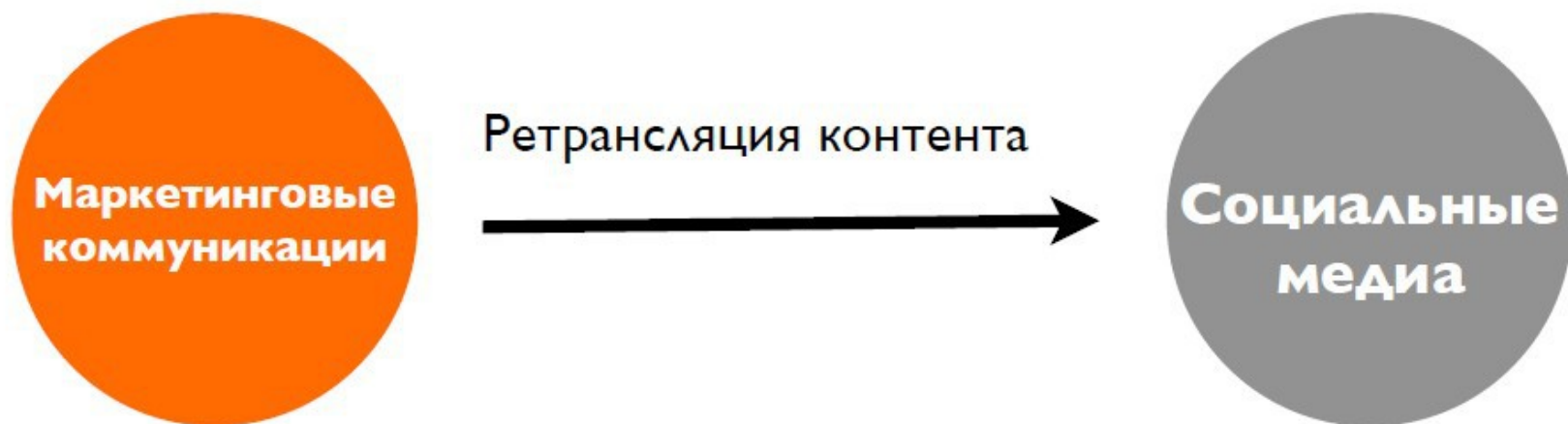


# Стратегии продвижения библиотек в социальных медиа

Федоров А.О. (<http://ideafor.info>)



## Работа с официальными каналами: 2009



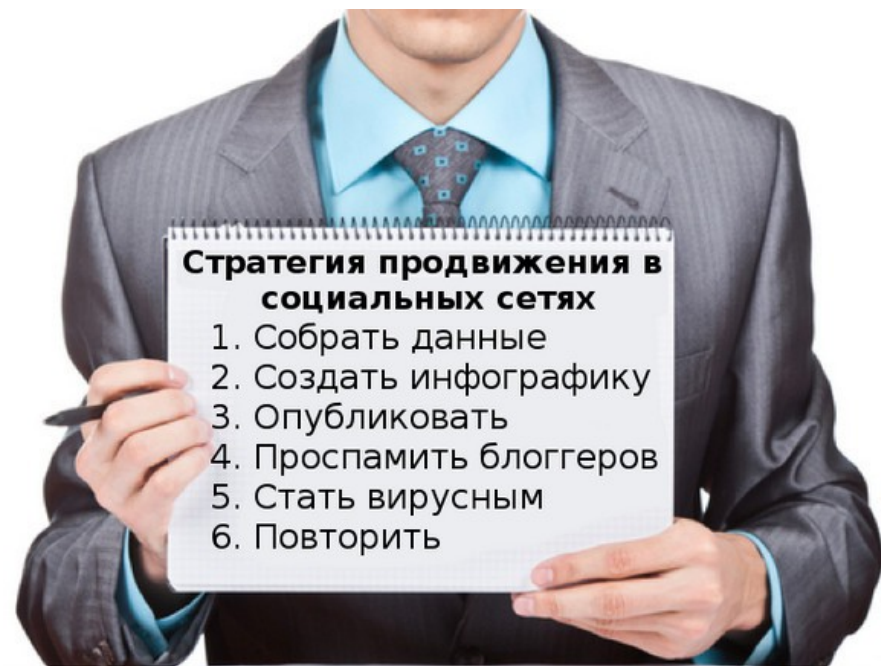
## Работа с официальными каналами:

Обратная связь



Вовлечение

Здесь я не называю каких-то совершенных формул для успешной работы, но постараюсь дать направления над которыми (прежде чем что-то начать делать) нужно хорошенько подумать.



