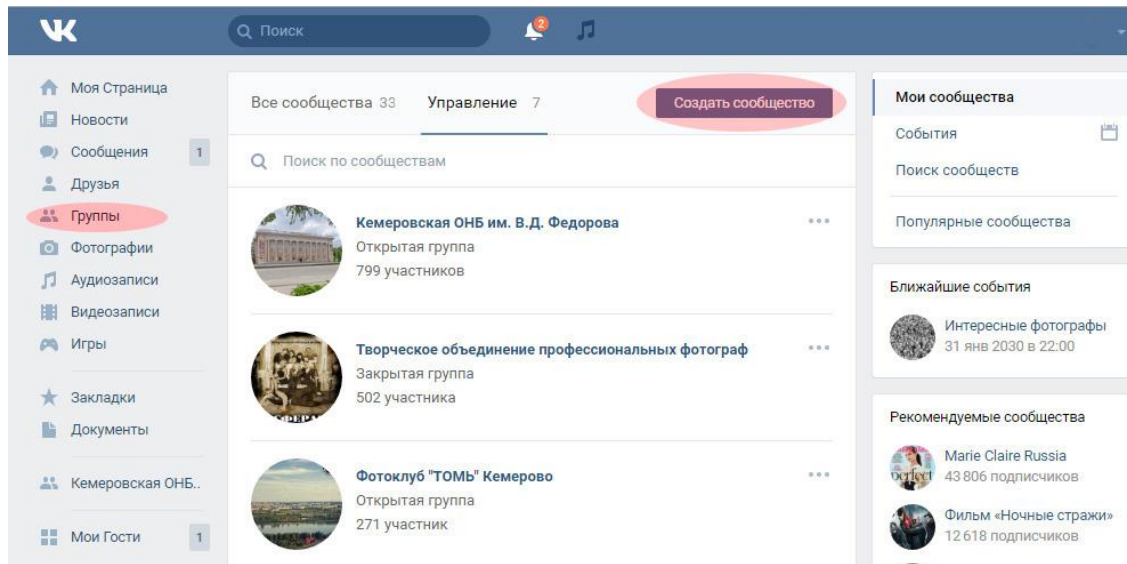
- Участники
- Возможные участники
- Отклонившие
- Приглашения
- Руководители
- Чёрный список
- Ссылки
- Работа с API

- *Позволяет более последовательно анонсировать и рекламировать предстоящее событие.*
- *Имеет суточное ограничения на количество приглашенных пользователей в 5000 человек.*
- *Возможность приглашать на событие целевую аудиторию.*
- *Возможность размещать тематическую информацию в большем объеме для целевой аудитории.*
- *По итогу мероприятия размещать отчетные материалы и фотографии для участников события. Мотивируя подписчиков принимать участие в ваших предстоящих событиях.*
- *Отслеживать статистику заинтересованности в данном мероприятии.*
- *Обсуждать предстоящее / прошедшее мероприятие с целевой аудиторией.*



# Как создать Мероприятие в ВК – «инвайтинг»

1. Заходите в раздел "Мои группы" (в левой колонке) и нажимаете "Создать сообщество" в правом верхнем углу открывшейся страницы



2. Вписываете название вашего мероприятия (потом, в любой момент его можно будет изменить).

**Например:**

- Тренинг: Начни зарабатывать с помощью пабликов ВКонтакте.

