

Как запустить свою страницу в соцсетях?

Саша Ушатинская

Главред издания Tproger

Привет! Меня зовут Саша, я главный редактор издания tproger.ru («Типичный программист»). Мы пишем о программировании и обо всем, что с ним связано. Мы выросли из небольшого паблика «ВКонтакте» на 100 человек. Сейчас мы делаем большое издание и используем множество разных соцсетей. Поэтому хочу рассказать о том, как начать делать свое сообщество.

Что такое соцсети?

Начнем с того, что такое соцсети. Не стоит с самого начала нырять во всякие сложные маркетинговые термины. Соцсети — это просто место, где люди общаются и обмениваются информацией. Это единственное, что на данный момент важно.

А оно мне надо?

Зачем вообще заводить страницы в соцсетях? Ответить на этот вопрос можно, подумав о своих целях и задачах. Что вы собираетесь сделать за счет соцсетей? Какие проблемы вы хотите решить? Например, вы стремитесь завести новые знакомства, найти новых учеников, получить больше денег. С помощью соцсетей вы можете решать небольшие локальные задачи (например, уведомлять родителей об изменениях в расписании занятий).



Может быть и такая цель: показать ученикам, что вы двигаетесь в ногу со временем, развиваетесь вместе с ними, поэтому хотите, чтобы они обменивались информацией в вашем сообществе.

Для кого?

Следующий вопрос: для кого вы будете это делать? Если у вас не частный клуб с доступом только по приглашениям, то информация, которую вы выкладываете, будет доступна всем в интернете. Кто угодно сможет прийти на вашу страницу и прочитать

о том, что вы делаете. Но все же в первую очередь вы делаете это для целевой аудитории, которую надо определить. У организатора кружка это могут быть:

1. Ученики (дети, подростки, студенты)
2. Их родители (те, кто принимает решения)
3. Коллеги по цеху (люди, у которых те же проблемы, что и у вас)
4. Потенциальные инвесторы и партнеры

Как сделать интересно всем?

Никак! Скорее всего, вам стоит начать с одной или двух групп. Выберите самую важную для вас аудиторию. Вероятно, это будут ваши ученики и их родители. Можно завести блог в Instagram для родителей, где вы будете рассказывать о том, что происходит в кружке, и сообщество «ВКонтакте», где ученики смогут общаться между собой. Главное — сделать так, чтобы было интересно вашей основной целевой аудитории, а остальные уже потом подтянутся и узнают о вас за счет активного сообщества из ваших учеников.

О чем общаться?

Здесь есть два важных момента: вам следует обратиться к своим целям и задачам и понять, что нужно вашей аудитории.

Что касается ваших собственных целей, для начала создайте список задач. Подумайте, зачем вы заводите соцсети. Затем немного расширьте и структурируйте ваш список. Например: информировать людей о проекте и его развитии, выдавать ученикам домашние задания, подогревать интерес к занятиям в кружке.

Подумайте (и спросите), что нужно вашей аудитории. Например: чувствовать принадлежность к среде, задавать вопросы и получать ответы (в том числе от ваших преподавателей), узнавать новости любимых технологий (что вообще происходит в мире IT и т. п.).



Все это формируется в контент-стратегию: зачем я это делаю и куда я хочу прийти?

Как общаться?

Какие существуют правила взаимодействия с людьми? Их много, и они могут быть разными. Необходимо понимать, что соцсети — это просто инструмент. У этого инструмента может быть инструкция, где описано, как этим пользоваться.

Вы можете найти множество статей, где описывается, как правильно писать тексты для той или иной площадки, как делать посты, как загружать видео — всевозможные способы использования того или иного инструмента. Эту информацию нужно постепенно изучать.

Перечислю основные правила:

- Общаться регулярно

Это важно не только для вашей целевой аудитории, которая вас постоянно читает, но и для самой площадки, которая сможет рекомендовать ваш контент, если вы делаете его постоянно и соответствуете тематике своего сообщества.

- Общаться простым языком

Нужно уходить от канцелярита, избегать сложных конструкций. Старайтесь разговаривать на языке тех людей, для которых вы делаете сообщество. Так они смогут лучше вас понимать, а вам удастся наладить прочный контакт с целевой аудиторией.

- Применять разные форматы: новости, интерактивы, видео, мемы, задачки, интервью

Совсем не обязательно, чтобы весь контент был крупным, массивным. Можно делать и небольшие посты. Главное, чтобы они соответствовали вашей тематике, были разнообразными и позволяли поддерживать интерес аудитории.

Из этого рождается контент-план. Мы понимаем, как часто и каким языком общаемся с аудиторией, из каких форматов состоит информация, которую мы передаем читателям.

Где брать контент?

Итак, мы разобрались с тем, что хотим делать, зачем и в каких форматах. Но где брать весь этот контент? Скорее всего, на старте ресурсов у вас не очень много. Поэтому нужно принимать решения, которые будут чем-то ограничены. Есть три варианта:

- Делать самим
- Агрегировать из других источников

Важно при этом не забывать про права на использование материалов! Всегда нужно указывать источники. Это касается и медиа-файлов, и текстов.

- Привлекать сообщество

Ученики и родители могут делиться тем, что они делают. Вы можете собирать контент от пользователей и превращать его в контент от лица сообщества. Например, если в вашем паблике «ВКонтакте» есть открытая стена, ваши ученики смогут поделиться фотографией

робота, которого собрали на занятии, и рассказать о том, с какими трудностями они столкнулись, каких успехов достигли.

Все три типа можно комбинировать, тогда у вас будет постоянный поток контента, который будет полезным и регулярным.

Кто это будет делать?

Как я уже сказала, можно брать контент от разных членов вашего сообщества. Не стоит сразу нанимать отдельного человека для ведения соцсетей. Найдите организатора среди «своих». Наверняка у вас есть знакомые, которые горят вашим проектом и готовы вместе с вами организовать сообщество (например, мама ученика, которая уже ведет личный блок в Facebook).

Как выбрать, где делать?

Во-первых, делайте там, где вам проще всего начать. Какие из инструментов и площадок покажутся вам проще и удобнее для входа, какие из них вы лучше всего понимаете — туда и стоит идти.

Посмотрите исследования аудитории разных соцсетей и форматы контента на основных медиа-площадках. Все эти данные находятся в открытом доступе. Узнайте, чем отличаются разные платформы, какой в среднем возраст аудитории, какие форматы контента там есть (например, текст или видео).

Что главное?

Итак, что главное при запуске ваших соцсетей? Вот пять основных советов:

1. Ничего не бояться

В ваших процессах еще много раз может что-то измениться, вы можете поменять целевую аудиторию. Но на старте это не так важно, главное сейчас — запуститься.

2. Будьте честны с самим собой и со своей ЦА

Не пытайтесь отвечать каким-то стандартам. Важно, чтобы все исходило от вас, от ваших желаний и потребностей.

3. Постоянно тестируйте, проверяйте гипотезы

Обращайте внимание, какой контент больше нравится вашей аудитории. Исходя из этого, принимайте дальнейшие решения.

4. Собирайте фидбек

Это можно делать как офлайн, так и с помощью опросов в соцсетях. Вы должны понимать, насколько то, что вы делаете, отвечает потребностям ваших учеников, для которых вы ведете соцсети.

5. Улучшайтесь итеративно

Идите к вашей цели небольшими шагами, и у вас все получится!