# Введение

Прежде чем начать составление стратегии  
- опишите вкратце чего вы хотите на самом  
деле.

Это и будет вашим «введением»

**У вас должны быть сформулированы:**

- **Цели**
- **Направления работы**
- **Общие задачи**



# Вакансии

**JOB.RU** Соискателям / [Работодателям](#)

[Поиск вакансий](#)

[Подписка на вакансии](#)

[Мои резюме и отклики](#)

[Избранное](#)


[«Карьера»](#)

[← вернуться к поиску вакансий](#)

Расскажите друзьям:     

 [Откликнуться](#)

 [В избранное](#)

 [Доп. функции](#)

## SMM-менеджер

Квалифицированный специалист

Сферы деятельности: [Маркетинг, реклама, PR](#) → Аналитика, Маркетинг, Выставочная деятельность; [Интернет](#) → PR, реклама, Контент, Мультимедиа

[ФГБУ Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина](#)

Отрасль компании: Искусство, культура

Зарплата:

**от 23 000 до 27 000 рублей в месяц**

Регион работы:

**Санкт-Петербург**, Сенатская площадь, 3

### Описание вакансии, обязанности

Обязанности: Создание и ведение групп в социальных сетях. Ведение блогов. Подготовка визуального контента и размещение его в группах. Подготовка и размещение ответов на запросы пользователей. Организация опросов и других форм активности в сети. Поддержка оффлайн активности пользователей (экскурсии, мероприятия и пр.). Создание и поддержка дополнительных сайтов. Поиск сетевых реурсов. Организация рекламных кампаний в сети.

Условия: часы работы с 9.00 до 18.00, выходные дни: суббота и воскресенье. Без вредных привычек!

Требования: Владение английским языком, знание других ин.языков, знание Corel Draw, Photoshop будет преимуществом. Способность быстро ориентироваться в Интернет-ресурсах. Грамотность! Коммуникабельность, стрессоустойчивость.

### Требования

- Опыт работы по профилю от 2 лет
- Образование: Высшее

ideafor.info 

# Постановка целей



Нужно знать и понимать какие задачи мы решаем в социальных медиа.

Проще идти от существующих проблем, есть проблема - есть ее решение

## Формула

Проблема [задача] - решение [действие] - результат





# Аудитория

- Пол
- Возраст
- Регион проживания
- Интересы
- Потребности
- Образ жизни
- Какими социальными сетями пользуются
- Что способно привлечь внимание (серьезные проблемные материалы или смешные фото)

# Аудитория

Новый мощный и легкий ноутбук.

Молодые люди в возрасте 18 – 30 лет, проживающие преимущественно в городах-миллионниках, играют в компьютерные игры, работа связана с программированием, дизайном, обработкой фото и видео контента, много времени проводят онлайн, владеют дорогими смартфонами, первыми осваивают новые социальные сети....



## Язык общения

У каждой социальной группы свой язык.  
Могут быть какие-то специфические профессиональные термины или сленг.

Важно быть на одной волне и говорить на понятном языке

**Аудитория - площадка - язык - ожидания**

# Ожидания

Чего вы ожидаете от аудитории? Что должны сделать ваши пользователи в группе? Вы же чего-то хотите и ожидаете ответной реакции?

**Чего вы хотите от пользователей?** (хочу, чтобы они восхваляли мою библиотеку)

**Чего вы ждете от пользователей?** (жду, что они пойдут в библиотеку и воспользуются ее услугами и продуктами)

**Что будет результатом?** (обслуживание)

# Ожидания

Отдача (в чем? в каком виде?)

