


Творческо-методический отдел
МКУК ЦКС Красненского района
Белгородской области

Методическое пособие «Продвижение мероприятий в социальной сети»


Красное, 2021



По сети давно гуляет шутка. Если бы не придумали слово SMM-щик, его называли бы «копирайтер-редактор-переводчик-маркетолог-рекламщик-пиарщик-айтишник-дизайнер-психолог-врач-повар-механик-Петросян».

Упущено, правда, одно важное качество – организатор. Как-то так сложилось, то всю жизнь приходится что-то организовывать. Начиная от встреч с друзьями и выпускных вечеринок, заканчивая банкетами, корпоративами, юбилеями и прочее. В какой бы среде мы не вращались, наш энтузиазм всегда бежит вперёд нас. Но когда первая волна восторга прошла, мы понимаем, что всё, что мы придумали, теперь нужно реализовывать. Вот тут и начинается самая весёлая часть.

В данной методической рекомендации мы расскажем о продвижения мероприятий в социальных сетях. Речь пойдёт как об онлайн мероприятиях — таких, как мастер-классы и тренинги, так и оффлайн-встречах – праздники, фестивали, днях открытых дверей и прочее. Не будем привязываться к бюджету, а пошагово расскажем, что нужно делать, чтобы не упасть лицом в грязь. Итак, приступим.



Придумать и организовать свой мастер-класс, воркшоп или битву ученых — это только половина дела: важно, чтобы о мероприятии (проекте) своевременно узнала аудитория, на которую оно (он) рассчитан.

Мы расскажем о том, как привлекать лидеров мнений и пользоваться хэштегами, чего ни в коем случае не стоит делать в своем паблике и почему «Одноклассники» не так безнадежны, как кажется.

Вы решили провести лекцию, мастер-класс, семинар или любое другое образовательное событие — подготовили лекцию, представляете, на какую аудиторию она рассчитана, а на лекцию никто не пришел — просто потому что не знал о ней. Чтобы избежать подобного рода роковых ошибок, нужно научиться информировать общественность о ваших гениальных идеях. Ведь вся блогосфера с форумами и сайтами, социальными сетями и многими другими находится в полном вашем распоряжении.

Перед тем как начинать процесс продвижения вашего мероприятия, нужно представить себе целевую аудиторию и задать несколько простых вопросов:

- Кого нужно привлечь?
- Где их искать?
- Как с ними разговаривать?
- Что им нужно?
- Как им это дать?

Изучайте соцсети


Важно понять, что штампы и стереотипы о социальных сетях не имеют никакого отношения к реальности. Легенда о том, что пожилые люди сидят, например, в «Одноклассниках» — это миф, там преобладают бодрые люди 25–35 лет. Нужно ориентироваться не на устаревшие клише, а на то, что реально творится сегодня в социальных сетях. Кроме того, часто, когда люди продвигают образовательное событие, они забывают о таких соцсетях, как Instagram, Vkontakte и т.д. Они тоже могут значительно помочь вам в продвижении вашего мероприятия (проекта).

С чего начать и куда податься?

Существует набор действий, который довольно эффективен для самостоятельного продвижения события:

- создайте ивенты (события) в основных соцсетях;
- разместите события на бесплатных ресурсах-афишах;
- свяжитесь с бесплатными местными пабликами и пабликами по теме события;
- пригласите лидеров мнений, которым ваше событие **ДЕЙСТВИТЕЛЬНО** интересно;
- то же самое касается вашего списка приглашенных.


Во всех местах, где вы будете вешать объявление о своем событии, нужно оставлять домашнюю ссылку, по которой пользователь сможет к вам прийти. Затем, используя сервис Яндекс-метрика, вы сможете узнать, откуда пришли люди, что сработало более эффективно. В соцсетях всегда нужно использовать кнопку «я пойду» или «возможно», чтобы примерно представлять, сколько людей к вам придет.



Предположим, ваше мероприятие посвящено вареникам. Найдите форумы и паблики любителей гастрономических фестивалей и праздников или в целом мероприятий по этому направлению, найдите все места, где сидят эти люди, не забывайте про ссылки на те места, где вы хотите аккумулировать свою аудиторию. Выясните, где находится ваша целевая аудитория.

Лидеры мнений получают много приглашений каждый день — нужно заинтересовать нужных вам людей своим мероприятием, доказать им, что вы уникальны. Даже если человек не придет, он может порекомендовать ваше событие, и это уже будет отличной рекламой. Запомните: не нужно спамить всю вашу френд-ленту сообщением о мероприятии 15 раз в день, то же самое не нужно делать с вашей целевой аудиторией, иначе она начнет вас тихо ненавидеть.

