



# Вовлечение подписчиков в активности

# С чего начать работу

Для начала ознакомьтесь с рекомендациями от ВКонтakte:

- 1) <https://vk.com/blog/feed-guidelines>
- 2) <https://vk.com/blog/feed-guidelines-2>
- 3) <https://vk.com/blog/newsfeed-algorithms>

# Немного юмора

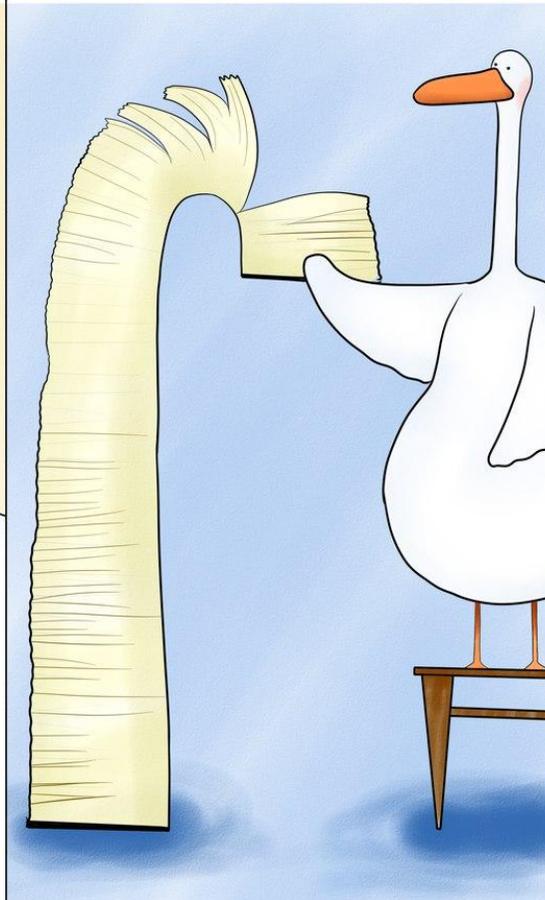
Что значат  
рекомендации от  
ВКонтакте на самом  
деле



Рекомендации,  
которые нам дает ВК  
по умной ленте



Что нужно учесть  
на самом деле



# Рекомендации по опыту работы Церебро

## Форматы постов для привлечения внимания:

- **Видео** (загрузите в сообщество, дождитесь, пока ВК качественно обрабатает видео, только потом выкладывайте пост)
- **Лонгриды**
- **Картинки от 720 px**

# Виде

О

**Используйте уникальные видео!**

Каждый раз, когда вы загружаете видео в сообщество, ВК считает его уникальным.

Не публикуйте пост сразу после загрузки видео, дождитесь, пока оно обработается и станет хорошего качества.

Иначе можно недополучить охват, т.к. в приоритете высококачественные материалы.



**Церебро Таргет**  
1 мая в 17:32

В этом видео Артём Семенютин, основатель и руководитель агентства Ardens.pro - комплексный маркетинг для бизнеса, рассказывает о том, как сделать шапку для сообщества ВКонтакте с помощью Photoshop.

Шапка для сообщества VK  
12 605 просмотров

Нравится 293    Комментировать    64    13К

# Секрет Церебро

Они не записывают видео. Видео-контент систематически заимствуют у нескольких организаций, с которыми заранее договорились. Главное, чтобы тематика была близка конкретно вашему паблику.

Например, один из партнеров публикует профессиональное видео у себя на Ютуб канале, далее это видео скачивается на компьютер и уже потом загружается в группу Церебро в ВК.

Запомните, что в Интернете много информации, которой можно воспользоваться в своих пабликах. ВК думает, что контент ваш, и дает ему наибольшее промоутирование по подписчикам.

Естественно, не нужно нагло воровать чужие видео, договоритесь с владельцем и смело публикуйте у себя в группе.

Такая же ситуация с **лонгридами**! Вы можете использовать любые статьи, близкие вам по тематике, оформлять из них лонгрид и публиковать у себя, оставляя ссылку на

# Особенности лонгрида

## Уникальный текст подводки

Обязательно используйте уникальное описание для своего лонгрида, так как именно по нему алгоритм определяет, к какой тематике можно отнести пост. И кому его предпочтительнее показывать в рекомендациях.

Подводка, состоящая из пары хэштегов, плохо работает. Пишите полноценный текст. Используйте завлекающие фразы.

Церебро Таргет  
25 апр в 11:21

Два месяца работы. 100 000 затрат на рекламу — на 500 тысяч продаж.

