

ОБУЧЕНИЕ ДЛЯ НОВЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ВКОНТАКТЕ

ЛИЧНАЯ СТРАНИЦА

Регистрация

Для регистрации необходимо перейти на сайт vk.com и создать аккаунт. Для создания нового аккаунта вам нужен только номер мобильного телефона.

Заполните свою страницу личной информацией.

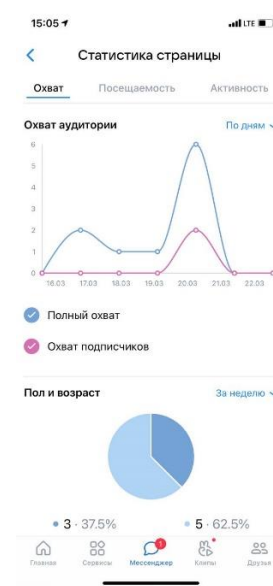
Друзья и Подписчики

В ВКонтakte вы можете отправлять запросы на добавления в «друзья» и одобрять такие же запросы от других пользователей. Если вы отклонили такой запрос, пользователь перейдет в статус «подписчики» вашей страницы. Пользователь также может отменить заявку и отписаться от вашей страницы.

Статистика страницы

Каждому пользователю доступна статистика личной страницы. Кнопка статистики расположена под аватаркой в десктопной версии и в правом верхнем углу в мобильном приложении.

В статистике вам доступны *Охват*, *Посещаемость* и *Активность* на вашей странице.

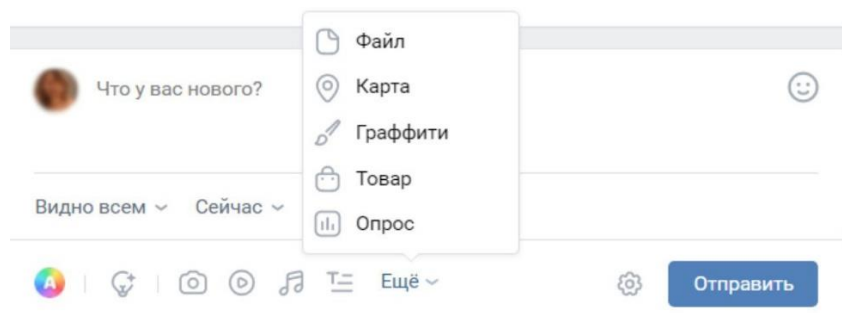


Настройки

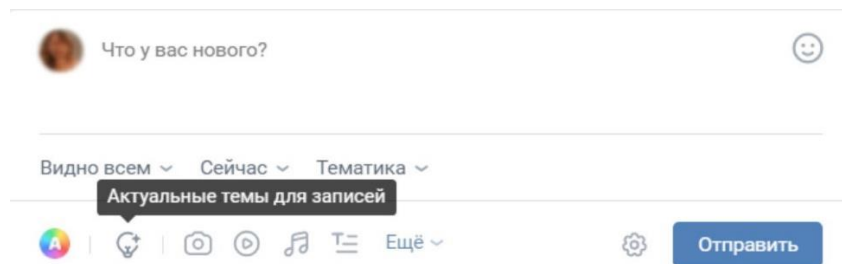
Проверьте настройки вашей страницы. Рекомендуем обратить внимание на раздел «Безопасность» и «Приватность». Выберете, кто может видеть вашу страницу в интернете, публикуемый контент, а также отправлять вам сообщения.

Публикации

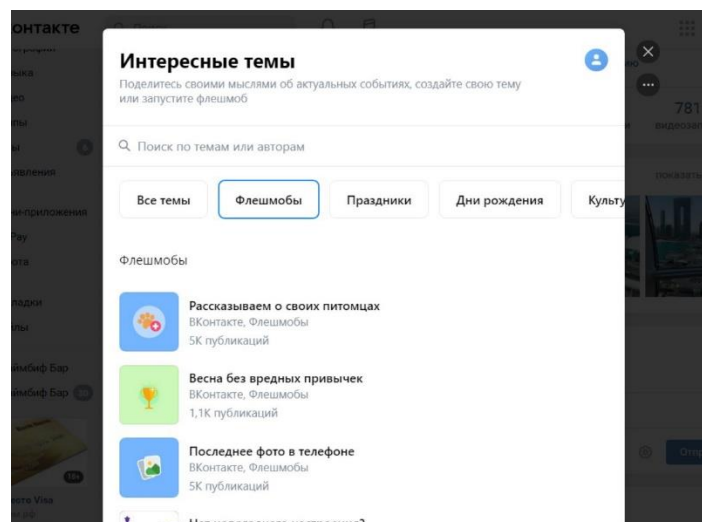
Вы можете создать запись на странице: написать текст, прикрепить к нему изображение, видео, музыку, файлы. А также создать опрос, прикрепить гео-метку и граффити.



