



Контент ВКонтакте

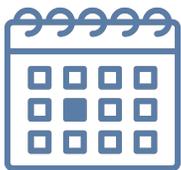
Для видеокурса «ВКонтакте для партнеров»



Умная лента

Алгоритм vs Хронологическая лента

История изменений



Июнь
2016 г.

запуск
алгоритмизированной
ленты*



Решение: меняется порядок новостей, интересные записи отображаются выше остальных

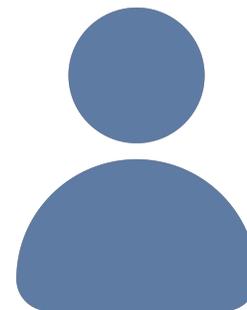


80%** от активной месячной аудитории (76 млн пользователей) переключились на режим умной ленты



Количество просмотров записей увеличилось на **31%****, отметок «Мне нравится» — на **44%**

Я подписан на несколько сотен друзей и сообществ, которые публикуют более 500 записей в сутки



Пользователь

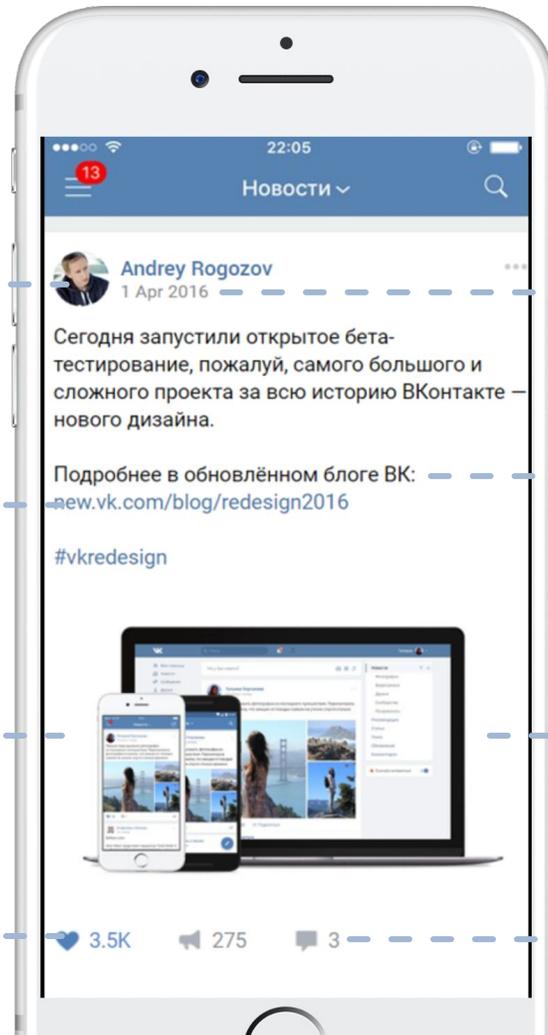


Я успеваю просматривать менее 20% всех публикаций новостной ленты

*Действует на всех платформах

**Данные на март 2017 года

Что учитывает алгоритм



Как часто вы взаимодействуете с автором записи

Актуальность публикации

Переходы по ссылкам

Время просмотра

Просмотры фото, видео и проигрывание аудио

Формат и содержание записи, наличие медиаконтента

Популярность и обратная связь пользователей

Активность в комментариях

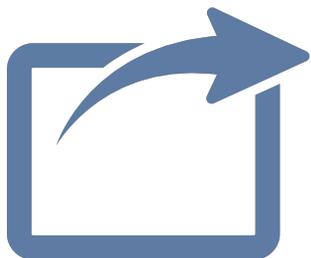


Писать, чтобы читали

Форматы и рекомендации

Особенности среды

**Эпоха
перепостмодернизма**



свой стиль общения
как часть SMM-стратегии

**Высокий уровень бытовой
агрессии в реальной жизни**



проявляйте заботу (графическое
оформление текстов в одном стиле
- тоже забота)

**Сухой язык
пресс-релизов**



ведите коммуникацию
от первого лица

Рекомендации для авторов

Создавайте инфоповоды

Готовьте уникальный контент



 Нажимайте на скриншоты, чтобы перейти на пост

Подборка тематических фотографий из архива музея

Рекомендации для авторов

Создавайте инфоповоды

Готовьте уникальный контент



Призыв в группе зоопарка собирать подарки в честь Дня белого медведя - [Новосибирский зоопарк](#)

Рекомендации для авторов

Создавайте инфоповоды

Готовьте уникальный контент



Просветительский проект «Дом культуры ЛСР» публикует приглашение на выставку, используя фотографию отзыва из книги отзывов прошедшего мероприятия

Рекомендации для авторов

Вызывайте доверие

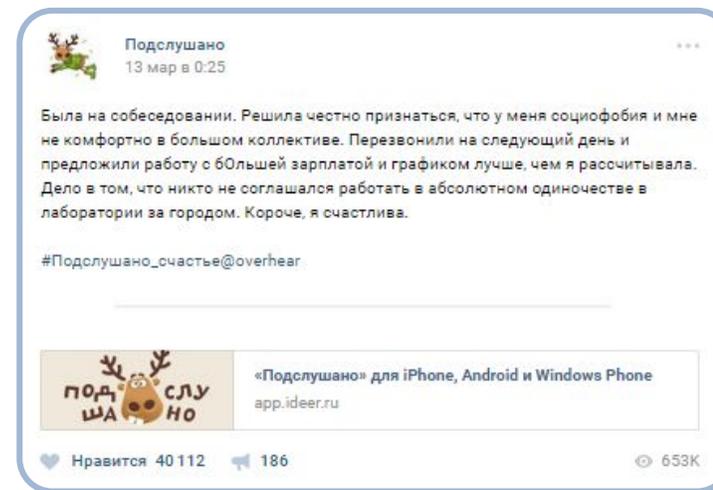
Создавайте среду для появления естественного контента, записей от имени посетителей



Фото из Новой Голландии



Фото участника конкурса луков в группе Mercedes-Benz Fashion Week Russia, победитель получил пригласительный бейдж на все дни недели моды

