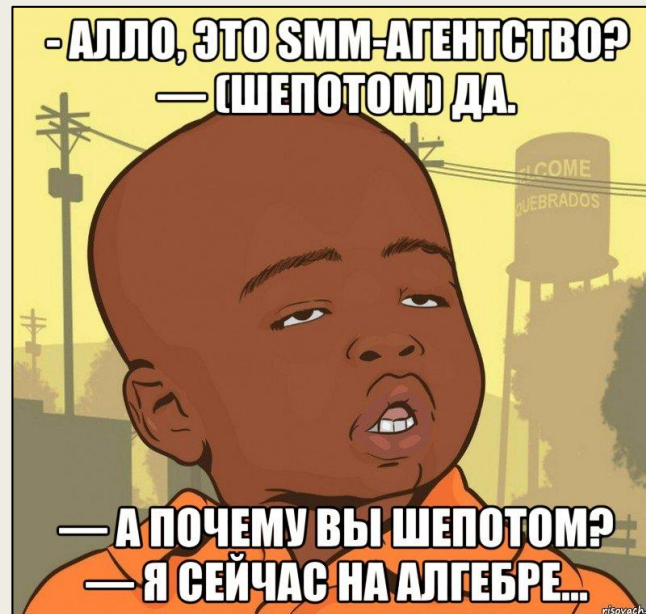


Вводный урок №2

АЛГОРИТМЫ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ



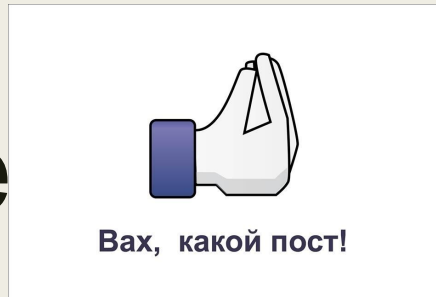
Алгоритмы ВК

ПОВЫШАЕТ	ПОНИЖАЕТ
Публикации друзей и любимых сообществ	Кликбейтные заголовки
Новизна публикации	Призывы поставить «Мне нравится»
Комментарии	Публикации с репостом
Актуальный контент	Ссылки
Медиафайлы (фото, аудио, видео, статьи)	
Веб-страницы с AMP	

Игорь Давыдов, основатель, SMM-директор digital-студии Groovika

- 1. *Be here now.*** Важно создавать ситуативный контент. Аудитория интернета живет именно по принципу «здесь и сейчас»: все неактуальное мне не интересно. Умение быстро отработать инфоповод и сгенерировать интересный ситуатив — один из главных скилов SMMщика.
- 2. *Визуальная составляющая постов.*** если речь идёт о каком-либо крутом событии, то скорость отработки будет важнее, чем сидеть и заморачиваться по поводу того, как расположить плашку с текстом.

Основное



- *Определите основные инфоповоды, которые интересны вашей ЦА и на которые вы будете реагировать.*
- *Выберите, в каком тоне вы будете их обыгрывать. Подумайте, как вовлечь ЦА с вашим сообществом через определенные инфоповоды.*
- *Создайте единое визуальное оформление. Эту тему можно развивать, задействуя еще и популярные форматы соцсетей: видео, анимированный контент и так далее. Как минимум сделайте так, чтобы во всех постах были единые шрифты и соблюдались определенные правила в подаче информации.*

Алгоритм ОК

ПОВЫШАЕТ	ПОНИЖАЕТ
«Классы»	С поиском конкретных примеров возникли трудности :)
Комментарии	
Клики по публикации	
Запуск видео и просмотры фото	
Клики внутри опросов	

Также на появление контента в ленте новостей влияют персональное отношение пользователя к автору контента, соответствие тематики персональным предпочтениям, время, проводимое за потреблением схожего контента, и множество других факторов.

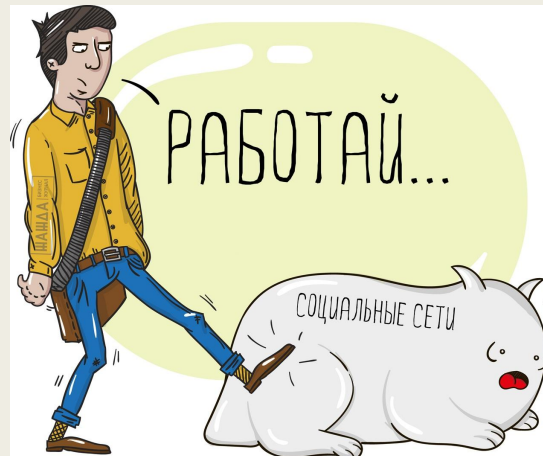
Facebook

ПОВЫШАЕТ	ПОНИЖАЕТ
Частота публикаций автора	Отрицательные комментарии под публикациями автора
Лайки, комментарии, расшаривания	Кликбейтные заголовки
Информативность поста	Недостоверная информация
Длинные публикации	Ссылки
Видео	

