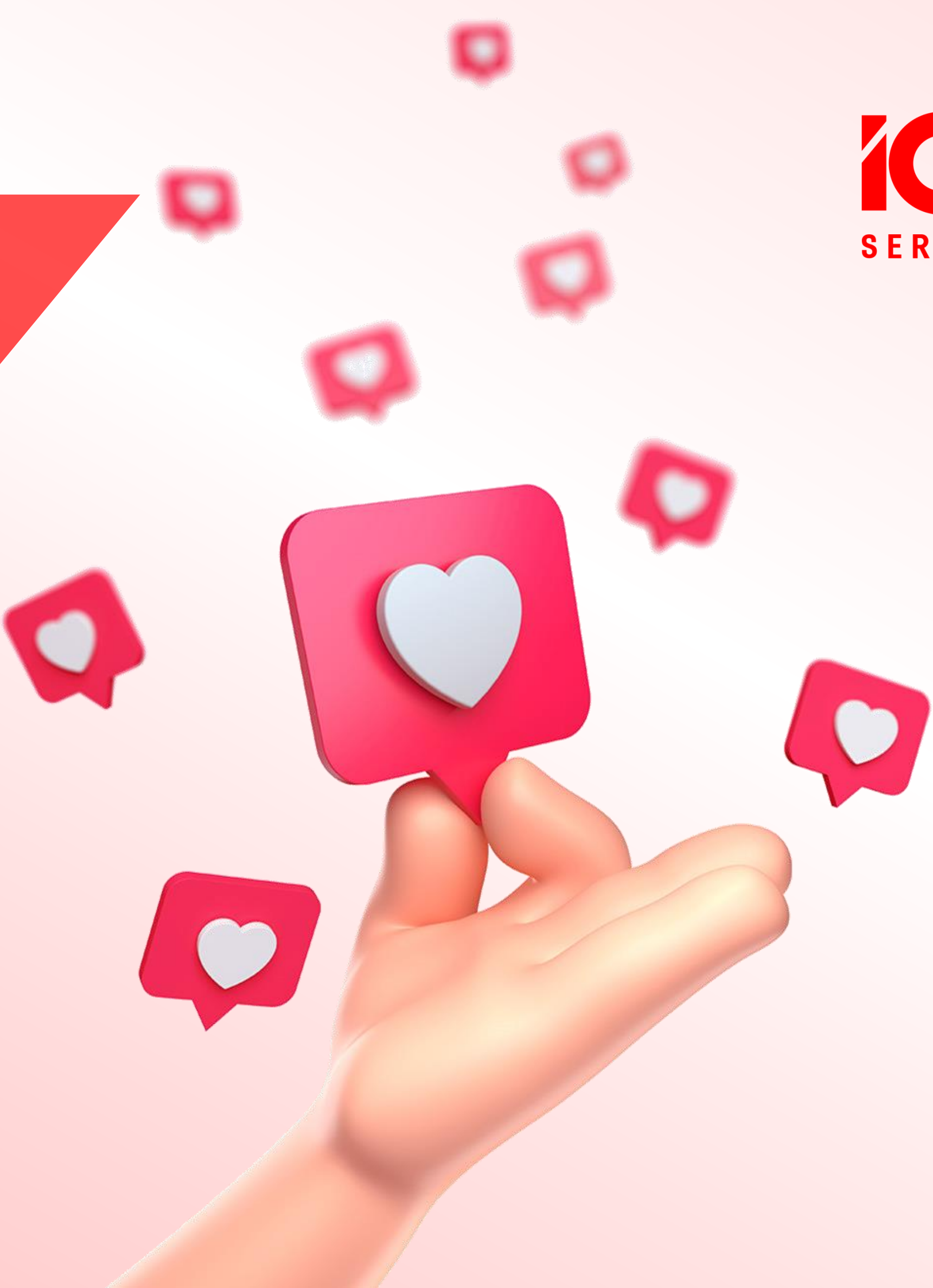


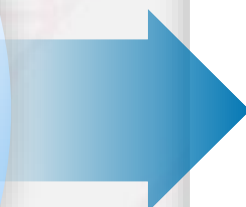
**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И ICL:
РУКОВОДСТВО К ДЕЙСТВИЮ**



Для чего мы публикуем?

Главные цели размещения информации в соцсетях:

- ▶ Повысить известность бренда
- ▶ Привлечь новых заказчиков
- ▶ Повысить лояльность среди текущих заказчиков
- ▶ Принести прибыль компании



TADVISER
Государство. Бизнес. ИТ

ВЕДОМОСТИ

РБК

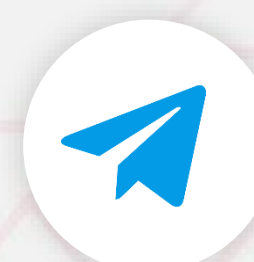
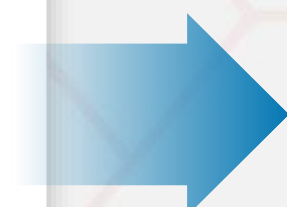
с news

ОТКРЫТЫЕ СИСТЕМЫ
Open Systems Publications

habr

Полезный и актуальный
КОНТЕНТ

НЕ ЗАПОСТИЛ-
НЕ БЫЛО!



Аккаунты ICL в социальных медиа

	ICL Services (в скором ГК ICL)	ICL Services
ПЛОЩАДКИ	 	 
БРЕНД	ICL Services (планируется переход на ГК ICL)	ICL Services
ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ	Заказчики, партнеры, сотрудники	Сотрудники, кандидаты, студенты
ОТВЕТСТВЕННЫЕ ЛИЦА И КОНТЕНТ	Командой PR продвигается внешний бренд. Контент бизнес-характера: новости компании как части ИТ-рынка, информация о профессиональных успехах, публикации кейсов, отраслевых статей и экспертных комментариев коллег.	Командой внутрикорпоративных коммуникаций продвигается HR-бренд. Контент о корпоративной жизни компании, иногда дублируется бизнес-контент из внешних аккаунтов.

Быть или не быть?!

▶ Аудитория Facebook* и Instagram* в РФ сократилась с января по июль 2022 года в восемь и почти в четыре раза (данные Mediascope)

▶ **Не получится:**

- заходить без VPN
- совершать платежи (реклама)
- публиковать контент, запрещенный на территории РФ
- делать коллабы с запрещенными СМИ

▶ **Но можно:**

- публиковать дружелюбный контент
- закупать рекламу у блогеров
- устраивать конкурсы
- пиарить другие свои соц сети



