

ВИЗУАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Как сделать контент ВК более заметным
и интересным для подписчиков?

Создавайте уникальный контент

1 Умная лента ВКонтакте дает большой охват уникальным постам – это тексты, фото и видео, которые ранее не загружались в соцсеть. Более того, у ВКонтакте есть инструмент «Немезида» – отслеживает уникальность контента и наказывает сообщества, которые воруют контент в других пабликах. Среди наказаний: отключение сообщества от раздела с рекомендациями; отключение от рекламной сети; блокировка маркет-платформы; блокировка всех ссылок в постах.

Поэтому уникальный контент – мастхэв для продвижения ВКонтакте. Но если нет возможности постоянно генерить свой контент, можно брать чужой, но обязательно указывать первоисточник. Охваты это вряд ли повысит, но поможет избежать кары «Немезиды».

Не злоупотребляйте репостами в свою группу

Во-первых, делая репост, вы стимулируете пользователей покинуть страницу, ведь он может прочесть пост и уйти читать первоисточник, а зачем это вам? Во-вторых, репосты сами по себе получают меньший охват, чем другие посты.

Если все-таки репост очень нужен, обязательно добавьте к нему комментарий от имени группы, чтобы пользователям было понятно, с какой целью вы предлагаете им почитать эту информацию.



Следите за количеством постов

2

Алгоритмы умной ленты отслеживают, как часто вы публикуете записи и как реагирует на них аудитория. Если на постах почти нет реакций, ВКонтакте сочтет их неинтересными и не станет показывать всем подписчикам. А если таких постов будет много, вскоре может случиться, что ваши посты вообще перестанут появляться в ленте подписчиков.

Посты необходимо размещать регулярно - это 2-3 поста в неделю. Это сложно, но новые публикации будут отражаться в новостной ленте и привлекать внимание пользователей.

Сообщество должно жить! Ищите инфоповоды для публикаций: информационные сообщения, анонсы, отчеты, показы фото и видео. Не копируйте чужие материалы. Будьте максимально полезными для своих подписчиков.

Можно начать вести контент-план - это список тем для социальных медиа, составленный на определенный промежуток времени.

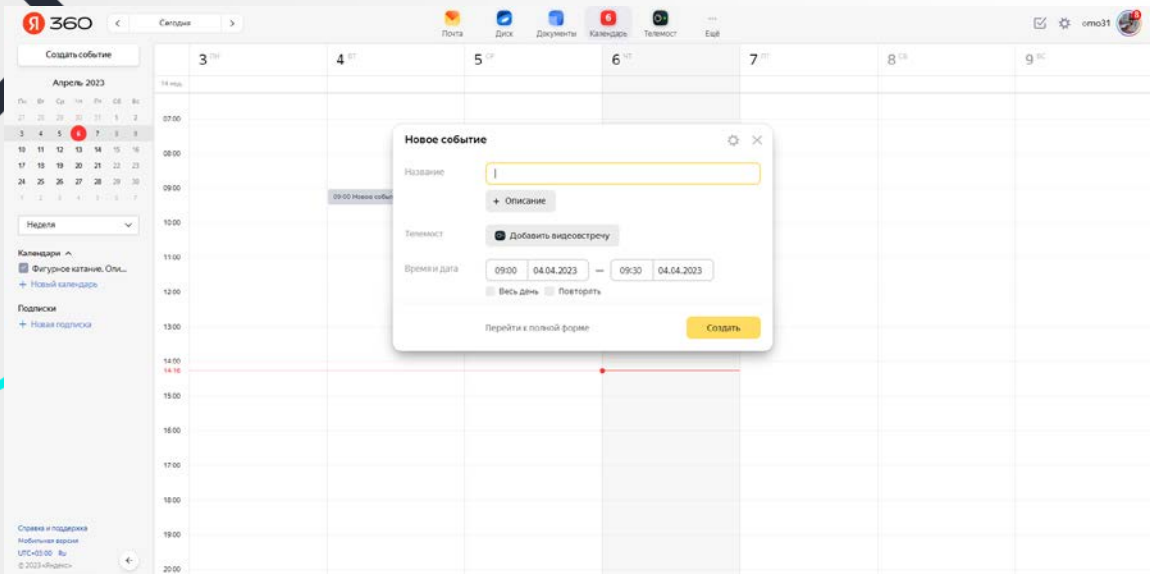


В библиотеках контент-план зачастую отсутствует или составляется спонтанно и существует только в голове человека, ответственного за ведение страницы. Между тем, контент-план – самый важный пункт после создания представительства в сети.

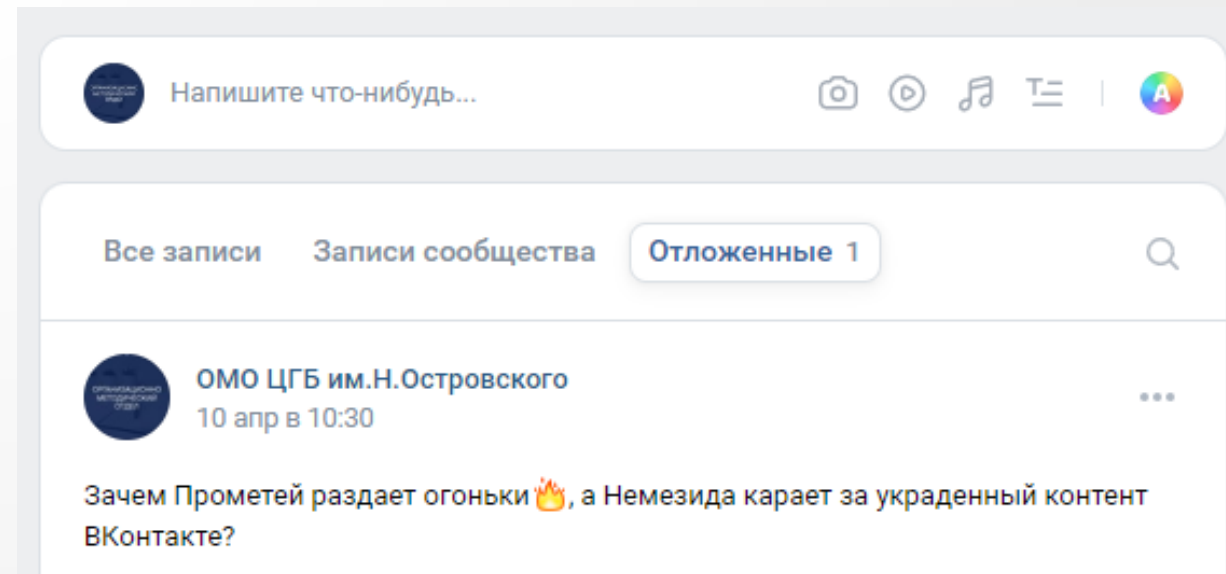
Из бесплатных способов составления контент-плана можно выделить [Яндекс-календарь](#) – это простой минималистичный инструмент планирования. В нем можно создать сколько угодно календарей с карточками задач, настраивать уведомления, подключать коллег и друзей для совместной работы.

