

Medical Genomics Digital

Предложение по ведению группы ВКонтакте

Количество постов
Расписание постинга

Количество постов. Периодичность постинга.

Для сообществ медицинской тематики рекомендуется не более 4 постов в неделю. Слишком частые публикации воспринимаются подписчиками как «спам в новостной ленте». При высокой частоте постинга растёт процент отказов (вышедших участников).

Оптимально 3 поста в будни (пн, ср, пт) и один опциональный пост в воскресенье (лучше какой-нибудь лонг-рид или интересный контент).

* Лонг-рид (long-read) – это длинная статья с несколькими заголовками, содержащая полезные советы и интересные факты.

Для воскресных постов предлагается использовать вики-разметку (wiki-markup). Пример лонг-рида с вики-разметкой:

http://vk.com/unilevercareers?w=wall-16417607_3695 (чтобы открыть вики, нужно кликнуть на ссылку под картинкой).

Категории контента

Категории контента

Чтобы структурировать контент и сделать содержание группы понятным подписчикам, необходимо продумать чёткие категории контента.

Материал для написания -сайт MG. Предлагаются следующие категории:

- 1. Новости компании:** информация о появлении новых услуг, анонс мероприятий, режим работы в праздничные дни, открытые вакансии, получение грантов и сертификатов и прочие события компании MG.
- 2. Услуги:** короткие посты, фокусирующие внимание на отдельных услугах, их ключевых особенностях и преимуществах. Не более 500-550 знаков текста, тизящая картинка, сжатая информация, call to action (сделать звонок, оставить на сайте свой вопрос, заказать услугу).
- 3. Наши специалисты:** мы подчёркиваем, что в компании MG работают эксперты, признанные в профессиональном сообществе. Мы кратко рассказываем об их профессиональном опыте, даём ссылки на их публикации, статьи и книги. Если о ком-то из них написали в журнале, даём ссылку на материал.
- 4. Любопытные факты, статьи лонг-риды:** Это самый user-friendly контент: полезные информативные материалы, которые интересно читать. Материалы берём из интернета или с сайта MG, делаем рерайт с указанием источника (но не отправляем подписчиков по ссылке на другие сайты). День выхода: воскресенье, вторая половина дня. Формат: вики-пост с качественной картинкой, тизящий заголовок. Именно этот вид контента охотнее всего репостят.

Хэштеги

Хэштеги

Хэштеги имеют несколько полезных функций:

- Обеспечивают органическое продвижение сообщества (группа получает возможность участвовать в поиске по хэштегу).
- Структурируют контент и дают пользователю понять, с какой категорией контента он имеет дело в данный момент.
- Позволяют сортировать посты прямо в ленте сообщества: одним кликом по хэштегу можно выбрать только новости компании, только интересные статьи или только услуги.

Предлагается использовать такие хэштеги (включая уже имеющиеся):

Новости компании: #MG_news, #MG_info, #medicalgenomics, #MGtver. #genetics, #генетика, #медицина, #тверь.

Услуги: #MG_service, #genes, #генетика, #тест, [#анализы](#),

Наши специалисты: #MG_profі, #врач, [#doctor](#), #наука, #статьи, # [#обсуждение](#).

Любопытные факты, статьи лонг-риды: #MG_interesting, #healthytips, #документалки, #медицина, #здоровье, #наука, #science.

При публикации отдельных тематических материалов эти хэштеги могут быть дополнены другими – соответствующими теме публикации.

Материалы для постов

Материалы для постов

Основной источник информации для написания постов – сайт <http://medicalgenomics.ru/>
Ещё один органический источник – информация от клиента: статьи сотрудников компании MD, интервью с сотрудниками компании MD и пр.

Предлагается использовать авторитетные сторонние источники и выполнять рерайт статей до уникальности. Примеры сторонних источников:

<http://www.genetics.org/>

<http://www.interviewrussia.ru/life/issledovanie-genetika-krasoty>

<http://www.the-village.ru/village/city/experience/170851-chto-ya-uznala-o-sebe-iz-gen-testa>

<http://mygenetics.ru/news/optimalnaia-diieta-na-ghienietichieskom-urovnie>

<http://anydaylife.com/fact/post/703>

И прочие источники.

Использование любых материалов согласуется с клиентом. Выполняется тщательный рерайт всех статей до 100% уникальности.

