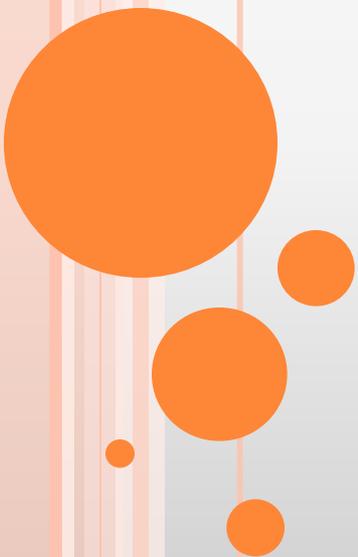


**ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА МОСКВЫ
«ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИМЕНИ П.А.
ОВЧИННИКОВА»**

Особенности размещения информации в Facebook



**Преподаватель специальных
дисциплин
Никитин Михаил Евгеньевич**

ПРОДВИЖЕНИЕ В FACEBOOK

На сегодняшний день именно Facebook является наиболее популярной социальной сетью в мире. В ней сотни миллионов активных пользователей, сотни тысяч страниц компаний, огромное количество ежедневно добавляемого материала. Многие современные социальные сети используют стандарты, которые задавались именно Facebook.



- Нужно отметить, что русскоязычный сегмент Facebook сильно отличается от общемирового. Это обусловлено и механикой развития, и особенностями поведения аудитории, и нюансами социально-демографических характеристик пользователей.



Среди основных особенностей Facebook можно выделить следующие факторы:

1. Сложный интерфейс

The screenshot displays the Facebook desktop interface. At the top, there is a search bar and navigation links for 'Александр', 'Главная', and other icons. The left sidebar contains navigation options like 'Александр Марфицин', 'Лента новостей', 'Сообщения', and 'Друзья'. The main content area shows a post by 'Наташа Козловская' with a photo of a brick building and the text: 'Ульяновск представлялся мне местом унылом, городком-саркофагом дедушки Ленина и чуть ли не деревенского типа захолустьем. Приехав туда, я с удивлением увидела настоящий областной город, центр губернии, каким так и не смогла стать наша Самара - современный, ухоженный, красивый, интересный город. С хорошими дорогами (да-да, даже в частном секторе там асфальт), с памятниками, парками, отреставрированными старинными зданиями, неперекопанными тротуарами и цивилизованными водителя... Еще'. The right sidebar shows 'ВАШИ СТРАНИЦЫ' with 'Интрология' and 'Игры' sections, and a list of friends.



- По сравнению с сетью «ВКонтакте» интерфейс Facebook в меньшей степени интуитивно понятен для начинающего пользователя. Несмотря на то, что изначально «ВКонтакте» был локализованным вариантом Facebook, в течение последних лет оба сервиса развивались в разных направлениях и именно «ВКонтакте» пошел по пути максимальной простоты использования.



