



Мастер-класс «Контент в социальных сетях»

Денис Васильков

24.06.2021

Что будет?

Расскажу о себе

Как мы будем работать

Философия соцсетей

Соцсети как инструмент

Как и чем наполнять соцсети





**LET ME
INTRODUCE MYSELF**

План

- Коммуникация в 2021
- Соцсети и «ашчушчэния»
- Как построить работу: стратегия и медиаплан
- Ресурсы
- Темы и идеи
- Продвижение
- Оценка результатов
- Переупаковка контента





Коммуникации в 2021 году

Что случилось к 2021

- Контента стало много
- Контент стал многообразнее
- Время на потребление 1 единицы контента уменьшился
- А время на потребление контента в целом - увеличилось

Контент в 2021

- Изменился подход к контенту — теперь это буквально все, что есть в электронном виде
- Контент создается не столько профи, но и пользователями
- Осознанность в потреблении — мы слушаем, читаем, смотрим только то, что нам нравится

Зачем люди соцсетям?

Деньги



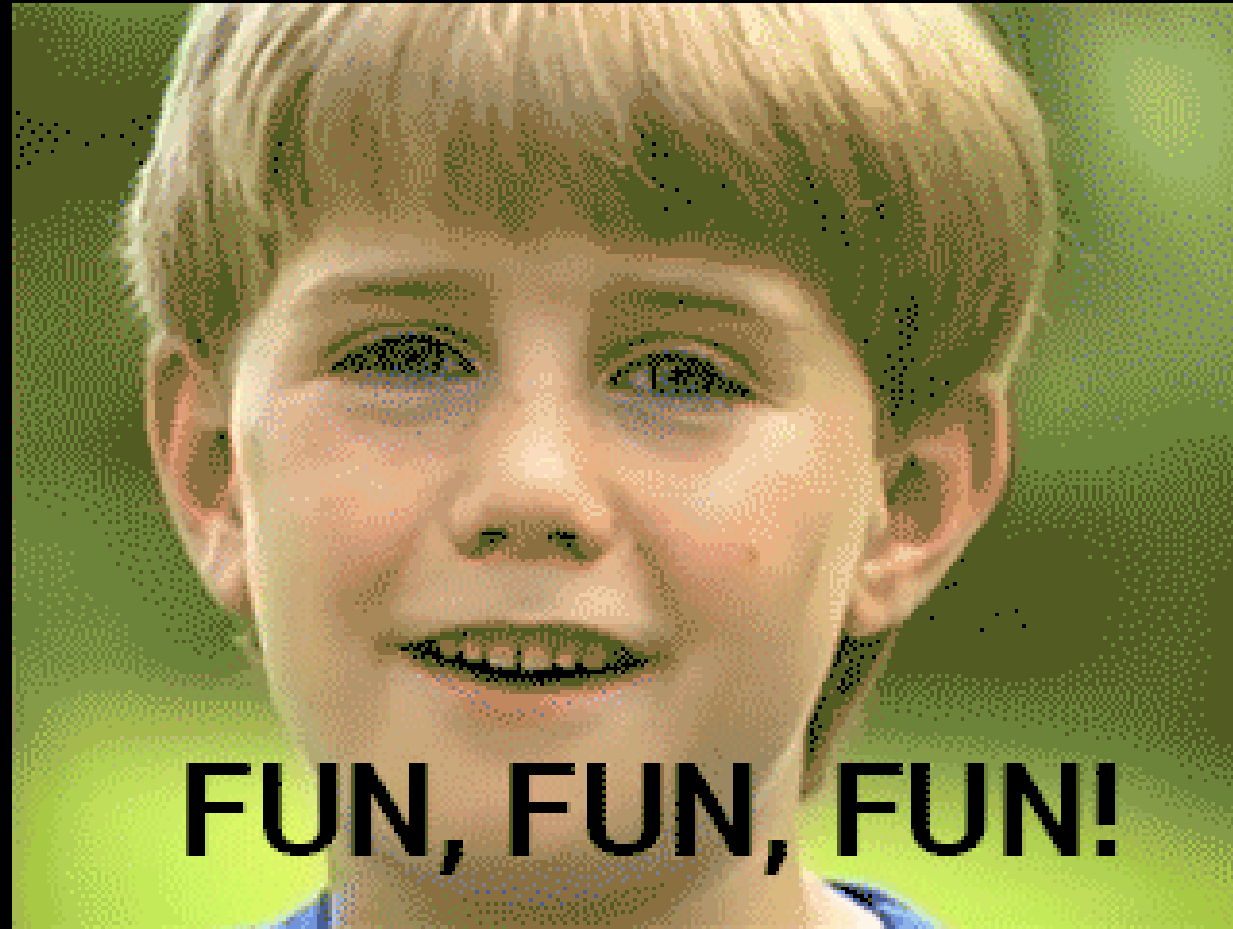
Деньги



Деньги



Что люди делают в соцсетях?



FUN, FUN, FUN!

