

## **Продвижение библиотечных сообществ в социальных сетях**

*По материалам мастер-класса «Продвижение библиотечного сообщества в социальных сетях», в рамках Школы библиотечных коммуникаций, прошедшей на XII ежегодной региональной конференции «Красноярье - 2019».*

*Оксана Владимировна Порохова  
главный библиотекарь отдела библиотечных коммуникаций ГУНБ Красноярского края*

Социальные сети для библиотек – отличная рекламная платформа, к тому же, бесплатная. Через социальные сети можно изучить целевую аудиторию, повысить посещаемость мероприятий, получить обратную связь, узнать спрос на библиотечные услуги, увеличить посещаемость официального сайта за счёт переходов по ссылкам в постах.

Рейтинг популярности социальных сетей в России в 2019 году возглавила сеть «ВКонтакте» (46 617 000 человек). В среднем каждый пользователь «ВКонтакте» ежедневно проводит в социальной сети 26 минут с мобильного устройства, с десктопа пользователи находятся в среднем 34 минуты. И это больше, чем проводят российские пользователи в других социальных сетях.

Страницу библиотеки в «ВК» можно использовать, как локальный информационный ресурс, но более близкий к пользователю, чем официальный сайт. Через сообщество «ВКонтакте» можно не только общаться, но и рекламировать свою деятельность, для чего предусмотрены специальные инструменты и возможности социальной сети. Пользователям «ВКонтакте» доступен характерный для многих социальных сетей набор возможностей: создание профиля с информацией о себе, производство и распространение контента, гибкое управление настройками доступа, взаимодействие с другими пользователями приватно (через личные сообщения) и публично (с помощью записей на «стене», а также через механизм групп и встреч), отслеживание через ленту новостей активность друзей и сообществ.

На странице библиотечного сообщества в «ВК» обязательно должна быть указана контактная информация, график работы библиотеки. Название сообщества должно быть простым и понятным, без официальных аббревиатур. В сообществе можно размещать анонсы мероприятий, фотографии и видео библиотечной жизни, рецензии на книги, рекомендации к их прочтению. В обсуждениях сообщества можно задать определённые темы, на которые пользователи будут оставлять свои комментарии, здесь же можно предложить читателям библиотечную услугу по продлению книг. Помимо этого, сообщество (группа) в социальной сети – это прямое общение, как с пользователями библиотеки, так и с потенциальными. Поэтому не нужно стесняться спрашивать у пользователей мнение о библиотеке, услугах, ресурсах, мероприятиях.

*Важно! Нельзя выдавать личный профиль за страницу библиотеки.*

Основные моменты, которые нужно обязательно учитывать при создании сообщества.

*Название:*

- важна адаптация под поисковый запрос;
- краткость и никаких лишних символов (по существу);
- название должно попадать точно в цель.

*Описание:*

- какие услуги оказываем, что предлагаем;
- почему нужно выбрать именно вас (кто вы, отличие от конкурентов);
- полные контакты (адрес, телефон, сайт, почта, скайп, время работы).

*Аватарка:*

- дизайнерская (яркая и привлекательная), главное, чтобы отражала суть группы, или фотография учреждения, логотип;
- контакты (телефон, ссылка на сайт);
- призыв подписаться.

*Интерактив:*

- опросы (1-2 в неделю + призыв к комментариям);
- обсуждения (вопросы к админам, интересные темы);
- акции (1 раз в месяц).

*Контент (информация):*

- не более 50% постов непосредственно о вашей деятельности, обязательно с фотографией;
- размещение развлекательных постов (юмор, интересные статьи, картинки);
- полезный контент (советы как научиться скорочтению, как реставрировать книгу и пр.), инфографика.

*Отзывы:*

- повышение лояльности подписчиков, они начинают больше доверять и, как следствие, улучшается имидж учреждения;
- создайте необходимую тему в обсуждениях, и пусть пишут на стене;
- предоставляйте участникам группы скидки/подарки за активность и отзывы.

*Альбомы группы:*

- фото мероприятий, книг, выставок обязательно хорошего качества, а также подробное описание под фото;
- под каждым фото нужны контакты и ссылка на админа;
- видео по тематике группы.

*Правила библиотеки:*

- укажите график работы библиотеки;
- адрес;
- сроки пользования книгами книг.

**Продвижение любого сообщества** очень трудоёмкая работа. В «ВКонтакте» можно воспользоваться функцией «Рассказать друзьям», чтобы пригласить ваших фолловеров подписаться на страницу. Предложить друзьям подписаться на страницу с помощью личных сообщений (эта тактика действительно работает). Также попросите подписчиков рассказать о странице друзьям.