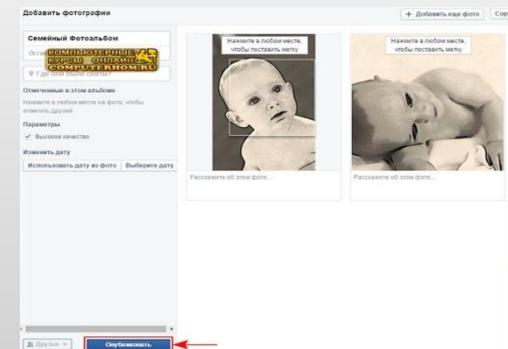
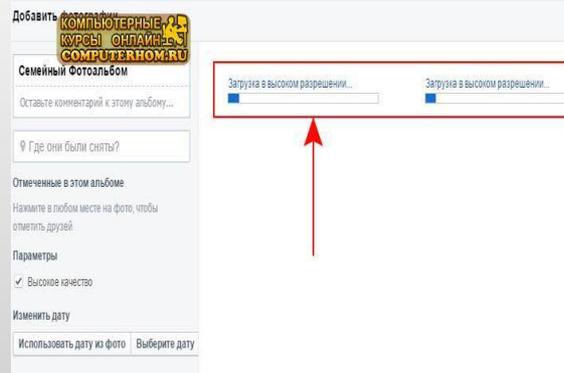
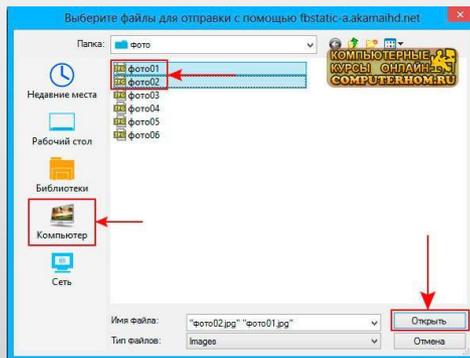
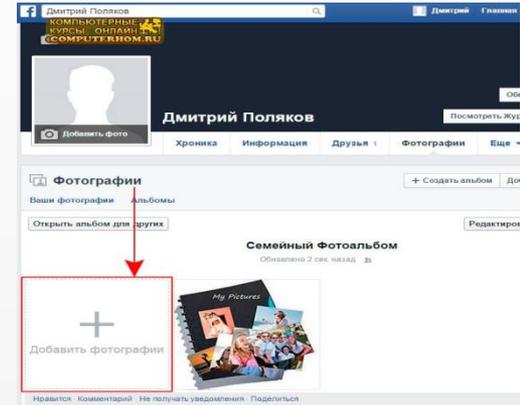
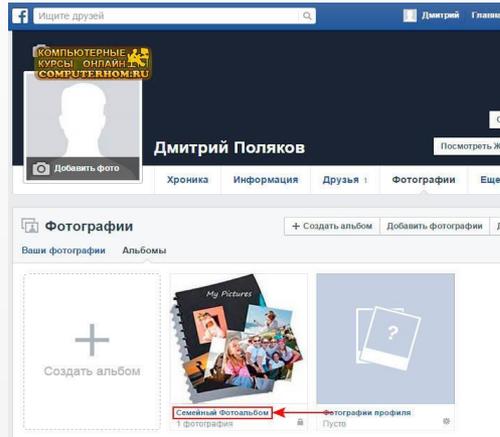
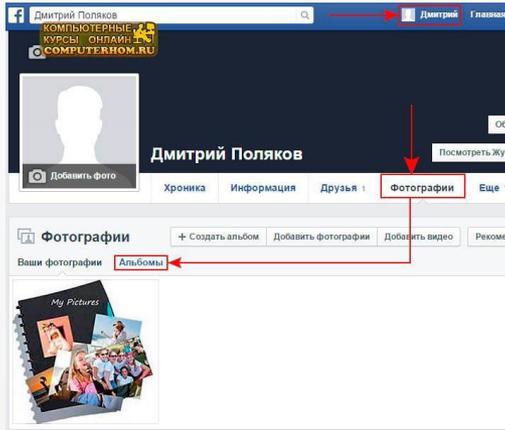
- В свое время провели небольшое исследование. Администрация Facebook собрала фокус-группу из десяти человек, которые практически не имели опыта использования социальных сетей, и под каждого из них создали по учетной записи в Facebook и во «ВКонтакте». Задачей участников было разобраться в профиле и совершить несколько действий:



altblog.ru
vkontakte.ru



• загрузить с компьютера фотографию



ОКОНЧАТЕЛЬНАЯ ЗАГРУЗКА ФОТОГРАФИИ В FACEBOOK

The screenshot shows the Facebook profile of 'Дмитрий Поляков'. The page is in the 'Фотографии' (Photos) section. At the top, there are navigation tabs: 'Хроника', 'Информация', 'Друзья 1', 'Фотографии', and 'Еще'. Below the profile header, there are buttons for '+ Создать альбом' and 'Добавить видео'. A red arrow points from the 'Добавить видео' button down to a photo of a baby's face, which is highlighted with a red border. To the left of the photo is a 'Добавить фотографии' (Add photos) button with a plus sign. Below the photo, there are buttons for 'Редактировать', 'Отметить', and a settings icon. At the bottom, there are options for 'Нравится', 'Комментарий', 'Не получать уведомления', and 'Поделиться'.