Развлекаются



Знакомятся



Общаются



Борются с тревожностью

Телеграм

- Оперативность (вспомните каналы, у которых не выключены уведомления)
- Утилитарность
- Экспертность
- Прямая польза



Твиттер

- Оперативный
- Токсичный
- Циничный

- Реальные дела,
- Оперативная информация
- Лаконичность
- Юмор



Youtube

- Замена тв
- Возможность подписки

- Веселье + польза



TikTok

- Веселье + польза
- Обучаемость
- Неограниченность контента



Инстаграм

- Информативность
- Благодарность
- Решение проблемы
- Просьба совета/помощи



Facebook

- Экспертность
- Сложность
- Рефлексия
- «Разборки»

- Витрина, деловая информация, успех
- Узнать, спросить, удостовериться
- Похвала



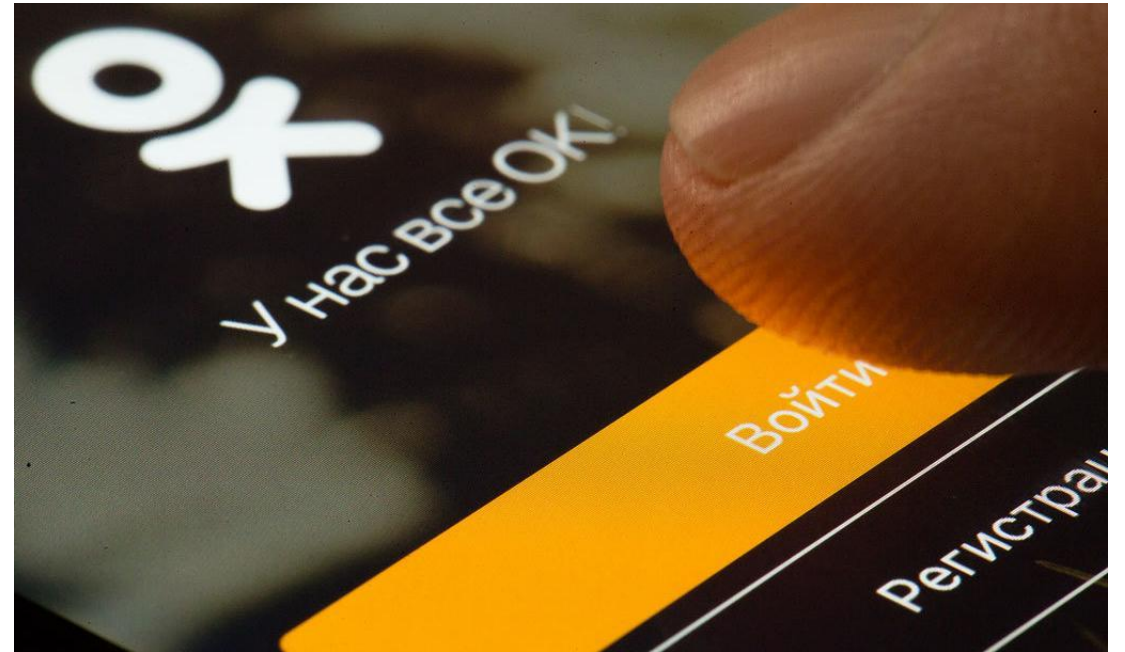
Вконтакте

- Взрослая соцсеть, где есть дети
- Много «недоразвитых» сервисов
- Нацелена на продуктовый заработок