А главное — выводы: какие аудитории приносят прибыль, а от каких стоит отказаться. Подробности кейса в статье 📌

**Кейс «Продвижение паблика по ПП и очистке»**

Церебро Таргет

⚡ Читать

Георгий Адамович

♥ Нравится 279    💬 Комментировать    🔊 32    👁 43K

The screenshot shows a Facebook post from 'Церебро Таргет' dated April 25 at 11:21. The post text is enclosed in a red box. Below the text is a grid of six images showing various healthy meals, with a red box highlighting the title 'Кейс «Продвижение паблика по ПП и очистке»'. Another red box highlights the page name 'Церебро Таргет' and a 'Читать' button with a lightning bolt icon. At the bottom, the author's name 'Георгий Адамович' and engagement statistics (279 likes, 32 comments, 43K views) are visible.

# Особенности лонгрида

**Заголовок поста** (сама надпись на картинке)

Используйте завлекающие фразы. Старайтесь вызывать интерес у своих читателей.

[https://vk.com/wall-73662138\\_96160](https://vk.com/wall-73662138_96160)

Пост в Церебро, который поможет вам в создании цепляющих заголовков. Ознакомьтесь.

# Особенности лонгрида

## Изображения

Используйте качественные картинки как в самом лонгриде, так и для обложки поста.

Разрешение изображений от 720 px, иначе лента не будет давать им хороший охват.

Пример вы можете увидеть на картинке справа.

Разница ощутима.

667\*578 px



Охват подписчиков 7041

1208\*703 px



Охват подписчиков 11673

# Рекомендации по опыту

## работы Ц.

| Ссылка на   | Лайки | Репосты | Комментарии | Просмотры | Дата             |
|---|-------|---------|-------------|-----------|------------------|
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 381   | 66      | 17          | 59560     | 22.04.2018 14:26 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 935   | 199     | 104         | 56911     | 28.03.2018 22:40 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 475   | 103     | 68          | 54492     | 24.02.2018 16:04 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 374   | 91      | 16          | 52528     | 27.03.2018 20:20 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 613   | 143     | 41          | 52027     | 07.04.2018 15:07 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 335   | 81      | 16          | 49820     | 03.04.2018 9:14  |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 418   | 92      | 37          | 48577     | 20.02.2018 10:20 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 344   | 60      | 61          | 48471     | 10.03.2018 21:50 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 424   | 100     | 21          | 48265     | 11.02.2018 17:48 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 1175  | 383     | 35          | 47822     | 27.02.2018 15:26 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 337   | 65      | 27          | 47043     | 02.05.2018 15:56 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 466   | 132     | 106         | 45687     | 16.03.2018 20:44 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 224   | 44      | 23          | 45045     | 17.03.2018 14:39 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 633   | 197     | 30          | 44994     | 24.04.2018 18:21 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 931   | 280     | 29          | 44083     | 30.03.2018 10:10 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 279   | 32      | 41          | 43921     | 25.04.2018 11:21 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 395   | 112     | 30          | 43554     | 09.04.2018 21:20 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 246   | 24      | 40          | 43443     | 21.04.2018 20:50 |
| <a href="https://vk.com/longrid">https://vk.com/longrid</a> | 279   | 34      | 53          | 42866     | 03.04.2018 15:34 |

Слева мы показали разными цветами частоту публикаций разного формата:

- Лонгрид
- Лонгрид от автора
- Видео

Лонгрид от автора – пост, который пишется непосредственно Феликсом либо редактором Церебро. Это занимает от пары часов до 2х дней каждый, поэтому публикуется редко.

Весь акцент на Лонгридах, которые взяты из других источников. Таким образом, Церебро выступает в роли агрегатора интересных новостей.

# Количество постов в день

Наибольший охват при 3-5 постах в день.

Максимальное количество подписчиков, до которых можно достучаться в день, 1/3.



# Во сколько публиковать

Мы выделили сразу несколько промежутков времени, в которые стоит публиковать записи.

Два утренних: в **10 и 11** часов

Два дневных: в **14 и 17** часов

И вечернее время – **после 21** часа

Старайтесь публиковать записи примерно в одно время, но с небольшими сдвигами на 10-15 минут.

# Небольшой бонус

## **1) Как найти всех конкурентов**

[https://vk.com/wall-73662138\\_126404](https://vk.com/wall-73662138_126404)

## **2) Алгоритм поиска цепляющих картинок**

[https://vk.com/@cerebro\\_vk-algoritm-poiska-cepnyauschih-kartinok-i-luchshih-statei](https://vk.com/@cerebro_vk-algoritm-poiska-cepnyauschih-kartinok-i-luchshih-statei)

## **3) Алгоритм поиска вовлекающего контента**

[https://vk.com/wall-73662138\\_87696](https://vk.com/wall-73662138_87696)

\*Можно анализировать, какие посты заходят у конкурентов, и потом вносить подобные тематики в свой контент-план для увеличения вовлеченности.