Укажите URL страницы в контактных данных на личной странице. Это поможет привлечь подписчиков, заинтересовавшихся вашим личным профилем. Опубликуйте на сайте социальный виджет, который поможет посетителям подписываться на страницу «ВКонтакте» или интерактивный значок «VK», нажимая на который, пользователи будут переходить в вашу группу. Опубликуйте в шапке сайта ссылки на ваши страницы и группы в социальных сетях. Упоминайте страницу «ВКонтакте» в почтовой рассылке. Также включите ссылку на сообщество в шаблон письма.

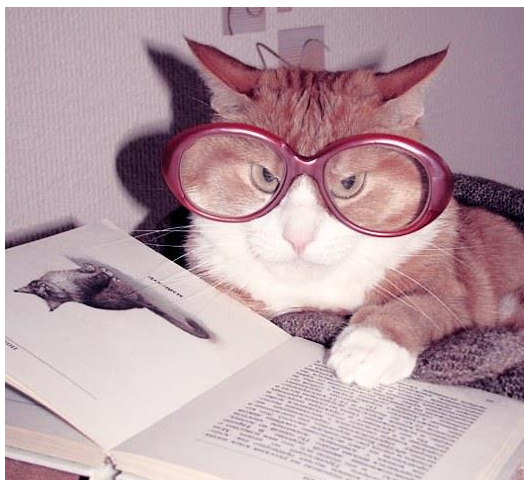
При ведении группы обязательно анализируйте статистические данные. В разделе «Статистика страницы» администратору публика доступны вкладки «Посещаемость», «Охват» и «Активность».

Помните, при продвижении в социальных сетях обязательно нужно правильно отбирать публикации, следить за новыми тенденциями и применять современные, креативные решения, адаптировать тексты для каждой целевой аудитории, использовать фотографии хорошего качества и без нарушения авторских прав.

Уделяйте внимание визуальной привлекательности публикаций. В лентах ваших подписчиков ежедневно появляются сотни материалов. Чтобы люди прочитали ваш пост, он должен привлечь внимание. Чтобы решить эту задачу, используйте яркие фото. Котики, фотожабы — в SMM все средства хороши. Главное не переусердствовать!

*обратят*

показывают, рекомендуем различными будете проводимых постами в стиле вашей тематике о ресурсах электронных каталогах и пр.) с фотографиями в разных ракурсах.



*Пользователи обязательно внимание на пост с таким фото.*

Постоянные публикации что группа «живая». Поэтому постоянно «оживлять» группу публикациями. Лучше всего, если вы публиковать информацию о новинках и акциях и перемежать ее тематическими «для вдохновения», мастер-классами по и так далее. Очень полезны публикации библиотеки (книгах, газетах,

Задача практически любого паблика/группы – рекламировать свою деятельность, свое учреждение. Но! Вы должны помнить: читателю не интересна реклама сама по себе, ему не будут интересны сухие отчеты о проделанной работе или о том, что у вас новое поступление книг, ему нужен классный контент. Поэтому ваша задача – писать интересные посты, которые можно «разбавлять» ненавязчивой информацией о ваших услугах, клубах, новых книгах. Только в этом случае информация будет восприниматься позитивно, а не вызывать негатив и желание уйти и больше никогда не возвращаться на вашу страницу в социальной сети.

**Тексты для социальных сетей** должны быть лаконичными. Их цель – побудить читателей к одному из следующих действий: поставить лайк, прокомментировать или перейти по ссылке на сайт библиотеки (блог). Если же ваши подписчики увидят перед собой огромную «простыню» текста, скорее всего, они просто прокрутят её вниз, даже не просмотрев.

Ограничивайте объем своих постов: в идеале он не должна превышать 140-200 знаков. Соблюдая данное правило, вы научитесь излагать свои мысли четко и сжато и сделаете их более доступными для своих подписчиков. Рассматривайте каждый пост как онлайн-рекламу. Он должен вкратце сообщать об одном ценном предложении, будь то фото, видео, книга или информация о мероприятии и побуждать читателей к совершению определенного действия. Конечно, ваши посты могут быть и объемнее, это зависит от того, в какой социальной сети вы работаете. Например, аудитория Facebook хорошо воспринимает большие тексты, в отличие от аудитории «ВКонтакте».