продолжение...




Сообщите о событии заранее, но в разумных пределах — примерно за неделю. Если нужно купить билеты, то сообщать нужно немного раньше. Если у вас есть информация о мероприятиях, которые вы уже организовывали по этой теме, выложите отчет и фотографии.

Сообщая о вашем будущем мероприятии, будьте всегда оригинальны и разнообразны:

- покажите людям, что их ждет на мероприятии;
- поделитесь чем-нибудь интересным или забавным по теме;
- придумайте хэштеги и всегда используйте их!

В ваших сообщениях всегда оставляйте ссылки, чтобы люди знали, куда идти, если картинка будет расширена. Пользуйтесь хэштегами всюду — и в социальных сетях, и на заставке, и на баннере. Если у вас есть свои группы, блоги и т.д., используйте их для оповещения о вашем мероприятии.



Собирайте и накапливайте свою аудиторию. Когда мы, например, занимаемся продвижением фестиваля, для каждой тематической площадки мы можем создать ивент и оповещение на электронную почту для людей, которые в соцсетях ранее сказали «я пойду» на наши предыдущие фестивали.

Рассказывая о месте, где будет проходить фестиваль, сделайте карту — упростите жизнь людям, которые к вам придут.

Не нужно по сто раз в день писать «у нас очень классный фестиваль, приходите, пожалуйста» и т.д., не нужно доставать людей. О событии можно напоминать раз в день или раз в два дня используя разные картинки, дать цитату.

Важность интонации

Нельзя в разных сетях говорить одинаковым языком. Можно сделать опрос, картинку, обсуждение для Вконтакте или Одноклассники. Если вы планируете сделать серьёзное мероприятие, вы отпугнете людей, если будете вешать веселые картинки в соцсетях. Нужно понимать, кого вы хотите зацепить и как они привыкли, чтобы с ними общались.

Если есть финансы, можно продвинуть ваш пост в соцсетях — Вконтакте в этом смысле устроен очень удобно, он сам вас проведет по всем ступеням создания рекламного поста. И в Вконтакте есть понятные инструменты, которые помогут вам понять, как работает ваша реклама и поменять картинку или текст вашего объявления, если вы не довольны эффектом. В Вконтакте текстово-графический блок работает не всегда эффективно — можно заказать размещение анонса или связаться с редакторами паблика Вконтакте если основная аудитория этого паблика соответствует интересам вашего мероприятия.

Обратная связь

Когда мероприятие прошло, не забывайте о социальных сетях — вам ведь нужна лояльная аудитория и в будущем. Не расслабляйтесь: скажите большое спасибо людям за то, что пришли на мероприятие, предложите задать вопросы, если они у них остались, выложите фото и презентацию.

Попросите людей оставить комментарии, отвечайте на них, не оставляйте их висеть в одиночестве. Можно сделать небольшое исследование: в Яндексе вбиваете хэштег, название фестиваля и смотрите, что о вас пишут люди. Напоминайте людям о хэштеге, чтобы они, когда пишут или выкладывают что-то, использовали его.

Вы можете расширить картинки, вопросы, а также темы для обсуждения, которые требуют реакции. Всегда говорите «большое спасибо за вашу конструктивную критику» и отвечайте на заданные вопросы. Используйте в вашем ивенте дополнительный полезный контент. Создайте контент, который вам самим хочется перепостить.

Не надо делать так!

- Отмечать людей на фото без их разрешения;
- без конца апдейтить (обновлять) ивент;
- анонсировать событие в десяти пабликах с одинаковой информацией;
- забывать об анкетах, физическом присутствии хэштега на мероприятии;
- игнорировать негативные отзывы, удалять комментарии.

Во время события можно вести онлайн-трансляцию, можно объединить мероприятие в небольшое видео, чтобы человек, который не присутствовал на ней, понял все за три минуты. Все время, пока мы проводим событие, и после мы мониторим отзывы по хэштегам и по ключевым словам.

Пользуйтесь Instagram, на данный период это самая популярная соцсеть.



Источники информации:

- <https://www.cossa.ru/155/87355/> ;

- <https://theoryandpractice.ru/posts/8659-educational-smm>.



*Творческо-методический отдел
МКУК ЦКС Красненского района
<http://tmckrasnoe.ru>
Белгородская область,
Красненский район,
с. Красное, ул. Подгорная, дом 2
8(47262)5-29-36
tmckrasnoe@mail.ru*