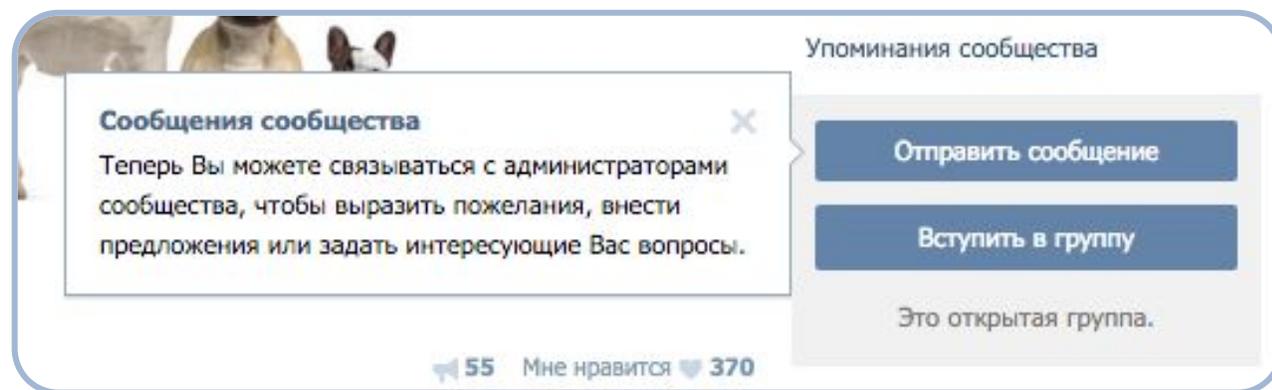


Откровения подписчиков

Рекомендации для авторов

Общайтесь

Отвечайте на комментарии, а не закрывайте их. Подключайте личные сообщения сообществ



Упоминания сообщества

Сообщения сообщества ✕

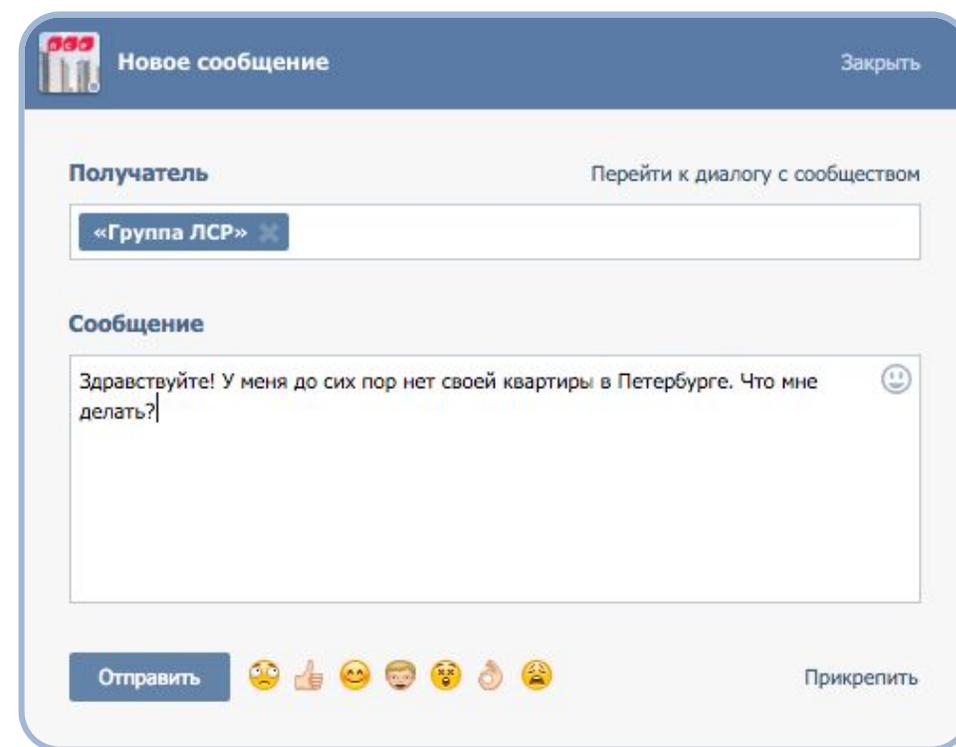
Теперь Вы можете связываться с администраторами сообщества, чтобы выразить пожелания, внести предложения или задать интересующие Вас вопросы.

Отправить сообщение

Вступить в группу

Это открытая группа.

55 Мне нравится 370



Новое сообщение Закреть

Получатель Перейти к диалогу с сообществом

«Группа ЛСР» ✕

Сообщение

Здравствуйте! У меня до сих пор нет своей квартиры в Петербурге. Что мне делать? 😊

Отправить 🙄 👍 😊 🧑 🤔 🍷 😞

Прикрепить

Рекомендации для авторов

Приглашайте сотрудников

Перерабатывайте интервью,
не забывайте про авторские права



Как работают экскурсоводы. Спикер – заведующая научно-просветительским отделом Эрмитажа Л.М. Ершова

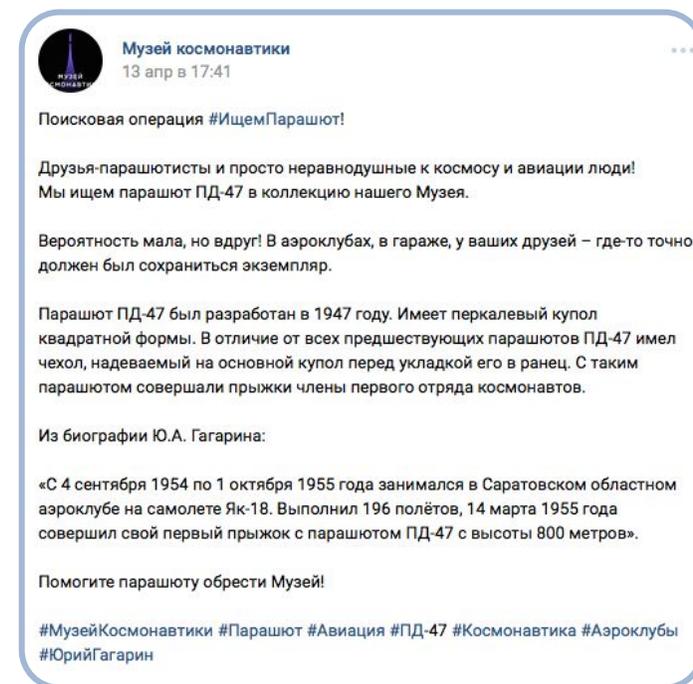
Рекомендации для авторов

Проявляйте заботу

Делите тексты на абзацы,
используйте рубрикаторы



Портал Госуслуг делит текст на смысловые абзацы, чтобы они лучше воспринимались



Музей космонавтики использует хештег-рубрику **#ИщемПарашют**, чтобы найти редкий экспонат в коллекцию музея

