

Администрирование аккаунтов в СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Тренинг по основным принципам и
правилам ведения аккаунтов и страниц
клиентов в СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Dos	Don'ts
<ul style="list-style-type: none">• Ссылки на первоисточник информации• Визуализация информации• Непрерывный мониторинг активности аккаунта• Использование всех инструментов и возможностей площадки• Взаимодействие с другими страницами и группами• Мониторинг конкурентов, рынка и «дружественных» страниц	<ul style="list-style-type: none">• Излишне официальный тон, подача информации в стиле пресс-релиза• Длинные информационные сообщения• Заикленность на своём бренде• Удаление негативных комментариев пользователей• Игнорирование пользовательской активности• Злоупотребление развлекательным контентом, не имеющим прямого отношения к бренду

Facebook: механика использования платформы

- Тайминг постов
- Редактирования текста фото-постов
- Закрепление поста вверху страницы
- Проведение опросов
- Тэги других страниц
- Репост материалов других страниц с сохранением информации об авторстве
- Получение личных сообщений от пользователей и возможность ответа на них от лица страницы
- Собственная аналитика

Facebook: обзор статистики за месяц

Показатель	Значение прошлого месяца	Значение текущего месяца	Рост	Комментарии
Подписчики страницы	1 052	1 089	+ 37	Органический рост
Общее количество пользователей, отписавшихся от страницы и её новостей	3	11	+ 8	Органический рост
Общее количество историй, созданных о странице (включает видимые и «невидимые» активности)	533	646	+ 113	«Лайки», комментарии, посты, перепосты, тэги, упоминания, ссылки и т. п., в т.ч. в личных сообщениях
Общее количество «лайков» постов, размещённых в текущем месяце	283	429	+ 146	Весь контент, созданный и размещённый в указанном месяце
Общее количество комментариев к постам, размещённым в текущем месяце	118	49	- 69	Весь контент, созданный и размещённый в указанном месяце
Общее количество перепостов материалов, размещённых в текущем месяце	24	24	0	Весь контент, созданный и размещённый в указанном месяце
Общее количество пользователей, увидевших какой-либо контент страницы	4 458	6 927	+ 2 469	Все пользователи, вне зависимости от того, являются ли они подписчиками
Общее количество «кликов» по странице, не показанных другим пользователям*	1 402	2 816	+ 1 414	Реакция пользователей на весь контент страницы в указанном месяце
Вирусный охват (пользователи, увидевшие контент страницы через своих друзей)	3 844	6 283	+ 2 439	Реакция пользователей на весь контент страницы в указанном месяце

VK: механика использования платформы

- Редактирование текста постов (до 00:00)
- Закрепление поста вверху страницы
- Проведение опросов
- Репост материалов других страниц с сохранением информации об авторстве
- Использование хэштегов
- Собственная аналитика

VK: обзор статистики за месяц

Event				
REACH	Week 4	Week 3	Week 2	Week 1
	21 - 26 July	14 - 20 July	7 - 13 July	30 June - 6 Jul
Fans	716 691	713 800	674 983	650 386
Fans P 18-45	473 303	471 394	445 759	428 930
Feedback	9 726	13 459	25 359	9 999
Activity	1 416	1 823	1 066	1 709
Impressions	55 830 229	28 195 100	68 173 283	31 868 914
Unlikes	12 854	15 218	15 903	13 604
ENGAGEMENT & VIRALITY				
Number of page visits	113 141	134 026	130 136	121 483
Number of Shares	1 052	1 785	1 466	1 115
Growth rate of fans	1	1,06	1,04	1,04
No of posts by CM	14	14	14	15
Negative sentiment	0	0	0	0
TOP CONTENT BY FEEDBACK				
Month	Day	Post	Feedback	
July	3rd	Cat mama soothes kitten	1 873	
July	5th	Inspiring message for children	1 559	
July	11 th	International Chocolate day question	11 516	
July	13 th	Summer flowers + when did you last	4 400	
July	17th	Mom, did you ever have a dream?	1 795	
July	19th	The best child in the world	1 439	
July	24 th	Mam says picture	1 066	

Odnoklassniki: механика использования платформы

- Редактирование текста постов
- Закрепление поста вверху страницы
- Возможность получения сообщения администратору/модератору страницы

Odnoklassniki: обзор статистики за месяц

Event				
REACH	Week 4	Week 3	Week 2	Week 1
	21 - 27 July	14 - 20 July	7 - 13 July	30 June - 6 Jul
Fans	38 211	37 838	37 119	36 691
Fans P 18-45	27 512	27 243	26 726	26 418
Interactions	9 982	4 460	8 929	7 409
ENGAGEMENT & VIRALITY				
Growth rate of fans	1,01	1,02	1,01	1,02
No of posts by CM	13	13	11	15
Negative sentiment	0	0	0	0
TOP CONTENT BY FEEDBACK				
Month	Day	Post	Feedback	
July	3rd	Cat mama soothes kitten	301	
July	6th	Card with words from mom to kid	103	
July	10 th	Baby video external link and cute comment	1 028	
July	12 th	Mama-child anecdote	352	
July	17th	Mom, did you ever have a dream?	899	
July	24th	Momumentary	305	

Twitter: механика использования платформы

- Тэги других страниц
- Репост материалов других аккаунтов с сохранением информации об авторстве
- Получение и отправка личных сообщений пользователям от лица аккаунта
- Использование хэштэгов

Twitter: Что такое хэштэг?

What is a #hashtag?



Hashtags mark keywords or topics in Twitter messages. They are composed of a single word or phrase beginning with a "#" sign and with no spaces or punctuation. Clicking on one will lead you to a search featuring Tweets with that same hashtag.

By including a relevant hashtag in a Tweet, it becomes **visible to people searching for that specific topic**, as well as gives insight into what a twitter message is about.

Creating a #hashtag:

It's important to centralize one conversation around **one hashtag** - that way the message won't get lost and would be easier to pick up for other Twitter users.

#thisisahashtag

A good hashtag is **memorable, easy to spell and short**, as a Twitter message can't be longer than 140 characters total. The best hashtags tend to be the most **obvious** and add **value to the conversation**.

Twitter: Пример

#Fail story:



Originally, **the idea was to highlight the McDonald's farmers** and the quality of beef used in their burgers with the **#MeettheFarmers** hashtag.

After posting the initial tweet, the company then moved on to the infamous **#McDStories** hashtag instead, expecting Twitter users to share heartwarming experiences at the fast food chain restaurants.

But, Twitter users immediately began posting their **food poisoning horror stories, anti-meat protests** and protests **against company practices**.

YouTube: механика использования платформы

- Получение и отправка личных сообщений пользователям от лица аккаунта
- Использование тэгов
- Собственная аналитика

YouTube: обзор статистики за месяц

Event				
	Week 4	Week 3	Week 2	Week 1
	23 — 29 June	16 — 22 June	9 — 15 June	2 — 8 June
Total No of views	27 001	11 747	11 456	34 150
Best Job no of views	24 748	10 678	10 001	31 875
Source of views	%	%	%	%
External websites	2,5	1,6	2,1	2,8
Embedded player	48,3	63,5	86,7	67,01
Mobile appl and direct traffic	4,2	4,8	5,8	11,1
You tube ads	42,2	25,6	0,1	16,6
You tube search	0,3	2,2	2,6	1,1
ETC	2,5	2,3	2,7	1,39