Планировать контент заранее можно в самой группе ВК, с помощью отложенных записей (Подробнее про отложенные записи <https://vkgid.ru/posts/how-to-schedule-post-in-vk>).

3



Яндекс-календарь



Отложенный пост ВК

Уделите особое внимание первому абзацу

60% пользователей социальных сетей не читают новости, а только просматривают их, т.е. в поле зрения попадают лишь заголовки сообщения и первый абзац. Первые слова решают, будет ли человек читать статью до конца. На принятие решения он потратит 10 секунд.

4

Кратко в одном абзаце изложите суть материала: кто? что? где? когда? почему? что дальше?

Чтобы пользователь заинтересовался новостью, важно с первых строк привлечь его внимание оригинальной подачей информации, изображением

При написании первого абзаца избегайте следующего:

1. Банальных клише: «В настоящее время современные технологии», «Спорт – это жизнь»;
2. Очевидных вещей: «Женщины отличаются от мужчин»;
3. Длинных предложений на несколько строк;
4. Придаточных предложений: они усложняют восприятие текста;
5. Большого количества цифр;
6. Цитат в первом абзаце;
7. Большого объема: не более 15 строк.

3 варианта правильных лид-абзацов:

1. Начните с провокации. Поставьте под сомнение знания аудитории, но не в оскорбительной форме.

Пример: *«Чему учат библиотекаря», «Чем пахнет книга на самом деле»*

1. Вспомните классику. Читателя это зацепит

Пример: *«Почему Канон Дойл хотел убить Шерлока Холмса», «Правда ли Бродский работал в морге?»*

1. Начните текст с проблемы.

Пример: *«Что мы знаем о головной боли?», «Эти книги лечат от хандры»*

Следите за объемом статей

Найти «золотую середину» в публикациях очень сложно. Варианты объемов постов: «ВКонтакте» – 500–700 символов.

5

Вы можете чередовать объемные и короткие сообщения

Подбирайте изображения или видео для каждой публикации: Фотографии, рисунки, схемы помогут раскрыть тему публикации шире, чем объемный текст.

Размер изображения должен быть не менее 200x200 пикселей.

Именно интересная картинка заставляет остановиться и прочитать сам текст. Это своего рода «якорь», который обязательно нужно использовать в создании поста.

“

*По данным исследований:
текст – 52 просмотра;
текст+фото – 59 просмотров;
текст+видео – 71 просмотр;
текст+фото+видео – 105 просмотров;
текст+фото+видео+другой визуальный
контент – 185 просмотров*

”



Анализируйте статистику публикаций

6

Важно следить не только за количеством постов, но и за их статистикой – выдвигать гипотезы, почему один пост получил большой охват и много реакций, а другой – нет. Затем на основании этих гипотез тестировать разные виды контента в ВК, выбирать лучшие варианты и из них формировать контент-план.

Может оказаться, что для эффективного продвижения достаточно лишь трех постов в неделю, а не по два в день, как казалось ранее.

Смотреть статистику можно внутри ВКонтакте:

информация по каждому отдельному посту есть в дополнительном меню публикации, скрытом за тремя точками;

информация по всем постам в целом – в настройках сообщества во вкладке «Статистика».



Взаимодействуйте с пользователем

7

Аудитория ВКонтакте активно комментирует, лайкает и репостит чужой контент – этим надо пользоваться. Включайте в контент-маркетинг ВК вовлекающие публикации: устраивайте конкурсы, викторины и опросы для своих подписчиков; отвечайте на комментарии и отзывы подписчиков, вовлекайте их в диалог; создайте викторину среди пользователей и разыграйте небольшой приз, пригласите пользователя забрать приз в учреждении. Популярностью пользуются опросы. Они могут быть развлекательно-познавательными и контрольными.



Проводите акции

Акции могут быть посвящены событию. Например «Угадай книгу по описанию» к Неделе книги для молодежи.

Акции могут быть Развлекательными. Например, флешбук: выложить фото на личной странице с книгой или на фоне экспозиции/ с концерта/ мероприятия с определенным #хештегом; записать видео, связанное с учреждением культуры с #хештегом.



Используйте эмодзи

Эмодзи имеют право на жизнь, если пост не состоит целиком из них.

Но использовать их нужно с умом! Вот главные правила использования смайлов в контенте для пабликов ВК:

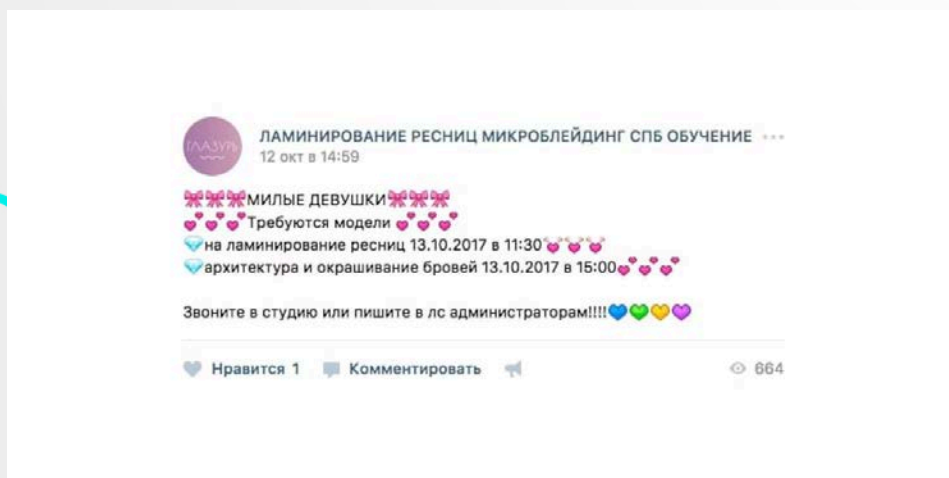
8

1.Использовать эмодзи как якорь, привлекающий внимание к важной информации;

2.Смайлики не должны заменять слова – пиктограмму считать сложнее, чем текст;
не более 5 символов на один пост;

3.Отбивать с помощью эмодзи списки;

4.Разбавлять смайликами длинные полотна текста, чтобы сделать его структурированным и ярким.



← Не надо так. Работа с контентом ВКонтакте подразумевает заботу о подписчике, а такой текст сложно воспринимать

Создавайте разные рубрики

Поиск новостей по рубрикам позволяет вашим подписчикам читать только те посты, которые им интересны в вашем сообществе. Например они хотят посмотреть только афишу мероприятий или интересные подборки книг и вы можете помочь им в этом.