Рекомендации для авторов

Вовлекайте

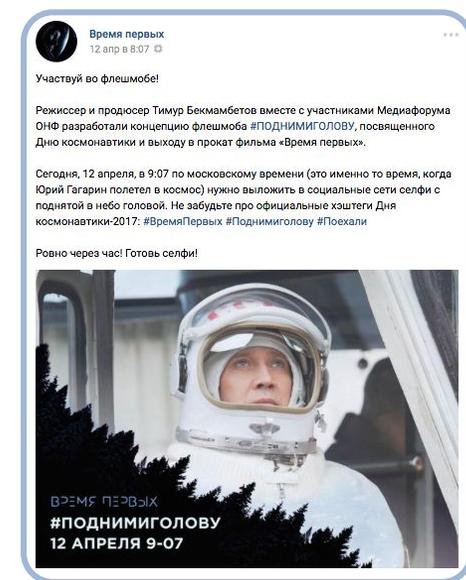
Готовьте контент с вирусным потенциалом



Опрос



Инфографика, вызывающая дискуссию

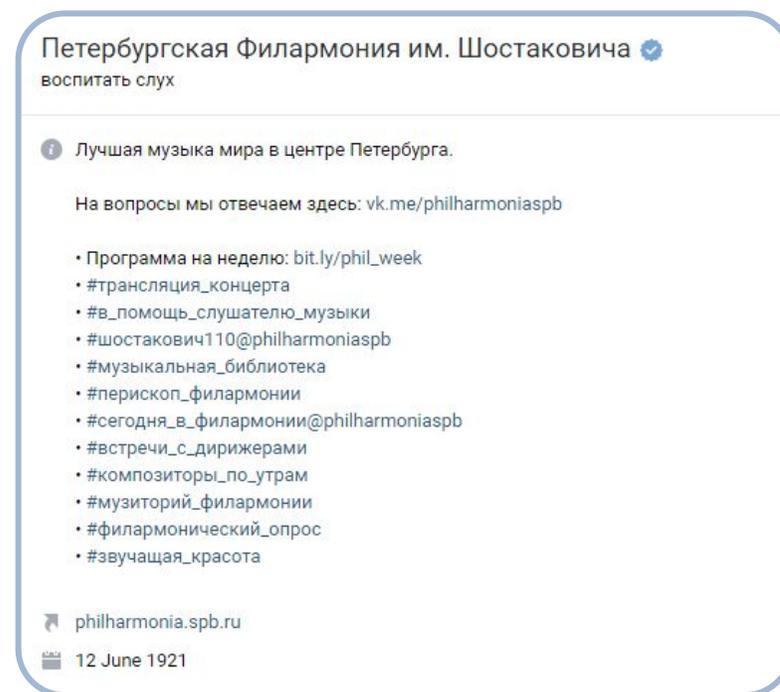


Флешмоб [#ПОДНИМИГОЛОВУ](#), посвященный Дню космонавтики и выходу в прокат фильма «Время первых»

Рекомендации для авторов

Будьте системными

Соблюдайте понятную периодичность публикаций, следуйте контент-плану



Петербургская Филармония им. Шостаковича ✓
воспитать слух

📌 Лучшая музыка мира в центре Петербурга.

На вопросы мы отвечаем здесь: vk.me/philharmoniaspb

- Программа на неделю: bit.ly/phil_week
- #трансляция_концерта
- #в_помощь_слушателю_музыки
- #шостакович110@philharmoniaspb
- #музыкальная_библиотека
- #перископ_филармонии
- #сегодня_в_филармонии@philharmoniaspb
- #встречи_с_дирижерами
- #композиторы_по_утрам
- #музиторий_филармонии
- #филармонический_опрос
- #звучащая_красота

🌐 philharmonia.spb.ru
📅 12 June 1921



Описание хештегов



Петербургская Филармония им. Шостаковича

1 Mar at 6:27 am

Внимательный Антонин Дворжак на даче кормит своих голубей. Их разведение, причём именно разных пород — хобби, которому композитор уделял время даже во время поездок. Высоко, Чехия.

Тем временем, наступила весна!

#композиторы_по_утрам



Like 133

13

5.1K

Петербургская Филармония им. Шостаковича

воспитать слух

Лучшая музыка мира в центре Петербурга.

На вопросы мы отвечаем здесь: vk.me/philharmoniaspb

- Программа на неделю: bit.ly/phil_week
- #трансляция_концерта
- #в_помощь_слушателю_музыки
- #шостакович110@philharmoniaspb
- #музыкальная_библиотека
- #перископ_филармонии
- #сегодня_в_филармонии@philharmoniaspb
- #встречи_с_дирижерами
- #композиторы_по_утрам
- #музиторий_филармонии
- #филармонический_опрос
- #звучащая_красота

philharmonia.spb.ru

12 June 1921

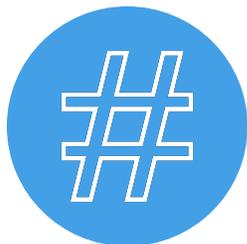
Что дает КОНТЕНТ-ПЛАН



Частотность обновлений.
Лучше всего - 1-3 записи/день,
но не более 7-10 записей/день



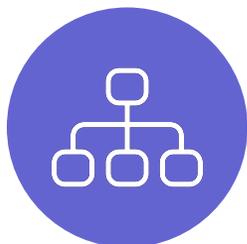
Рубрикатор



Описание используемых хештегов



Определение ответственных
за подготовку разных видов
контента или рубрик



Контроль за выполнением



Инструкции по созданию
определенных типов контента

Из чего состоит **хороший текст**

Начало



Антон Павлович Чехов

22 фев в 10:01

Надворный советник Семен Петрович Подтыкин сел за стол, покрыл свою грудь салфеткой и, сгорая нетерпением, стал ожидать того момента, когда начнут подавать блины...