Павел Гуров, генеральный директор «Агентства Павла Гурова»

- *Facebook* давно представили официальные данные о работе алгоритма, но рассказали они не всё и для «разгона» алгоритма это применить не получится.
- *То есть это — Affinity, Time Decay и Interest. Контент распространяется лучше среди друзей: каждый пользователь, открывая Facebook, видит подборку в зависимости от того, как часто он туда заходит. Если каждые пять минут — лучшее за пять минут, если раз в месяц — лучшее за месяц. И это разная лента. И если пользователь интересуется конкретной темой, то соцсеть предлагает ему посты по данной тематике. Нейросеть Facebook понимает текст, ключевые слова, а также что изображено на фото и, возможно, видео.*

- *Чтобы поднять вовлеченность, советую проводить осмысленные live-трансляции в формате, когда эксперт отвечает на вопросы пользователей в прямом эфире. И публиковать короткие видео.*
- *Остальные приемы опциональны. Они не помогут сильно поднять выдачу, но внесут разнообразие в контент. Вряд ли они скажутся на цифрах в охвате, но добавят лояльности к имиджу.*
- *Первое — цветные посты с афоризмами. Хорошо подходят для личности, профессионального бренда, медийщиков.*
- *Второе — gif-опрос, когда пользователь может нажимать на одну из двух гифок на выбор. Третье — заметки, которые чем-то похожи на редактор «ВКонтакте». И четвертое — недавно представленные аудиопосты, уже можно придумывать идеи коротких подкастов.*



Instagram

ПОВЫШАЕТ	ПОНИЖАЕТ
Публикации «друзей»	Массфоловинг и масслайкинг
Релевантность	
Лайки, комментарии, репосты	
Новые публикации	
Время просмотра	

Роман Колесников, директор блогерского агентства DeadLine.ru

- 1. Качество снимков и видео, а также креатив.** Любой снимок или кадр должен рассказывать некую историю при просмотре, именно благодаря этому повышается интерес к контенту и его автору.
- 2. Частая публикация Stories.** Это, конечно, не даст дополнительной возможности показываться в ленте чаще, но этот инструмент работает для привлечения и удержания внимания и вовлеченности. Можно выкладывать мало постов, но регулярно публиковать что-то интересное в Stories и быть часто на первых позициях в фиде.
- 3. Прямые трансляции** — еще один способ постоянного удержания аудитории и повышения вовлеченности к автору и его контенту.
- 4. Конкурс.** Люди любят халяву, так почему бы этим не воспользоваться? Это увеличивает вовлеченность и придает узнаваемость бренду, если совместить это с рекламой своего продукта. Помимо товарной категории, можно предлагать людям подарить бесплатный урок или консультацию, например, как развивать свой аккаунт в Instagram.

5. Вопросы. Привлекайте аудиторию к общению и не забывайте часто отвечать и коммуницировать с ними.

6. Следите за обновлениями и используйте их максимально интересно и эффективно. Будь то хештеги в шапке профиля, голосования в Stories или креативные кадры с использованием гифок. Это тоже увеличивает интерес и вовлеченность аудитории.

- В Инстаграме больше заходит лайфстайл, так как активная аудитория — молодые люди.