9

Успехом пользуются полезные и развлекательные рубрики:

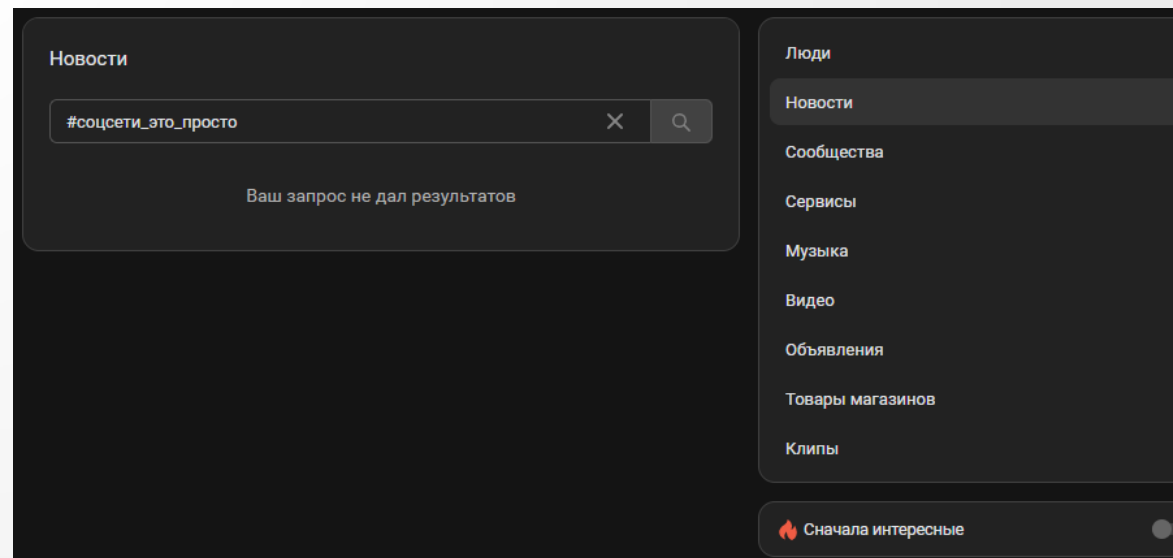
1. рекомендации по чтению литературы;
2. отзывы на книги;
3. обзоры экспозиций и интересные факты;
4. цитаты – высказывания известных людей, относящиеся к теме деятельности учреждения;
5. факты – интересные события, относящиеся к деятельности учреждения
6. исследования – статистические данные по теме;
7. тематические мифы и их опровержения.

Рубрики можно помечать хештегом.

Например #библиотечные_факты, #библионоости и т.д. С помощью них пользователи смогут делать поиск по вашей группе и читать, что им нужно.

Хештеги указываются от общего к частному, например: #Белгород #БиблиотекиБелгорода #ЦБСБелгорода #ЦГБОстровского #библионоости

!!!Важно!!! хештеги для рубрик должны быть уникальным.



Создавайте истории

Истории позволяют делиться фотографиями и короткими видеороликами с друзьями и подписчиками.

10

Лента новостей пользователя в социальной сети перегружена информацией, что делает сервис «Истории» выгодным в публикации новостей.

В историях можно рассказывать о том, что интересного происходит в данный момент или связать короткое видео с каким-то событием.

Участниками историй могут быть посетители.

Использование подобных сервисов позволит раскрыть деятельность учреждения культуры.

Преобладание визуального канала при получении информации позволяет привлечь внимание большей аудитории.

Подробнее про истории ВК <https://vk.com/@vkstories-groups>

Программа для создания сторис: **unfold** (android, ios), **canva** (android, ios, web), **CapCut** (android, ios).

Используйте GIF и видео

11

Гифки и видео – это формат контента ВКонтакте, который работает на привлечение и удержания внимания. Особенно в этом хороши короткие ролики, которые автоматически воспроизводятся при скроллинге ленты. Имейте в виду, что видео должны быть хорошего качества – 720p или 1080p.

Правда, видео с YouTube чаще получают более низкий охват, поэтому лучше загружайте напрямую во ВКонтакте.

Пример короткого ролика для визуала поста о книжных новинках:
<https://disk.yandex.ru/i/1Yenz0rzVT9rYQ>

Везде на первое место по популярности сегодня выходят короткие видео. В социальной сети ВКонтакте такие видео называются «Клипы», в YouTube «Шортсы (Shorts)». Это короткие ролики в вертикальном формате, аналог Reels. Снимать Клипы может каждый, даже если он не обладает какими-то специальными знаниями и подготовкой.

Про клипы ВК <https://vk.com/@adminsclub-clips-for-communities>

Про YouTube Shorts https://www.youtube.com/intl/ru_ALL/creators/shorts/

Пример удачной раскадровки короткого видео для социальных сетей 2/3/1/2 сек.

Добавляйте иллюстрации к посту

Они могут быть полностью нарисованными, собранными из разных деталей, построенными вокруг элемента, вырезанного из фото. Часто они лучше, чем фотографии, иллюстрируют пост, а тексты как часть таких картинок доносят основной смысл и тему поста.

УДИВИТЕЛЬНЫЕ ФАКТЫ О ЛИТЕРАТУРЕ



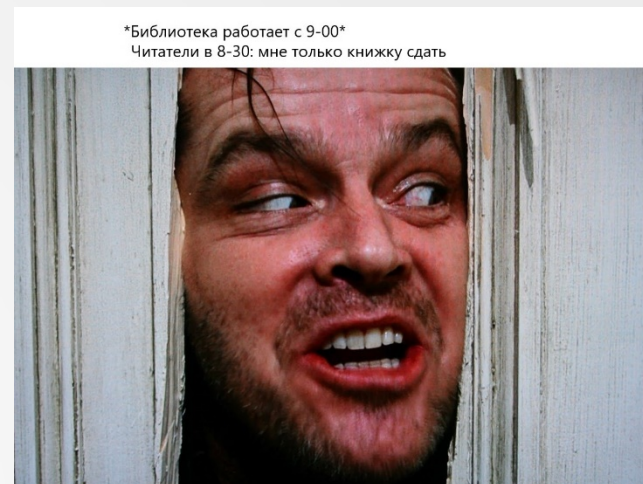
Добавляйте текст на фото

В отличие от Фейсбука* и Инстаграма*, ВКонтакте не снижает охват постов с надписью на картинке. И этим стоит пользоваться! Можно выносить на картинку заголовки или информацию об акции: визуал может зацепить тех, кто не обратил внимание на текст. Особенно это актуально для полезного и продающего контента для сообщества ВК.