...Но вот, наконец, показалась кухарка с блинами... Семен Петрович, рискуя ожечь пальцы, схватил два верхних, самых горячих блина и аппетитно шлепнул их на свою тарелку. Блины были поджаристые, пористые, пухлые, как плечо купеческой дочки... Подтыкин приятно улыбнулся, икнул от восторга и облил их горячим маслом. Засим, как бы разжигая свой аппетит и наслаждаясь предакушением, он медленно, с расстановкой обмазал их икрой. Места, на которые не попала икра, он облил сметаной... Оставалось теперь только есть, не правда ли? Но нет!.. Подтыкин взглянул на дела рук своих и не удовлетворился... Подумав немного, он положил на блины самый жирный кусок семги, кильку и сардинку, потом уж, млея и задыхаясь, свернул оба блина в трубку, с чувством выпил рюмку водки, крякнул, раскрыл рот...

Но тут его хватил апоплексический удар.

О БРЕННОСТИ
(МАСЛЕНИЧНАЯ ТЕМА ДЛЯ ПРОПОВЕДИ)

СМЫСЛ

Конец

К нему можно
подобрать заголовок



Рекомендации для авторов

Работайте со статистикой

Замеряйте метрики (число переходов, число реакций, охват записей, прирост в месяц), следите за ними



Рекомендации для авторов

Рекламируйте

Даже самые хорошие тексты нуждаются в рекламе, чтобы получить БОЛЬШОЙ охват. Используйте официальные рекламные инструменты ВКонтакте

Подключение к бирже рекламы Заккрыть



Тематика сообщества

Культура и искусство

Стоимость записи, руб. [?]

Подключить сообщество

Биржа рекламы

ЮНИОР. Футбол для детей в Санкт-Петербурге
Рекламная запись

Нужно ли рассказывать про пользу футбола для ребенка?

Не будем. Расскажем о детской футбольной школе.

«Юниор» – это более 300 филиалов в 138 городах шести стран Европы и Азии. Более 20 000 ребят успешно занимаются футболом.

«Юниор» это:

- Небольшие группы (до 8 человек на тренера) – индивидуальный подход к каждому ребенку.
- Авторская методика тренировок, разработанная сотрудниками НГУ ФКСИЗ им. Ф. П. Лесгафта, а также ведущими детскими тренерами, психологами и педагогами России и Европы.
- Современный инвентарь и экипировка.
- Удобное расписание тренировок.
- Собственный футбольный клуб – это уже перспектива для вашего ребенка!

Записать ребенка на бесплатную пробную тренировку можно в сообществе школы: https://vk.com/spb_junior_football.



Идет запись на бесплатные пробные тренировки

Мне нравится 13 2

Промопост

Подключение к бирже рекламы

Закреть



Тематика сообщества

Культура и искусство

Стоимость записи, руб. [?]

Подключить сообщество



ЮНИОР. Футбол для детей в Санкт-Петербурге

Рекламная запись

Нужно ли рассказывать про пользу футбола для ребенка?

Не будем. Расскажем о детской футбольной школе.

«Юниор» - это более 300 филиалов в 138 городах шести стран Европы и Азии. Более 20 000 ребят успешно занимаются футболом.

«Юниор» это:

- Небольшие группы (до 8 человек на тренера) - индивидуальный подход к каждому ребенку.
- Авторская методика тренировок, разработанная сотрудниками НГУ ФКСиЗ им. Ф. П. Лесгафта, а также ведущими детскими тренерами, психологами и педагогами России и Европы.
- Современный инвентарь и экипировка.
- Удобное расписание тренировок.
- Собственный футбольный клуб - это уже перспектива для вашего ребенка!

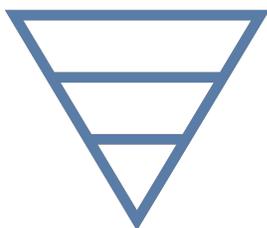
Записать ребенка на бесплатную пробную тренировку можно в сообществе школы: https://vk.com/spb_junior_football.



Мне нравится 13



Лайфхаки. Как писать хорошие тексты



**Формулируйте мысли на уровне лида
(вводная часть в тексте)**

Принцип перевернутой пирамиды



**Заканчивайте
призывом**

1 текст - 1 призыв (переходите по ссылке, участвуйте в опросе, расскажите друзьям)



**Используйте
инструменты ВКонтакте**

Создавайте уникальный контент (трансляции, вики-страницы, упоминания, хештеги)

Востребованные форматы контента

Подборки



Фотоподборка: коллекции в группе [Mercedes-Benz Fashion Week Russia](#); [фото того, как рос медвежонок](#) [Ростик в Новосибирском зоопарке](#)



Видео: цикл передач [М. Казиника](#) о творчестве великих композиторов



Файлы: собрание текстов, посвященных Д. Шостаковичу; список рассказов-финалистов конкурса [#сказка_для_филармонии](#)

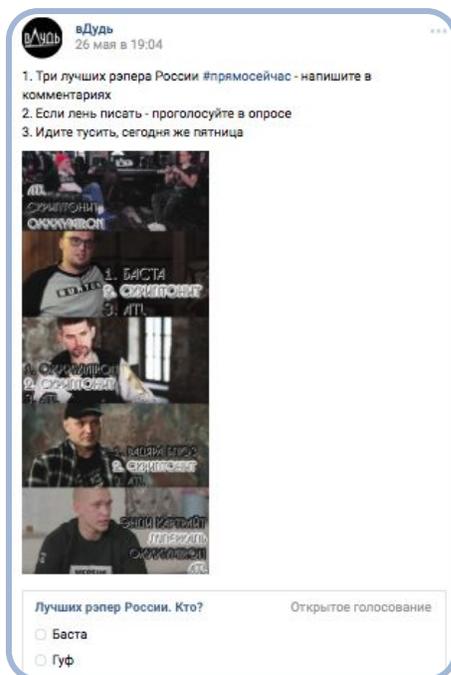


Аудио: оцифрованные записи концертов, [все симфонии Дмитрия Шостаковича](#)

