

Муниципальное бюджетное учреждение культуры
«Корочанская центральная районная библиотека
имени Н.С. Соханской (Кохановской)»

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЕДЕНИЮ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

г. Короча, 2024

Ответственный за выпуск: М.В. Малахова
Составитель: М.А. Сапрыкин
Компьютерная верстка: М.А. Сапрыкин

Методические рекомендации по ведению социальных сетей/ МБУК
«Корочанская центральная районная библиотека им. Н. С. Соханской
(Кохановской)», Сектор информационных технологий ; сост. М. А. Сапрыкин
; отв. за вып. М. В. Малахова. – Короча, 2024. –12 с.

ЧТО ТАКОЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ?

Социальная сеть – интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети, с возможностью указания какой-либо информации об отдельном человеке/персоне (дата рождения, школа, вуз, любимые занятия и т. д.), по которой аккаунт пользователя смогут найти другие участники сети.

Одна из черт социальных сетей – это система «друзей» и «групп». Это сообщество пользователей Интернет, имеющих доступ к сети в зависимости от интересов и географической привязки, онлайн-овая среда, используемая с целью обмена контентом, мнениями, опытом и актуальными медиа данными.

В сетях люди оказываются более открытыми, чем в реальной жизни, в большей степени готовыми общаться и делиться информацией.

Продвижение библиотеки следует поручить сотруднику, который хорошо ориентируется в соц. сетях, коммуникабелен и, главное, заинтересован в этом. Формальный подход здесь играет на руку только анти пиару.

БИБЛИОТЕКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ – ЭТО:

прямое общение с читателями оперативный обмен мнениями по поводу отдельных мероприятий и работы библиотеки в целом возможность мгновенно сообщить большой аудитории о новых изданиях, конкурсах, мероприятиях, изменениях в режиме работы и др. реклама библиотеки и услуги. Присутствие библиотек в социальных сетях – это в первую очередь инструмент пиара.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ:

оптимизация связей с пользователями, интересующимися библиотекой, её услугами и деятельностью в целом привлечение внимания коллег к работе библиотеки и налаживание рабочих коммуникаций, обмен опытом увеличение числа пользователей, посещающих библиотеку или аккаунт информирование пользователей о деятельности библиотеки собственная узнаваемость, получение обратной связи повышение обращаемости к сайту библиотеки

ДЛЯ ПЕРВЫХ ШАГОВ БИБЛИОТЕКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ РЕКОМЕНДУЕТСЯ:

Исходя из общей стратегии библиотеки, определить цели и задачи ее присутствия в соц. сетях. Сформировать команду, которая будет этим заниматься на должном профессиональном уровне. Обязательно назначить ответственного и распределить обязанности. Помнить: официальный

профиль библиотеки – это аккаунт, создаваемый сотрудником специально для работы в социальных медиа, а не личный профиль человека в этих же социальных медиа. Найти сообщества с вашей целевой аудиторией, используя поисковую систему самой социальной сети. Расширять свою активность на этих площадках от пассивного наблюдения до участия в дискуссиях, становясь генератором контента. Формировать при помощи этих групп базу виртуальных друзей, актуальных тем и вопросов, которые станут основой организационной и контентной политики будущих ваших собственных виртуальных площадок.

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.

Ошибка №1. Некорректное оформление и неудобная навигация

В названиях страниц или групп следует исключить непонятные для целевой аудитории «МБУК» «ЦБС» «МЦБ» и т. п. аббревиатуры, а также слишком длинные, не уместающиеся в строку названия.

Аватара (обложка) группы должна быть привлекательной и приятной. Недопустимо размещение темных, мрачных фотографий сотрудников или пользователей библиотеки и в целом фотографий плохого качества. Ошибкой является отсутствие контактов, тем, рубрик, т. е. не до конца оформленная страница.

Ошибка №2. Неактуальный, безграмотный контент.

В социальных сетях не приветствуется:

Длинные нечитабельные тексты - «простыни» Сухой, не событийный, унылый стиль подачи информации. Отсутствие живых представителей с лицами, именами и чувствами. Неуместность и несоответствие контента сообществу. Назидательные публикации вместо диалога с аудиторией

Некорректные комментарии или ответы, склочные дискуссии. Отсутствие ярких интересных изображений. Орфографические ошибки!!! Злоупотребление ссылками (вместо эксклюзивной информации и материалов). Копирование новостей с сайта. Приставание и навязывание вместо построения отношений с аудиторией. Неестественные и льстивые комментарии публикации, без возможности дополнений участников общения

Ошибка №4. Спам, излишняя самореклама.

Слишком большое количество ссылок на свой аккаунт в социальной сети воспринимается многими пользователями как спам, что, в свою очередь,

способно поставить под сомнение любой авторитет. Избегайте излишней навязчивости.

Ошибка №5. Медлительность ответов.

Ожидание в несколько суток может вызвать потерю интереса, спровоцировать «миграцию» аудитории на другой аккаунт.

Ошибка №6. Халатность по отношению к мнению пользователя.

Нельзя игнорировать сообщения пользователей, читающих вашу страницу. Единожды пропустив чье-либо высказывание, можно не получить последующего отклика.