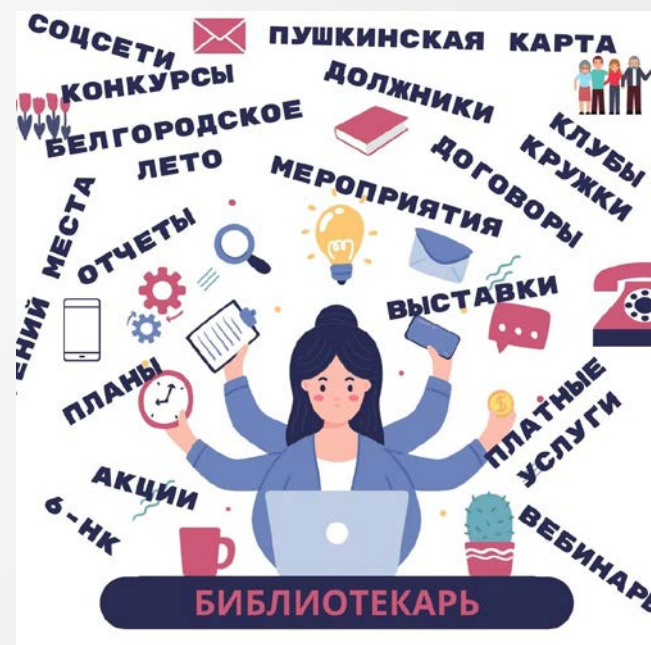
Создавайте мемы

Интернет-мемы – это информация, представленная в той или иной форме, как правило, остроумная и ироническая, спонтанно приобретающая популярность, распространяясь в Интернете разнообразными способами.



Пользуйтесь инфографикой

Если нужно сделать сложное простым – используйте инфографику. Этот вид визуального контента информативен, компактен, нагляден и убедителен; инфографикой часто делятся. Удобно, когда все, что нужно, на одном экране – одного взгляда достаточно, чтобы понять, где у нас случилось (с), почему и зачем.



Используйте правильные пропорции для фото

14

ВКонтакте изображения для постов желательно публиковать в таких вариациях: 1:1, 3:2.

Минимальный размер квадратного изображения – 510×510 px

В прямоугольных изображениях главное, чтобы соблюдались пропорции 3:2. Например, 800×600 px или 1000×800 px.

Обложка для статьи – 510×286 px.

Обложка сниппета

Сниппет – это специальный блок, который появляется внизу под записью, когда вы добавляете ссылку на внешний сайт.

Размер для изображения сниппета рекомендуется не менее 537×240 px.

Фото и видео для историй:

Минимальный размер для фотографий и видео – 1280×720 px.

Максимальный объем 5 ГБ.

Видеозаписи до 15 секунд и не больше 10 МБ.

Лучше брать вертикальные фото и видео.

СЕРВИСЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ КОНТЕНТА

ИЛЛЮСТРАЦИИ

15



ПРЕЗЕНТАЦИИ



ВИДЕО



БАНКИ ИЛЛЮСТРАЦИЙ



РАБОТА С ТЕКСТОМ



CANVA

(android, ios, web) <https://www.canva.com>

Canva – простой и удобный онлайн-редактор для графического дизайна, позволяющий быстро и легко создавать классные креативы и экономить на этом время. Онлайн-редактор особенно подойдет для создания логотипов, презентаций, карточек для маркетплейсов, рекламных креативов, лендингов и оформления для соцсетей. Сервис пытается сделать дизайн доступным для каждого, даже для тех, кто не умеет рисовать. Canva предоставляется как на платной, так и бесплатной основе.

16

Многие задачи можно решить в бесплатной версии. Даже здесь будут доступны сотни типов дизайнов и тысячи бесплатных шаблонов и фотографий – у Canva много интеграций с коллекциями изображений и генераторами иллюстраций.

The screenshot shows the Canva website interface. At the top, there is a navigation bar with the Canva logo, a menu icon, and several dropdown menus: "В центре внимания", "Бизнес", "Образование", "Тарифные планы и цены", and "Теория". On the right side of the navigation bar, there are icons for a desktop, settings, and a "Создать дизайн" button, along with a user profile icon labeled "К".

Below the navigation bar, the main content area features a large purple and blue banner with the text "Откройте для себя новые волшебные возможности". Below this banner is a search bar with the placeholder text "Поиск по шаблонам Canva и своим дизайнам". Underneath the search bar is a row of icons representing different design categories: "Для вас", "Docs", "Интерактив...", "Презентации", "Соцсети", "Видео", "Печать", "Сайты", and "Еще".

Below the icons, there is a section titled "Вас может заинтересовать..." which displays a row of design templates. Each template has a thumbnail and a label below it: "Документ", "Интерактивная доска", "История в Instagram", "Ваша история", "Публикация в Facebook (...)", "Публикация в Instagram (...)", "Презентация (16:9)", and "Доку".

!!!! На данный момент Canva недоступна для пользователей из России, но как и другие многие программы ее можно открыть с помощью VPN (например, VPN-Free PRO, Hub VPN, Planet VPN, Proton VPN и т.д.)

VENNGAGE

(web) <https://infograph.venngage.com>

Venngage – онлайн-сервис для создания профессиональной инфографики, ментальных карт, постеров, презентаций, листовок, баннеров, визиток и т.д.

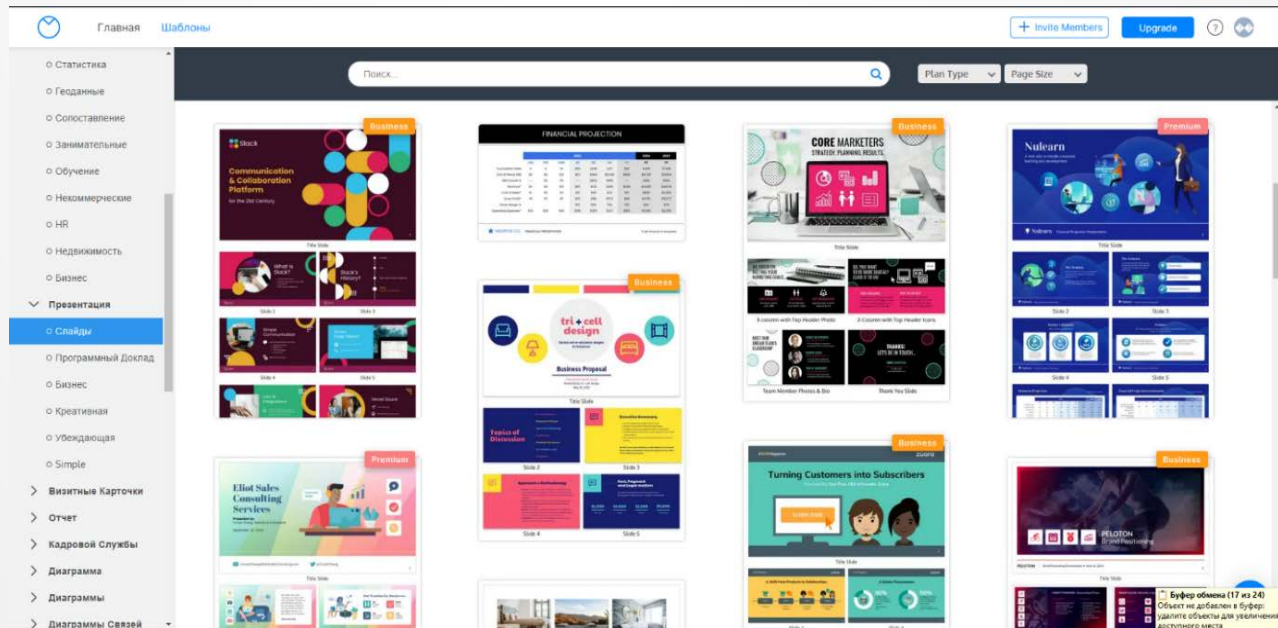
Выбор шаблона

При первой авторизации в сервисе вам придётся пройти небольшой опрос, результаты которого повлияют на выдачу рекомендуемых шаблонов далее. После чего вы можете выбрать подходящий шаблон и на его основе начать создавать свою инфографику.