Дмитрий Поляков

Добавить фото

Хроника Информация Друзья 1 Фотографии Еще

Фотографии

+ Создать альбом Добавить видео

Открыть альбом для других

Редактировать Отметить *

Семейный Фотоальбом

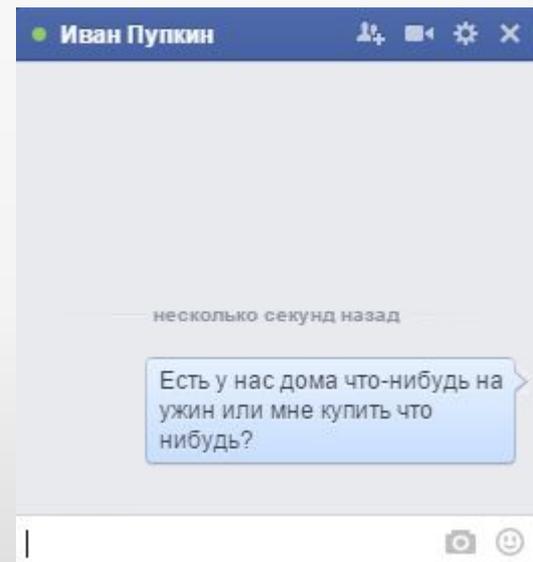
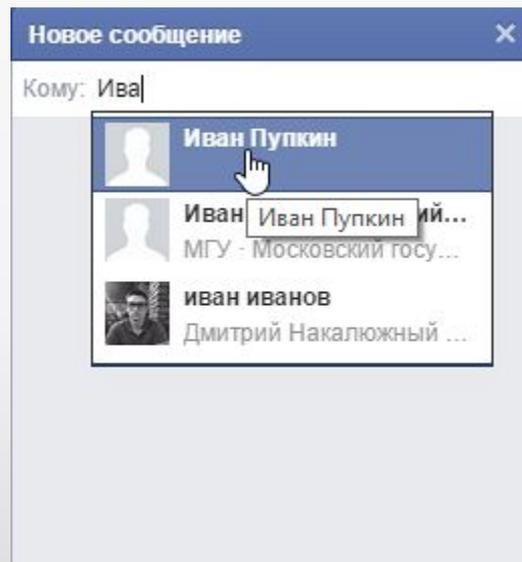
Обновлено 2 сек. назад