Или

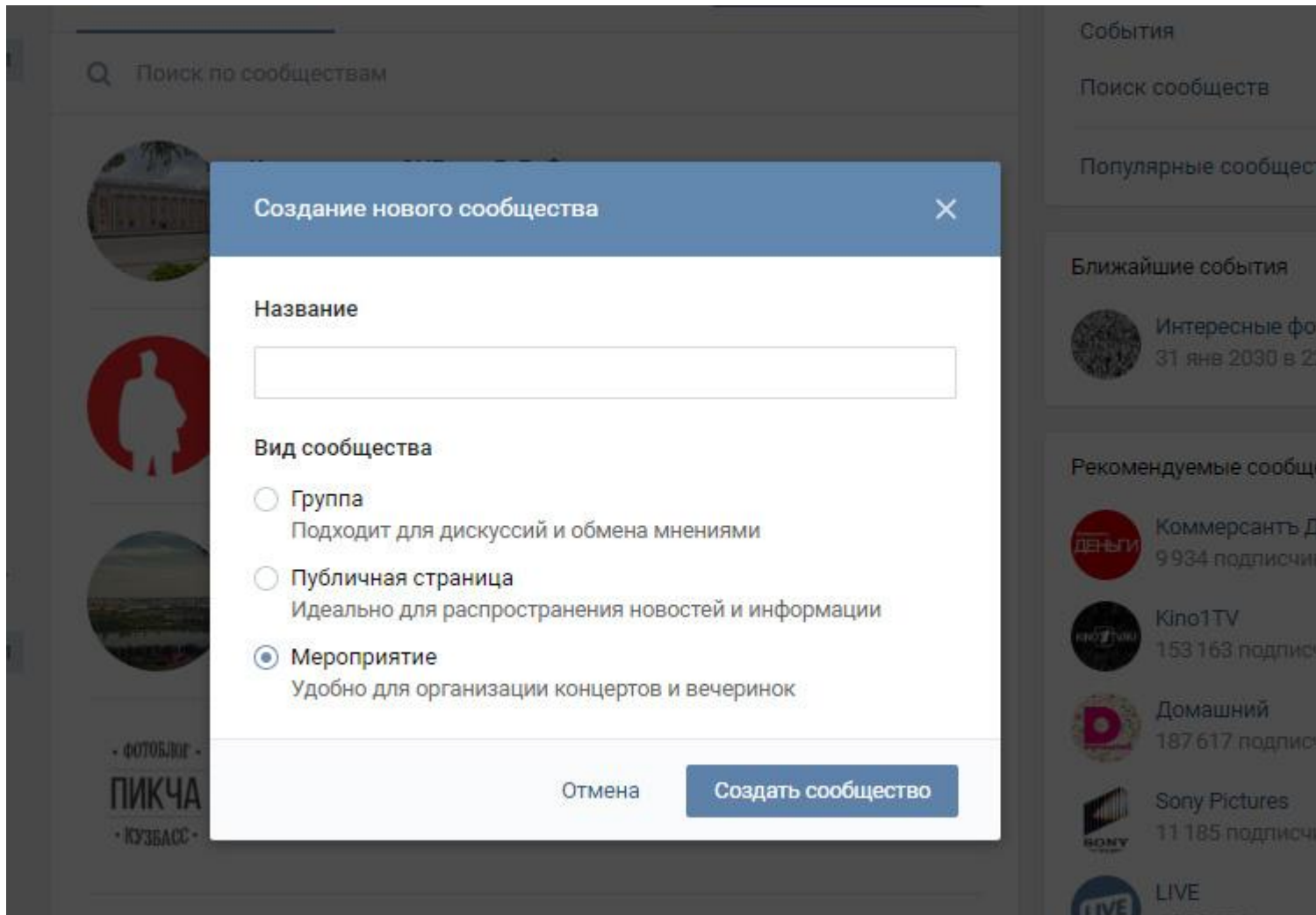
- Вебинар: Как развивать персональный бизнес бренд. Или:

- Мастер-курс: Стань профи в соцсетях

- 1. На Мероприятие ВКонтакте, в отличие от групп, можно приглашать участников своих сообществ - почти без ограничений! По 5000 человек в день.
- 2. Пользователи соц.сети, желающие подробней узнать о вашем событии, с большей охотой кликнут на внутреннюю ссылку ВКонтакте, чем на внешнюю ссылку на сайт, которого они не знают. Многие боятся вирусов, спама и т.п...
- 3. Все, кто добавился на ваше Мероприятие (в приглашении нажали "Пойду" или "Возможно пойду") не только видят новости Мероприятия в своей новостной ленте, но и заблаговременно ПОЛУЧАЮТ НАПОМИНАНИЯ в левой колонке сайта! Т.е. сама соц.сеть рекламирует ваше событие, напоминая о нем пользователям!
- 4. Если вы проводите этот же семинар или тренинг с какой-либо периодичностью, то вам достаточно лишь изменить дату в созданном Мероприятии. А, при необходимости, и его название и аватарку. И все, кто в него добавился, вновь заблаговременно получают напоминание о вашем тренинге в левой колонке сайта!