На этой вкладке вы можете воспользоваться поиском и различными фильтрами, чтобы найти тот самый дизайн. Фильтры есть не только по категориям (тематикам), но и по стоимости шаблона или размеру страницы.

Редактор шаблона

Работать в самом редакторе просто. Это всё равно что работать в любом графическом редакторе. Элементы можно перетаскивать, удалять, добавлять и редактировать.



VISME

(android, ios, web) <https://visme.co>

Visme – это онлайн-инструмент для создания, редактирования, обмена и хранения визуальных материалов.

Мы можем использовать его как приложение для создания презентаций.

Помимо презентаций мы можем создавать шаблоны для инфографики, диаграмм, логотипов, раскладровок, графиков для постов в социальных сетях и в Интернете, бланков и других элементов.

Visme предлагает огромную библиотеку профессиональных шаблонов, стоковых изображений, анимации и других ресурсов.

18

The screenshot displays the Visme template library interface. On the left is a navigation sidebar with categories like 'Каталоги', 'Сертификаты', 'Купоны', etc. The main content area is titled 'Шаблоны презентаций' and features a grid of template cards. Each card includes a thumbnail, a title, a category, a description, and a 'Использовать шаблон' button. The templates shown include 'HybCab Pitch Deck', 'Визуальная идентичность бренда', 'Презентация покупателя', 'Презентация вебинара электронной коммерции', '50 лет после высадки на Луну', 'Презентация этики компании', 'Презентация маркетингового плана', 'Презентация маркетингового плана PixelGo', 'Доисторическая хронология динозавров', and 'Startup Index Pitch Deck'.

RETOUCHER

(web) <https://retoucher.online/ru/upload>

Инструмент для удаления фона бесплатно. Технология обработает любое изображение за 5 секунд: это может быть личная фотография, логотип или рекламный макет.

Он позволяют отредактировать и скачать изображение с белым, прозрачным или новым фоном в форматах PNG, JPG.

19

The screenshot displays the Retoucher website interface. At the top left is the Retoucher logo. The navigation menu includes links for 'Для Бизнеса', 'Инструкция', 'Тарифы', and 'Зарегистрироваться', along with a prominent blue button labeled 'Загрузить изображения'. The main content area features a large image of a smiling woman with a light blue background. A white overlay menu titled 'Фоновое изображение' is open, showing a 'Выбрать свое изображение' button and a 'Выбрать категорию:' dropdown menu currently set to 'Профиль'. Below the dropdown are four thumbnail options for different backgrounds: a beach scene, a solid light blue background, a green leaf pattern, and a pinkish-purple background. To the right of the image, the text reads 'Удалить фон онлайн бесплатно в один клик' and 'Быстро, просто, автоматически'. A large blue button with a document icon says 'Загрузить одно или несколько изображений', with the text 'или перетащите сюда' below it. On the far right, there are two small callout boxes: 'Мы за...' with 'Загрузите д...' and 'Мы запусти...' with 'Попробуйте разные шр...'. The bottom of the interface shows a series of four small dots, with the second one being filled, indicating the current step in a process.

POWERPOINTBASE

(web) <https://www.powerpointbase.com/>

20

Powerpointbase – Вы можете найти и бесплатно скачать шаблоны презентаций Power Point на самые разные темы. Если Вам нужны строгие бизнес-шаблоны, творческие ... Для удобства поиска все наши шаблоны презентаций Power Point разделены на категории, что существенно упростит поиск нужного Вам шаблона. Каждый наш шаблон имеет описание и демонстрационные примеры слайдов. Любой шаблон Вы можете загрузить в Google Slides.

The screenshot displays the Powerpointbase website interface. On the left is a dark sidebar with the logo and navigation menu. The main content area shows a grid of presentation templates. Each template card includes a preview image, a title, a subtitle, a price tag (e.g., 'Цена: 15 \$'), a heart icon with a count (e.g., '+2091'), and a small description with icons for views and slides.

PowerPointBase

- Шаблоны презентаций >
- Premium шаблоны
- Шаблоны с видео фоном
- Шаблоны диаграмм
- Шаблоны Word
- Шаблоны сертификатов
- Видео уроки
- Статьи

Как скачать шаблон?
Как зарегистрироваться / войти на сайт?

Размещение рекламы
Правила и стоимость

Наши услуги
Чем мы можем быть полезны

Обратная связь
Задайте вопрос админу

Войти / Зарегистрироваться

Шаблоны презентаций:

- Шаблон PowerPoint №1027: Nature theme, +2091 likes, 105,252 views, 16x9 slides.
- Шаблон PowerPoint №1026: Abstract geometric theme, +2062 likes, 142,423 views, 16x9 slides.
- Шаблон PowerPoint №1025: Blue abstract theme, +2142 likes, 133,478 views, 16x9 slides.
- Шаблон презентации Premium 32: Premium theme, +1628 likes, 95,692 views, 16x9 slides, Price: 15 \$.
- Шаблон PowerPoint №1024: Abstract geometric theme, +969 likes, 72,383 views, 16x9 slides.
- Шаблон PowerPoint №1023: Nature theme, +859 likes, 50,910 views, 16x9 slides.
- Шаблон PowerPoint №1022: Abstract geometric theme, +1835 likes, 72,383 views, 16x9 slides.
- Шаблон PowerPoint №1021: Premium theme, +348 likes, 50,910 views, 16x9 slides, Price: 15 \$.