*Запомните! В социальных сетях делятся всем, что вызывает хоть какие-то эмоции. Если эмоций нет – то это не для соцсети.*

Никто не читает сплошной текст. Даже если ваша статья самая полезная, нужная и важная – не забывайте о внешнем виде. Неструктурированный текст в принципе читается очень плохо. В социальных же сетях такой материал просто пугает читателей. Разбивайте текст на абзацы.

Сделайте к посту заголовок, выделив его Caps Lock. Заголовки со знаком вопроса имеют более высокий рейтинг, чем с восклицательным знаком. Если вам действительно необходимо

добавить экспрессии, то знайте: три восклицательных знака (!!!) работают почти вдвое лучше любого другого знака.

При написании текста для поста используйте «Принцип пирамиды» – в конце как угодно, в начале максимально четко. (Что произошло? Где это произошло? Когда это произошло? Кто стал участником этого события? Как это происходило? Почему это произошло? Что означает данное событие?)

Пристальное внимание следует уделять грамотности текстов. Неграмотный текст придает информации недостоверный вид. Перечитайте его два, три, а то и четыре раза. Между прочтениями отдохните, дайте тексту «полежать»: найти недочеты спустя некоторое время будет гораздо проще.

В помощь по редактированию текста существует масса онлайн сервисов:

Написание, склонение числительных <http://numeralonline.ru/>

Проверка слов <http://www.gramota.ru/>

Онлайн проверка правописания:

<http://orfogrammka.ru>

<http://advego.ru/text/>

<http://www.perevodspell.ru/speller.htm>

<http://www.orfo.ru/online/>

<http://pravopisanie.online.ua/>

<http://text.ru>

Сервис «Главред» проверяет на соответствие информационному стилю и очищает текст от словесного мусора <http://glvrd.ru/>

*Примеры плохих текстов для социальных сетей:*

*«3 сентября в библиотеке прошел круглый стол «Терроризм как главная угроза». Встреча была организована и проведена работниками Зала наук и краеведения. Участники размышляли над вопросами: нужно ли открывать обществу ВСЮ правду о терактах? Может ли человечество сознательно ограничить свои свободы во имя безопасности? Какие шаги должны предпринять государства и каждый человек в отдельности для защиты мира от терроризма? Приглашенный эксперт – член Союза журналистов России, рассуждала вместе с молодежью, и была кладезем важной и малоизвестной информации о мировом терроризме».*

*«14 марта в читальном зале библиотеки состоялась лекция «Что такое коррупция и как с ней бороться?»»*

*В качестве лектора выступал – Иван Иванович Иванов, старший преподаватель кафедры права Красноярского филиала ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова», представитель Общественного совета министерства социальной политики Красноярского края, консультант КРОО «Комитет по борьбе с коррупцией и терроризмом», юрист филиала № 2 ФКГУ «425 военный госпиталь Минобороны России».*

*Его выступление сопровождала презентация, почти с каждого слайда которой на слушателей смотрели правители России, боровшиеся со взяточничеством. Рассказ Владимира Александровича не был сухим перечислением уложений и законов. В текст своей речи он включил очень любопытные факты: о размере зарплат чиновников в разные периоды истории русского государства, о стоимости гуся «со всеми печенками» и купеческого двухэтажного дома на каменном фундаменте. Также были даны объяснения, почему во время правления некоторых правителей, проворовавшихся государственных мужей их сюзерены побивали самолично, а после, на эти же суммы с них спрашивали...организацию балов, ассамблей и выдачу подкупов для иностранных послов.*

*Встреча завершилась обзором книжно-иллюстративной выставки «Стоп, коррупция!». Рассказывала об изданиях, представленных на экспозиции, сотрудник отдела гуманитарной литературы Петрова Анна Сергеевна. Вниманию читателей предлагались издания последних лет. В основном, слушатели лектория могли ознакомиться с монографическими изданиями отечественных авторов. В этих работах освещены вопросы структуры коррупции и взаимодействие с государственной системой, противодействия правовой системой Российской Федерации. В нескольких публицистических работах, освещавшихся в обзоре, раскрыты отдельные моменты громких финансовых дел».*

Если вы действительно хотите научиться писать и понять основные правила написания статей для социальных сетей, учитесь у профессионалов. Читая публикации в любимых группах, рассылки, новости, отмечайте для себя, какие из них произвели на вас наибольшее впечатление. За счет чего так получилось? Вы всё поймете. Практикуйтесь, пишите, перечитывайте и еще раз переписывайте. Только так. Через это проходят все.