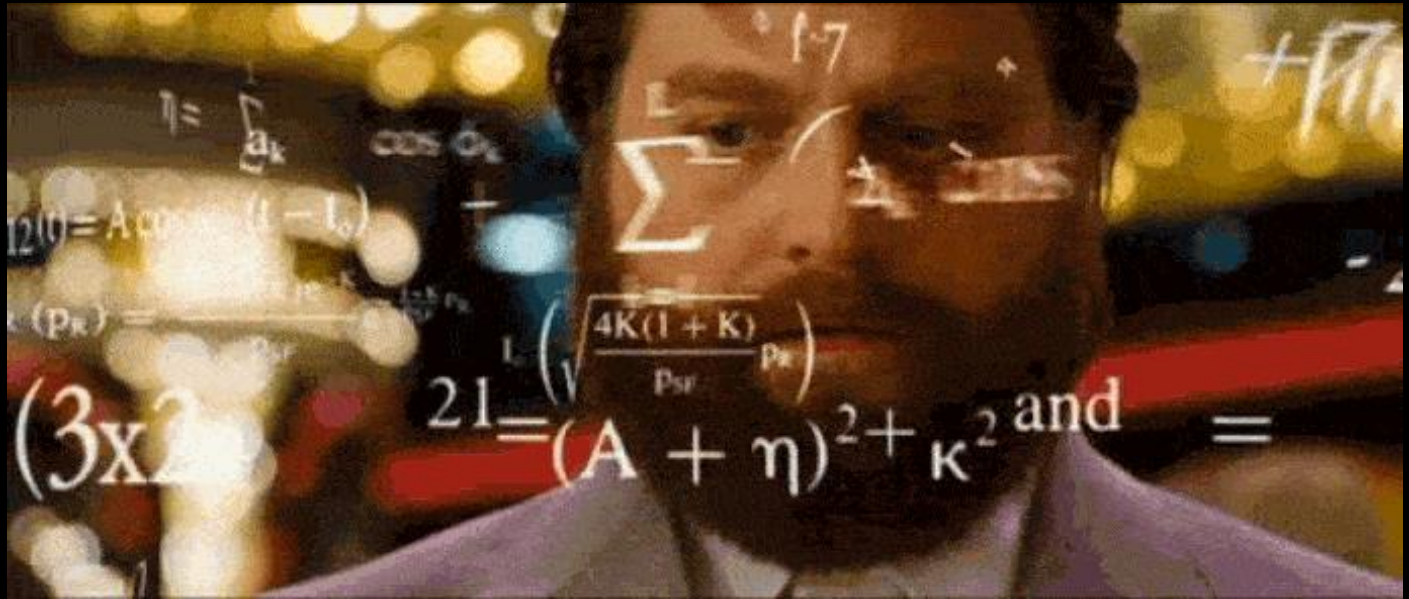
Одноклассники

- Простая
- Эмоциональная
- «Всего намешано»
- Честность, ясность, успешность
- Ностальгия
- Не умничать
- Душевность
- Юмор





Стратегия коммуникации



Алгоритм

Что происходит с вашим контентом в ленте

- 1) Страница постит контент.
- 2) Алгоритм показывает его той части аудитории, которая с большей вероятностью на него отреагирует, и то не всей, а какому-то сегменту.
- 3) Алгоритм начинает ранжировать контент в ленте исходя из реакций первого сегмента.

Помимо нашего контента в лентах людей
очень много другого контента.



Потребности

- Посетители на сайте
- Посетители на мероприятиях
- Перемены в объективной реальности
- Краудфандинг
- Известность и ценность бренда
- Вес и авторитет в сообществе
- Личная выгода



Стратегия коммуникации

- Сроки
- Ресурсы
- Методы
- Позитивный результат
- Реалистичный результат
- Период оценки



Пример: клуб любителей чая

- Ежеженедельно собирать 15-20 человек (предусмотреть ситуацию с Covid-19)
- Друзья, партнерские паблики, \$20 на промо в месяц, 1 час в день
- Гугл форма, посты анонсы, пост-посты, большая афиша.
- Позитивный результат — 30-40 регистраций, 25 посетителей
- Реалистичный результат — 25 регистраций, 15 посетителей
- Оценка за месяц — охват, комментарии, регистрации, посетители

Гугл формы

The image shows a screenshot of the Google Forms web interface. At the top, the title 'Опрос клиентов' is visible, along with a star icon and the text 'Все изменения сохранены на Google Диске'. On the right side of the header, there are icons for chat, view, settings, a purple 'Отправить' button, and a user profile picture.

Below the header, there are two tabs: 'Вопросы' (selected) and 'Ответы'. The main content area displays a survey card with the title 'Опрос клиентов' and the subtitle 'Помогите нам улучшить сервис Ink-42. Ваш ответ очень важен для нас.'.

The survey question is: 'Какое впечатление сложилось у Вас о сервисе, который Вам предоставляет компания Google?'. Below the question, there are six radio button options:

- Абсолютно положительное
- Скорее положительное
- Затрудняюсь ответить
- Скорее отрицательное
- Абсолютно отрицательное
- Добавить ещё один вариант или [ответ "Другое"](#)

A dropdown menu is open on the right side of the question, listing various question types:

- Краткий ответ
- Развернутый ответ
- Несколько вариантов ответа
- Флажки
- Раскрывающийся список
- Загрузка файла
- Шкала
- Сетка вариантов ответа
- Сетка флажков
- Дата
- Время

Еще раз: стратегия коммуникации

- выбор каналов коммуникации
НГО
- оценить предполагаемые
затраты на его продвижение

Медиа-план

должен помочь контролировать размещение информации (информация о каналах продвижения, сроках, форматах и бюджете, прогнозы)

Медиа-план отвечает на два вопроса

- На что тратятся ресурсы выделенные на продвижение?
- Какие результаты это приносит?

Контент-план

	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
1-7 число месяца	5 самых сильных страхов	Как любите проводить свободное время	Почему решили стать блогером		Кто вы по образованию и пригодились ли вам это в жизни	Рассказ о минувшем ярком событии в жизни	Что вам больше всего нравится в блогинге
8-14 число месяца	Кем хотели стать в детстве	История из детства	Ваше мнение о..., например о новом сервисе	За что вы любите или не любите что-то	Опрос аудитории, например, вы любите больше арбуз или дыню		Как проводите выходные
15-21 число месяца	С какими проблемами вы сталкиваетесь при ведении блога	Как начать вести свой блог	Ответ на вопрос от читателя	Планы на ближайшее будущее	Лайфхак о..., например как сделать фото с чашкой кофе		Опрос аудитории, например, как вы провели выходные
22-28 число месяца	Ваше самое заветное желание		Как вы проводите время с семьей или друзьями	Обзор книги или фильма, который вам понравился	История из детства	Ваш привычный распорядок дня	
29-31 число месяца	Ваш рецепт, например от осенней хандры, депрессии, одиночества и т.д.		Вопрос к читателям, например, где вы отдыхали в последний раз				

Ресурсы

- Время ваше и ваших партнеров
- Внимание ваше и вашей потенциальной аудитории
- Деньги
- Материальные и нематериальные активы