Последствия, количество (вирусный эффект, 10000 комментариев, 100 постов)

Действия (будут делиться с другими, приглашать в группу, участвовать в конкурсе)

Другие ваши ожидания от пользователей (не от вашей работы! а от самих пользователей)



## **Стратегия присутствия в социальных медиа**

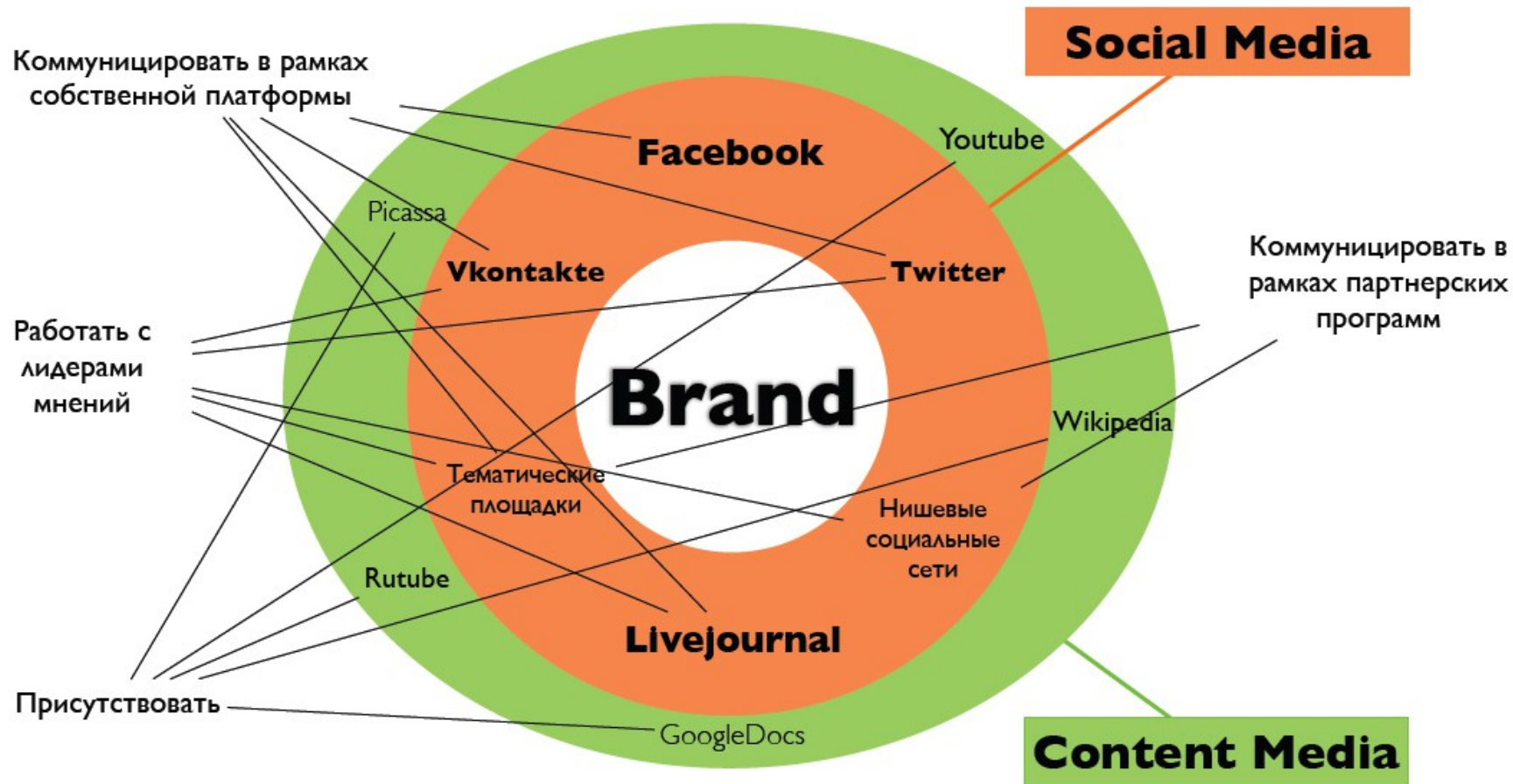
## **Планирование на I-3 года вперед**



# Площадки и инструменты

	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель
Формирование узнаваемости о библиотеке	Публикация сообщений в блогах и социальных сетях агентами влияния						
Привлечение аудитории на сайт	SEO и контекстная реклама						
Формирование лояльности и удержание аудитории	Создание площадок Вконтакте (тематическая группа) и Facebook (фан-страница)		Развитие площадок в социальных сетях				
Знакомство с уникальным предложением библиотеки		Баннер			Конкурс		
Стимулирование трафика на сайт			Конкурс				
Привлечение пользователей библиотеку при помощи акций на Foursquare				Подарок за чек-ин			