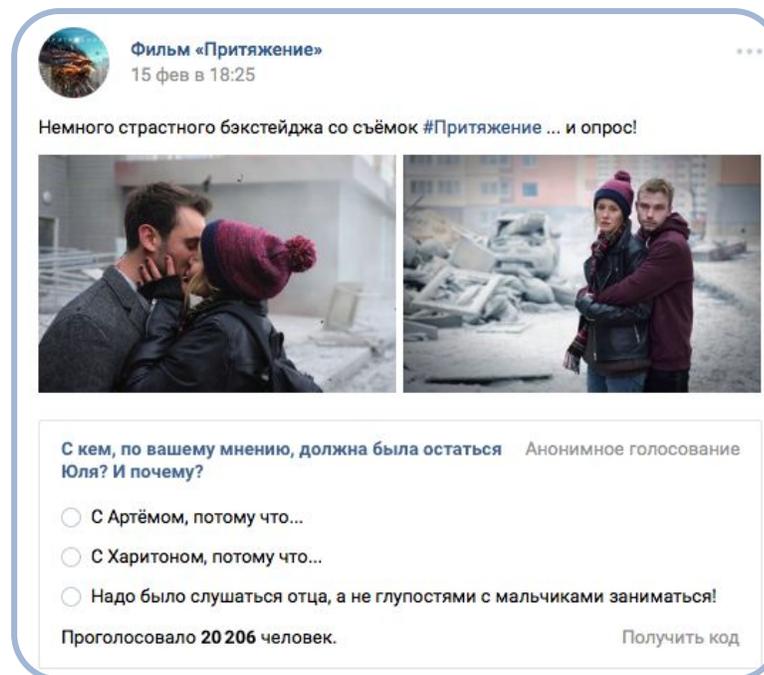
Востребованные форматы контента

Опросы, голосования

Анонимные и открытые



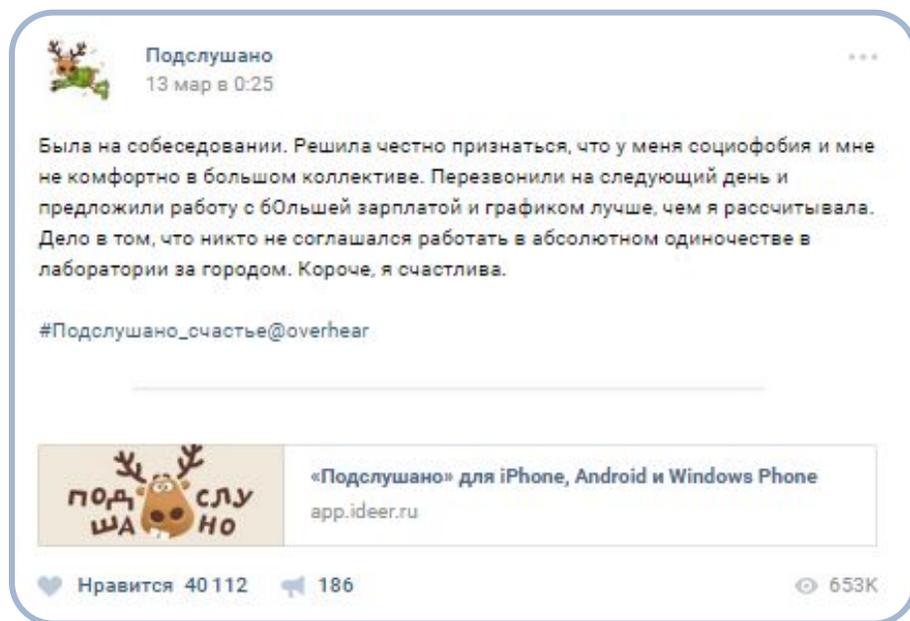
Открытый опрос, задача - вывести пользователей в комментарии



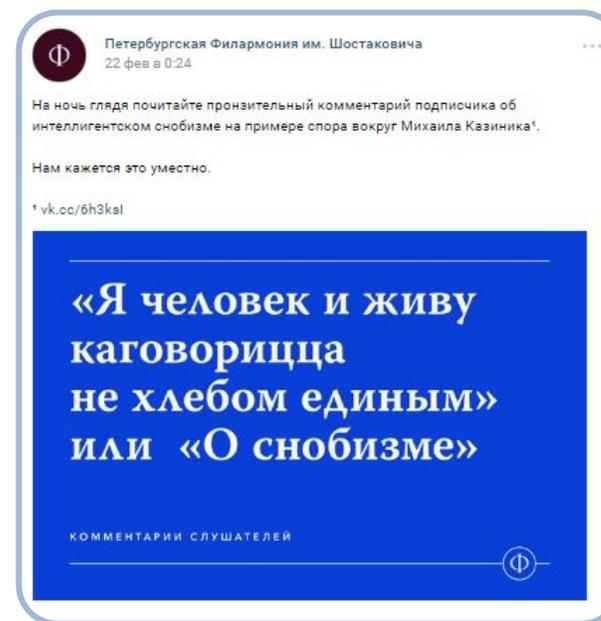
Анонимный опрос с открытыми вариантами ответа, цель - вывести пользователей в комментарии

Востребованные форматы контента

Пользовательский/естественный контент



Предложенные записи (актуально для публичных страниц)



Оформление комментариев подписчиков в цитаты



Естественный контент vs Искусственный контент

«Динамическое СМИ» как часть контент-стратегии

Как это работает



Клиенты

- когда получают
положительный опыт



Нужно делать
счастливыми



Сотрудники

- когда разделяют идеи
компании (продукт продан
внутри компании)



Нужно делать
счастливыми



Партнёры компании



Нужно делать
счастливыми

Маркетинговое значение имеет
только тот контент, который
рождается **естественным образом**



Конкурсы

Правила, которые лучше соблюдать

Правила проведения конкурсов



Указывайте сроки и призы

Устраивая конкурсы, основанные на репостах и организованные по принципу генератора случайных чисел, указывайте сроки проведения конкурса, организатора этого мероприятия, правила проведения, количество призов и выигрышей



Публично подводите итоги

Отсутствие информации о победителе, как и удаление записи с конкурсом до подведения результатов, может привести к серьёзным последствиям для сообщества

Что делать **нельзя**



... проводить конкурсы без заранее обозначенного приза

Каждый приз должен быть разыгран



... поощрять адресное привлечение пользователей в сообщество

Написание личных сообщений, использование упоминаний, рассылку приглашений в группу/на мероприятие

Запрещается...