* Соцсеть признана экстремистской и запрещена на территории РФ

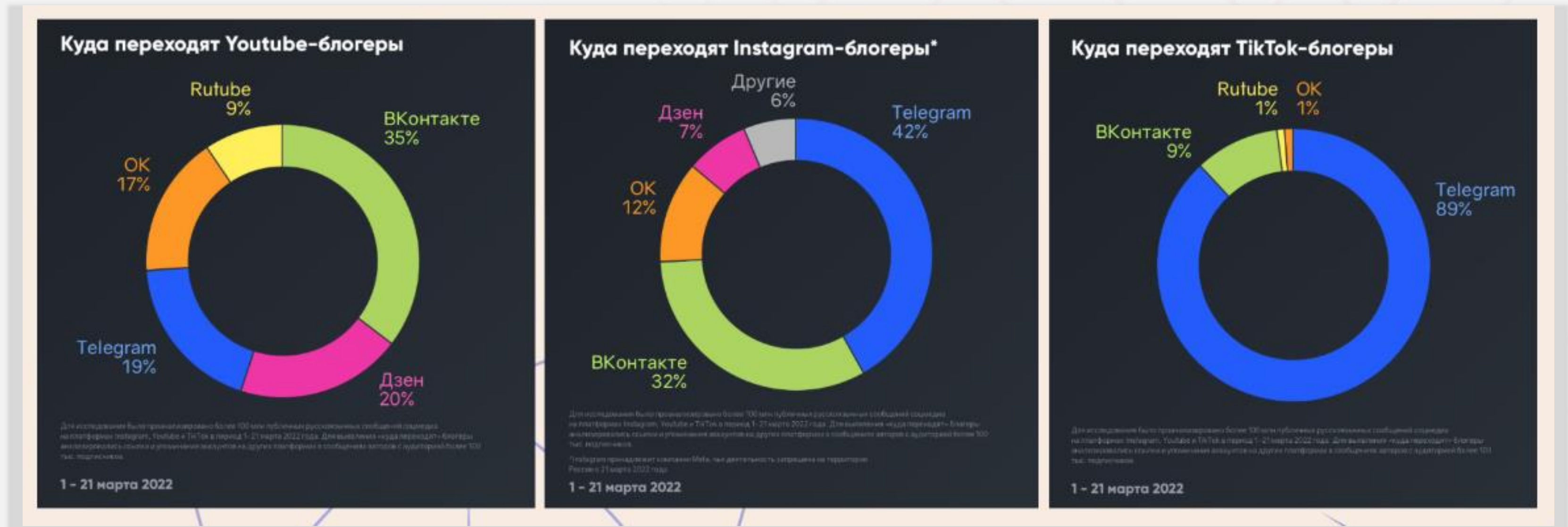
Но, если FB* и Instagram* работают, зачем что-то еще?



- ▶ Это подушка безопасности
- ▶ Если боитесь, что не сможете вести сразу несколько страниц, дублируйте контент (кросс-постинг) или сократите объем постинга.
- ▶ Возможно, наступит день и вы скажете спасибо за опубликованную гифку в Одноклассниках 😊

Telegram и VK: вторая жизнь

- ▶ Telegram - суточная аудитория выросла за полгода на 60%, до 41,5 млн человек. 40% - старше 35 лет. Преобладающие сферы – ИТ, маркетинг, производство и торговля.
- ▶ VK – аудитория выросла с 46 млн человек в январе до 50 млн в июле. Выросло время пользователя в сети на 7%. Наибольшая аудитория – от 25 до 34 лет.



LinkedIn

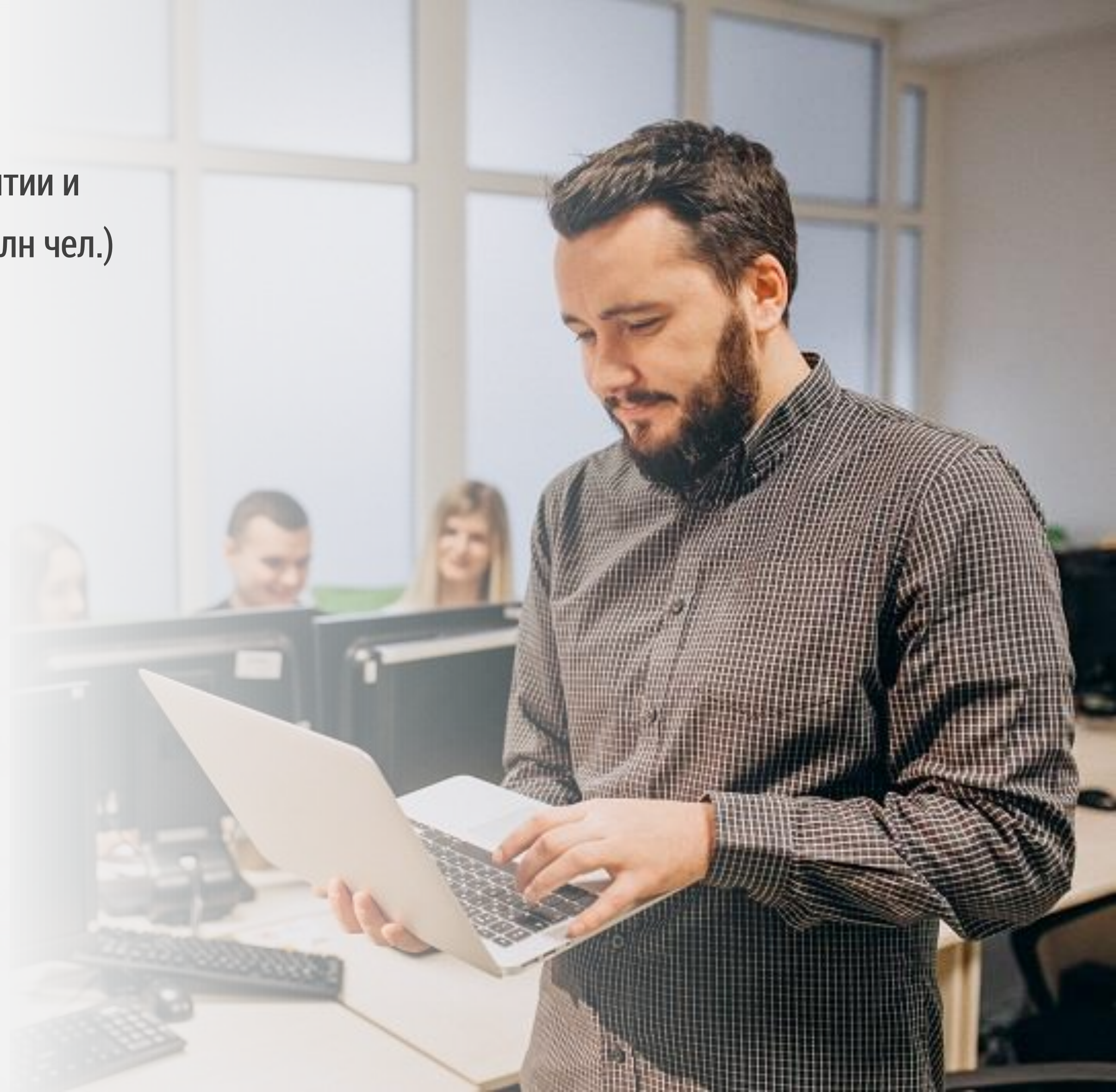
Платформа о деньгах, профессиональном развитии и формировании базы полезных контактов (7,2 млн чел.)