Полезные сервисы

Амплифер

The screenshot displays the 'Амплифер' (Amplifier) interface. On the left is a dark sidebar with the following menu items: 'АМПЛИФЕР', 'Инструменты редактора', 'Новый пост', 'Черновики', 'Обсуждения', 'Публикации', 'Аналитика', 'Настройки', 'Новый проект', 'Профиль', 'Оплата', and 'Помощь'. The main area shows a 'NOVAYA PUBLIKACIYA' (New Publication) form with a close button (X) in the top right corner. At the top of the form, there are icons for social media sharing: WhatsApp, Facebook, a user profile, WhatsApp, and Telegram. Below these is a large text input field with the placeholder 'Текст и ссылка поста' (Text and post link). Inside the text field, there is a dashed box containing a plus sign (+) and a smiley face (😊) icon. Below the text field, there is a plus sign (+) icon and the text 'Добавить отдельную версию для некоторых соцсетей' (Add separate version for some social networks). Below this is a dropdown menu with the text 'Опубликовать сейчас' (Publish now) and a downward arrow. Further down is a 'Темы:' (Topics) label followed by a dropdown menu with the text 'Выберите тему' (Select a topic) and a downward arrow. At the bottom of the form, there are two buttons: a pencil icon followed by 'Опубликовать сейчас' (Publish now) and a speech bubble icon followed by 'На утверждение' (For approval).

Headliner.app



Sara @sarahgwen
Hey check it out! A podcast trailer!! Thanks @headlinervideo for being so easy to use!!



White Tales @WhiteTalesOrg
We're super excited to be launching the #whitetalespodcast on April 25th! Check out this teaser trailer to get hints of whats to come! #whitetales #podcast

8:44 AM - 3 Apr 2019

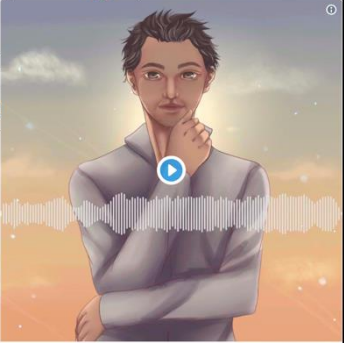
Snow Dogs Vlogs @SnowDogsVlogs
@headlinervideo OMG, how do more people not know about this!! This is AMAZING!! I am so excited to start using this!

7:26 PM - 25 Mar 2019

WTF with Marc Maron @WTFpod
208 12:33 PM - Mar 21, 2019
59 people are talking about this

AndrewSweatman @AndrewSweatman
I've quickly become a huge fan of the @headlinervideo app. It's incredible for podcast marketing to quickly and easily make video posts like the one in this tweet. Thanks Headliner!!