... действия, поощряющие повышение счетчиков сайта

Например, победитель будет определён по количеству отметок «Поделиться» или «Мне нравится» под репостом конкурса на своей странице

Хорошие и плохие призы

Хорошие

Совпадают с интересами именно вашей аудитории:

Билеты на событие

Книга с автографом

Приглашение на закрытую встречу

Приглашение за кулисы

Безлимитные посещения концертов в вашей организации

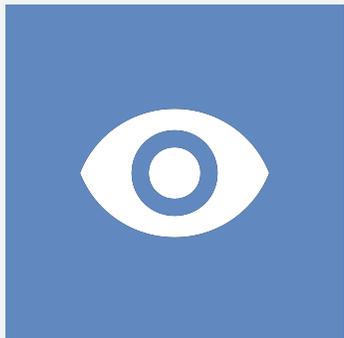
Плохие

Интересны всем, то есть универсальные, не адресные:

Мобильный телефон

если вы не компания-производитель

Деньги на телефон



Визуальный контент

Авторское право в социальных сетях

Права на изображения



Использование изображения

Любое действие в отношении изображения: копирование, выкладывание в социальную сеть, изменение картинки и так далее — всё является использованием, и потому защищается законодательством об авторском праве.



Право на использование

Не запросив у правообладателя право на использование изображений, по закону нельзя использовать их в своих сообществах.



Согласие на использование

Важно не только формально запросить, но и получить согласие. Переписка в социальной сети считается одной из форм получения согласия на использование изображений.

Что делать, чтобы **не нарушать**



Всегда запрашивать право на использование изображения у автора и получать его



Создавать (в том числе заказывать) уникальный контент, который будет заточен под вас и права на который будут принадлежать вам

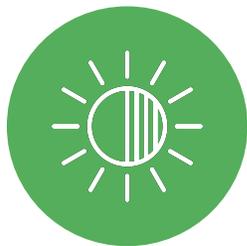


Брать картинки из фотобанков (shutterstock, depositphotos), которые предлагают за небольшие деньги право использовать изображения на законных основаниях

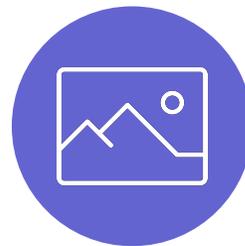


Будьте внимательны, бесплатные фотостоки не гарантируют соблюдение авторских прав

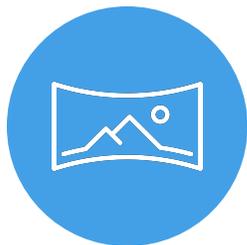
Советы по созданию **хороших фотографий**



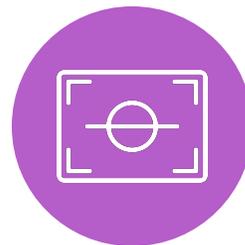
Естественный дневной свет.
Нет света - нет фотографии



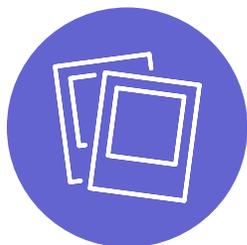
Простая композиция



Выбор сюжета



Кадрирование



Отбор фото для публикации



Обработка (фильтры - vsco cam,
snapseed, гифки (за цикленное
4-секундное видео) - boomerang, DSCO)