Вы можете выбрать, кому будет видна запись: всем пользователям или близким друзьям (вы сами определяете список конкретных пользователей). Также можно выбрать время публикации, например, запланировать публикацию на вечер, а подготовить её днём.



Также можно выбрать «Актуальные темы» для публикаций. В этом разделе много возможностей. Например, можно создать свой флешмоб или поучаствовать в уже существующем. Это повысит охват вашей публикации.

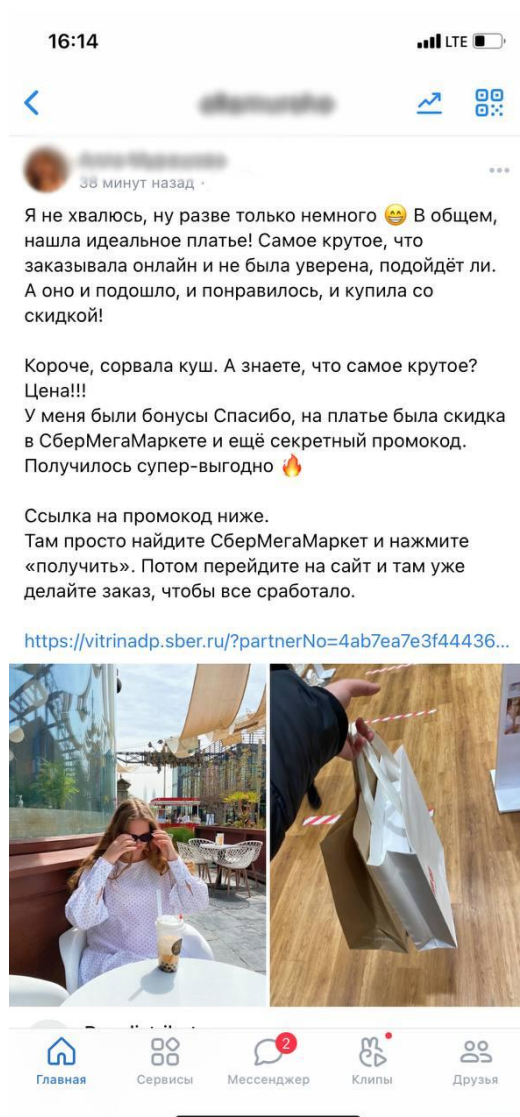


При создании публикации вы можете также выбрать написание статьи, если запланировали объемный текст с фото- или видео-примерами.

Как агент может рекомендовать продукты Сбера на своей личной странице?

1. Личная оценка
2. История из жизни
3. Уникальный контент
4. Найти плюсы и минусы сервиса, но постарайтесь объяснить, почему выбор сделали в пользу этого сервиса, несмотря на возможные минусы
5. Ответы на возражения

ПРИМЕР ПОСТА НА ЛИЧНОЙ СТРАНИЦЕ:



В посте:

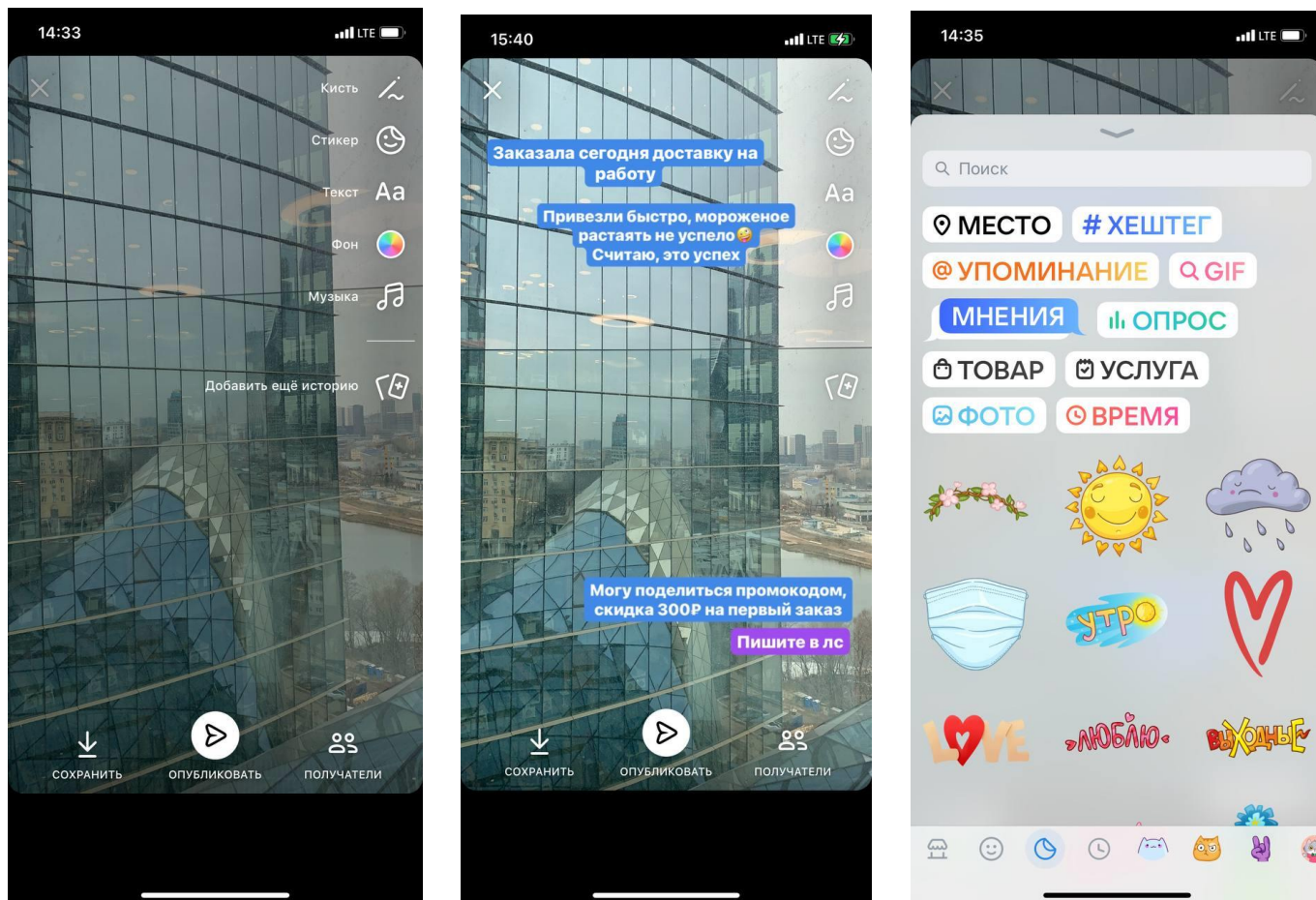
- история из жизни с личными фото;
- рекомендация сервиса, которым пользователь сам воспользовался;
- краткая инструкция по использованию с обязательной формулой: промокод и переход на сайт/в приложение партнера.

ИСТОРИИ В КОНТАКТЕ

Истории всем хорошо знакомы по другой социальной сети, но в ВКонтакте эта функция используется пока не так активно среди пользователей. А это значит, что есть шанс выделиться и получить большее количество просмотров за счёт сниженной конкуренции. Это также бесплатный канал для продвижения.

Механика публикации довольно простая, функционал интуитивный и частично знакомый.

Для публикации истории перейдите на свою страницу – на главную - нажмите на свой аватар в правом верхнем углу и сделайте фото или снимите видео прямо в приложении или добавьте изображение/видео из галереи смартфона.