Контент-план и цикличность

Контент-план и цикличность

Контент-план – это презентация Power Point с написанными и вычитанными постами, с подобранными к постам картинками и расставленными датами постинга. Один слайд – один пост. На слайде стоит дата и помещена готовая картинка (стоковое фото, брендированное логотипом Medical Genomics).

Контент-план составляется на 2 недели (или на месяц) вперёд, согласуется с клиентом и размещается администратором сообщества, согласно расписанию постинга. Таким образом, клиент всегда видит, какие посты в какой день должны выйти.

К запланированным постам могут добавляться ситуативные – срочные инфоповоды, объявления, анонсы и прочее. Срочные посты могут выходить в один день с запланированными или самостоятельно.

Цикличность – это такая схема работы, при которой написание и согласование контента происходит непрерывно: один контент-план согласован и уходит на размещение, а пока он размещается, пишется и оформляется следующий контент-план. Это позволяет сделать постинг предсказуемым и непрерывным.

Пример цикличности: 1 неделя – написание контента, подбор изображений, 2-3 дня работа дизайнера (покупка и брендирование изображений), 5-7 дней – согласование с клиентом, внесение правок согласно комментариям клиента.

Далее готовый контент-план уходит на размещение.

Календарь инфоповодов

Календарь инфоповдов

Существуют универсальные инфоповоды, на которые мы обязаны реагировать:

Это могут быть тематические праздники: День Медицинского Работника, Всемирный День Здоровья, День Матери, День Любви, Семьи и Верности и прочие праздники, с которыми связана тематика группы.

Календарь инфоповодов составляется на год вперёд путём выбора подходящих праздников из общего календаря.

Клиент может добавить определённые инфоповоды сам, например, день рождения компании, дни рождения сотрудников и прочие.

Тематические посты к праздникам считаются самостоятельными единицами контента и выходят по одному в день, согласно расписанию постинга.

Описание группы и информация

Описание группы и информация

Сейчас описание группы совпадает с описанием самой компании. Однако это неэффективно. Нам необходимо подчеркнуть самостоятельную ценность группы, как площадки для общения, получения полезной информации и ответов на вопросы пользователей.

Мы должны дать пользователю понять, что наша группа имеет ряд важных функций:

- Здесь вы узнаете всё самое важное и интересное о современной генетике.
- Вы узнаете, в каких случаях вам нужно сдать генетические анализы, как и где это можно сделать.
- Вы узнаете, какое значение генетика может иметь лично для вас (похудение, красота, планирование семьи, поиск родственников, генеалогия и прочее).
- Вы узнаете больше о компании Medical Genomics, её услугах, оснащении и специалистах.

Всё это должно быть отражено в описании группы. На данный момент это не сделано. Изменения в описании группы относятся к первоочередным задачам.

Модерация

Модерация

Модерация – это взаимодействие с пользователями: ответы на вопросы, удаление спама, реагирование на комментарии.

Предлагается ввести следующий формат модерации:

-Максимальное время реагирования на комментарий – в пределах трёх часов (не более 3-х часов), если комментарий требует консультации со специалистом со стороны клиента.

-Обращение к пользователям на «вы» (с маленькой буквы), tone of voice (тон коммуникации) – нейтральный, дружелюбный, профессиональный (но не официальный).

-Максимальное время реагирования на комментарий в праздничные и выходные дни – не более 8 часов.

Спам и резкий негатив удаляется, пользователь блокируется. За умеренный негатив пользователь получает предупреждение, комментарий удаляется, пользователь НЕ блокируется.

Изображения

Изображения

Чтобы новости группы привлекательно выглядели в ленте новостей пользователя, ключевое значение имеют изображения.

Все картинки должны быть максимально качественными, эмоциональными или занимательными, не «типично» стоковыми.

Изображения можно покупать на стоках (shutterstock.ru, depositfiles.com и пр.), а можно брать из поиска.

Большинство изображений в поиске Google уже были выкуплены со стоков другими компаниями до нас, потому мы можем спокойно взять эти изображения бесплатно без риска нарушить ничьи авторские права).

Рекомендуется брендировать изображения логотипом Medical Genomics. Лучше всего, если лого располагается всегда в одной и той же области изображения, например, в правом нижнем углу.

Изображения к постам подбирает копирайтер, который составляет контент-план. Клиент согласует изображения или вносит свои правки.

Спасибо!