8:35 AM - 4 Apr 2019

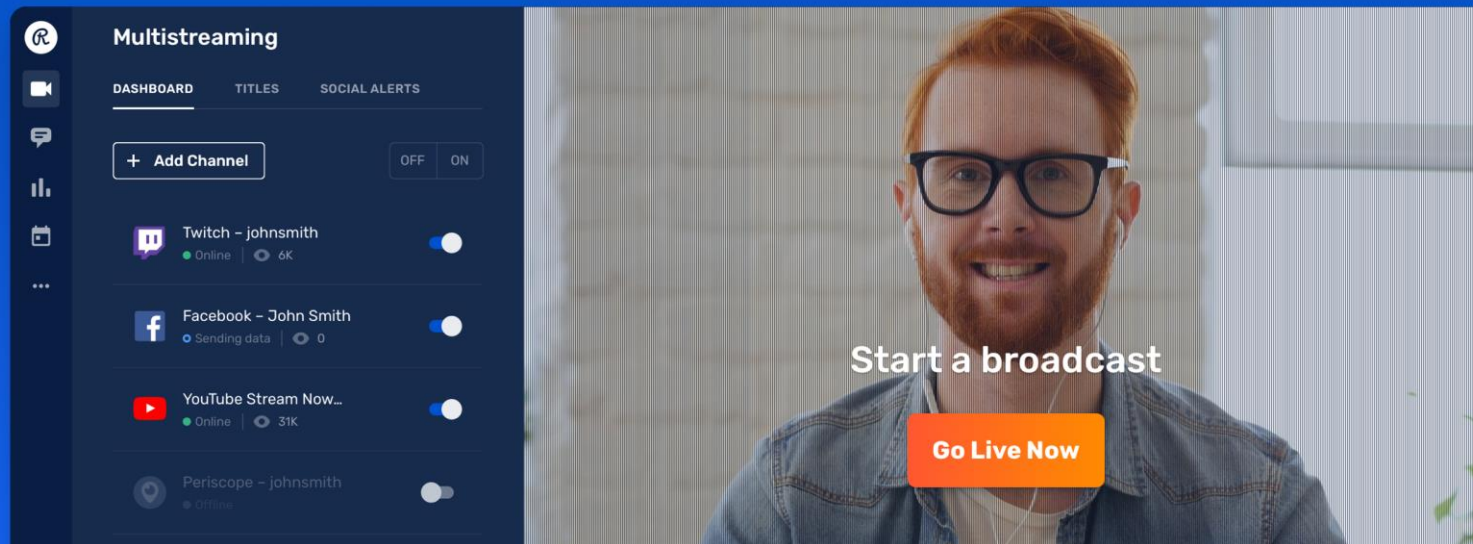


Naval @naval
3,191 8:42 PM - Mar 5, 2019
1,132 people are talking about this

Restream.io

Restream.io

Go live from your webcam



The image shows a screenshot of the Restream.io Multistreaming dashboard. On the left, there is a dark sidebar with navigation icons for home, video, chat, analytics, and calendar. The main content area is titled "Multistreaming" and has tabs for "DASHBOARD", "TITLES", and "SOCIAL ALERTS". Below the tabs, there is an "Add Channel" button and a toggle switch for "OFF" and "ON". A list of channels is displayed, each with a logo, name, status, and viewer count:

Channel	Status	Viewers	Toggle
Twitch - johnsmith	Online	6K	On
Facebook - John Smith	Sending data	0	On
YouTube Stream Now...	Online	31K	On
Periscope - johnsmith	Offline		Off

On the right side of the dashboard, there is a large video feed showing a man with a red beard and glasses smiling. Overlaid on the video feed is the text "Start a broadcast" and a prominent orange button labeled "Go Live Now".

Anchor.fm



Using Anchor: Review



Перерыв 9,5 минут

ПРОИНФОРМИРОВАТЬ



**ЧТО-ТО
ДАВНО
МЕНЯ
НЕ ИНФОР-
МИРОВАЛИ...**

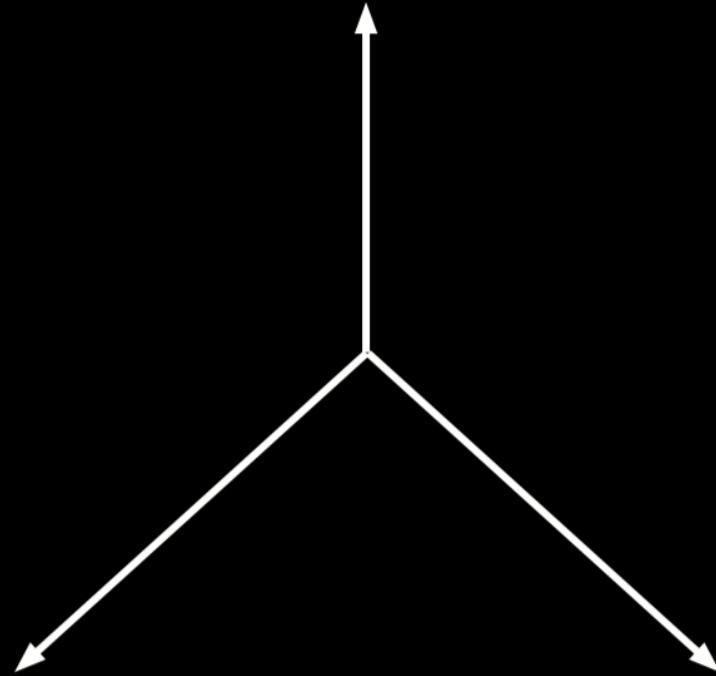
~~ИНФОРМИРОВАНИЕ~~

Забудьте о целях текста:

- Сообщить читателю
- Донести до читателя
- Обучить читателя
- Проинформировать читателя
- Рассказать читателю о...

ПРАГМАТИКА

Деньги, время, ресурсы



СОЦИАЛЬНОЕ

Уважение, признание,
гордость, общность

ЭМОЦИЯ

Любопытство, интерес,
радость, гнев

Продвижение

- Условно бесплатное (перепосты, дружеское размещение, блогеры)
- Платное (малобюджетное продвижение инструментами соц.сетей)

Продвижение платное

- Микробюджеты \$5-10 за 10 000 показов
- Плата размещение в пабликах 5-10 рублей
- Анонс на чужом мероприятии

Продвижение условно бесплатное

- Бартер (взаимное размещение информации, озвучивание перед началом, информация на этапе регистрации и анонса)
- Перепосты, дружественные посты, афиши

Пример

Вы тратите на специалиста 1000 рублей в месяц (ведение пабликов, связи с общественностью)

Это приносит 10 000 переходов к вам на сайт

1 переход = 10 копеек

Заходим на  и рассчитываем стоимость перехода на сайт.

Если из рекламы выходит дороже — хорошо.

CPM и CPC

CPM (cost per mile) — стоимость 1000 показов

CPC (cost per click) — стоимость перехода

В каждой сети и по каждой аудитории стоимость разная.

Совет: посчитать сколько переходов ИМЕННО из ваших сетей переходит и разделить на оплату труда SMM 😊

Оценка результатов

Объективно – оцените сколько ресурсов вы затратили на достижение целей коммуникации.

Деньги, время, публикации.

Субъективно — устраивает ли вас результат.

Контент

- Лучше чаще и меньше, чем больше, но реже
- Эмоция
- Наглядность
- Обратная связь

О чем писать?