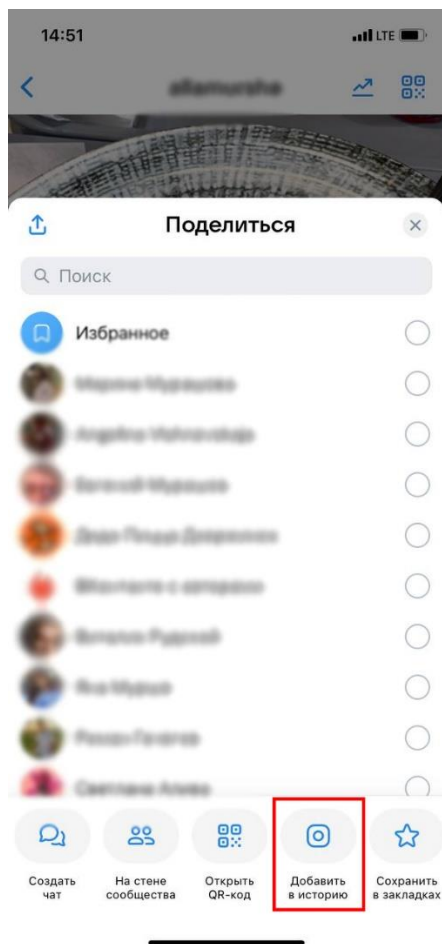


В историях есть инструменты для того, чтобы создать визуально привлекательную картинку или разместить внутреннюю ссылку.

Можно добавлять текст, музыку, а также гео-метку, хештеги, опросы, фото поверх основного фото, упоминание. Для тех, у кого есть бизнес-страница в контакте и заполнен магазин товаров, можно добавить конкретный товар. Из внутренних ссылок также доступны услуги и товары с Aliexpress.

Добавить внешнюю ссылку, например, на витрину Агента в историях нельзя.

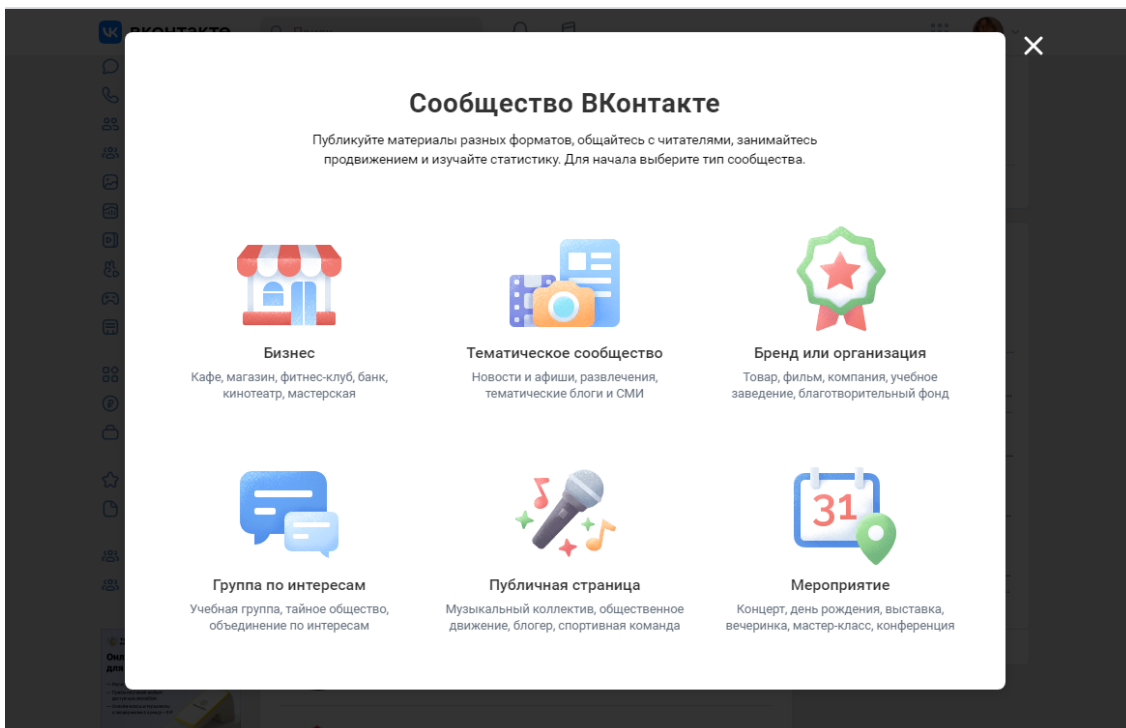
НО! Есть возможность **создавать истории из публикаций**. Например, Агент разместил на своей странице или в своём тематическом сообществе пост, где поделился впечатлениями от использования сервисов Сбера и реферальной ссылкой. Этот пост можно разместить в истории. Заинтересовавшийся человек, увидев историю, перейдет к посту.



СОЗДАНИЕ СООБЩЕСТВА И ПУБЛИЧНОЙ СТРАНИЦЫ

Вы можете создать собственное тематическое сообщество и привлекать туда аудиторию. Сейчас доступны несколько форматов сообществ. Вы выбираете тип сообщества **один раз** при создании, далее изменить тип сообщества нельзя.

