

## КАДРЫ

### СОЦСЕТИ

# 15 рекомендаций для SMM-специалиста

Константин Марусов

заведующий сектором Молодежного культурного сообщества Московской губернской универсальной библиотеки

#### Главное в статье

**Какие цели ставить специалисту, который работает в соцсетях**

**Что включить в контент-стратегию учреждения культуры**

**Как провоцировать подписчиков в соцсетях на общение**

**Каким образом реагировать на негативные комментарии**

В статье — 15 рекомендаций, которые позволят наполнить страничку учреждения в соцсетях живым и уникальным контентом.

## 1. Будьте настоящими

Пользователей привлекает искренность и неподдельный интерес создателей сообщества к своему делу.

Легко понять, когда пишут, не потому, что интересно, а потому, что надо.

Не будьте фальшивыми, публикуйте посты с эксклюзивной информацией о работе вашего учреждения, а не просто анонсы будущих мероприятий.

## 2. Определите цели

В основном соцсети ведут, чтобы подогревать интерес пользователей к деятельности учреждения, приглашать на мероприятия и оперативно оповещать об изменениях в работе. При разработке контент-плана отталкивайтесь от целей.

## 3. Разработайте контент-стратегию



### Важно

Разработайте контент- стратегию на квартал

Стратегия должна выполнять поставленные перед сообществом задачи. Например, если оно создано для привлечения и повышения лояльности подписчиков, то больше внимания нужно уделять общению с ними.

Разработайте примерную стратегию на квартал с темами: текущая деятельность, праздники, культурные события и важные мероприятия. Еще составьте более подробный контент-план на месяц или на две недели с готовыми постами: текст, картинки или фотографии, хештеги.

Продумайте не только посты о вашей основной деятельности, но и развлекательный контент. Это могут быть серии еженедельных постов с цитатами классиков, фактами из биографии известных людей, обзорами библиотек мира и рецептами блюд из популярных романов.

Освещайте «внутреннюю кухню» учреждения. Например, библиотека может рассказывать про поступление книг или подготовку к читальному клубу.

Не забывайте об оперативных новостях.

Чтобы сэкономить время и выдержать стиль сообщества, составьте посты заранее.

## 4. Создавайте информационные поводы

Информационный повод должен побуждать подписчиков поставить «лайк», поделиться с друзьями, оставить комментарий на страничке или прийти в учреждение. Поводы: новые поступления в библиотеку, интересная акция, приглашение на уникальное мероприятие (закрытый показ, экспериментальное событие). Посмотрите фото 1.