# Как создать Мероприятие в ВК – «инвайтинг»

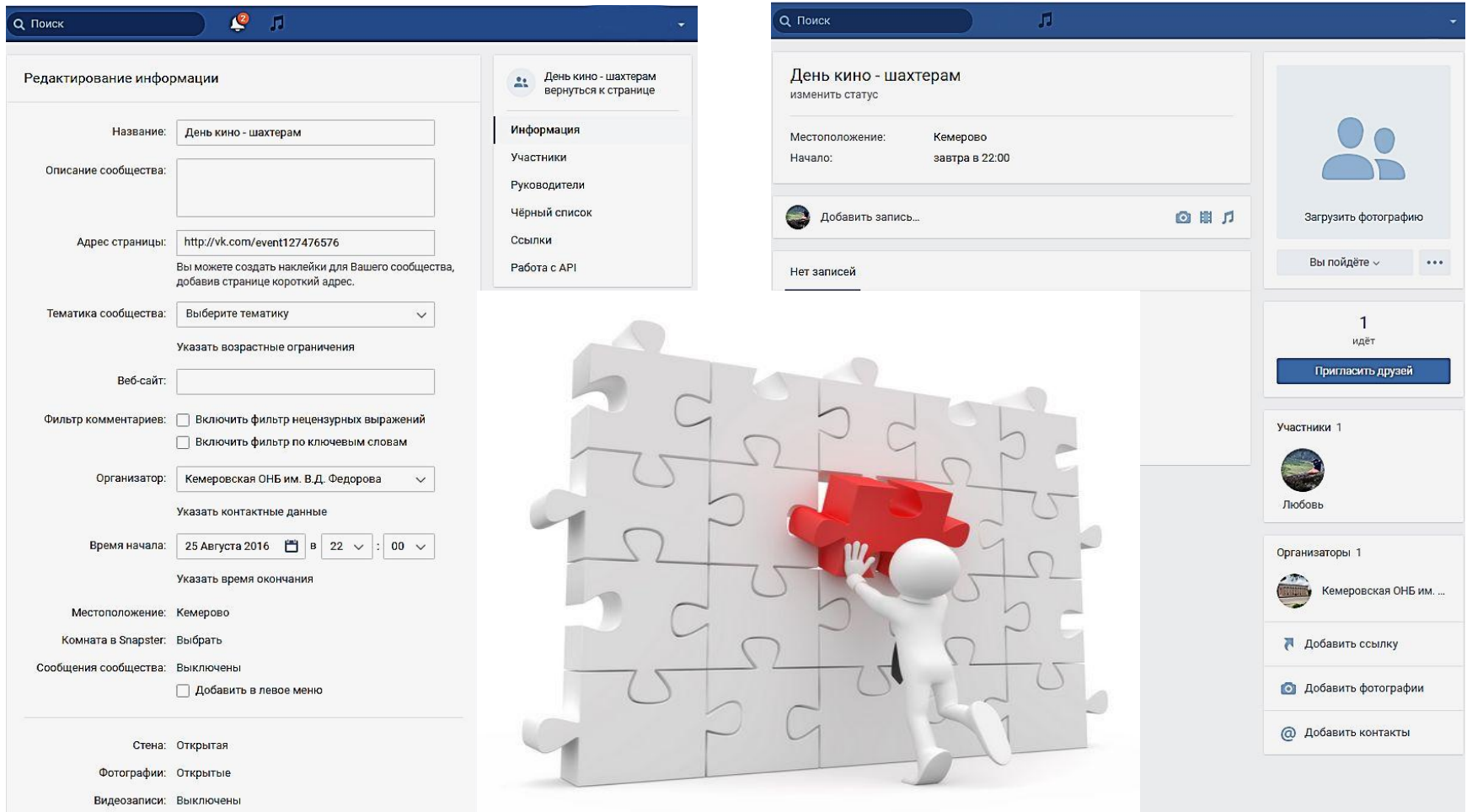
3. Выберите пункт "Мероприятие" и нажмите кнопку "Создать сообщество"





# Как создать Мероприятие в ВК – «инвайтинг»

4. Загрузите аватар Мероприятия. Рекомендуем использовать здесь картинку, рекламирующую ваш вебинар/тренинг/семинар/курс или, например, логотип вашего события или компании.



The image displays the VK interface for creating an event, split into two panels. The left panel shows the 'Редактирование информации' (Editing information) form for an event titled 'День кино - шахтерам'. The form includes fields for the name, description, URL, topic, age restrictions, website, comment filters, organizer (Keмеровская ОНБ им. В.Д. Федорова), start time (25 August 2016, 22:00), location (Keмерово), and privacy settings. The right panel shows the event's public page, including the title, location, start time, a 'Добавить запись...' (Add post...) button, and a list of participants and organizers. A 3D illustration of a white figure placing a red puzzle piece into a wall of white puzzle pieces is positioned in the center, symbolizing the completion of the event setup.

**Редактирование информации**

Название:

Описание сообщения:

Адрес страницы:   
Вы можете создать наклейки для Вашего сообщества, добавив странице короткий адрес.

Тематика сообщения:

Указать возрастные ограничения

Веб-сайт:

Фильтр комментариев:  Включить фильтр нецензурных выражений  
 Включить фильтр по ключевым словам

Организатор:

Указать контактные данные

Время начала:  в  :

Указать время окончания

Местоположение:

Комната в Snapster:

Сообщения сообщества:  Выключены  
 Добавить в левое меню

Стена:  Открытая

Фотографии:  Открытые

Видеозаписи:  Выключены

**День кино - шахтерам**  
изменить статус

Местоположение: Кемерово  
Начало: завтра в 22:00

Добавить запись...

Нет записей

1 идёт  
Пригласить друзей

Участники 1  
Любовь

Организаторы 1  
Keмеровская ОНБ им. ...

Добавить ссылку  
Добавить фотографии  
Добавить контакты

# Цикл продвижения мероприятия в соц. сетях

## Анонсирование

Поиск и подготовка аудитории (формирование потребности/формулирование потребности в мероприятии), подбор и переговоры с лидерами мнений.

### *Инструменты:*

- + статьи по соответствующей проблематике,
- + генерация обсуждений по тематике и т.д.
- + анонсы участников, афиши, мотиваторы, конкурсы и т.д.
- + реклама – таргетированная реклама (Fb, Vk), продвигаемые посты (Fb).

### *Площадки:*

Vk – собственная площадка, сообщества вашей тематики, сообщества партнёров,  
Fb – собственная площадка, привлечение/вовлечение лидеров мнений, экспертов.

## Прямая трансляция с мероприятия – это круто!

Инструменты: комиксы, фразы экспертов, фотоотчёты, свои мысли по этому поводу, фотоотчёты с бекстейджей (всем интересно увидеть то, что обычно от всех закрыто) и т.д.