Для создания сообществ перейдите в **Сервисы – Сообщества – Создать сообщество**.



Для работы Агентов мы рекомендуем эти типы сообществ:

- **Тематическое сообщество (группа)** – публичная страница, лучше всего подходящая для тематических новостных публикаций, СМИ, афиш, развлекательных сообществ. Основной упор в сообществе делается на публикации новостей и на комментарии от пользователей.
- **Публичная страница** – пригодится, чтобы рассказать о своём творчестве или любой другой деятельности. Подойдёт для создания представительства публичной личности или коллектива, медиа, афиш, развлекательных сообществ, видеоблогеров.
- **Бизнес** – сообщество ориентировано на ведение бизнеса на сайте. Это открытая для пользователей публичная страница, где создатель может указать адрес компании, время работы магазина или фирмы, настроить кнопки быстрой связи с клиентом и многое другое.

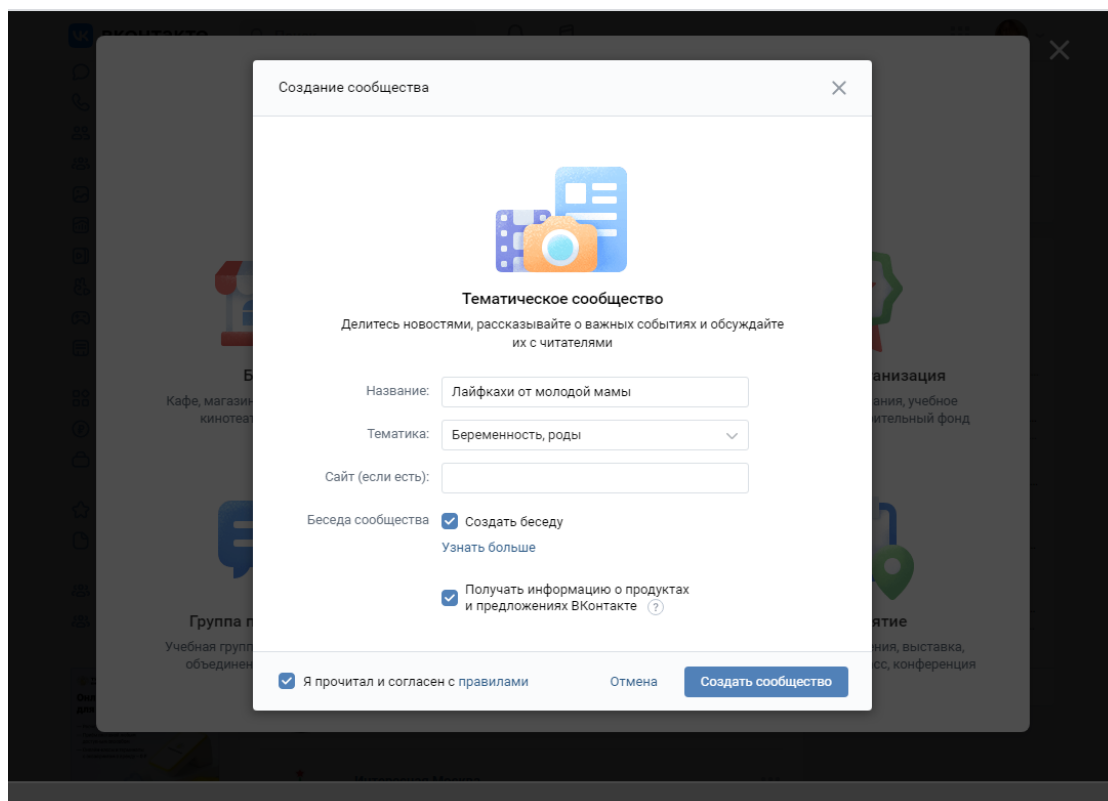
Так в чём отличие Публичной страницы от Тематического сообщества (группы)?

- Паблик – всегда открытый, записи публикуются только от лица сообщества. Подписчики могут только предлагать новость. В группе подписчики могут оставлять записи на стене, если администратор не ограничил эту функцию.
- Группу можно сделать закрытой. Новые пользователи отправляют заявку на вступление, а администратор – одобряет её.
- В группе есть возможность отправить друзьям приглашение вступить в группу, в паблике – нет.

1. Тематическое сообщество и Публичная страница

Для создания сообщества вам необходимо придумать название, выбрать тематику и указать внешний сайт (если есть). Вы сразу же можете создать беседу сообщества. Все подписчики смогут общаться в одном диалоге.