Добавить фотографии

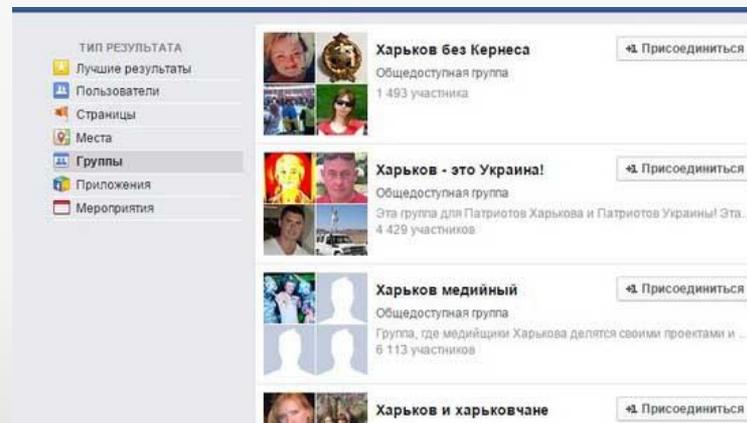
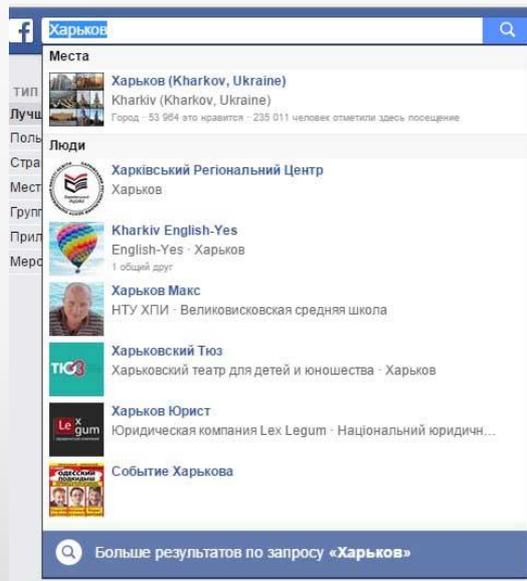
Нравится · Комментарий · Не получать уведомления · Поделиться



НАЙТИ ОПРЕДЕЛЕННОГО ЧЕЛОВЕКА И НАПИСАТЬ ЕМУ СООБЩЕНИЕ



СООБЩЕСТВО И ВСТУПИТЬ В НЕГО (ИЛИ ПОДПИСАТЬСЯ)



- В случае с «ВКонтакте» пользователю понадобилось в среднем 18 минут сосредоточенной работы, чтобы разобраться в профиле и выполнить поставленные задачи. В случае с Facebook эти же задачи заняли в среднем 37 минут, и четверо участников фокус-группы так и не справились полностью.

2. Взрослая и обеспеченная аудитория

- Именно сложность интерфейса является одним из серьезных естественных препятствий к более широкому распространению Facebook.



Успешнее всего в Facebook продвигаются следующие товары и услуги:

- гаджеты и другие IT-продукты
- онлайн-сервисы;
- туристические предложения (в особенности для самостоятельных путешествий);
- b2b с широкой потенциальной целевой аудиторией (реклама, IT-решения, финансовые услуги и т. д.);



- сфера образования (в особенности бизнес-образования);
- финансовая сфера;
- автоиндустрия;



- книги (в особенности бизнес-литература);
- индустрия моды;
- шоу-бизнес и киноиндустрия.



3. Дорогое продвижение

Расходы на каждого привлеченного пользователя здесь оказываются значительно выше, чем в других социальных сетях



Это связано в первую очередь с высокой стоимостью собственных рекламных предложений Facebook. В результате, с точки зрения маркетинга, Facebook в России до сих пор остается социальной сетью, в большей степени ориентированной на имиджевый эффект, нежели на продажи.



БРЕНДОВЫЙ ФОРМАТ

- Одним из наиболее важных отличий от «ВКонтакте» является то, что в Facebook гораздо более актуален формат «позиционирования по бренду». Люди охотно вступают в сообщества, которые изначально посвящены какому-либо бренду, в то время как во «ВКонтакте» пользователи предпочитают вступать в заранее не ангажированные сообщества.