Преимущества:

- ✓ лояльная аудитория,
- ✓ возможности таргета,
- ✓ уклон в сторону b2b,
- ✓ эффективность «холодной рассылки»

Недостатки:

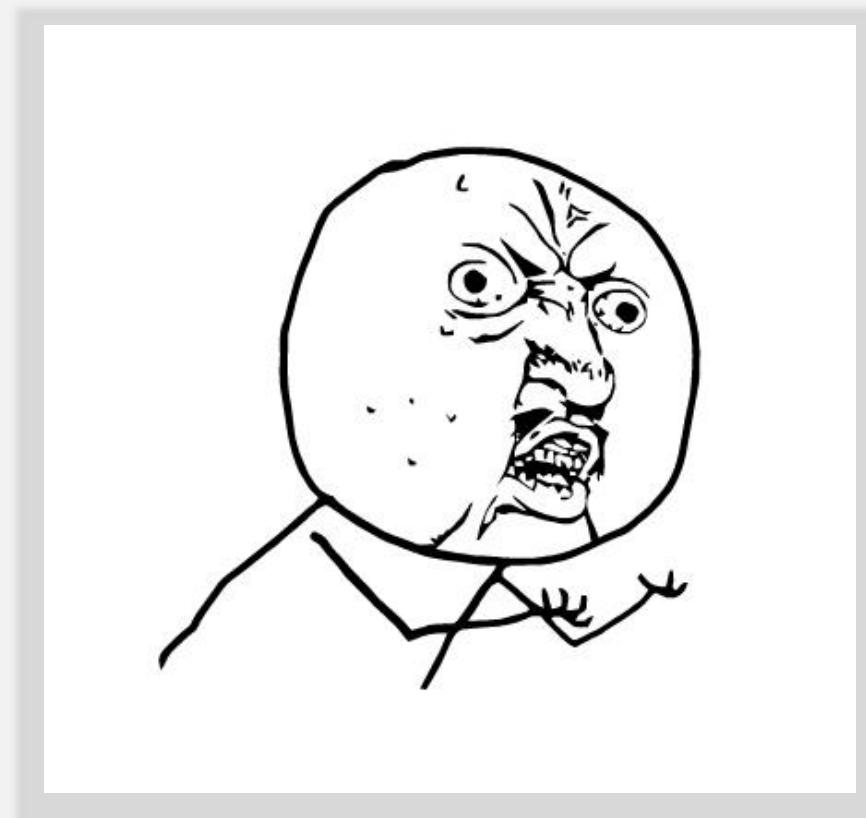
- Блокировка на территории РФ
- Пик активности в рабочие часы
- Ограничения на инвайты
- Дорогая реклама



Twitter жив!



- ✓ - быть живым,
шутить и постить
мемы



X - публиковать новости

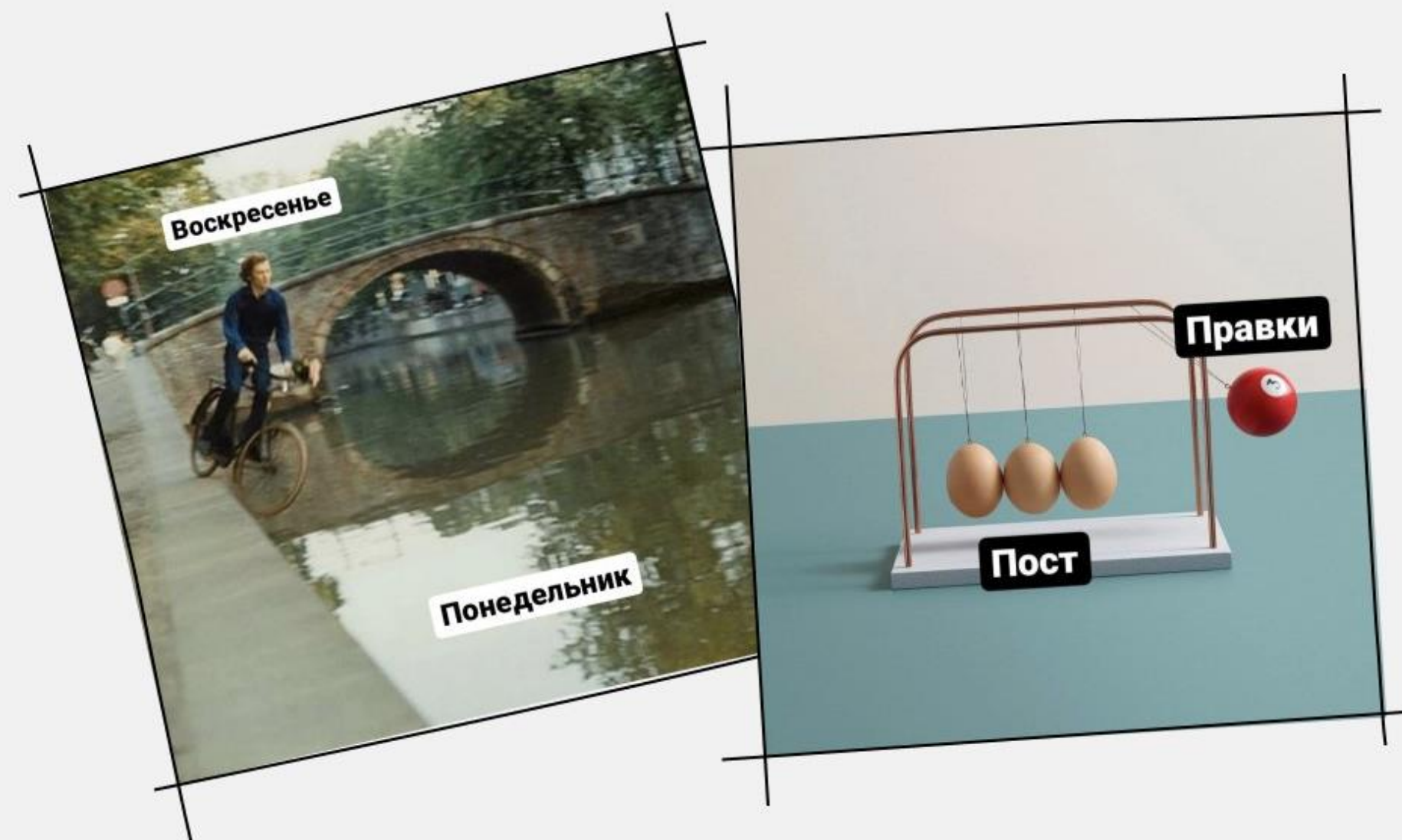
- ▶ 334 тыс. авторов
- ▶ 17 млн. сообщений
- ▶ 40% - жен, 60% - муж.

Что классного?

