

The background is a dark blue gradient with a subtle pattern of small white dots. On the left side, there are several overlapping circular elements. One prominent feature is a large, semi-circular scale with tick marks and numerical labels (160, 170, 180, 190, 200, 210, 220, 230, 240, 250, 260) in a light blue color. Other circles include dashed lines, solid lines, and arrows, suggesting a technical or scientific theme.

ЛИЧНАЯ СТРАНИЦА В ВК

ЧЕК-ЛИСТ

ЧТО НУЖНО ПРОВЕРИТЬ

1. id и имя
2. Аватарка
3. Статус
4. Блок “Мои фотографим”
5. Основная информация и контакты
6. Образование и карьера
7. Личная информация
8. Интересные страницы
9. Фотоальбомы
10. Видеозаписи
11. Аудиозаписи
12. Закрепленный пост
13. Количество друзей

ТВОЙ ID

На странице - настоящее имя или постоянно используемый псевдоним. Никаких уменьшительно-ласкательных имен. Если только это не часть имиджа.

id тоже должен быть брендированным. Не сухие безжизненные цифры.

Как поменять: аккаунт — в правом верхнем углу «настройки страницы» - адрес страницы - изменить

АВАТАР

Это именно то, что видит в первые секунды, тот, кто попадает на страницу. Возможно, это потенциальный клиент. На аве должна быть фотография, с лицом, твоя собственная.

Лучше не пожалеть денег и купить фотосессию. Профессиональные фотографии всегда смотрятся лучше телефонных. Если твои клиенты хоть немного разбираются в фото, то хорошая фотка на аве – приятный бонус к доверительным отношениям.

СТАТУС

В идеале должен содержать упоминание о твоей деятельности, но не в лоб, а с изюминкой. Может содержать какую-то характеристику твою или характеристику твоего бизнеса. Подумай. Может быть. Это будет твое главное качество или глубокий смысл, заложенный в твоём товаре или услуге.

БЛОК “МОИ ФОТОГРАФИИ”

Те самые, что прямо под основной информацией. Этот блок можно редактировать. Можно, например, подобрать фото по цветовой гамме, чтобы они сочетались. Учти, что в мобильной версии вк видно шесть фотографий, а в десктопной – четыре. При этом все они – квадратные. Или обрезаны под квадрат.

Как убрать фото из блока? Наводишь на фотку, в правом верхнем углу появляется крестик, нажимаешь «скрыть». При этом ты не удаляешь фотку, а всего лишь скрываешь из этого блока.

ОСНОВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ И КОНТАКТЫ

ФИО обязательно свои.

Семейное положение лучше без упоминания личности.

Чтобы не отвлекать пользователя от твоего профиля.

Дату рождения лучше указать полностью.

Страну и город указывать нужно. Особенно важно это для того бизнеса, который привязан к территории.

Номер телефона не принципиален, потому что в большинстве случаев его будут спрашивать в личке.

Синхронизировать соцсети, если есть, что синхронизировать - обязательно.

ОБРАЗОВАНИЕ И КАРЬЕРА

Образование, особенно если оно профильное – укажите. Это придаст веса твоей репутации.

В разделе «карьера» есть лайфхак – можно добавить свою группу или блог. Это важно. Группа будет отображаться в основном блоке. И на нее будет вести активная ссылка.

ЛИЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Деятельность: тут можно лишний раз упомянуть, кто ты и чем будешь полезен аудитории.

Интересы: раньше по ним искали людей, поэтому они кликабельные. Сейчас, конечно, никто никого не ищет, но вполне можно использовать ссылки. А вдруг.

Музыка, Книги, Фильмы, Игры, Телешоу сделаны для того же. Лучше заполнить. Еще немного информации для формирования целевой аудитории, на самом деле. Ведь ты транслируешь через соцсети свои ценности.

Чем подробнее заполнена страница вк, тем выше ты в поиске по людям.

Цитаты, о себе: все эти прекрасные разделы можно использовать, чтобы еще раз напомнить о том, что ты делаешь. Простая формула, как писать о себе: я делаю продукт/оказываю услугу X с результатом Z.

Не забудь скрыть группы. Они очень отвлекают.

ИНТЕРЕСНЫЕ СТРАНИЦЫ

Это тоже та информация, которую прежде всего видит ваша аудитория на странице. Просто задай себе вопрос, что ты хочешь, чтобы они видели?

Я бы оставила только те страницы, которые ты правда просматриваешь. У всех у нас их в самом крайнем случае не больше сотни.

ФОТОАЛЬБОМЫ

Очень личные лучше скрыть.

Ну и ты понимаешь, да: обнаженка, спиртное, сигареты, мусор на фоне — вещи не самые желательные. Нет, конечно, есть исключения. Если ты, например, этот мусор убираешь. За других. Или ведешь репортаж с запущенной свалки. Мусор - это очень актуальная проблема. Но в обычной жизни: не надо так.

Альбомы можно использовать. В них легко устроить выставку своих работ, указать цены, лишним это не будет. Чем больше раз повторены цены на странице, тем лучше, и это факт. И все равно кое-кто может не заметить и спросить в личку. Проверено многократно.

ВИДЕО

Видео тоже нужно почистить. Ведь оно – для целевой аудитории. Что бы им было интересно, как ты считаешь?

Я у себя оставила в видео еще любимую музыку, но ты же понимаешь, это спорно. Превращение просто аккаунта в деловой аккаунт предполагает, что и видео у тебя – для клиентов.

Отлично, если там есть обзоры на твой продукт или услугу. Потому что сейчас видеоформат все актуальнее и актуальнее.

АУДИОЗАПИСИ

Тут на самом деле в большей степени – твое дело. Но поверь, аудиозаписи тоже смотрят. И если музыка резко вылезает из образа, бывают курьезы. Например, если ты делаешь медитации, а в аудиозаписях – жесткий металл, ну или музыка из сериала «Бригада», может быть резонанс.

ЗАКРЕПЛЕННЫЙ ПОСТ

Рабочий инструмент, который привлекает аудиторию, поэтому не стоит им пренебрегать. Расскажи о себе, о том, чем занимаешься, что практикуешь именно сейчас.

В закрепе, кстати, можно еще раз указать цены.

СТЕНА И ПОЛЕЗНЫЙ КОНТЕНТ

Ещё один крайне важный пункт.

Пиши так, как разговариваешь. Четко, мощно...

Нельзы: репостов, тупых мотивашек, котиков – если только очень милы и нечасто, цитат, если ты не знаешь автора точно и они не встраиваются в твой образ, но лучше вообще не надо ни репостов, ни котиков, ни цитат.

Писать лучше то, что интересно целевой аудитории. Не забывай, однако, что страница личная. Так что о своей жизни тоже придется хоть немного, но информировать.

КОЛИЧЕСТВО ДРУЗЕЙ

Добавляй друзей, общайся и знакомься. Это же соцсети, они для этого и созданы. Общение привлекает близких тебе по духу людей, а они и есть в большинстве случаев – целевая аудитория.