# Парадигма социального обмена

1. Чем чаще действие вознаграждается, тем вероятнее, что индивид будет повторять его.
  2. Если в прошлом стимул вызвал действие индивида, и при этом он получил вознаграждение, вероятно, и в дальнейшем он будет реагировать на стимул подобным образом.
  3. Чем более ценным для индивида является результат действия, тем более вероятно, что он его совершит.
  4. Чем чаще в близком прошлом индивид получал вознаграждение, тем менее ценным оно является для него, поскольку возникает насыщение или даже пресыщение им.
  5. Если действие индивида не приводит к вознаграждению, которого он ожидает, то более вероятно, что его поведение будет агрессивным.
- чем большую выгоду человек ожидает от другого, тем больше вероятность осуществления определенной деятельности;
  - чем большим количеством вознаграждений индивиды обменивались друг с другом, тем больше вероятность следующих актов обмена (появляются взаимные обязательства);
  - чем чаще при обмене нарушаются взаимные обязательства, тем меньше значат негативные санкции (наказания);
  - чем больше осуществляется отношений обмена, тем больше вероятность, что обменом будут управлять нормы "справедливого обмена".

# Парадигма социального обмена

Теория социального обмена, сосредоточивала внимание на мотивах, которые определяют общение и взаимодействие людей в сфере экономических отношений по поводу товарообмена.

Представители этой теории в качестве предметов обмена рассматривали как материальные, так и духовные ценности.

С их точки зрения, совершаемые непрерывно людьми обменные операции во всех сферах жизни образуют жизнь социума.

# Как это применимо к ВК

Самое главное, что можно вынести из этой парадигмы – **необходимо наладить отношения с читателем!**

- Он должен понимать, **зачем** ему выгодно комментировать / лайкать / репостить ваши посты.
- Он должен получать **бонус** за эти действия.

Периодически выделяйте самых активных участников группы (дарите подарки, хвалите). Старайтесь всегда лайкать комменты под постами, показывайте людям, что их мнение важно для вас.

# Опрос ы

Одна из самых простых тем, по которой можно вызвать реакцию у читателей.

Главное, не промахнуться с выбором самой темы для опроса.

Наличие картинки / видео на результаты опроса не влияет.

**Опыт Церебро:** 1 реакция на пост среди 6-8 человек.

Запускаете парсер в Ц. и смотрите, какой опрос лучше всего зашел у конкурентов. Применяете у себя.