- Сплоченная разносторонняя аудитория
- Можно (и нужно) коммуницировать через мемы
- Пользуются даже представители космической отрасли

Форматы контента

- ▶ Новости (не спамить, но быть оперативным)
- ▶ Ситуативы
- ▶ Полезное
- ▶ Интерактивы
- ▶ Мемы (шутите, но осторожно)
- ▶ Жизненный контент



Формула создания мема: странное фото + жизненная подпись





**С чего начать и как разработать
стратегию развития своего
аккаунта?**

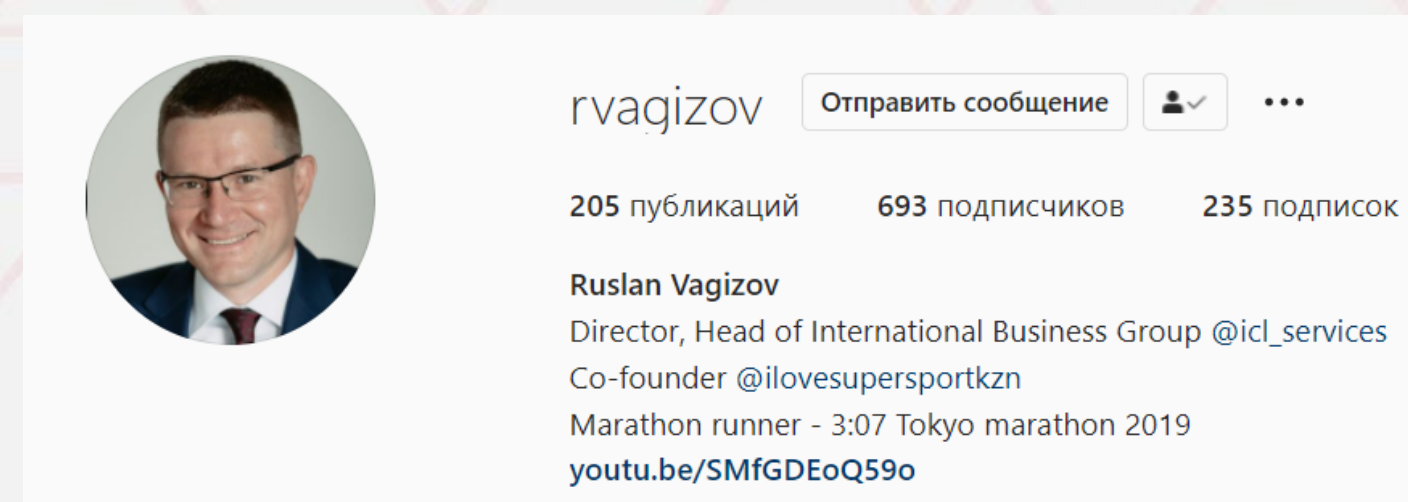
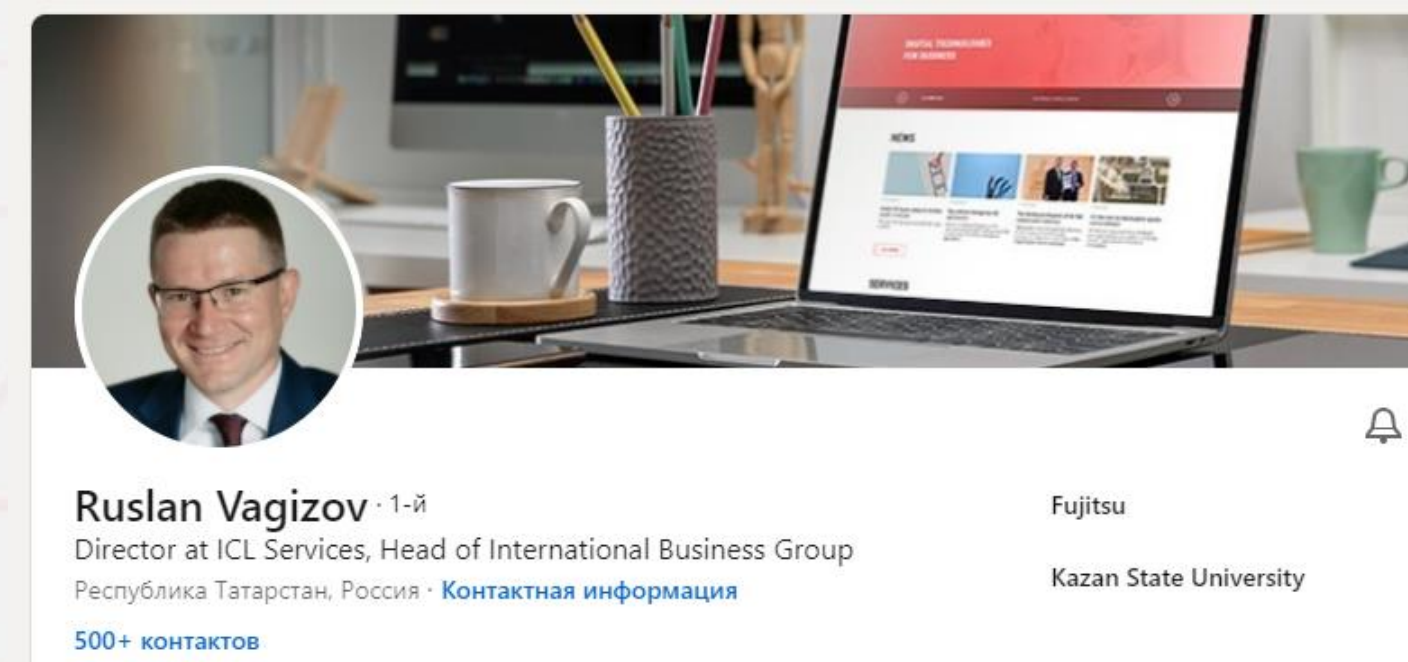
Ваш аккаунт

Обновите свой профиль

- ▶ Заполните свой профиль: опишите профессиональный опыт, образование, добавьте грамоты в LinkedIn, попросите коллег сделать вам рекомендации, опубликуйте собственные материалы и закрепите их в «Избранном».
- ▶ Удалите фото, комментарии, видео и иной контент, что можно трактовать не в вашу и компании пользу.
- ▶ Если вы используете профиль для личных и профессиональных целей одновременно, установите **настройки приватности**.
- ▶ Если же вы не считаете нужным скрывать свою личную жизнь, то старайтесь сделать контент сбалансированным, с упором на бизнес-тематику.

ВАЖНО:

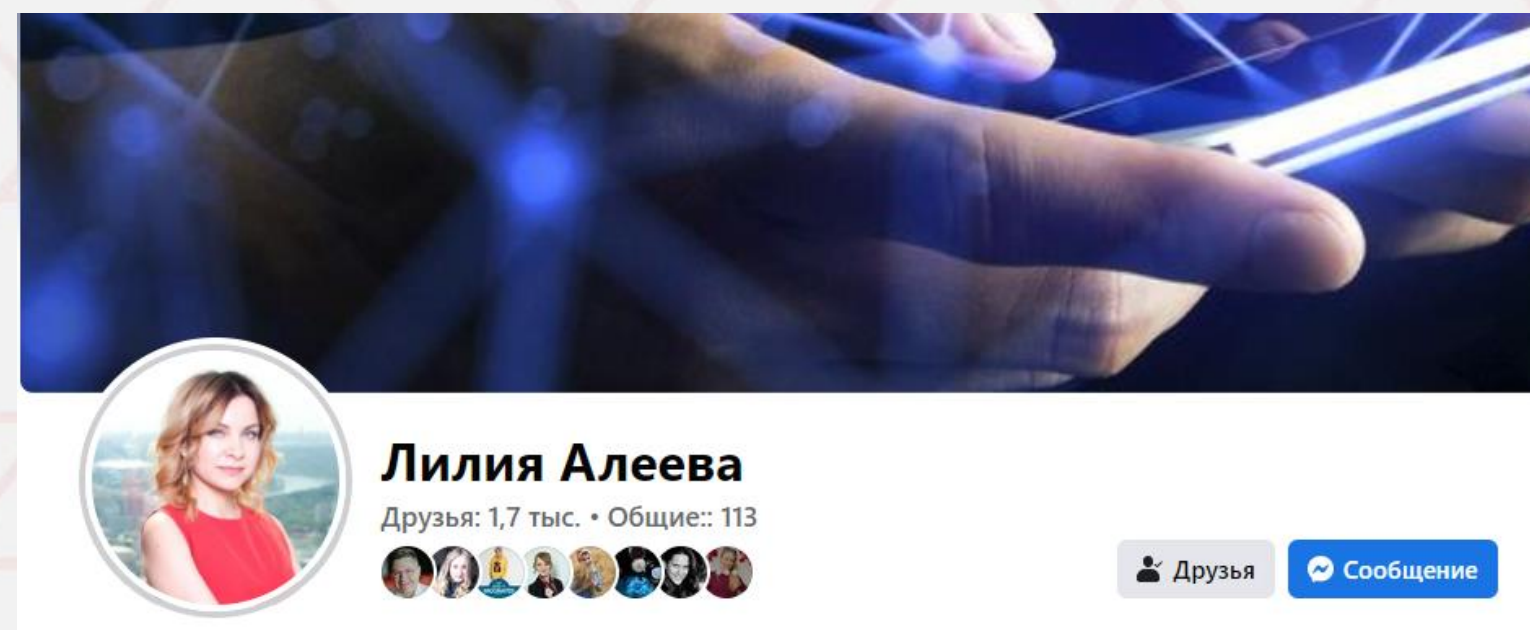
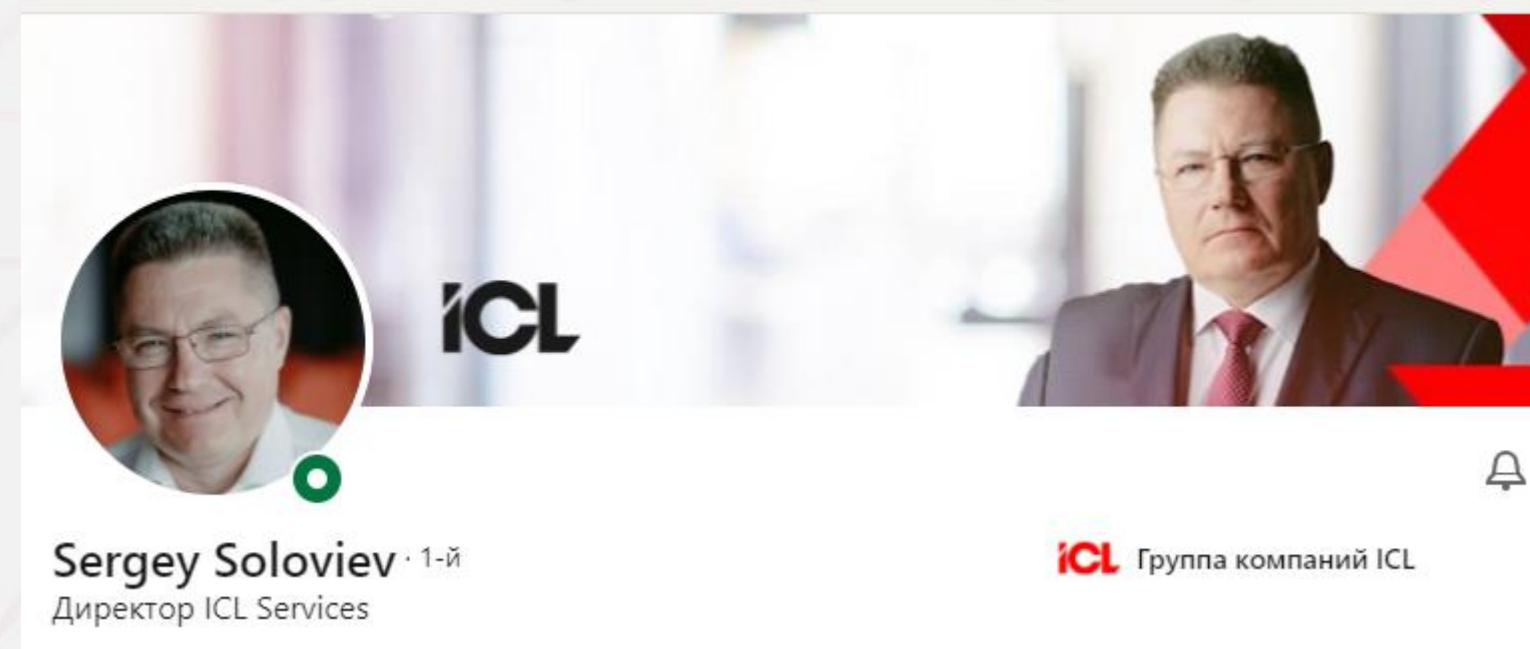
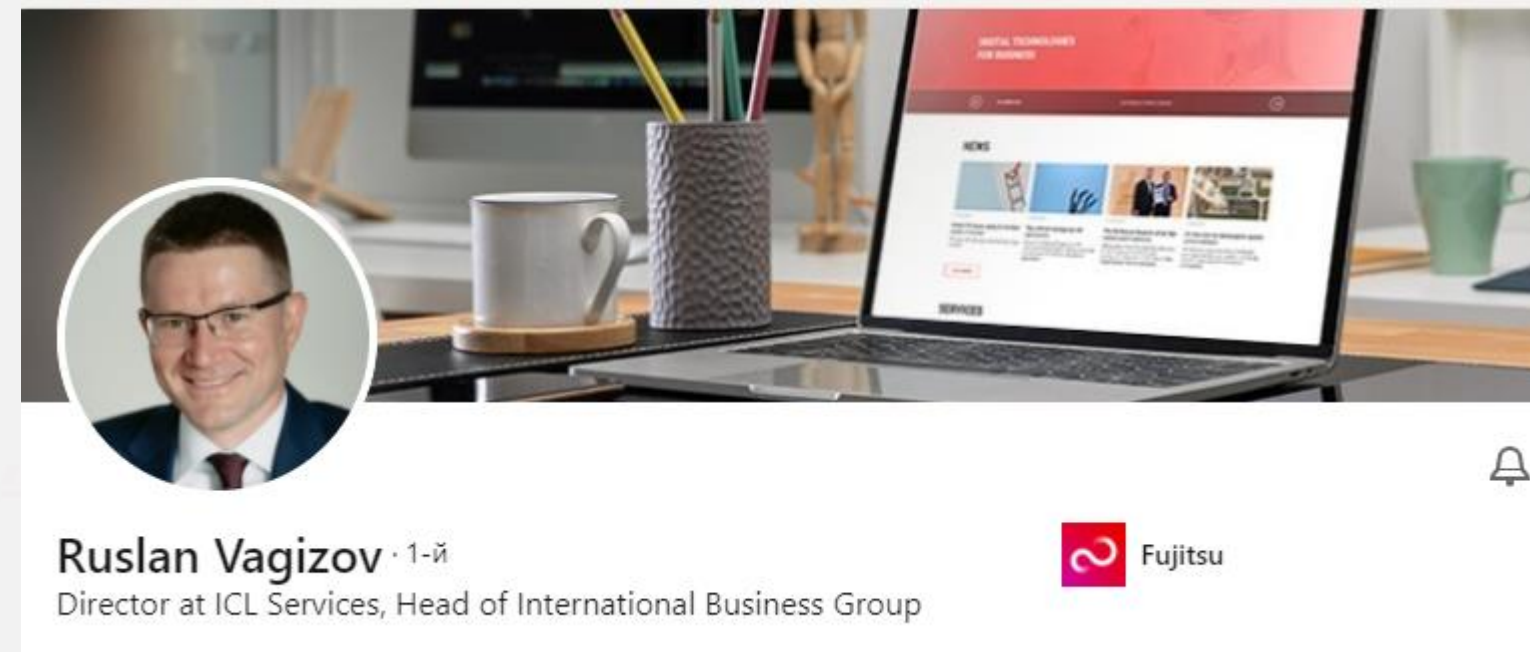
Оформите соцсети и мессенджеры в едином стиле (фото и обложку).