О чем писать

Отработка повестки:

- **Посты о повседневных мероприятиях**
- **Посты о подготовке**
- **Посты родственной тематики**

О чем писать

Отработка повестки:

- **Посты и колонки-реакции**
- **Мнения и реакции ваших подписчиков и посетителей мероприятий**

О чем писать

Отработка повестки:

- **Проблемные посты**
- **Посты–брейнстормы**
- **Прямые эфиры**

О чем писать

Отработка мероприятий:

- **Тизер**
- **Анонс**
- **Микро-анонсы**
- **Партнеры**
- **Ожидания**
- **Обратный отсчет**
- **Старт-пост**
- **Онлайны: фото, видео и стримы**
- **Пост благодарности**
- **Потсты-отчеты**
- **Анонс следующих мероприятий**

О чем писать

- Дни рождения коллег и постоянных посетителей мероприятий,
- Важные даты для организации

Переупаковка контента

Денис Васильков

Переупаковка?

Переупаковка контента — это придание старому содержанию новой структуры и формы.

Были новости вперемешку — стал таймлайн всех эпизодов одного события.

Были письма писателей друг другу — стала переписка в мессенджере.

Был текст — стал чек-лист.



Зачем проводить переупаковку?

Достичь разных сегментов аудитории.

Форматы имеют значение при медиапотреблении. Разные люди любят разные способы подачи информации, реагируют на разные форматы.

Зачем проводить переупаковку?

Вернуть внимание к истории или теме.

Новая форма обращает на себя внимание.

Зачем проводить переупаковку?

Выявить и показать скрытые связи.

Иногда смена формы позволяет увидеть то, чего не было заметно в прошлой упаковке. Часто это случается, когда тексты превращаются в инфографику, хотя и другие трансформации в этом плане тоже могут произвести подобный эффект.

Зачем проводить переупаковку?

Снизить себестоимость производства при расширении охвата.

Самое дорогое в производстве качественного контента — это содержание. На него уходит основное внимание и время.

Переупаковкой можно сэкономить деньги и время, если вы занимаетесь производством контента системно и долго.

Зачем проводить переупаковку?

Снизить себестоимость производства при расширении охвата.

Самое дорогое в производстве качественного контента — это содержание. На него уходит основное внимание и время.

Переупаковкой можно сэкономить деньги и время, если вы занимаетесь производством контента системно и долго.

Важно!

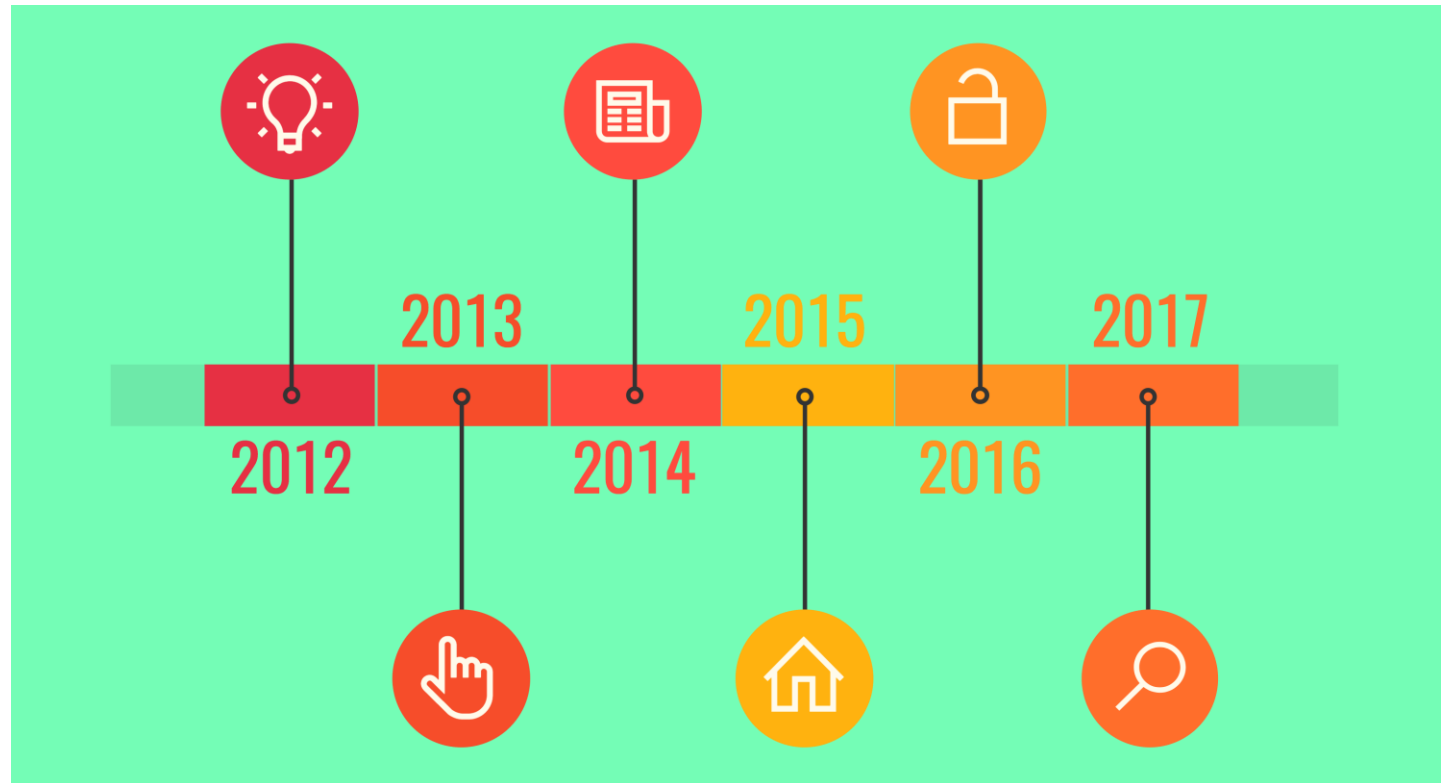
Для переупаковки контента нужно иметь востребованный, значимый и интересный контент. Скучный материал, полный «воды» с минимумом полезной информации, никакая переупаковка не спасёт.