# Лайк

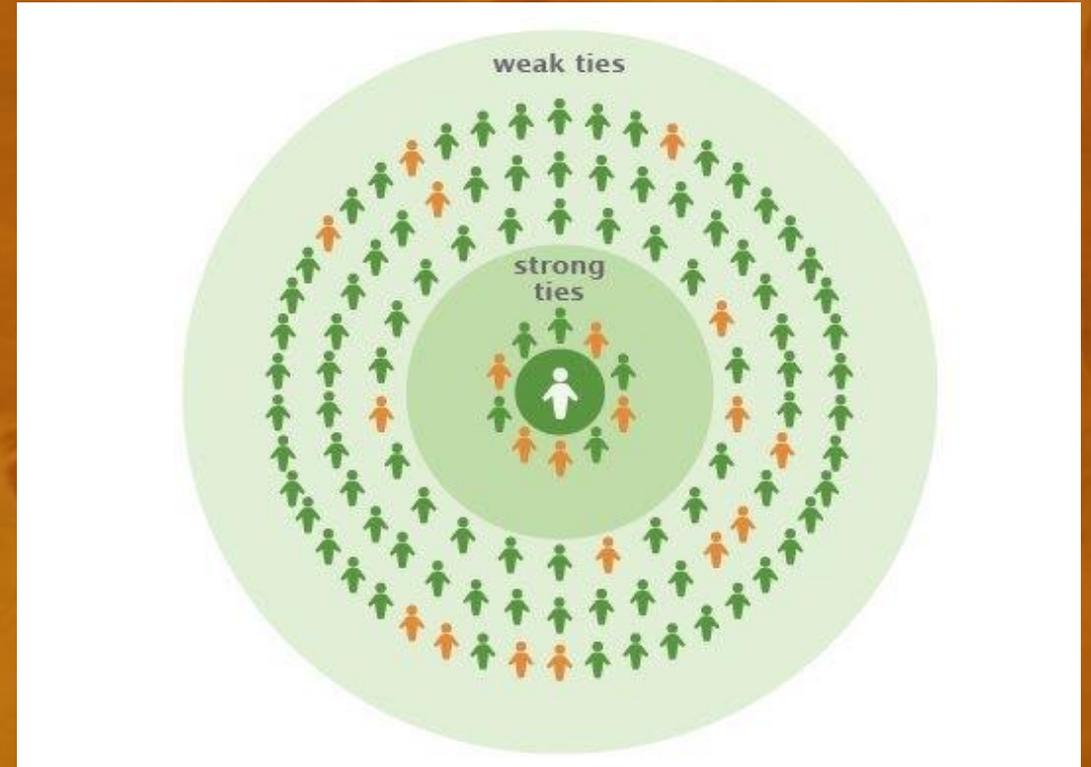
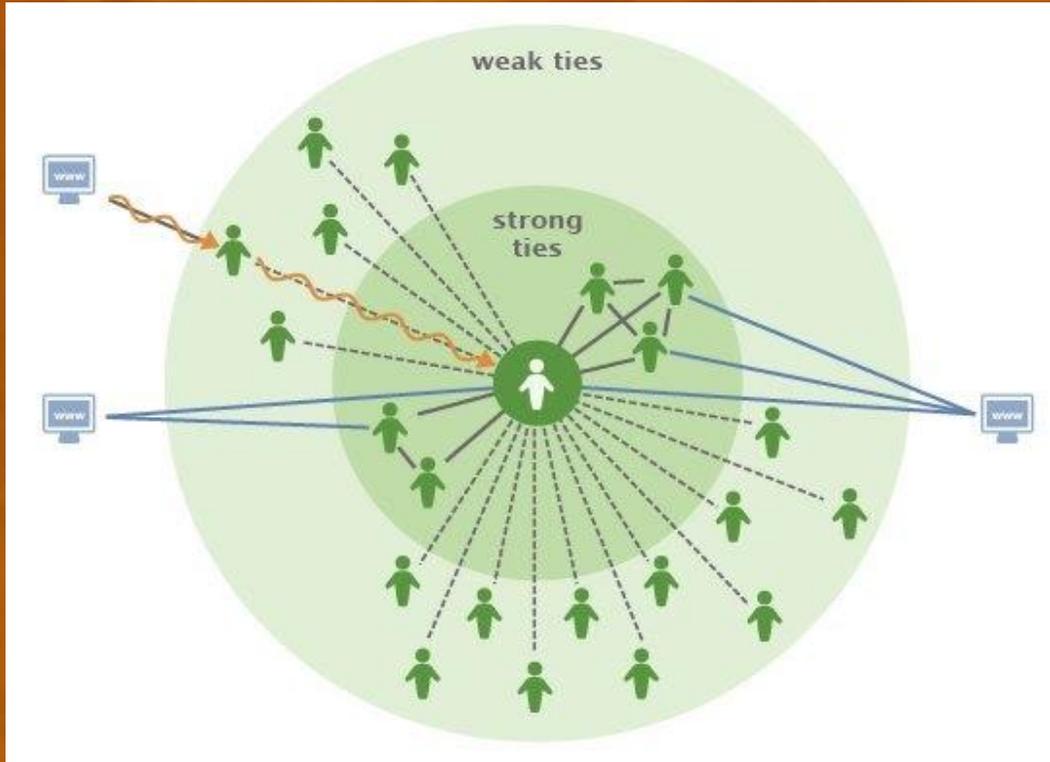
Обратите внимание на 2 момента, которые важны для увеличения количества лайков.

- 1) Лайк должен помочь вашей аудитории получить социальный статус, выглядеть умно или быть в курсе важных событий, сопереживать.
- 2) Создавайте контент, позволяющий вашим подписчикам раскрыться перед окружающими.

# Репос

T

## - Теория слабых связей



Оранжевым показаны люди, до которых дошла информация. Как видим, многие из **слабых связей**.

# Репост

## СТ

Сильные связи – семья, близкие друзья, родные (во взглядах очень похожи друг на друга, общие интересы)

Слабые связи – коллеги, шапочные знакомые

### Как это связано с репостами

- Когда мы пишем пост для узкой группы, он соберет мало репостов, т.к. будет непонятен через слабые связи. Его оценят только те, кто разделяет ваши интересы.
- Чтобы добиться большого количества репостов, адаптируем записи под людей со слабой связью. Поэтому пишем максимально простой пост!

\* Этот принцип работает и с комментариями

# Комментари й

- **Поиск тематических обсуждений**

Ищите среди конкурентов самые резонансные посты, где много комментов, и переносите похожие темы к себе.

- **Модерация** (или что делать с хэйтерами)

Если человек ставит себя выше вас, удаляем весь негатив и сразу в бан! Адекватный негатив можно отработать, ответив на комментарий.

- **Игры**

Например, запустить игру в СЛОВА, но они должны принадлежать к одной тематике.

Лайфхак: можно найти неплохие примеры игр в интерактивных книжках для детей младшего школьного возраста 😊

# Посты для управления вниманием

**Не скрещивайте несколько типов действий!**

Если вы хотите сделать акцент на лайках, то не нужно писать в конце статьи «Подписывайтесь / Добавляйтесь и тд».

- Акцент на лайки
- Акцент на репосты
- Акцент на комментарии
- Акцент на переход