Лайфхак: сайт потом можно создать непосредственно из самого сообщества, если это необходимо.



Как оформить сообщество?

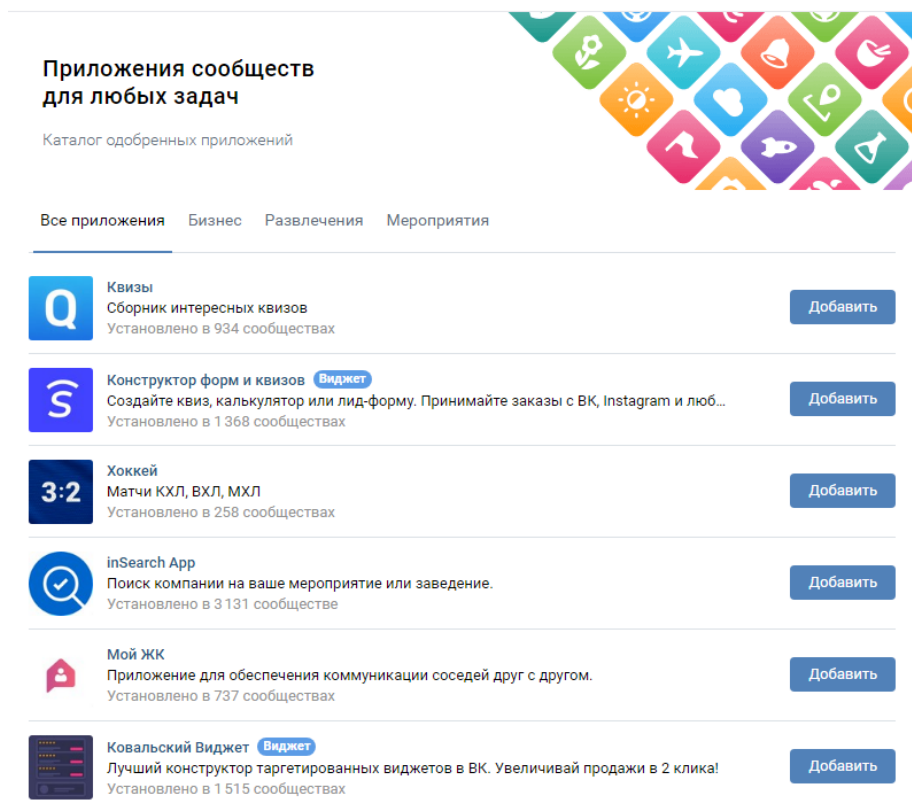
Для того чтобы сообщество привлекало больше аудитории и имело собственную индивидуальность, добавьте **аватар и обложку**. Также обязательно заполните **описание, телефоны и контакты**. Это минимум того, что необходимо после создания сообщества. Без такого оформления алгоритмы ВКонтакте будут реже рекомендовать ваше сообщество другим пользователям.

В настройках сообщества можно добавить нужные вам **разделы**: создателям видео-контента пригодятся клипы и видеозаписи, а авторам текстов — редактор статей.

КАК ПРИВЛЕКАТЬ ПОДПИСЧИКОВ В СВОЁ СООБЩЕСТВО?

Базовые инструменты	Рекламные инструменты	Автоматические инструменты
<ul style="list-style-type: none">• Расскажите о своём сообществе друзьям и знакомым на личной странице.• Отправьте приглашения друзьям, которым действительно может быть интересна тематика сообщества.• Расскажите о вашем сообществе в других соц. сетях (например, в Телеграме и Одноклассниках).• Проведите несколько конкурсов. Условиями конкурса могут быть обязательная подписка и репост записи или комментариев к записи.	<ul style="list-style-type: none">• Таргетированная реклама. Подробнее о платном продвижении можно узнать здесь: vk.com/biz• Нативная реклама. Это упоминание вашего сообщества в публикации другого сообщества. Найдите схожее по тематике сообщество, напишите администратору и предложите взаимные публикации. Такой способ рекламы подходит для сообществ, в котором уже есть некоторая аудитория и контент.	<ul style="list-style-type: none">• Рекомендации. Раздел рекомендаций ВКонтакте называется «Для вас». Здесь показываются записи от источников, на которые пользователь ещё не подписан, но которые потенциально ему интересны. Чтобы попасть в раздел «Для вас», достаточно следовать рекомендациям по оформлению записей и соблюдать правила площадки. Алгоритмы сами проанализируют содержимое и подберут целевую аудиторию, которой покажут ваши публикации.• Прометей - специальный алгоритм ВКонтакте, который реагирует на интересные и качественные публикации и отмечает их или их авторов специальной меткой огня. Огонь можно получить, создав популярный пост, который много комментируют, лайкуют и репостят.• Тематические ленты. Дополнительные охваты и аудиторию можно получить с помощью тематических лент. Они собирают записи по конкретным темам (например, «Музыка», «Игры», «Юмор», «Арт»). При создании публикации обязательно укажите тематику. Так у вас появится шанс попасть в рекомендации к другим пользователям.