SUPA

(android, ios, web) <https://supa.ru/>

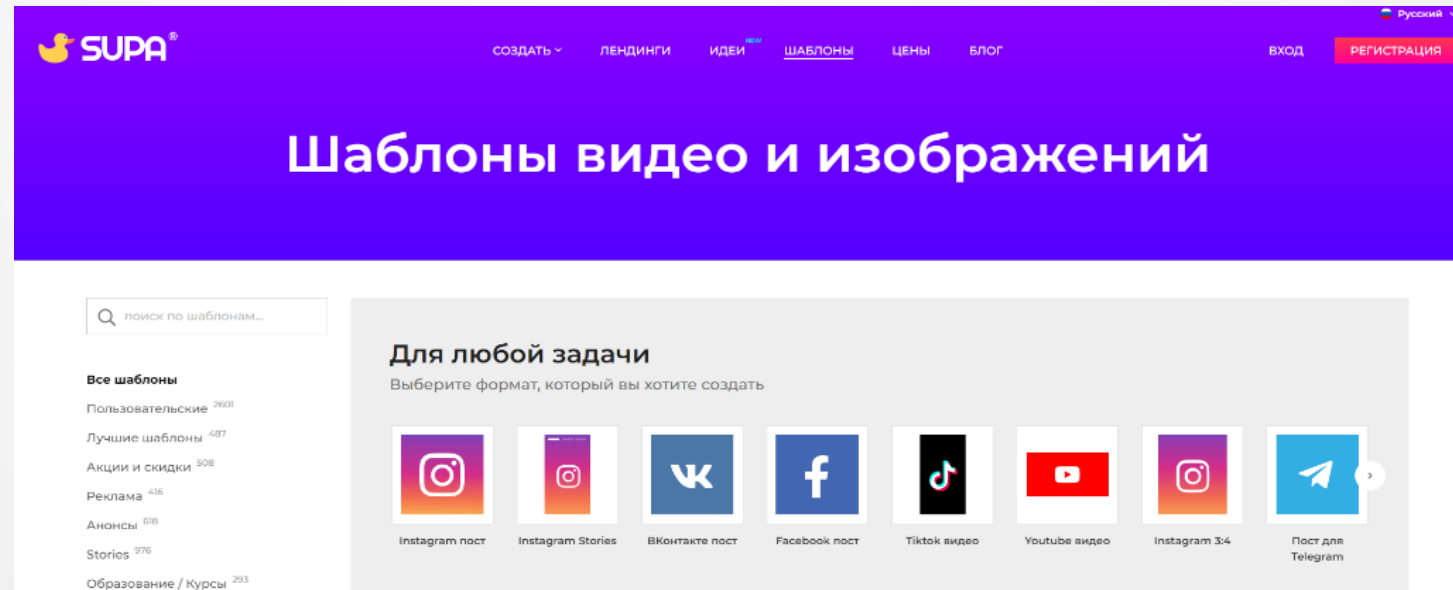
21

Supa – это лёгкий в освоении браузерный видеоредактор. Часть его функций доступна бесплатно, а интерфейс на русском языке. Обычно пользователь создаёт видеоролик с помощью шаблона, выбирая объекты из внутреннего каталога контента, меняя всё от фона до шрифтов надписей. Помимо доступа к собственной библиотеке конструктор даёт возможность импортировать файлы с устройства. Простой интерфейс и наличие готовых шаблонов делает работу с сервисом интуитивной. Зачастую нажать несколько кнопок значит кардинально поменять концепцию ролика.

Supa больше подходит для монтажа коротких видео и креативов в социальные сети, вроде сториз или рекламы.

Видеообучение по работе в Supa:

https://skillbox.ru/media/marketing/kak_za_10_minut_sozdat_videorolik/
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLGthZdrVcKBVnJY1zwFoCG3XZ92ZlNHNe>





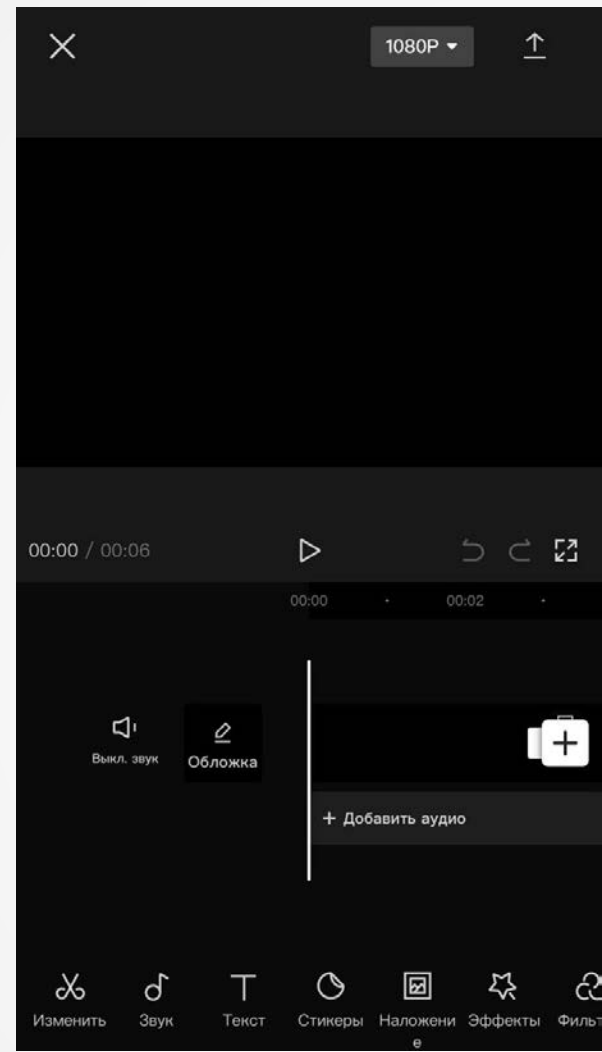
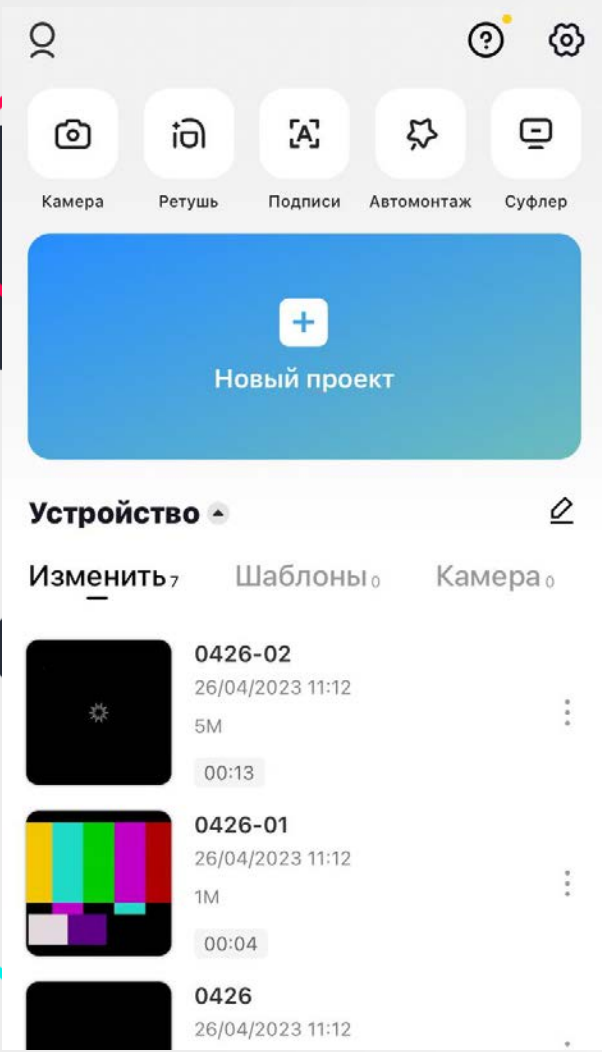
CAPCUT

(android, ios)

CapCut – это популярная бесплатная программа для редактирования видео с русским интерфейсом. Благодаря простоте она подойдёт как начинающим блогерам, так и для обработки домашнего видео, а также для пользователей, желающих научиться монтировать. С её помощью можно создать анимацию или слайд шоу за несколько кликов.

