

## **Продвигайте библиотеки в социальных сетях**

### **I. Как создать аккаунт/группу/паблик:**

#### **1. Обозначьте цель, для чего вашей библиотеке нужны соц. сети**

Информирование о деятельности; привлечение новых пользователей; формирование лояльной аудитории; создание связи между вашими пользователями; предоставление услуг; повышение уровня популярности учреждения.

#### **2. Определите целевую аудиторию**

Сколько лет этим людям, чем они занимаются и увлекаются, где они живут.

#### **3. Определите направленность вашей «группы» в соц. сетях**

Если в приоритете повышение узнаваемости – ведите страницу от лица учреждения; для сбора целевой аудитории в одном месте – заведите сообщество по интересам, например «С новой книгой назначена встреча»; совмещайте эти форматы между собой.

#### **4. Определитесь с соц. сетью**

Выбирая социальную сеть – ориентируйтесь на вашу целевую аудиторию: для подростков и молодежи – «ВКонтакте», «Инстаграм»; для взрослой образованной аудитории – «Фейсбук»; для самой возрастной категории – «Одноклассники». Если есть возможность – ведите несколько соц. сетей.

#### **5. Продумайте название**

Не называйте вашу группу или публичную страницу исключительно официальной аббревиатурой («МБУК» «ЦБС» «МЦБ») – название должно быть таким, что бы вас могли легко найти в соц. сетях.

*Например: Шушенская библиотека; Минусинская детская библиотека; Библиотека №8 «Оптимист» г. Шарыпово.*

#### **6. Составьте описание страницы**

Краткое описание должно давать основную информацию об учреждении: чем оно занимается; график работы; адрес; хэштеги; полезные ссылки (сайт, афиша, электронный каталог и т.д.)

*Пример:*

*«Государственная универсальная научная библиотека – крупнейшая в Красноярском крае. У нас – печатные, электронные книги и статьи на многих языках. Обслуживание через сайт. Wi-fi, бесплатный интернет. Выставки, встречи, клубы, лекции, курсы языков.*

*Адрес: ул. К. Маркса, 114 (напротив кинотеатра "Луч"). Остановки "Площадь Революции", "Кинотеатр Луч"*

*Телефоны для справок: 211-29-49, 211-27-06*

*Телефон городского абонемента: 211-00-10*

*Время работы: понедельник - четверг с 9:00 до 20:00, суббота и воскресенье с 10:00 до 18:00; выходной - пятница.*

*Летом (с 1 июня по 31 августа) в пятницу и субботу с 10:00 до 18:00, выходной - воскресенье.*

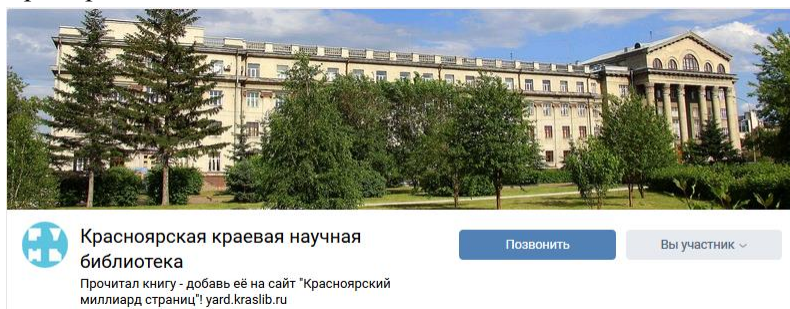
*Последний вторник месяца - санитарный день.*

*Наш хэштег: #краевушка»*

#### **7. Займитесь дизайном страницы**

Вам обязательно потребуется аватарка и/или обложка для вашей страницы. Сделайте её узнаваемой (например, логотип), используйте качественные фотографии с ваших мероприятий или фотографии учреждения.

*Пример:*



## **8. Определите, что вы будете публиковать**

Развлекательный контент (смешные картинки, видео), но им не стоит увлекаться; полезный контент (подборка из 10 книг на зиму и т.д.); интерактивный контент (опросы, конкурсы, тесты, голосования, игровые форматы); новостной контент (мероприятия, события, истории); экспертный контент (расскажите о том, в чем вы разбираетесь); рекламный контент (продвижение услуг). *Комбинируйте разные типы контента между собой и формируйте свой уникальный контент.*

## **9. Придерживайтесь графика публикаций**

Не стоит одноmomentно «заваливать» соц. сети постами, а потом неделю ничего не публиковать. Ваша активность напрямую влияет на ваше продвижение. Составьте график публикаций и старайтесь его придерживаться, но не игнорируйте свежую информацию, когда она актуальна, даже если ее публикация не входит в ваш график.