Ваш аккаунт

Установите шапку для профиля (Facebook*, LinkedIn)

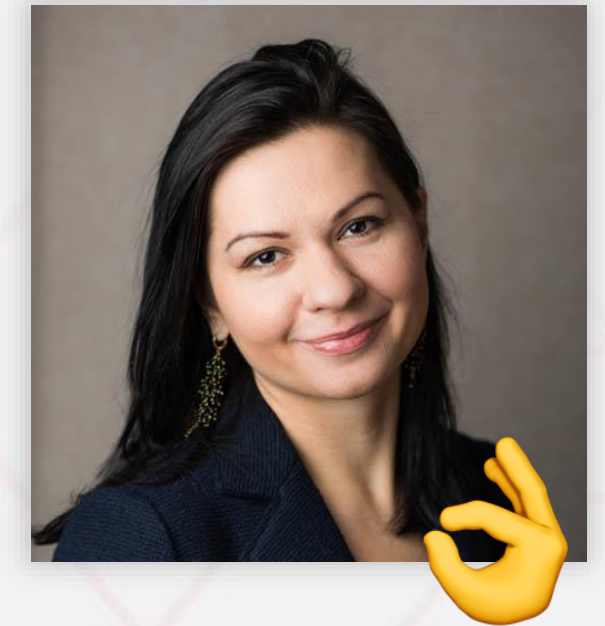
- ▶ Сочетается по цвету/стилю с аватаром
- ▶ Имеет бизнес-характер
- ▶ Хорошего качества (можно выбрать на бесплатных фотостоках – [Pixabay](#), [Freepik](#))



Рекомендации по оформлению аватара

Выберите подходящее фото для аватара профиля:

- ▶ На фото – Вы
- ▶ Желательно портретное фото
- ▶ Взгляд – в камеру
- ▶ Нейтральный фон без акцентов
- ▶ Высокое качество и разрешение
- ▶ Небольшая обработка



Как медиаэксперту позиционировать себя в соцсетях?



ПОСТАВЬТЕ ЦЕЛИ:

- ▶ Деловое общение
- ▶ Повышение лояльности коллег и подчиненных.



ОПРЕДЕЛИТЕ ПРИОРИТЕТЫ:

- ▶ Бизнес:
 - Многолетняя экспертиза в области ИТ;
 - Персональное внимание к проектам, коллективу;
 - Вовлеченный в жизнь компании и корпоративную культуру
- ▶ Хобби:
 - Книги
 - Спорт
 - Активный отдых



ПУБЛИКУЙТЕ ПО РУБРИКАМ:

- ▶ **Клиенты:** кейсы, инструменты, результаты
- ▶ **Бизнес-партнеры:** компетенции, польза, сфера бизнес-интересов
- ▶ **Личное:** семья, ценности, хобби



Формула идеального поста



Напишите вашу публикацию:

- ▶ Напишите вводный абзац длиной в 1-2 строки – ключевую мысль поста;
- ▶ Напишите самую «вкусную» часть – «тело» поста, оставляя при этом интригу, если вам нужны переходы на сайт;
- ▶ Сделайте небольшой вывод и попросите ваших подписчиков дать фидбек в комментариях, задайте вопрос;
- ▶ Поставьте хештеги и ждите лайков!



Убедитесь, что:

- ▶ Текст написан именно для вашей целевой аудитории;
- ▶ Раскрывается ключевая проблема;
- ▶ Текст хорошо структурирован;
- ▶ Поставленная вами бизнес-задача выполняется;
- ▶ Ваш тон соответствует вашему статусу и стажу.



Что публиковать в «копилку» Клуба?