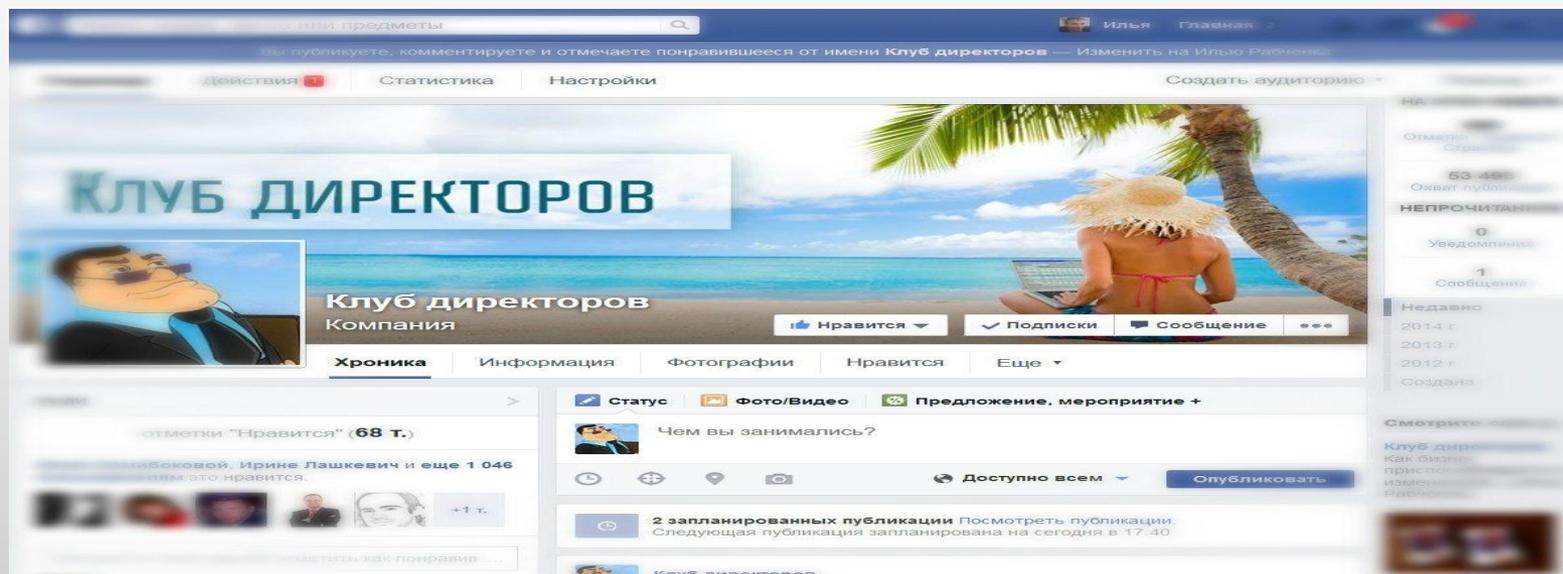


- Конечно же, резкий рост числа русскоязычных пользователей Facebook, а также качество аудитории делают эту социальную сеть привлекательной средой для маркетинга. И сейчас, наряду с «ВКонтакте», он является одной из наиболее часто используемых площадок для продвижения различных компаний, а также товаров и услуг.
- А теперь давайте рассмотрим несколько основных маркетинговых инструментов Facebook.



СОБСТВЕННОГО СООБЩЕСТВА В FACEBOOK

- Пользователи Facebook принимают активное участие в жизни различных сообществ: вступают в них, общаются и распространяют информацию, которая там публикуется. Поэтому создание и раскрутка собственного сообщества компании является одной из наиболее эффективных механик продвижения.



Выбор формата сообщества

В Facebook существует два основных формата представленности сообщества.



