

Контент групп в социальных сетях



Официальные сообщества

Примеры полезного контента

- * Статья «Как правильно выбрать видеокамеру».
- * FAQ (frequently asked questions — часто задаваемые вопросы) касаяемо выбора видеокамеры.
- * Рассылка «О видеокамерах и видеосъемке».

В чем суть?

- * О чем пишем?
- * Как пишем?
- * Для кого пишем?
- * Цель текста
- * Срок достижения цели?



**Кто работает над
контентом?**



Признаки хорошего контента

Создание контентной стратегии

Виды контента:

1/3 брендированный

- * Новости организации
- * Видео
- * Фотографии
- * Будни
- * Советы
- * Акции

Создание контентной стратегии

Виды контента:

1/3 НЕ брендированный

- * Вопросы от пользователей
- * Комментарии пользователей
- * Отзывы
- * Публикации от пользователей

Создание контентной стратегии

1\3 UGC-контент

- * Участие в конкурсах
- * Комментарии в дискуссиях
- * Ответы на опросы
- * Собственные фотографии и видео
- * Комментарии к фотографиям и видео

Частота

Чем популярнее тематика группы, чем шире ее аудитория, тем чаще можно размещать контент.

При узкой специализации, небольшой аудитории с четкими границами частота обновлений может быть снижена.

Пример графика размещения

День 1:

— текст (коммерческий контент, имеется ссылка на сайт компании);

— фотография (информационный контент).

День 2: видеоролик (информационный контент).

День 3:

— текст (информационный контент, имеется ссылка на сайт компании);

— видеоролик (информационный контент)