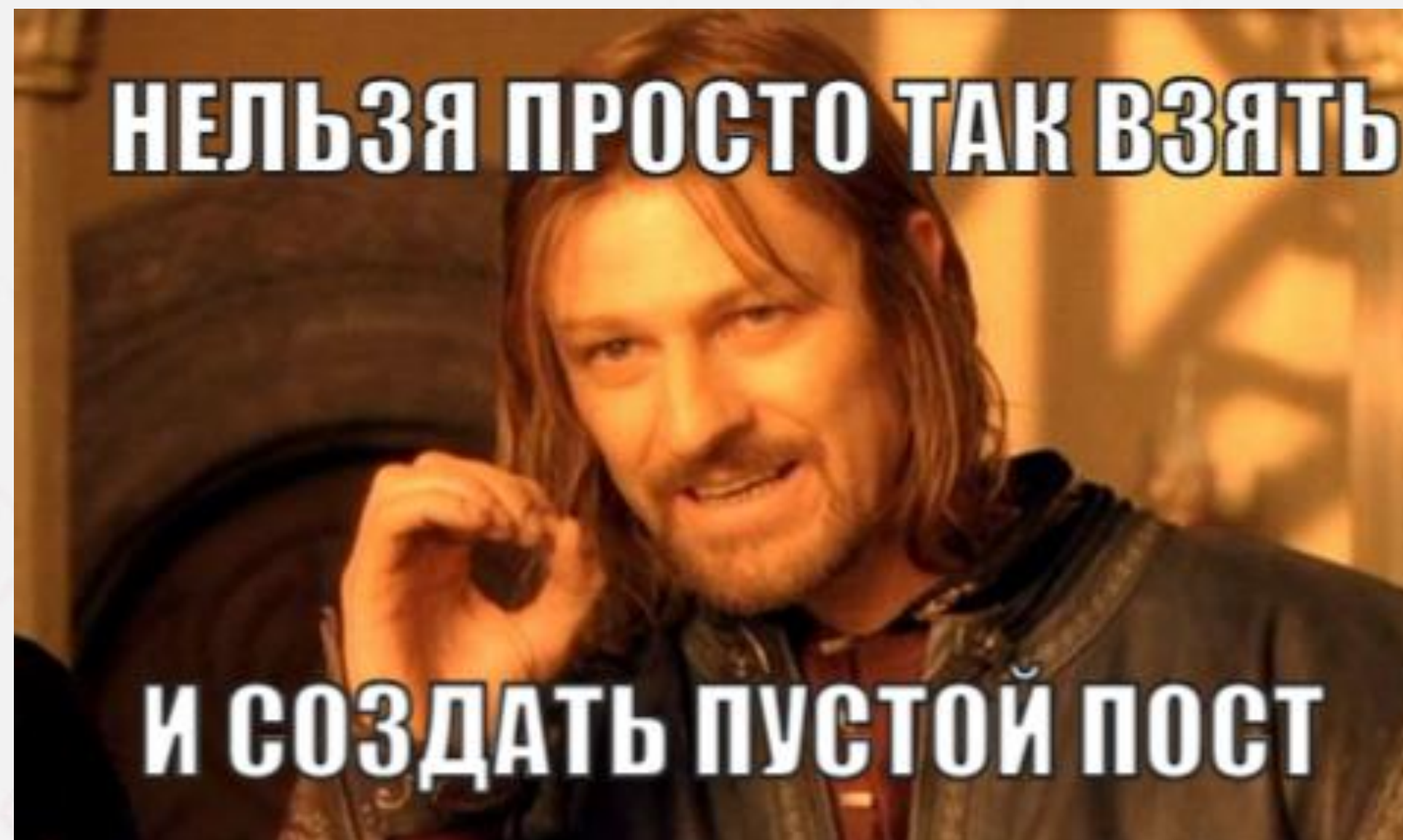


- ▶ Собственные посты с комментарием, например, события. Упоминание компании обязательно (можно отмечать хештегом #ICLServices или меткой @).
- ▶ Репосты с аккаунта бренда + собственное мнение (комментарий к посту)

Иллюстрируем контент правильно

Полезные ссылки для создания цепляющих внимание фото и видео:

- ▶ Сервисы для кросс-постинга: [Amplifr](#), [Buffer](#), [Hootsuite](#)
- ▶ Бесплатные фото с лицензией: [Pixabay](#), [Freerik](#) + [70 лучших ресурсов](#)
- ▶ Обработка видеороликов на смартфоне: InShot, GoPro Quik
- ▶ Обработка фотографий на смартфоне: Adobe Lightroom CC, Snapseed, VSCO
- ▶ Классные шаблоны для фото и GIF – [Canva](#)
- ▶ NB!: видео для Reels/Stories снимаем вертикально, пост в Instagram – квадрат, а в LinkedIn, Twitter – прямоугольник.



- ▶ NB!: видеоролик в посте/Reels длится не более минуты, в Stories – 15 секунд.

Что нельзя делать, если ваш аккаунт приобрел бизнес-характер?



Публиковать политический и религиозный контент



Участвовать в баталиях в комментариях



Участвовать в скандалах

НАДЕТЬ и ОДЕТЬ

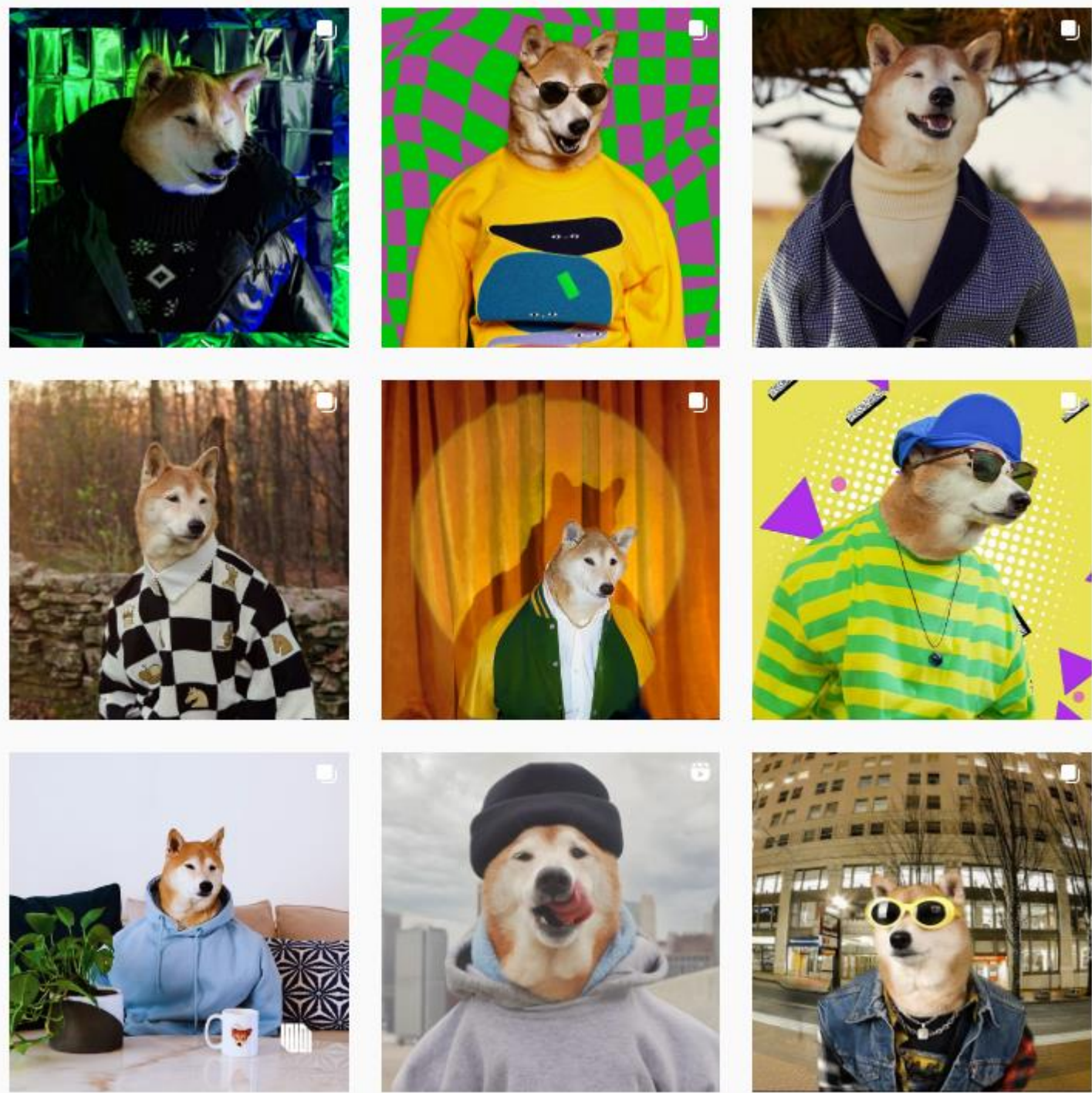
*Нельзя надеть Надежду,
Нельзя одеть одежду.
Надеть одежду можно.
Одеть Надежду можно.*