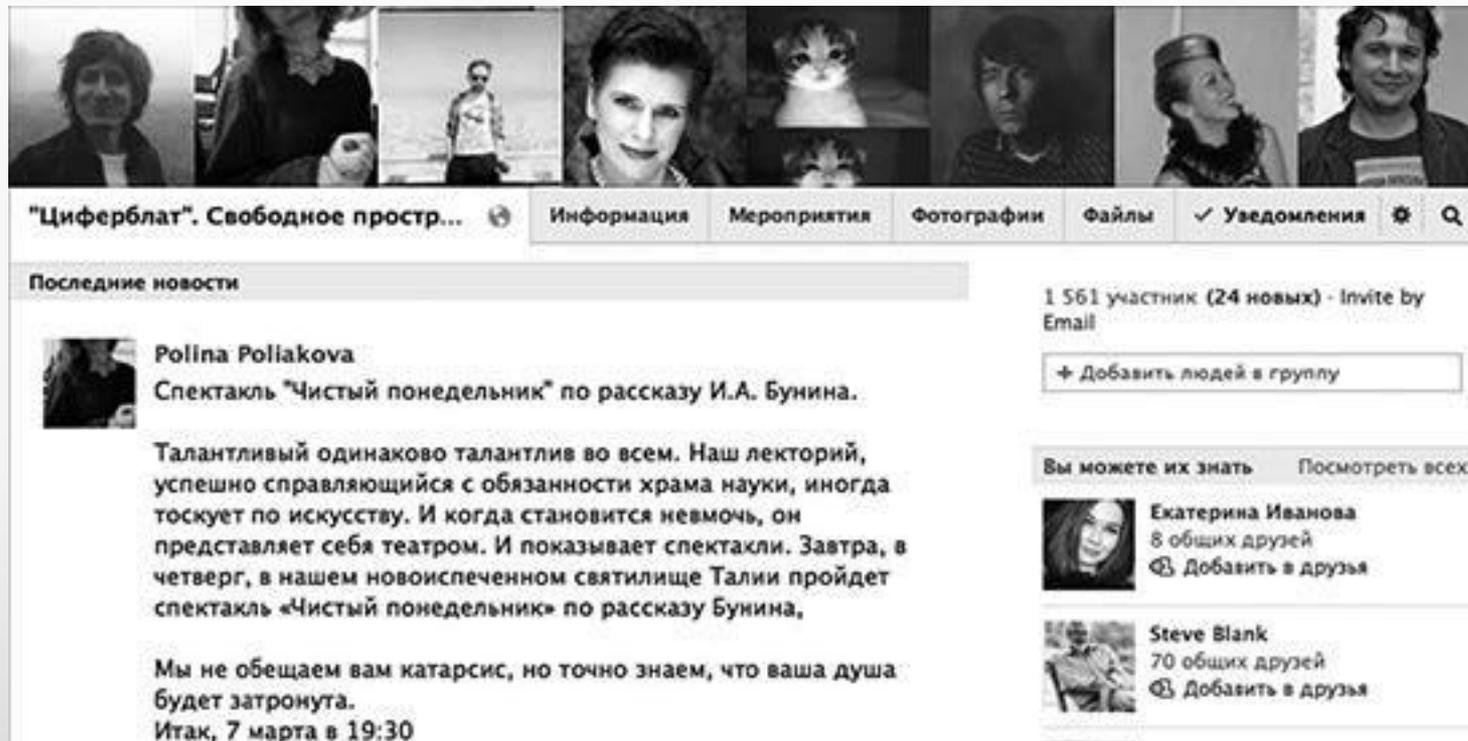
Страница бренда (Fan Page).

Это тип сообщества, основную часть которого составляет микроблог, а также интерактивные вкладки.



Коммуникационная группа.

В сообществе такого типа любой из участников может публиковать статусы.



"Циферблат". Свободное пространство...

Информация Мероприятия Фотографии Файлы Уведомления

Последние новости

Polina Poliakova
Спектакль "Чистый понедельник" по рассказу И.А. Бунина.

Талантливый одинаково талантлив во всем. Наш лекторий, успешно справляющийся с обязанности храма науки, иногда тоскует по искусству. И когда становится невмочь, он представляет себя театром. И показывает спектакли. Завтра, в четверг, в нашем новоиспеченном святилище Талии пройдет спектакль «Чистый понедельник» по рассказу Бунина,

Мы не обещаем вам катарсис, но точно знаем, что ваша душа будет затронута.
Итак, 7 марта в 19:30

1 561 участник (24 новых) - Invite by Email
+ Добавить людей в группу

Вы можете их знать Посмотреть всех

- Екатерина Иванова**
8 общих друзей
Добавить в друзья
- Steve Blank**
70 общих друзей
Добавить в друзья



Спасибо за
внимание!