Переупаковка — с чего начать?

Задать вопрос, на который вы хотите дать ответ читателю.

Когда это началось?

- Таймлайн
- Инфографика




Какие варианты действий?

- Карточки с ответами на часто задаваемые вопросы
- Голосование с множественным выбором
- Алгоритм действий



Кто что говорит по теме?

- Цитата эксперта/очевидца
- Интерактивное фото
- Видеокомментарий

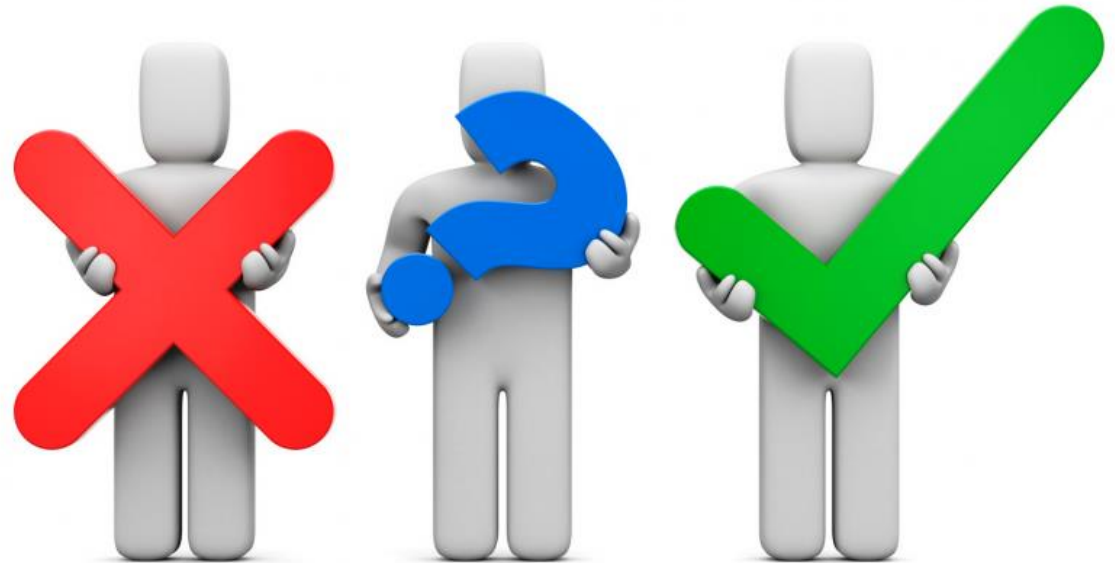
A black and white close-up portrait of Al Pacino, looking directly at the camera with a serious expression. He is wearing a dark suit jacket, a white shirt, and a dark tie. The background is dark and out of focus.

Слово любимого человека
лечит лучше, чем все
врачи мира. И убивает
быстрее всех палачей.

Аль Пачино

Кому можно доверять в вопросе?

- Рейтинг
- Фактчекинг



Как читатель может повлиять?

- Форма для вопросов
- Алгоритм действий
- Справка
- Голосование



Как это выглядит? На что похоже?