ТРЕБОВАНИЯ К СОЗДАВАЕМОМУ КОНТЕНТУ:

небольшой объём информации обязательное присутствие ориентирующих данных: объявления о мероприятиях, описание услуг и др. отсутствие грамматических, пунктуационных и стилистических ошибок соблюдение авторского права обращение к имени получателя, вместо обезличенных шаблонных сообщений употребление слов, заголовков и текстов, призывающих к действию: («узнай», «открой», «найди», «получи», «прочитай», «услышь», «посети», «присоединяйся», «закажи», и т. п.) использование вопросительных предложений, побуждение к ответным комментариям. публикации только качественных фото и видео.

ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ВЕДЕНИЯ БИБЛИОТЕЧНОЙ СТРАНИЦЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

К моменту создания страницы должен быть подготовлен весь материал, который планируется разместить: информация о библиотеке, история, фотоальбомы, ссылки и т. д. И никаких «Раздел в разработке» или «Здесь скоро будет...»! Информация должна быть полезной и актуальной. Публикуйте новости 2–3 раза в день, т. е. регулярно. Не следует раз в месяц размещать всю афишу мероприятий в библиотеке, публикации должны появляться по мере их актуализации. За 3–4 дня можно напомнить о наиболее интересных из них. Исключайте непроверенные цитаты. Пользователь заходит на страницу, чтобы найти там уникальный, проверенный контент, именно тот, который отличает данную библиотечную страницу от десятков подобных.

Чередуйте информации для размышления и отдыха. Чтобы превратить случайного посетителя вашей страницы в его постоянного пользователя, необходимо поддерживать непрерывный интерес. Важно предоставить

тематический полезный контент, состоящий из информационных, развлекательных и прочих постов. За счет этого пользователь всегда найдет материал для прочтения.

Помните, пользователь не любит долго ждать ответов. Ему важно получить отклик «здесь и сейчас». Успешное продвижение в социальных сетях группы во многом зависит от того, насколько скоро пользователь получит ответ. Медлить нельзя. Особенно, если назначение страницы заключается в поддержке и/или консультировании читателей. Обратившись с вопросом, либо прокомментировав пост, человек должен получить максимально быстрый и емкий ответ. Не забывайте хэштеги. Самый эффективный пост с точки зрения маркетинга останется незамеченным, если не использовать хэштеги (например, #центрчтения). Необходимо дать возможность потенциальным читателям найти вас. (Правила написания хэштегов «ВКонтакте» разрешают использовать латиницу и кириллицу. Вы не можете использовать пробелы, а также включать в метку только цифры. Поиск по хэштегам позволяет увидеть сообщения с выбранной меткой, расположенные в хронологическом порядке.)

Ищите интересные темы для обсуждения, вовлекайте участников группы в разговор. Интерес вызывают дискуссионные темы (например: «5 книг, которые я терпеть не могу!»), различные игры («Ответь на вопрос с помощью книги, которую читаешь», «Ассоциации»). Темы для обсуждения дают возможность узнать поближе наших подписчиков, а им - пообщаться между собой, с вами. Организуйте конкурсы и опросы для вовлечения пользователей и привлечения новых участников среди их друзей. Поощряйте социальные действия подписчиков. Организуйте розыгрыши среди наиболее активных участников. Поздравляйте участников группы «С днем рождения!». Пишите на их стене поздравления, используя книжно - библиотечные темы и прикрепляйте в подарок изображения. Отмечайте на фотографиях и видео ваших читателей. Определите, какие бы вы хотели оказывать услуги через Интернет. Например, продление срока пользования книгой, предварительный заказ, бронирование, подбор литературы, выполнение разовых справок. Все услуги можно прописать в меню группы.

ЧТО РАЗМЕЩАТЬ НА СТЕНЕ ГРУППЫ?

Все чем живет библиотека: будни и праздники во всех мелочах и подробностях. Читатель подарил книгу – поблагодарите на весь мир, планируете Библионочь – обсудите программу. Грустите, смейтесь, интригуйте, зовите на встречи в оффлайн. Создавайте буктрейлеры – короткие видеоролики, вдохновляющие прочитать книгу. Качественный

буктрейлер длится не более трех минут и прекрасно помогает находить новых читателей. Делитесь тем, чего нет ни у кого: драгоценным краеведческим фондом, красотами малой родины, поэтическим словом местных авторов, уникальным изданием с автографом и др. В выигрыше будут те библиотечные странички, содержание которых не ограничивается освещением жизни только библиотеки. Обеспечьте полноту публикаций, публикуйте именно для страницы, не дублируйте сайт библиотеки. Активно приглашайте друзей. Отдельно приглашайте друзей на наиболее интересные мероприятия. Добавляйте новых друзей. Отвечайте на приходящие запросы о добавлении в друзья. Если есть желание со своей стороны приглашать в друзья незнакомых людей, делать это нужно постепенно и избирательно, обращая внимание на совпадение интересов и возможность установления контакта. Используйте перекрестные ссылки в совместных проектах. Ссылки на другие страницы должны быть полезными. Добавьте интересные фото и видео со ссылками в описании на вашу группу в тематически близкие сообщества.

В раздел документов выкладывайте полный пакет документов, предназначенных для пользователей библиотеки: например, прайс-листы на платные услуги, правила записи в библиотеку, устав, книжные новинки и др. Публикуйте отчеты о мероприятиях. Позвольте читателям влиять на библиотеку. Предложите своим пользователям выбрать, кого из знаменитых людей пригласить на следующую встречу. Дайте возможность обсуждать вас. Не бойтесь критики.