Также для продвижения сообщества и обогащения возможностей взаимодействий с аудиторией вы можете использовать специальные **приложения** для сообществ.



Например, виджет для рассылки сообщений, конструктор тестов, Тайный Санта, онлайн-запись для клиентов и многое другое.

Все приложения для сообществ можно посмотреть здесь: https://vk.com/community_apps

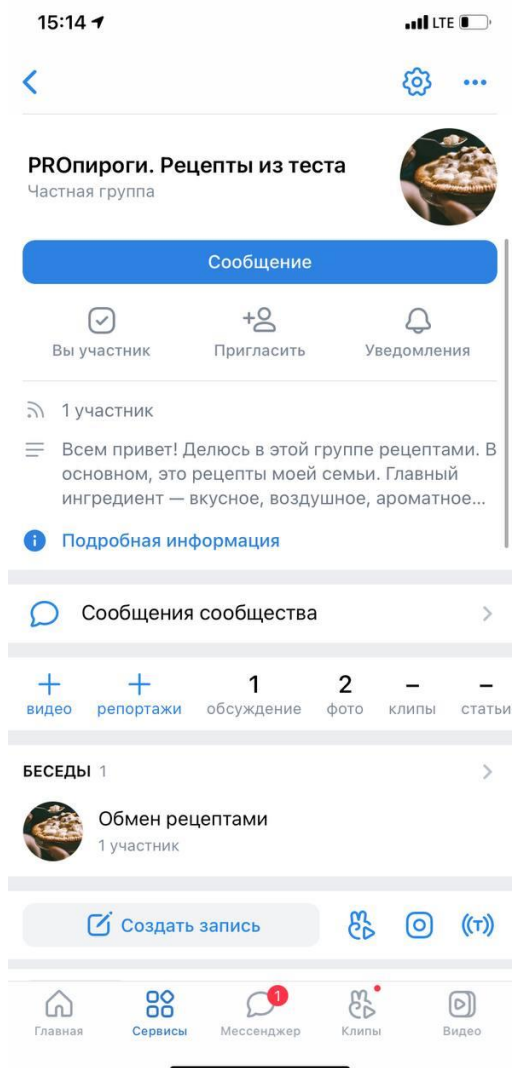
Для создания бизнес-сообществ рекомендуем обратиться к обучающему материалу от создателей социальной сети: vk.com/biz

Бизнес-страницы подойдут не только тем, кто продает товары, но и оказывает услуги. Например, вы являетесь мастером по маникюру или знаете всё о замене масла в машинах и даёте платные консультации, тогда вам станет полезна такая страница.

В таком сообществе вы также можете публиковать ссылку на витрину предложений. Но обратите внимание, что платно продвигать посты с реферальной ссылкой запрещено.