FAQ

Ответы на популярные вопросы

Как часто нужно обновлять сообщество



Публиковать более 8-10 записей в день

Не рекомендуется — это может снизить охват аудитории

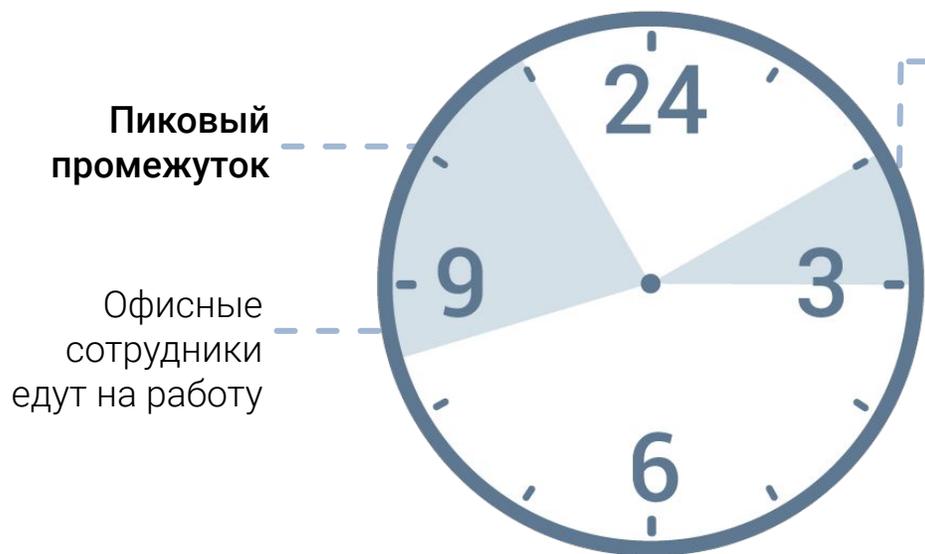


Оптимальное число публикаций в день — 1-3

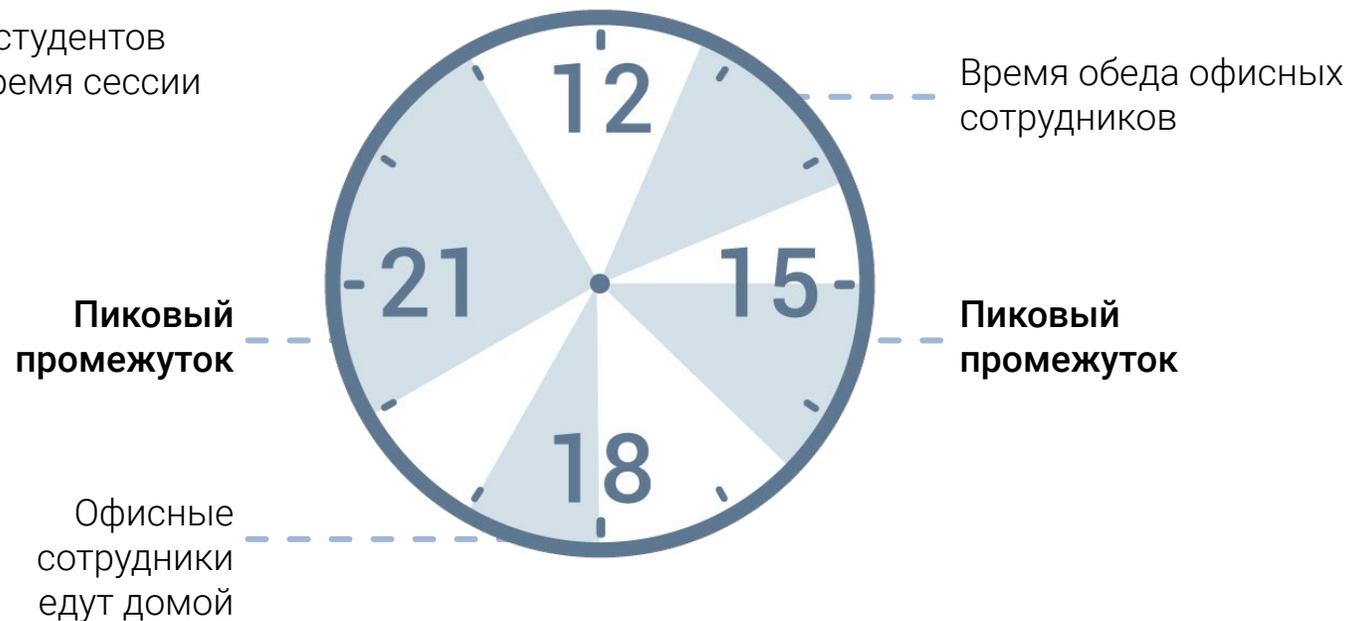
Эта частотность позволит вам появляться в ленте новостей 2 раза в неделю

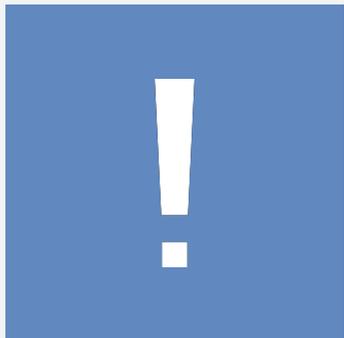
Как выбрать **лучшее время** для публикации

Временные пики перестают быть универсальными. Для разных аудиторий оптимальное время для публикации разное



Для студентов во время сессии

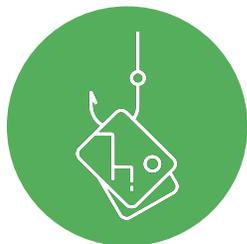




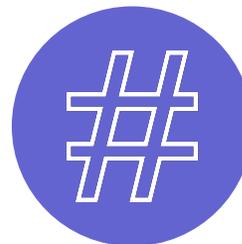
SOS

Что делать нельзя

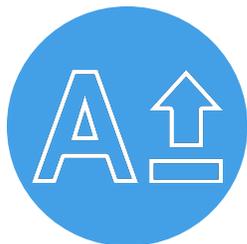
Анти-тренды



Использовать чужой контент



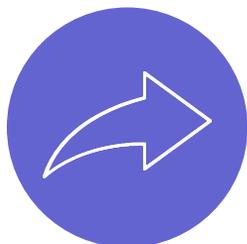
Заканчивать записи
«кладбищем хештегов»



Писать «капслоком»,
имитировать крик



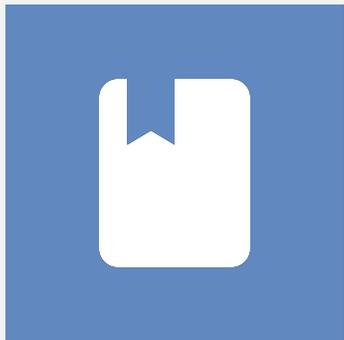
Выражать все эмоции
в тексте, используя эмодзи



Делать репосты
без сопроводительных
комментариев



Создавать для продвижения события
или компании личную страницу вместо
группы или публичной страницы



Список дополнительной литературы

Полезные ссылки и книги
для самостоятельного изучения

Ссылки

Лонгпостинг

Следующий тип контента в SMM

Теория

SMM—это Интернет-коммуникации компаний с аудиторией

Твиты или фотки—это **«как»** коммуницировать с аудиторией.
Термин «тип контента» (content type).

Google+ или Facebook—это **«где»** коммуницировать с аудиторией.
Термин «социальные площадки» (social media platforms)

Лонгпостинг
как следующий тип контента

Креативный алгоритм: ролевое моделирование

Vasily Lebedev,

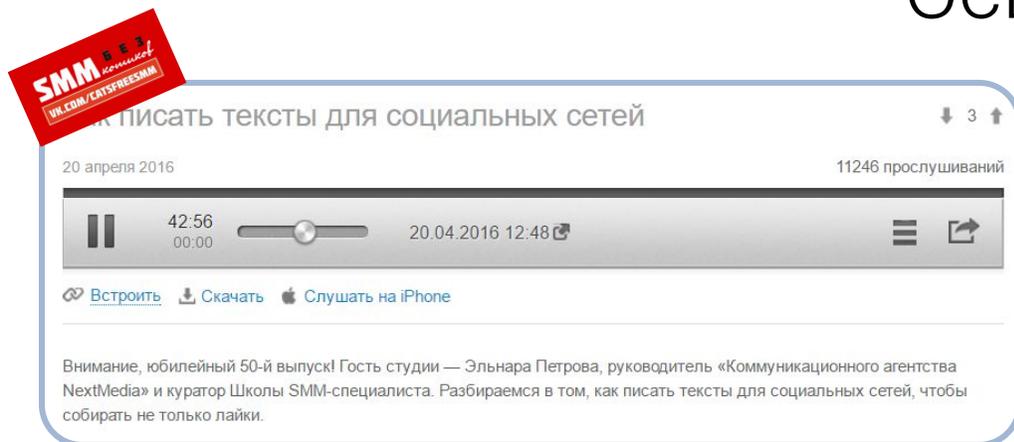
Большинству digital агентств приходилось сталкиваться с задачей создания «SMM-стратегий». В этой статье мы подробно рассмотрим, как можно создать креативную ролевую модель для ваших социальных медиа.