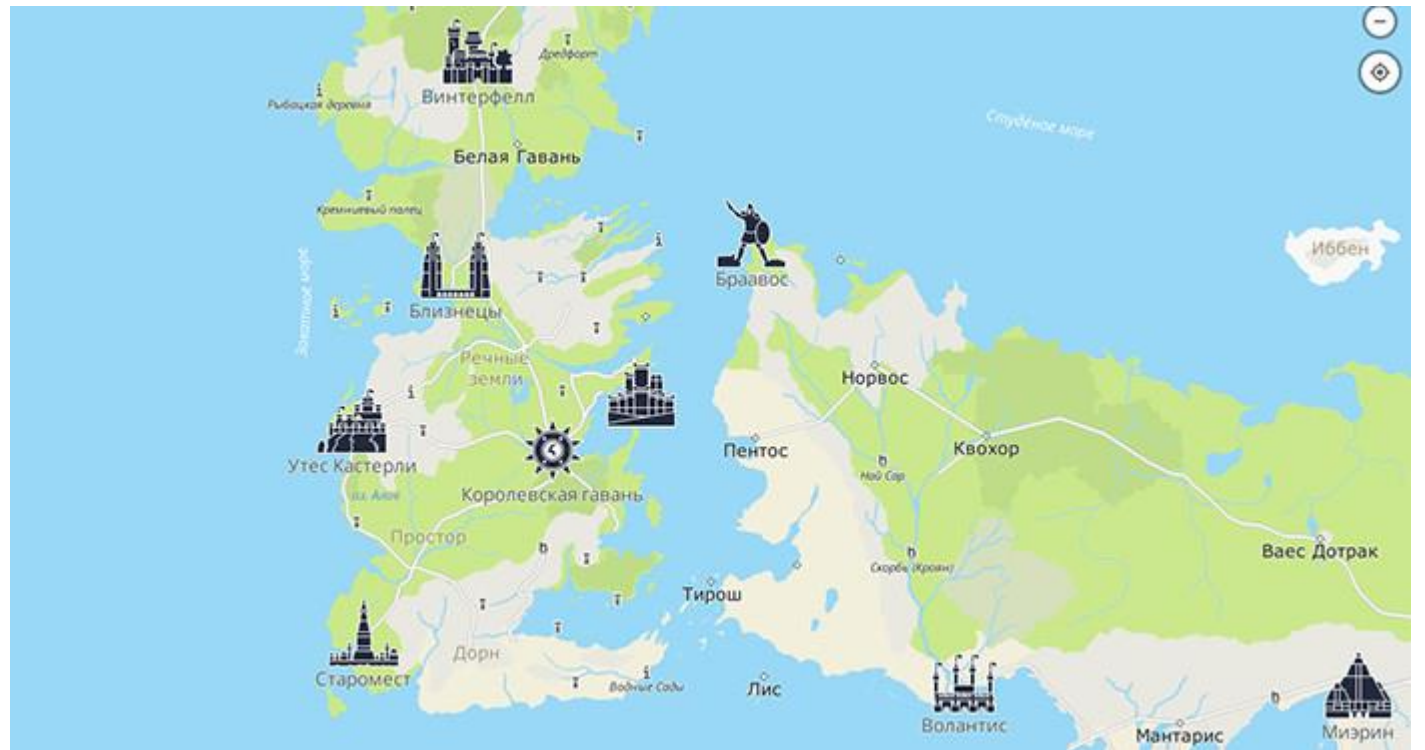
**На что похожа
буква А?**

- Фоторепортаж
- Слайд-шоу



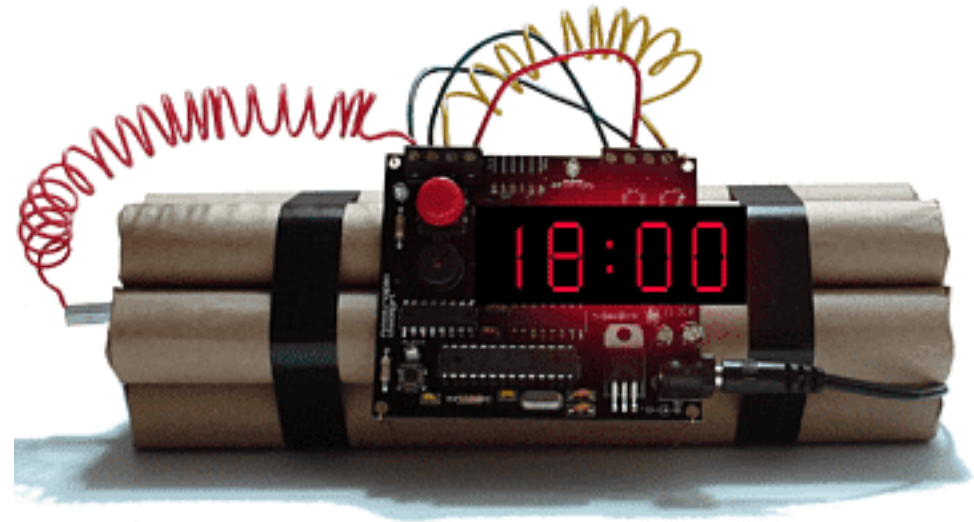
Где случилось? Куда идти?

- Карта
- Схема



Когда?

- Календарь
- Таймлайн
- Обратный отсчет



Как это происходило?

- Видео
- Интерактивное видео



Как это устроено?

- Интерактивное фото
- Видеодемонстрация
- Инфографика «предмет в разрезе»



Как быть? Что делать?

- Текст
- Алгоритм действий
- Чек-лист

Переменам Быть!

ЧЕК-ЛИСТ ИСПОЛНЕНИЯ ЖЕЛАНИЯ



*Чек-лист для
исполнения желания*

- Сформулировать желание в позитивном ключе (хочу стать... получить.. и т.д.) и конкретизировать конечный результат
- Определить, какие действия приведут к исполнению желания
- Определить, какие привычки и навыки могут помочь исполнить желание
- Прописать промежуточные результаты
- Выбрать первоначальные (приоритетные) задачи, навыки и привычки
- Составить план действий с расчетом, что одновременно работа ведется с 1 большой задачей, 1 новым навыком и 1 привычкой
- Выполнить первые 3 пункта из каждого списка в течение первой недели.

Больше подробностей

- Подборка ссылок
- Справка
- Контекст



Суть в двух словах

- Цифра
- Реплика, цитата
- Короткий факт
- Карточки с коротким ответами на вопросы