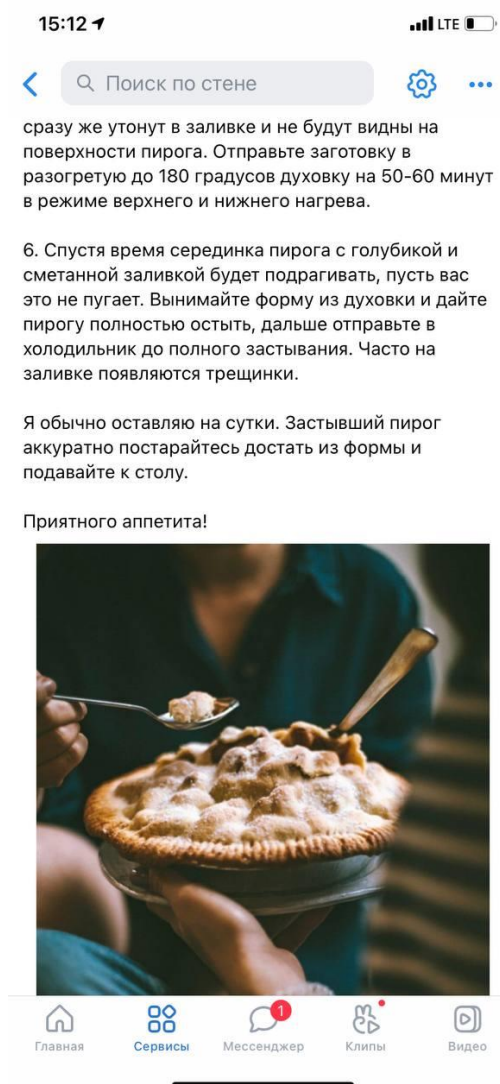
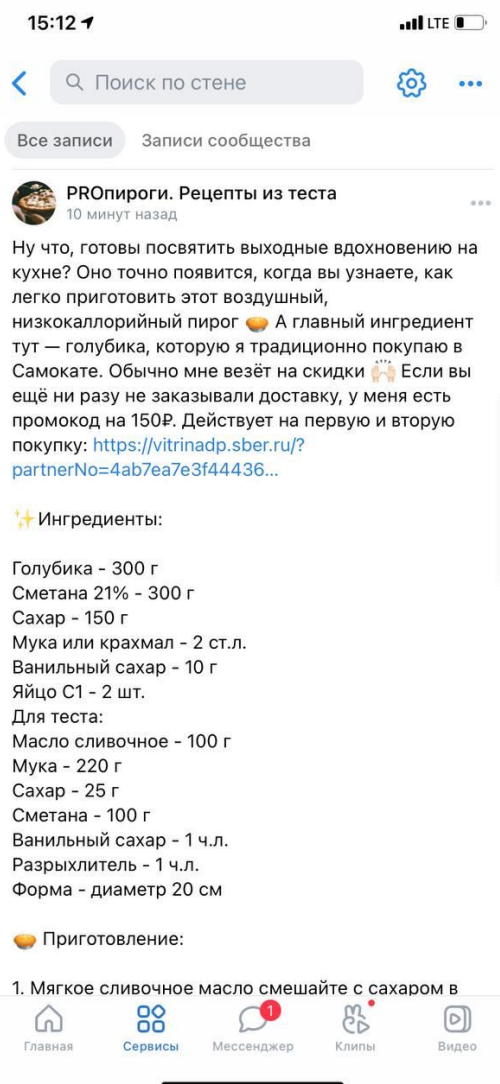
ПРИМЕР ПОСТА В ГРУППЕ ИЛИ ПАБЛИКЕ ВО ВКОНТАКТЕ:

Например, вы создали кулинарное сообщество, где делитесь рецептами. Конечно, тут будут очень актуальны все сервисы доставки продуктов. Поэтому смело интегрируйте в свои посты ссылку со скидкой.



Найдите не просто интересные рецепты, а сделайте упор на определенный продукт. Например, вы часто заказываете голубику в Самокате. Она нравится вам по вкусу, качеству и устраивает по цене. Поделитесь своими наблюдениями и рекомендацией.

И, конечно, не забывайте про фото!



Разрешенные и запрещенные материалы и механики

Обратите внимание, что есть определенные правила по работе Агентов в социальных сетях. Все форматы, описанные выше, разрешены для публикаций и приветствуются.

Но существуют и ограничения:

1. Не допускается создавать группы, каналы, аккаунты, целью которых является продвижение промокодов, скидок, предложений и любых иных дисконтных предложений. То есть вы можете создавать любое тематическое сообщество и продвигать его, если оно не связано с темой получения скидок. Как пример, группа с рецептами пирогов по рецептам бабушки.
2. Не допускается размещать рекламу в группах, пабликах, каналах, блогах, у блогеров. Вы можете рекламировать своё сообщество, но не посты, где размещена ваша реферальная ссылка Сбер Агента.
3. Не допускается размещение ссылки на отдельный продукт, только на общую витрину.
4. Не допускается создание большого кол-ва личных аккаунт, цель которых – размещение скидочных предложений.

Ну что, готовы покорять ВКонтакте? Тогда желаем удачи!

А если хотели бы получить контент-план на месяц для публикаций, следите за обновлениями в нашем Телеграм-канале: https://t.me/+9hVSyr_Ijmk3YzOy