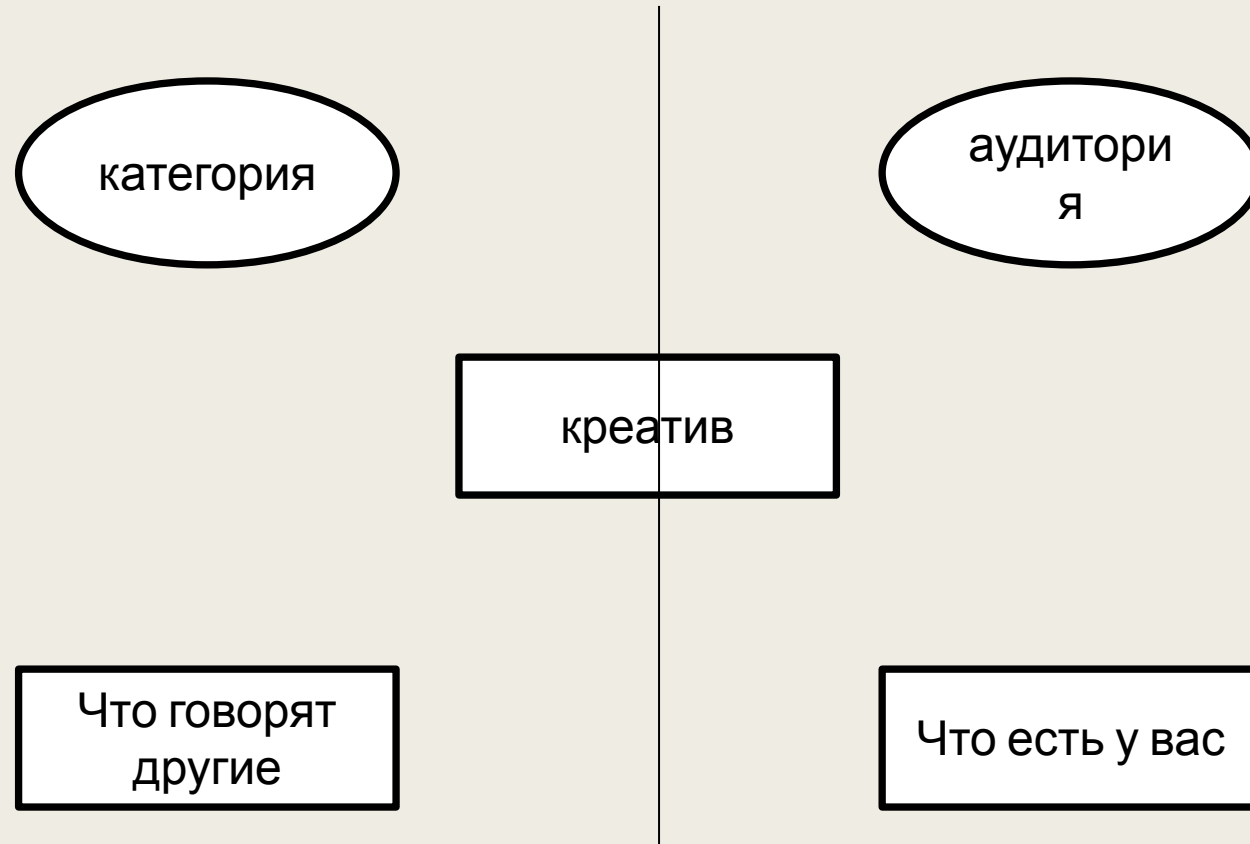
Приложения

- Command
- Менеджер рекламы
- RNI films
- SKRWT
- Snapseed
- TouchRetouch
- Hootsuit
- VSCO

«В 2019 мир оптимизирован под Instagram»

Владислав Карпюк

Стратегия, анализ конкурентов



Способы продвижения в социальных сетях

- Чтобы привлечь первых подписчиков, оформите профили в социальных сетях — аватар, описание, ссылки. Пользуйтесь подсказками Instagram — он покажет друзей, которые есть в телефонной книге, их можно пригласить, ещё вы можете поделиться рассылкой о регистрации.
- «ВКонтакте» также предлагает добавить существующих друзей на вашу публичную страницу, ещё вы можете поделиться сообществом на своей личной странице. Facebook позволяет пригласить 100 первых друзей из списка контактов, аналогичная схема в «Одноклассниках». Для всех соцсетей одинаково хорошо работает конкурсная механика привлечения новых подписчиков.

Критерии вовлекаемости в контент:

- социальная значимость,
- влияние общества,
- практическая ценность,
- сторителлинг,
- эмоции,
- триггеры.

Методы продвижения



- К платным способам размещения также относится продвижение через сообщества и рекламные биржи. Подготовьте подборки, советы, отзывы или инфографику и воспользуйтесь одной из бирж: биржей «ВКонтакте», BidFox или Sociate.
- Из методов продвижения в соцсетях выделяют белые, серые и чёрные.
- К белым методам относятся те, которые разрешены соцсетями: таргетированная реклама, использование функционала страниц, реклама у блогеров, конкурсы, марафоны, упоминания.
- К серым методам относятся автоматизированные сервисы и биржи, которые не нарушают правил соцсетей, гивы и чаты активности.
- К чёрным методам относятся покупка ботов, лайков, масслюкинг и масслайкинг, рассылка спама. За такие действия ваш аккаунт будет навсегда удалён.