# Инструменты

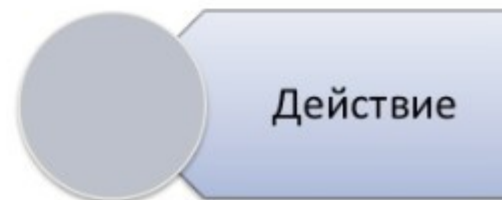
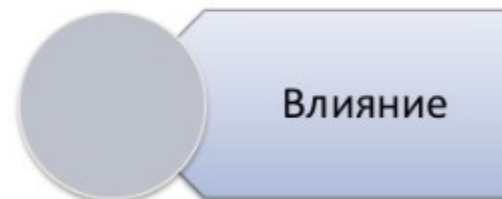
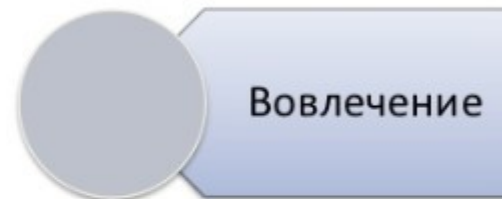
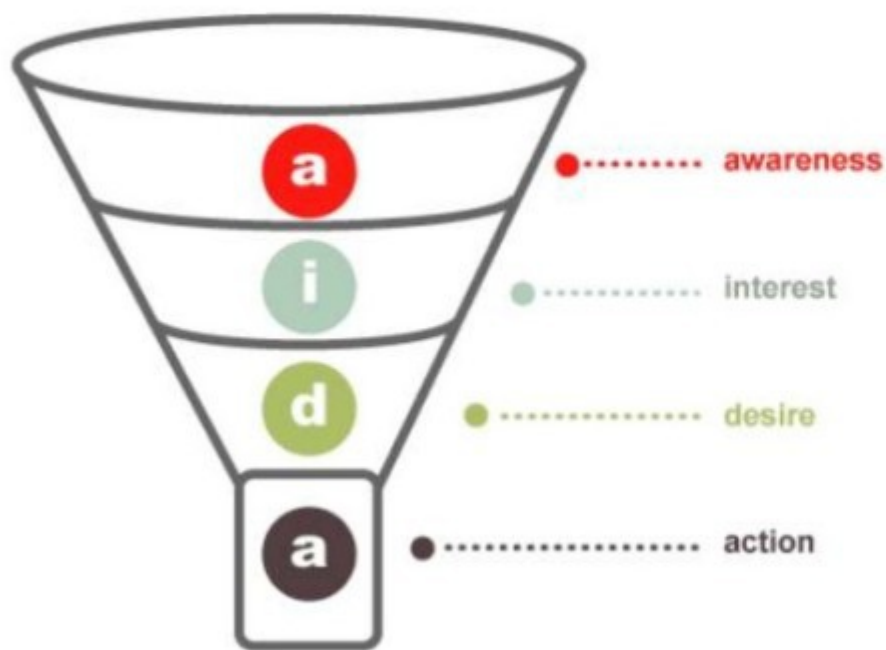




# Контент



# Ключевые показатели эффективности



# Ключевые показатели эффективности: действия

- Количество регистраций,
- Количество заполненных анкет,
- Количество заявок,
- Трафик на сайт,
- Количество участников мероприятий,
- ...

# Планирование. План на неделю

	11.10.2012	12.10.2012	15.10.2012	16.10.2012	17.10.2012	18.10.2012
<b>Викторина</b>	Анонси запуск	Описание новой книги				Описание новой книги
<b>Обсуждение</b>	Электронные или бумажные книги?	Какие 10 книг вы бы порекомендовали друзьям?	Нужны ли библиотеке блог?			Как вы относитесь к авторскому праву?
<b>Опрос</b>	Используете ли вы электронные книги?				Есть ли будущее у библиотеки?	
<b>Фотоальбомы</b>		Публикация фотографий прошедшего мероприятия (15)	Фотографии и читателей		Публикация фотографий прошедшего мероприятия (15)	Фотографии и читателей
<b>Видеозаписи</b>	Видеотрейлер	Видеозаписи прошедшего мероприятия		Видеотрейлер		
<b>Новости библиотеки</b>		Новый спонсор библиотеки	Новые поступления		Анонс проводимых мероприятий	
<b>«Найдено в сети»</b>	Анекдоты про библиотеки	Новости знаменитых людей		Интересные картинки с книгами		Реклама чтения