## Отчёты

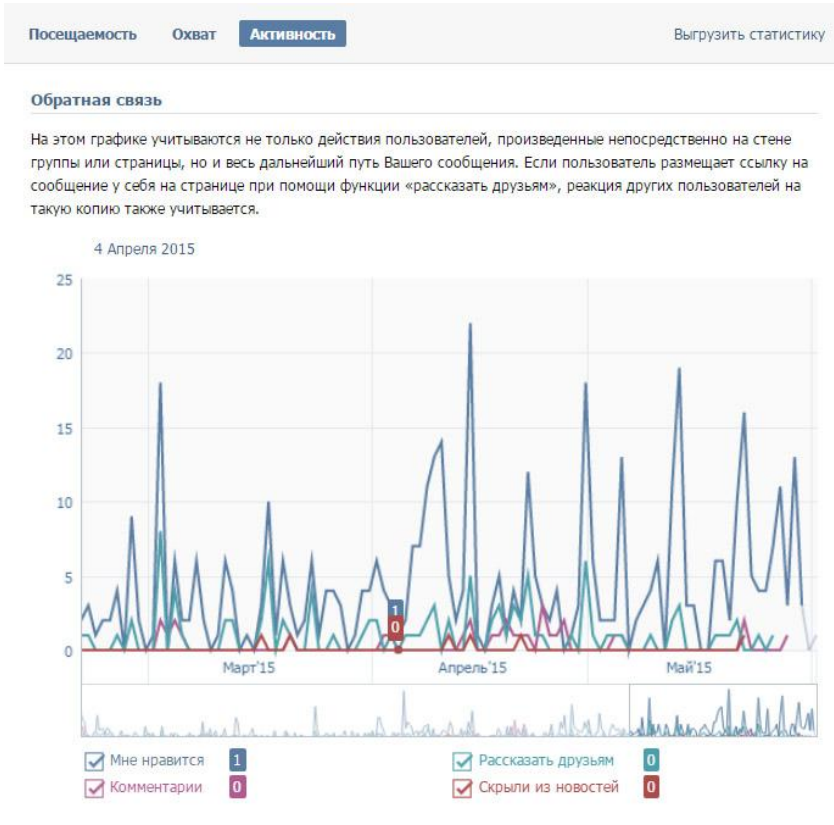
Отчёты могут очень сильно вытянуть мероприятие в сознании людей. С помощью отчётов можно сместить акценты на сильные стороны события, тем самым повлиять на конечное впечатление от события (за счёт смещения акцентов в пользу выигрышных моментов) + «подогреть» аудиторию, которая знала о мероприятии, но по каким-то причинам не пришла. Важно создать дискомфорт от ощущения упущенных возможностей.

\* Очень хорошо делать спасибо-посты, когда вы во время подготовки, проведения, отчёта о мероприятии делаете пост, посвящённый вашему партнёру.

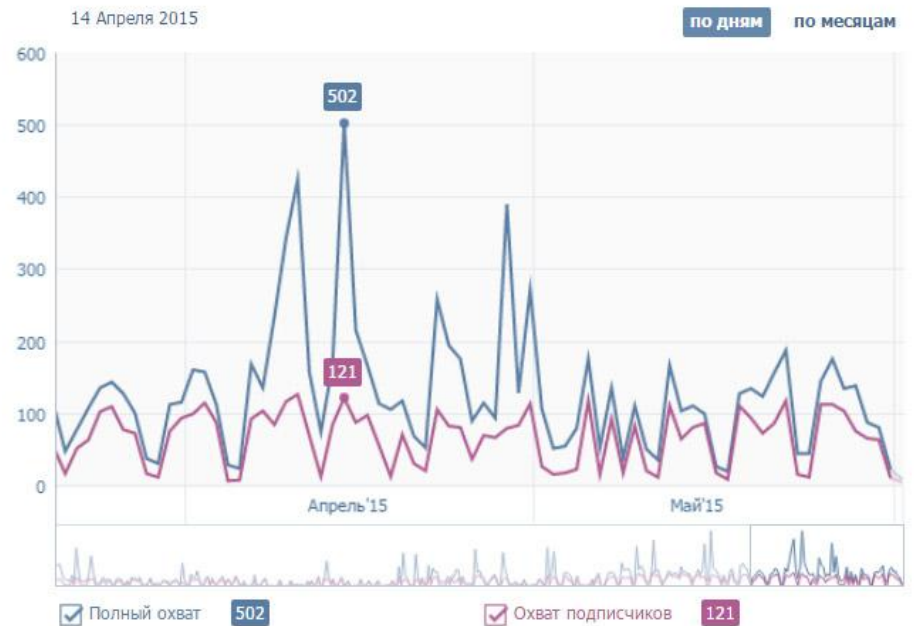
\* Обязательно делайте посты с анонсами конкретных людей-участников мероприятий, которых вы можете отметить активной ссылкой в посте. Это позволит дополнительно охватить аудиторию за счёт личного аккаунта отмеченного человека.



# Используйте статистические данные для оптимизации своей работы



На этом графике учитываются пользователи, просмотревшие записи сообщества на стене или в разделе Мои Новости.