## **II. Советы по продвижению библиотеки и ее услуг:**

### **1. Как заинтересовать и привлечь подписчиков**

Создайте привилегии для самой лояльной аудитории; публикуйте отзывы ваших посетителей на своей странице; отмечайте читателей на фотографиях; устраивайте конкурсы; создайте условия для общения (поднимите какой-либо вопрос, осветите ту или иную тему и спросите мнения своих подписчиков); не игнорируйте свою аудиторию – отвечайте на вопросы, критику и дискутируйте с ней.

### **2. Основные способы продвижения**

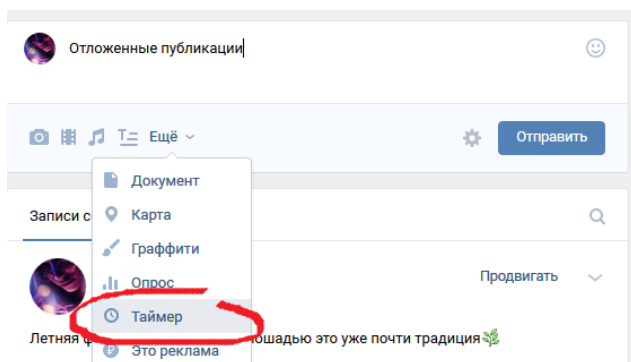
Вирусные активности (флешмобы, конкурсы репостов); offline продвижение (визитки, плакаты, листовки); ссылки на сайте (обязательно укажите на сайте ссылки на свои соц. сети); помощь влиятельных лиц (обращайтесь к медийным людям, посещающим ваши мероприятия, с просьбой рассказать о вас); партнерство с другими сообществами (взаимодействуйте с другими учреждениями культуры взаимными репостами, ссылками).

#### **✓ На заметку**

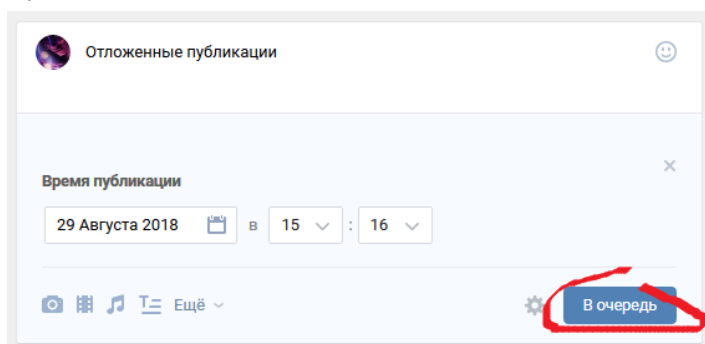
Некоторые соц. сети (ВКонтакте, Одноклассники, страницы на Фейсбук) позволяют подготовить посты заранее и запланировать автоматическую публикацию в нужную дату.

Как это делать:

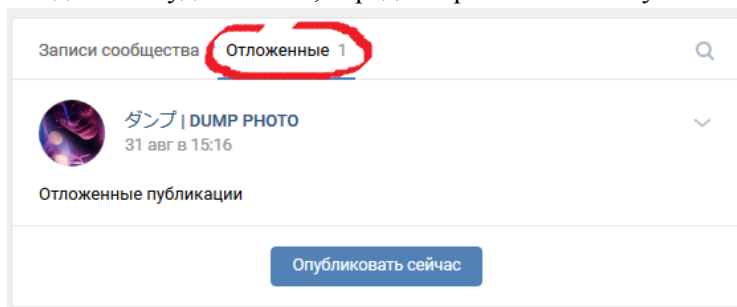
1. Составив пост, в нижнем поле щелкните на «Ещё», в «появившемся» окне выберите «Таймер».



2. Установите необходимую дату и время отложенной публикации, а затем нажмите «В очередь».



3. Ваш запланированный пост будет отображаться в графе «Отложенные», где вы можете при необходимости удалить его, отредактировать или «опубликовать прямо сейчас».



4. Готово! Ваш пост будет опубликован в запланированное вами время.

*Консультация подготовлена К.О. Чунькиной на основе статьи: Лукинова О. Каким образом продвигать учреждения культуры в соцсетях, чтобы улучшить имидж и привлечь посетителей / Ольга Лукинова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2018. – №2. – С.42-50.*