С помощью CapCut можно редактировать и сохранять видео в высоком качестве, которое не всегда доступно для других аналогичных приложений. При этом качество не ухудшается. Эта программа может обрабатывать как видео с низким разрешением, так и HD. Количество кадров можно установить от 15 к/с, до 60 к/с.

Также редактор CapCut позволяет применять множество фильтров, соответствующим различным местам, условиям съёмки и событиям. Например, есть фильтр для съёмок, сделанных на пляже, на новый год, на свадьбе и другие.

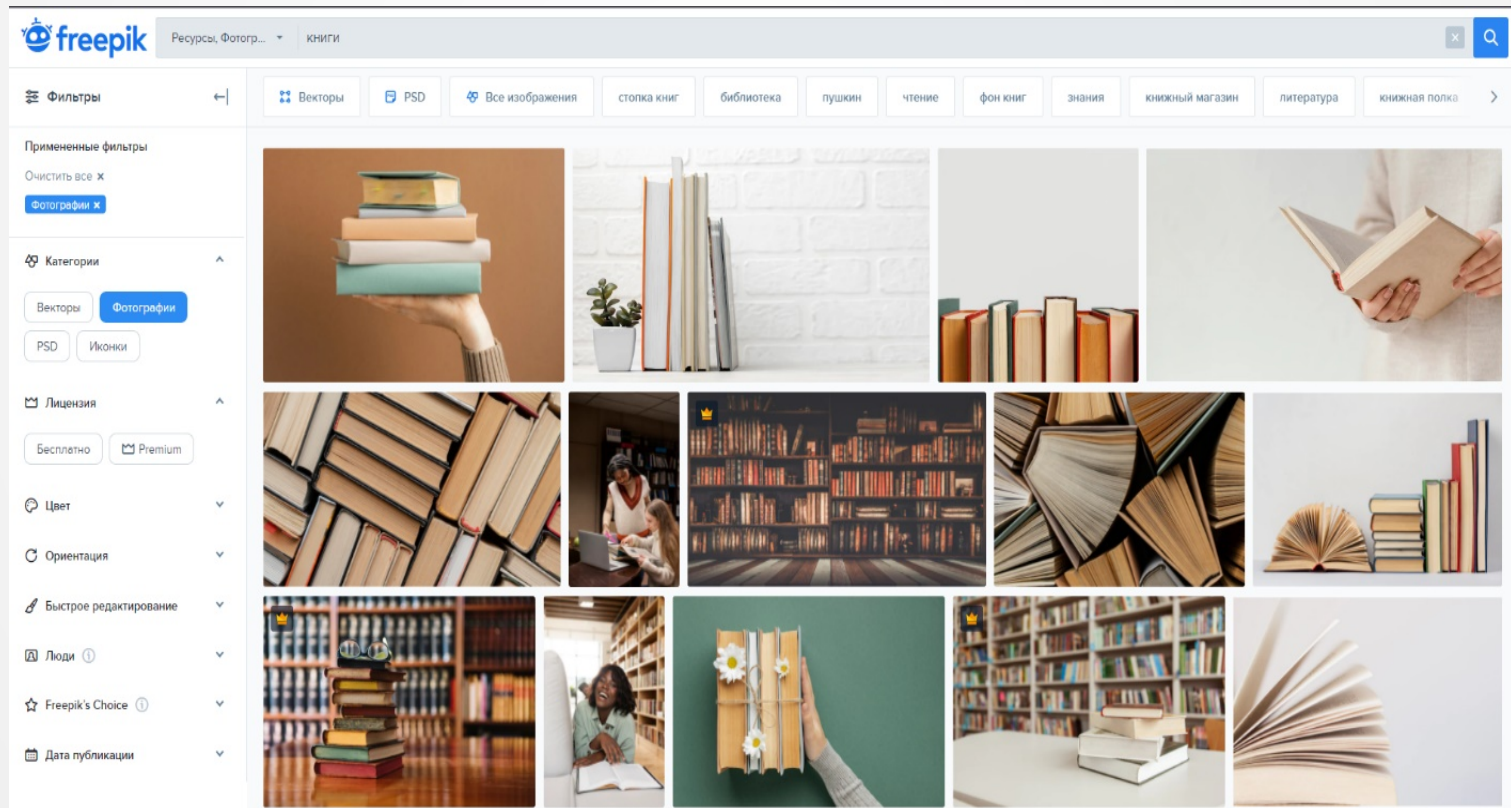


FREEPIK

(web) <https://ru.freepik.com/home>

23

Freepik – это банк изображений с собственной производственной компанией, предлагающий более 10 миллионов графических ресурсов. Среди визуального контента, создаваемого и распространяемого онлайн-платформой, вы можете найти фотографии, PSD, иллюстрации и векторы. Платформа работает по модели freemium, что означает, что пользователи могут получить доступ к большей части контента бесплатно, но также можно приобрести подписку, чтобы получить больше ресурсов.