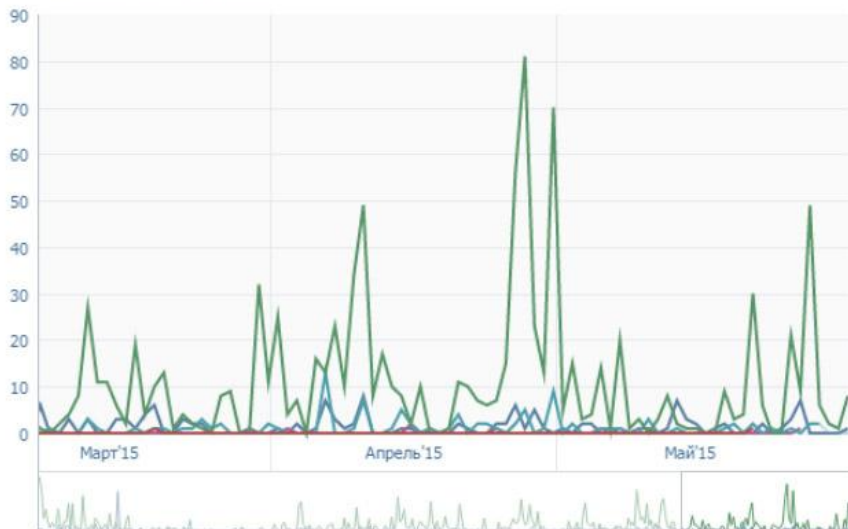


- Анализируйте воздействие своих постов. Самые удачные формы подачи информации используйте повторно.

# Используйте статистические данные для оптимизации своей работы

## Просмотры разделов

6 Марта 2015 – 1 Июня 2015



- Обсуждения
- Фотоальбомы
- Аудиозаписи
- Документы
- Видеозаписи

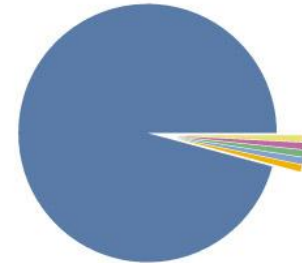
## География

Сутки Неделя Месяц **Всё время** В виде графиков

страна	количество
Россия	98.02%
Украина	0.66%
Казахстан	0.17%
Германия	0.17%
Беларусь	0.13%
Другие	0.84%

город	количество
Кемерово	64.70%
Красноярск	3.06%
Москва	2.52%
Санкт-Петербург	2.41%
Омск	1.26%
Другие	26.04%



## Охват устройств

Сутки Неделя Месяц **Всё время**

устройства	количество
Просмотры с компьютеров	70.02%
Просмотры с мобильных	29.98%



- Анализируйте какой именно материал пользуется наибольшим спросом и вниманием подписчиков.
- Адаптируйте свои посты для разных устройств: стационарных компьютеров, планшетов и телефонов.

# Используйте планировщики постов

**Отложенный постинг** — это автоматическая публикация сообщений в социальных сетях в заданное время. Она осуществляется с помощью штатных средств социальных платформ, а также с помощью сторонних сервисов.

Автоматические публикации сообщений по расписанию решают следующие задачи:

*Экономия времени SMM-менеджера. Специалист может настраивать публикации 1 раз в сутки или реже, после чего фокусироваться на решении других задач. Соблюдение оптимального ритма выхода постов.*



Отложенный постинг обладает еще одним важным преимуществом: вы [планируете публикации](#). Это избавляет вас от дефицита идей, а вашу аудиторию защищает от недостатка информации. В данном руководстве вы найдете информацию об отложенном постинге с помощью штатных инструментов социальных сетей.



## Чтобы опубликовать посты по расписанию в группе во «ВКонтакте», воспользуйтесь функцией «Таймер»

В режиме редактирования заметки выберите опцию «Другое».

The image shows two overlapping screenshots of the VK post creation interface. The top screenshot shows the main post creation screen with a dropdown menu open. The bottom screenshot shows the 'Time of publication' settings dialog.

**Left Screenshot: Main Post Creation**

- Header: Добавить запись... (Add post...)
- Buttons:  подпись (signature), Отправить (Send)
- Menu items: Документ (Document), Карта (Map), Граффити (Graffiti), Опрос (Poll), Товар (Product), Таймер (Timer), Это реклама (This is an advertisement)

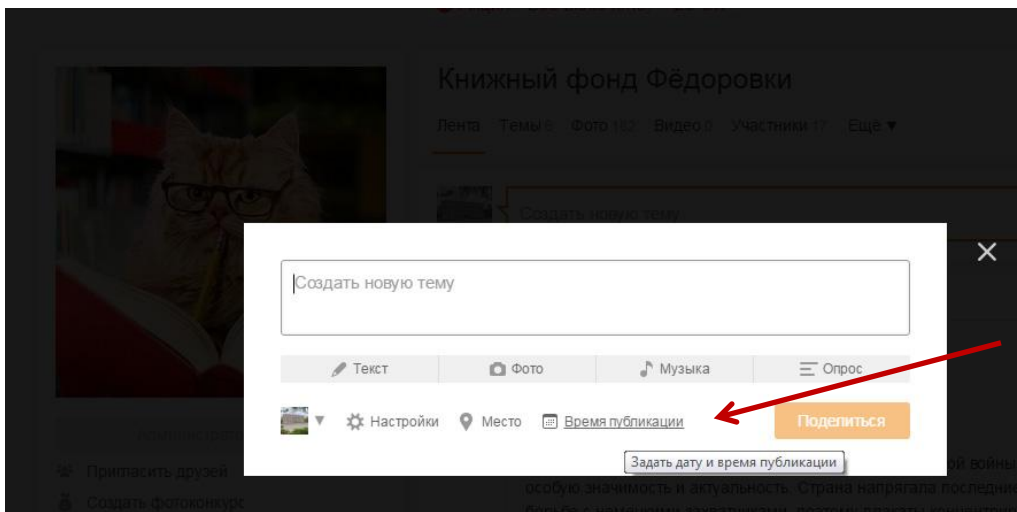
**Right Screenshot: Time of Publication Settings**