Период  
- день

Подробное описание действий на каждый день

# Social Media Landscape

twitter

контакте

facebook

Микроблоги

Социальные  
сети



Picasa Web Albums

Яндекс  
ФОТКИ

Фото

Wiki



WIKIPEDIA  
The Free Encyclopedia

flickr

Social media

You Tube

Видео

Блоги



Ru Tube  
все видео!

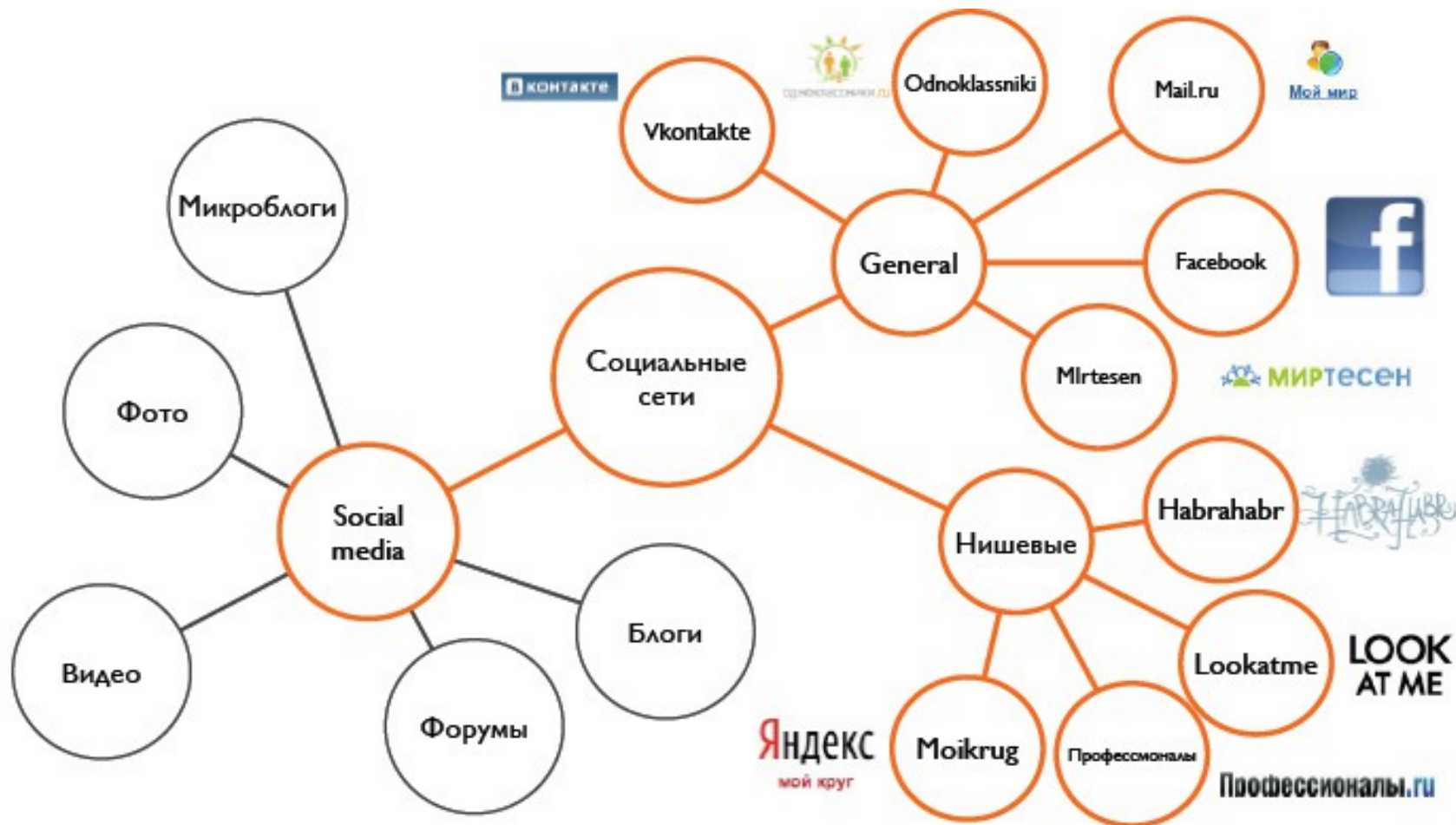
Форумы

БЛОГИ@mail.ru

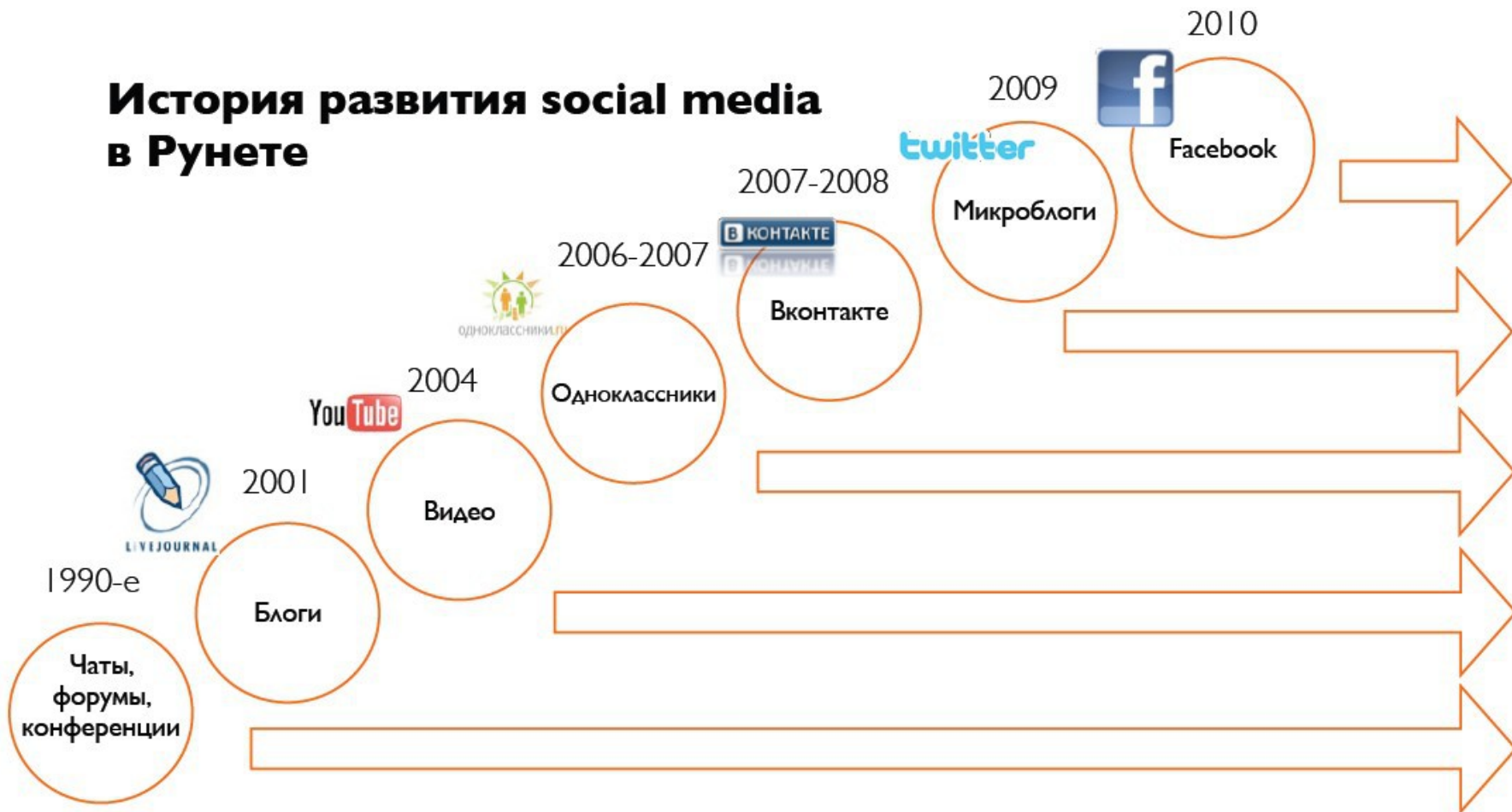


ideafor.info





# История развития social media в Рунете





# Интернет-аудитория Рунета

## Абсолютные показатели

60 млн. пользователей в месяц

57 млн. пользователей в неделю

43 млн. пользователей в день (33% россиян)