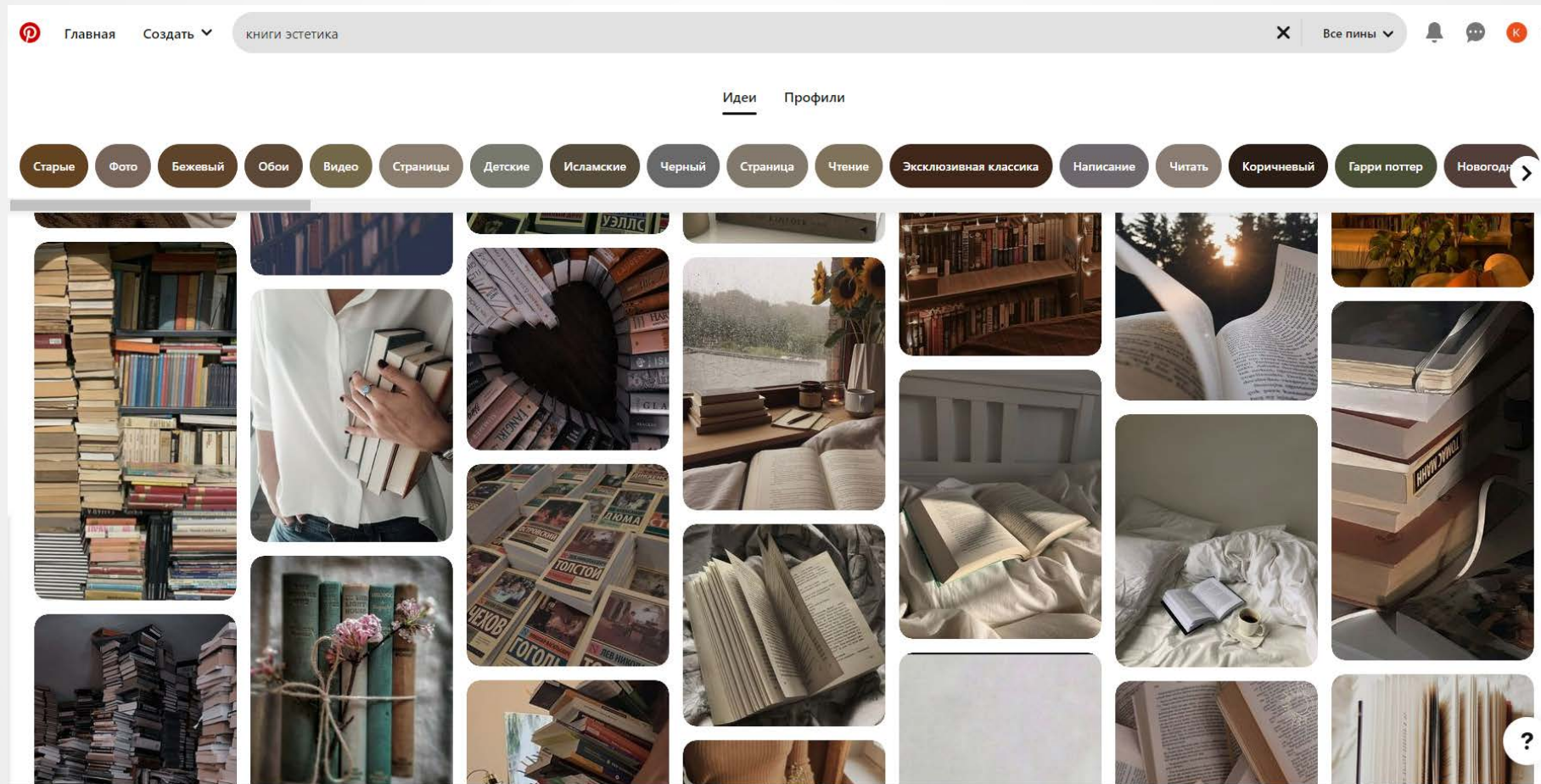


PINTEREST

(android, ios, web) <https://ru.pinterest.com/#bottom>

Pinterest – это виртуальная доска, на которой пользователи размещают видео, картинки – пины. После регистрации доступны стандартные доски. На досках – пины, которые сохраняют пользователи. Можно создавать множество досок по разным темам.

Это целая визуальная поисковая система, копилка идей и кладезь вдохновения.



ГЛАВРЕД

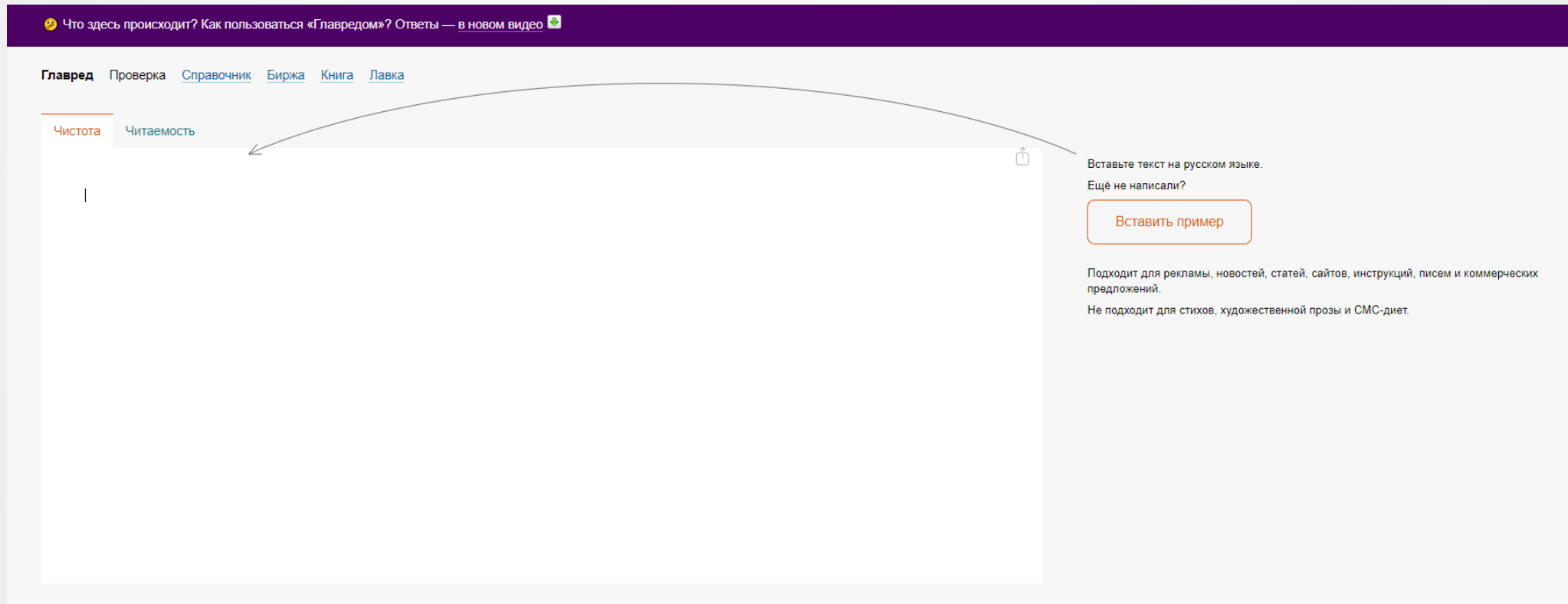
(web) <https://glvrd.ru/>

Главред – это сервис для улучшения текста.

Главред помогает находить в тексте стоп-слова: языковой мусор, рекламные и журналистские штампы, признаки плохого синтаксиса и канцелярит. Без этих слов текст становится понятным, коротким и информативным. Мы называем это информационным стилем.

Главред находит в тексте рекламные, газетные и бытовые штампы, канцелярит, неточные и брехливые формулировки, необъективные оценки, огульные обобщения, плеоназмы, паразиты времени, неправильно используемые заимствования, некоторые проблемы синтаксиса, страдательный залог, вводные конструкции, модальность, матерные выражения и некоторые эвфемизмы.

25



Что здесь происходит? Как пользоваться «Главредом»? Ответы — в новом видео

Главред Проверка Справочник Биржа Книга Лавка

Чистота Читаемость

Вставьте текст на русском языке.
Ещё не написали?

Вставить пример

Подходит для рекламы, новостей, статей, сайтов, инструкций, писем и коммерческих предложений.
Не подходит для стихов, художественной прозы и СМС-диет.

ПРИМЕРЫ ГРУПП ВКОНТАКТЕ С ХОРОШИМ ВИЗУАЛЬНЫМ ОФОРМЛЕНИЕМ

26

Росмолодёжь <https://vk.com/rosmolodez>

Библиотека имени Маяковского https://vk.com/mayakovka_info

Пушкинка | Орёл <https://vk.com/pushkinka57>

Библиотеки Благовещенска https://vk.com/biblioteki_blag

Литрес Книги <https://vk.com/mylitres>