- Header: Время публикации (Time of publication)
- Calendar: 25 Августа 2016 (25 August 2016)
- Time: 18 : 02 (18:02)
- Buttons:  подпись (signature), В очередь (Queue)

Август 2016						
Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

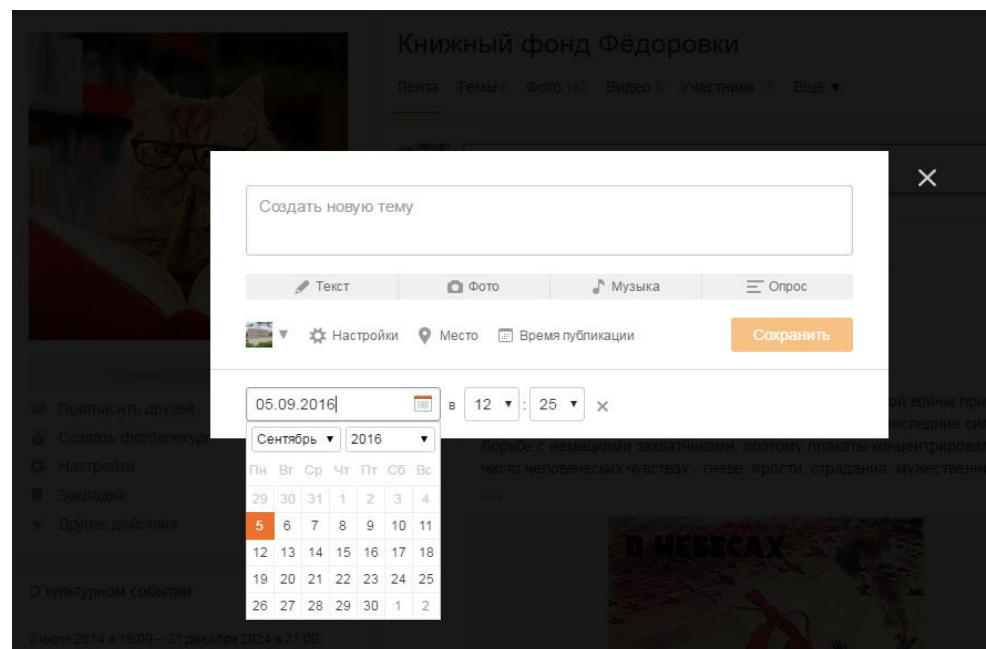
В развернутом меню выберите вариант «Таймер». Напишите заметку и установите таймер.

## Как публиковать посты по расписанию в группе в «Одноклассниках»

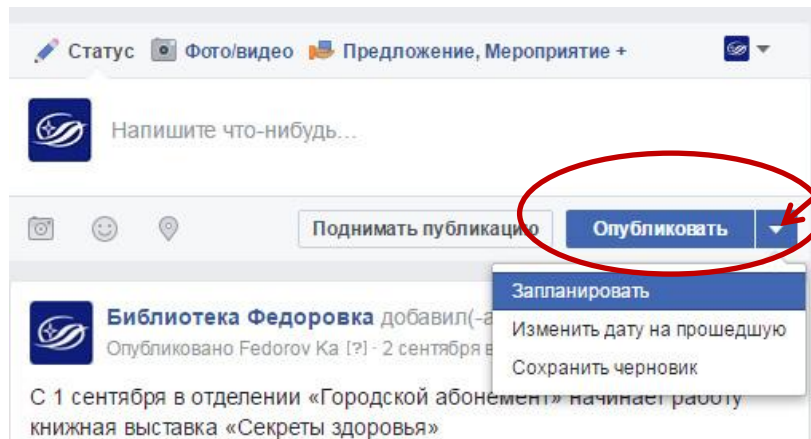


В режиме редактирования заметки выберите опцию «Время публикации».