Ролевое моделирование
в социальных сетях



Концепция
«Динамическое СМl»

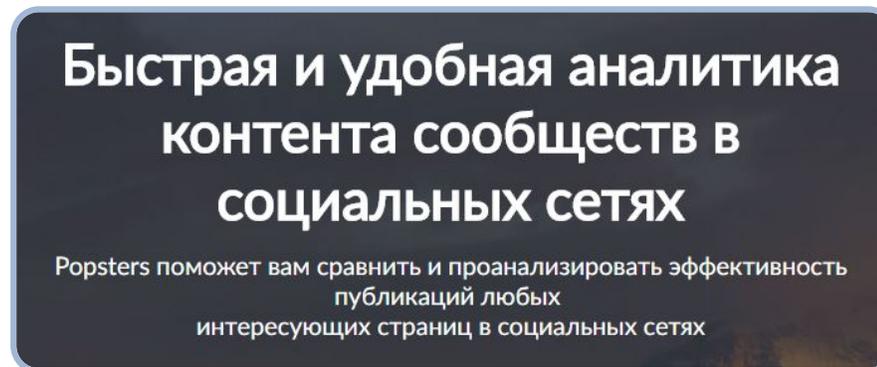
Ссылки



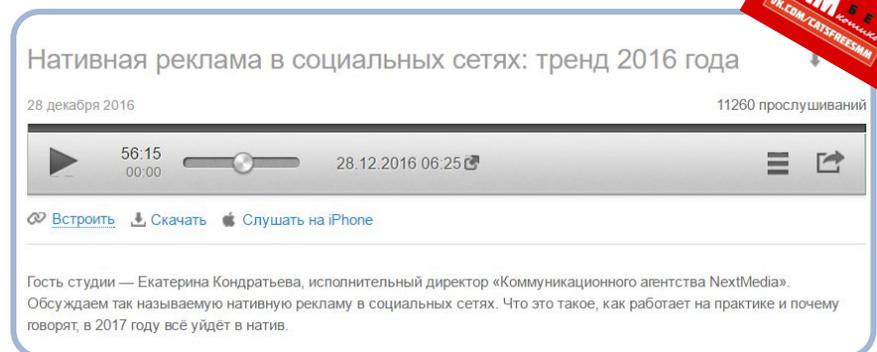
Подкаст «Как писать тексты для социальных сетей»



Сервис, который помогает очистить текст от словесного мусора

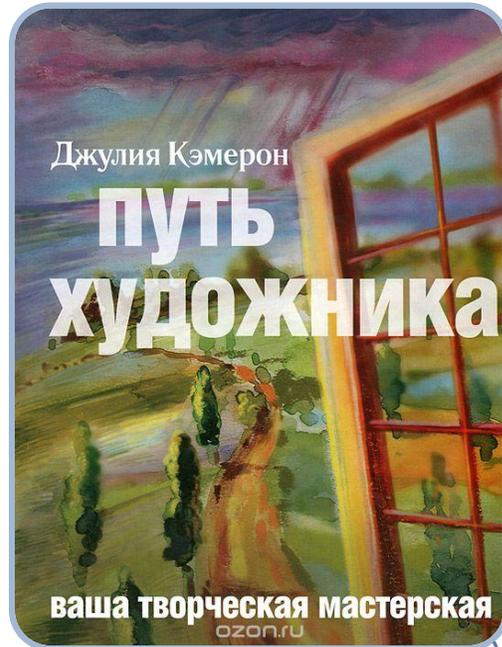


Сервис аналитики для анализа вовлеченности в тексты



Подкаст «Нативная реклама в социальных сетях»

Книги



Д. Кэмерон
Право писать



Д. Кэмерон
Путь художника

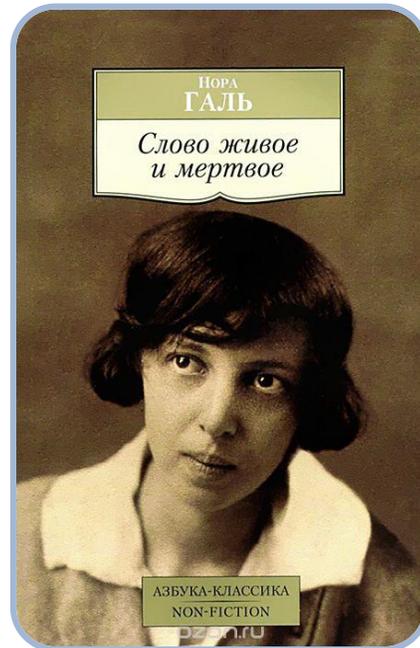


А. Амзин
Как новые медиа
изменили журналистику
2012-2016

Книги



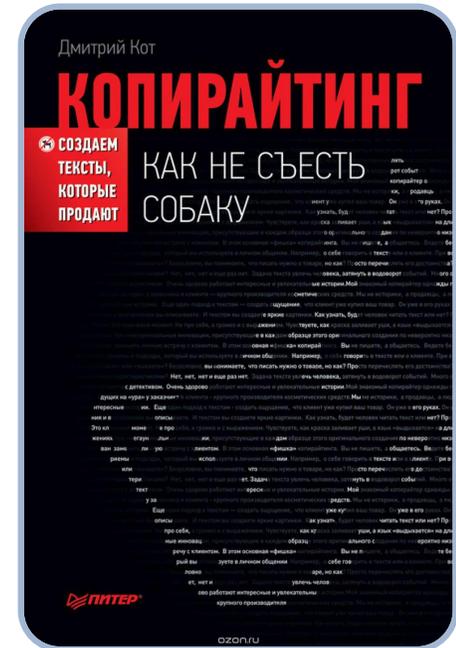
А. Амзин
Новостная интернет-журналистика



Н. Галь
Слово живое и мертвое



М. Ильязов, Л. Сарычева
Пиши, сокращай.
Как создавать
сильный текст



Д. Кот
Копирайтинг.
Как не съесть
Собаку



Спасибо за внимание!