## Динамика роста:

+22: по России в целом

+48% в сельской местности

+30 среди 45+

+44 среди 55+

К 2014 – 80 млн. пользователей (первое место в Европе)

Интернет в цифрах

ideafor.info



**НА САМОМ ДЕЛЕ  
социальные медиа для  
библиотек это:**

# 1. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ



## 2. ОБСЛУЖИВАНИЕ ЧИТАТЕЛЕЙ



### 3. УКРЕПЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ



## 4. СОВМЕСТНАЯ РАБОТА



**5. УСТАНОВЛЕНИЕ  
ДЕЛОВЫХ  
КОНТАКТОВ**



## 6. ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ







**И КОНЕЧНО ЖЕ, ПРИОБРЕТЕНИЕ  
НОВЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ**

# Эффективно-работающей медиакомплекс

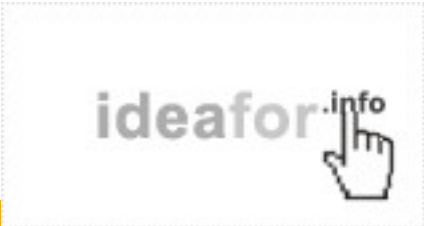
	Социальные сети	Форумы	Блоги	Wiki	Медийные коллективные ресурсы	Обзоры	Twitter	Социальные новости	Геосервис
Социальный CRM <sup>1</sup>	✓	✓	✓		✓		✓		✓
Брендинг <sup>2</sup>	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Трафик <sup>3</sup>	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	
SEO <sup>4</sup>	✓		✓	✓	✓	✓			

1 Полученные рекомендации с других ресурсов.

2 Место, позиция библиотеки или продвигаемого сервиса среди конкурентов.

3 Количество посетителей сайта.

4 Удобство при поиске информации о вашей компании/бренде, ссылок на ваш сайт



## Итог работы в социальных сетях

«Какой процент посетителей библиотечного сайта пришли из Facebook, насколько вырос трафик за прошлый месяц?» - **трафик**

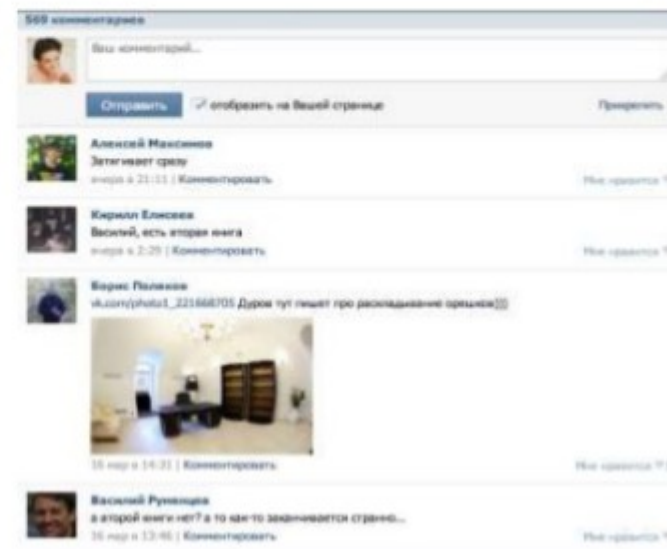
«Какое место занимает наш сайт в рейтинге в Google» - **брендинг**

«Сколько ключевых слов в вашей категории блогов? Сколько ссылок, содержащих название вашей библиотеки, появляется на первой странице Google» - **SEO**

«Сколько пользователей вас «залайкили на Facebook за последний месяц» - **социальный CRM**

# Виджет комментариев

- Упрощает комментирование для пользователей
- Увеличивает количество комментариев
- Способствует распространению контента
- Увеличивает трафик на сайт
- Размещается под каждой статьей
- Альтернативные виды комментирования
- Связан с виджетом авторизации



**Спасибо за внимание**