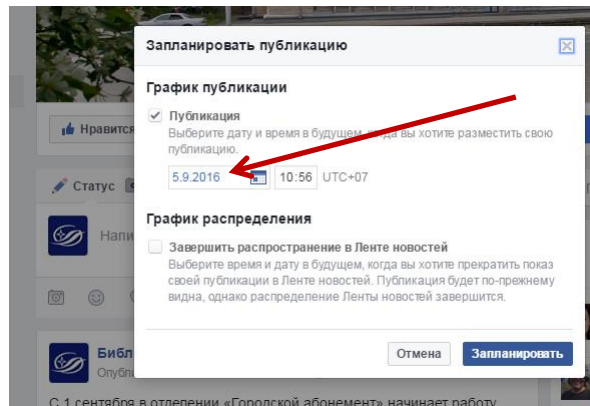
В развернувшемся внизу меню календаря выберите дату и время публикации .  
Напишите заметку и нажмите «Сохранить» .



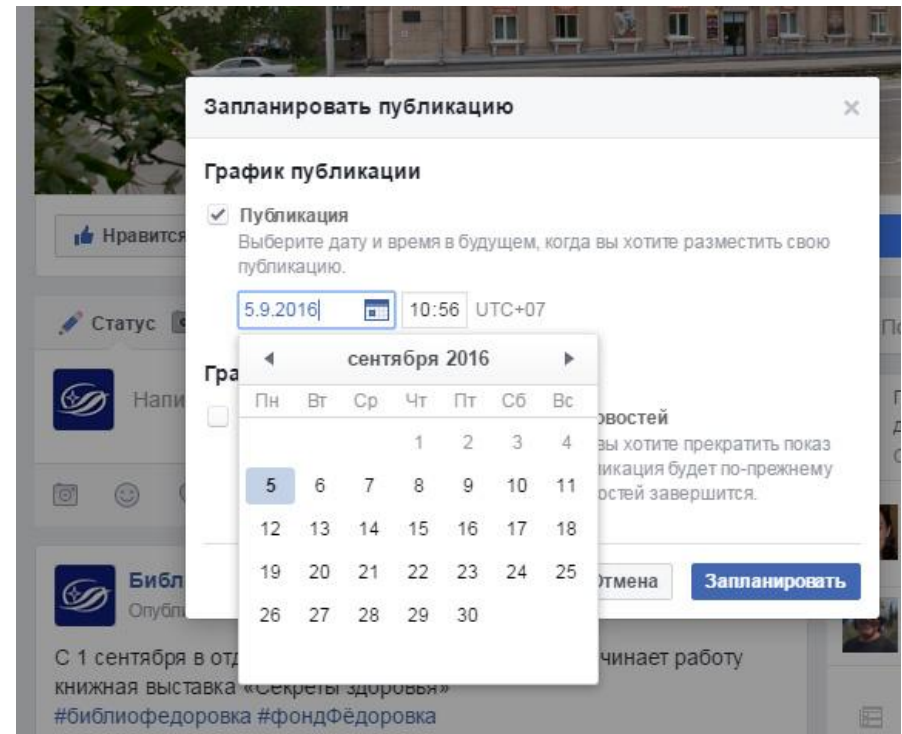
# Как публиковать посты по расписанию в группе в «Фейсбуке»



В режиме редактирования заметки в выпадающем меню справа выберите опцию «Запланировать».



В развернутом внизу меню календаря выберите дату и время публикации .  
Напишите заметку и нажмите «Сохранить»



# Используйте опросы как возможность взаимодействовать с подписчиками



## Виды опросов:

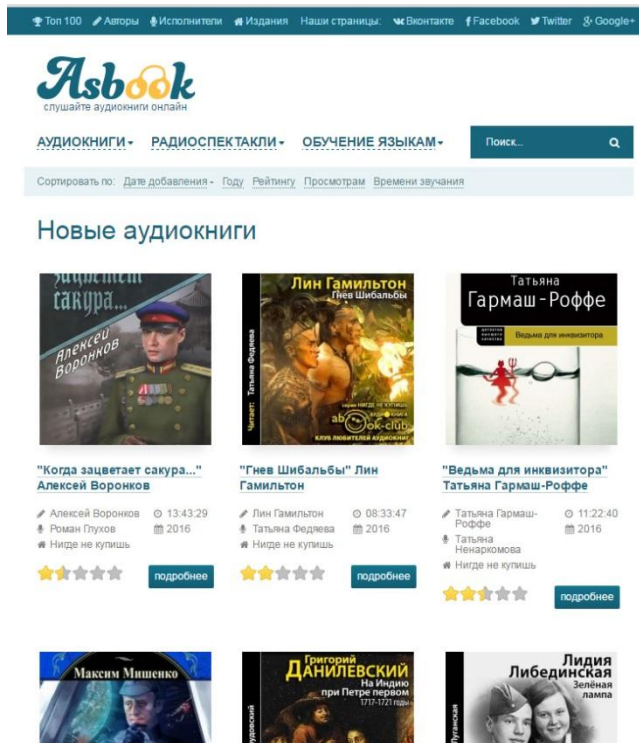
- Опрос, требующий только простые ответы : *Да, нет,*
- Опрос, требующий выбрать *1 ответ* из предложенных Вами.
- Опрос, требующий выбрать *несколько ответов* из предложенных Вами.



- Провокационные опросы
  - Информативные опросы
  - Тематические опросы
  - Развлекательные опросы
- 
- Оставьте свободный вариант ответа – для написания комментария



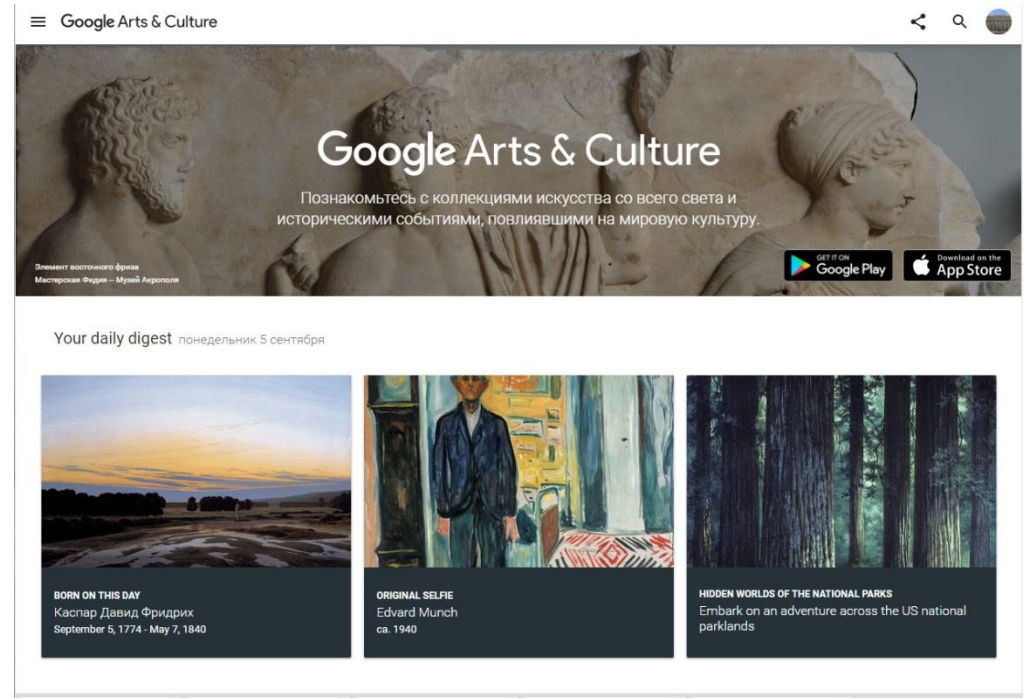
# Будьте полезными для своих подписчиков, делитесь ссылками на полезные ресурсы.



The screenshot shows the Asbook website interface. At the top, there are navigation links for Top 100, Authors, Performers, Editions, and our pages, along with social media icons for VKontakte, Facebook, and Twitter, and a Google+ icon. The main header features the Asbook logo and the tagline "слушайте аудиокниги онлайн". Below this is a search bar and a sorting menu with options: "Сортировать по: Дате добавления - Году Рейтингу Просмотрам Времени звучания". The main content area is titled "Новые аудиокниги" and displays a grid of audiobook covers. Each cover includes the title, author, and a "подробнее" button. The visible titles are: "Когда зацветает сакура..." by Алексей Воронков, "Гнев Шибальбы" by Лин Гамильтон, "Ведьма для инквизитора" by Татьяна Гармаш-Роффе, "Максим Мишенко", "Григорий Данилевский" by Григорий Данилевский, and "Лидия Либединская" by Лидия Либединская.

- <http://asbook.net/>

На сайте представлена огромная коллекция аудиокниг и радиоспектаклей зарубежных и отечественных авторов, а также материалы для изучения иностранных языков.



The screenshot shows the Google Arts & Culture website. The header includes the Google Arts & Culture logo and navigation icons. The main banner features a large image of classical sculptures with the text "Google Arts & Culture" and "Познакомьтесь с коллекциями искусства со всего света и историческими событиями, повлиявшими на мировую культуру." Below the banner are links to "GET IT ON Google Play" and "Download on the App Store". The main content area is titled "Your daily digest понедельник 5 сентября" and displays a grid of art-related content. Each item includes an image and a title: "BORN ON THIS DAY" featuring Caspar David Friedrich, "ORIGINAL SELFIE" featuring Edvard Munch, and "HIDDEN WORLDS OF THE NATIONAL PARKS".

- <https://www.google.com/culturalinstitute/beta/>

На сайте виртуального арт-проекта пользователи могут посмотреть коллекцию фотографий тысяч произведений искусства и посетить самые известные музеи мира, не отходя от компьютера



# Идеи обучающих и познавательных постов для привлечения аудитория



- *Вдохните жизнь в литературу.*  
(цитаты, буктрейлеры, критические обзоры)
- *Следите за событиями в жизни знаменитостей.*  
(дни рождения знаменитых, интересные факты из жизни великих людей)
- *Изучение географии.* (Города, страны, интересные места)
- *Экскурсии.* (Исторические, литературные, творческие и т.п.)
- *Тематические рубрики.* (Политика, социология, наука, культура)
- *Последние новости культуры.*
- *Общение с учителями – обменивайтесь опытом.*
- *Практикуйте иностранные языки.*
- *Развлечение с умом.* (Опросы, загадки, шарады)
- *Создавайте конкурсы.*



# Семинар

«Социальные сети – платформа  
для организации социальных взаимоотношений»