Допускать грамматические и пунктуационные ошибки

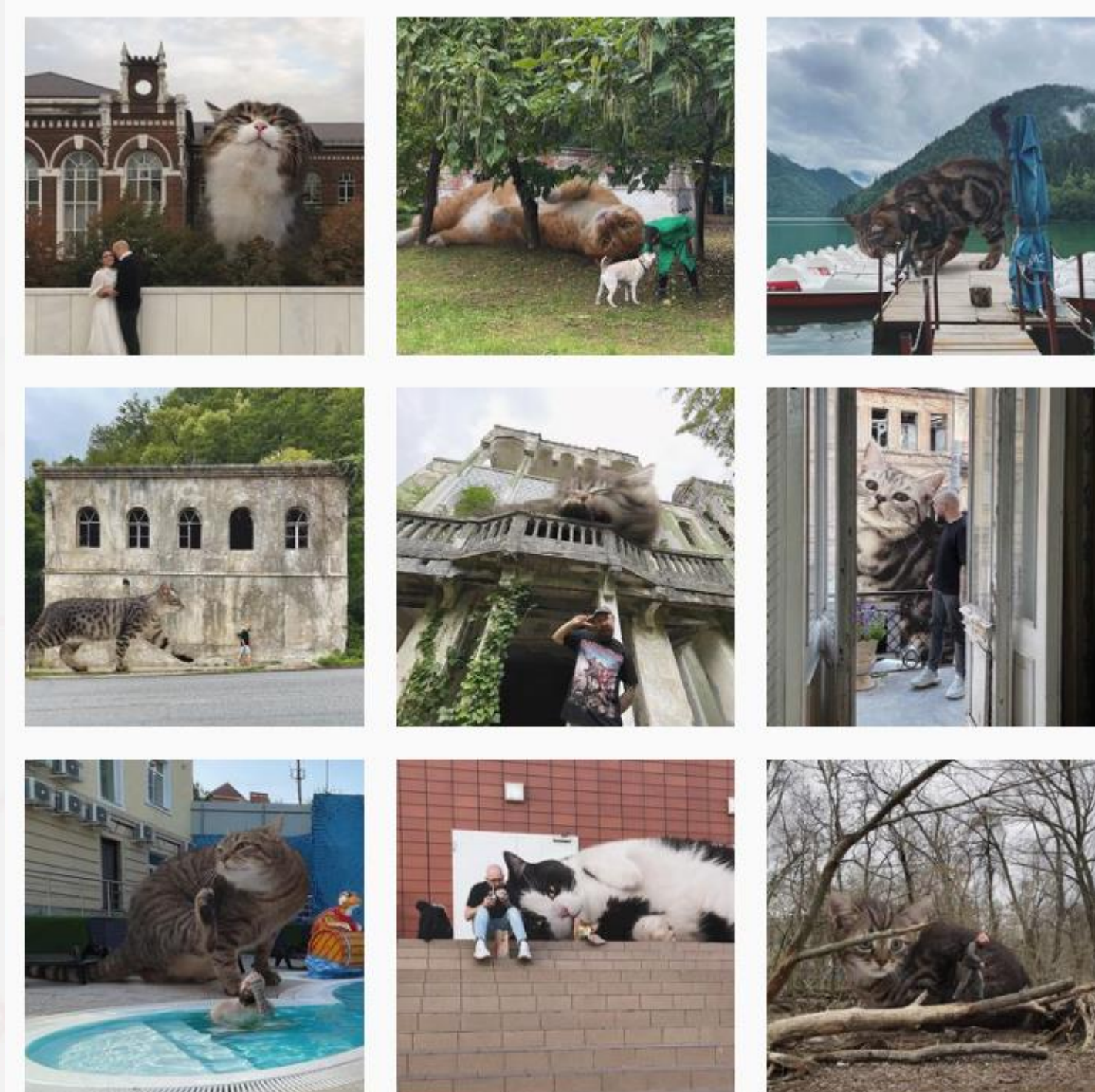


Публиковать много развлекательного контента, шуток, мемов

Несколько аккаунтов для вдохновения

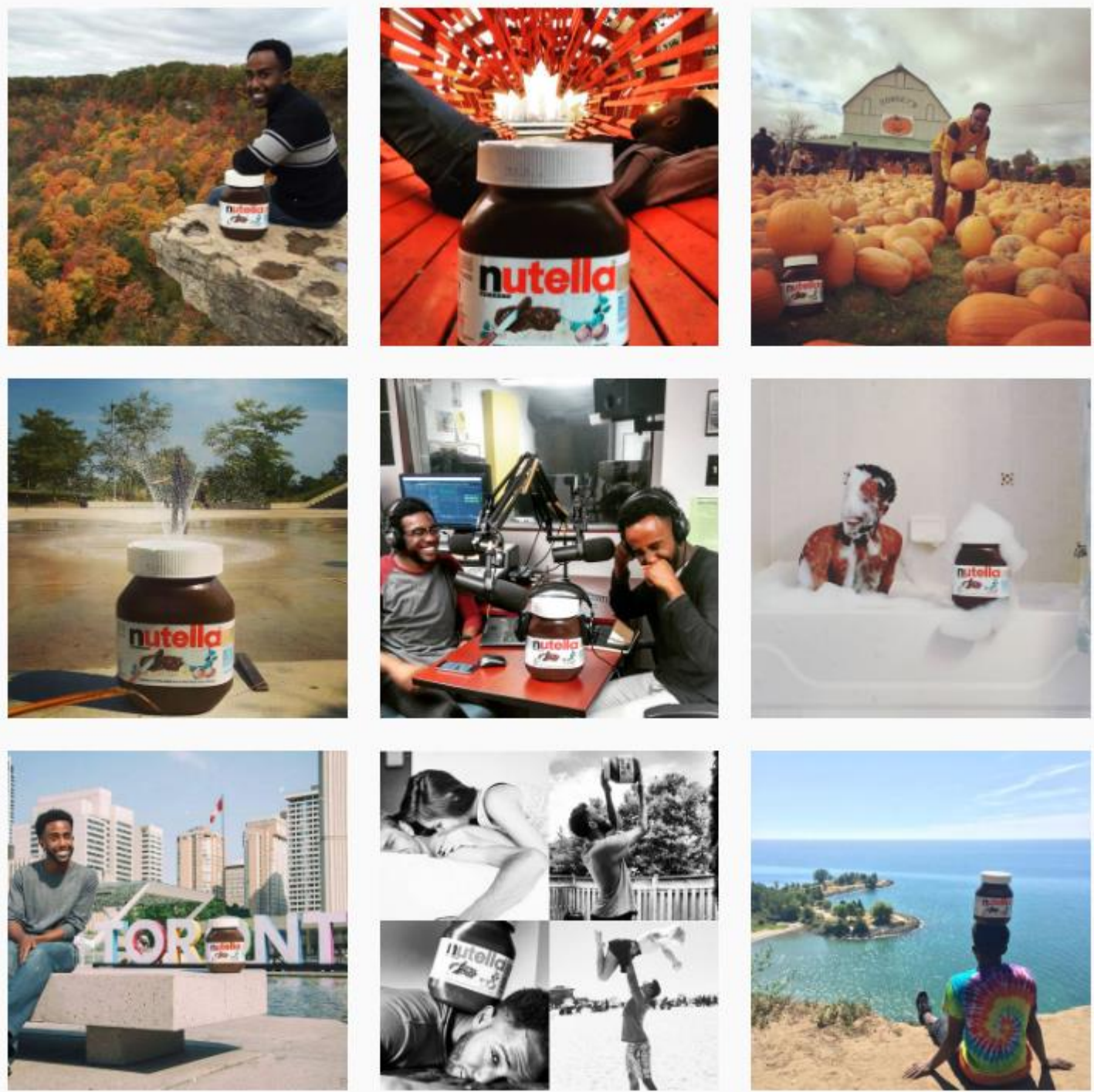


[Аккаунт 1](#)

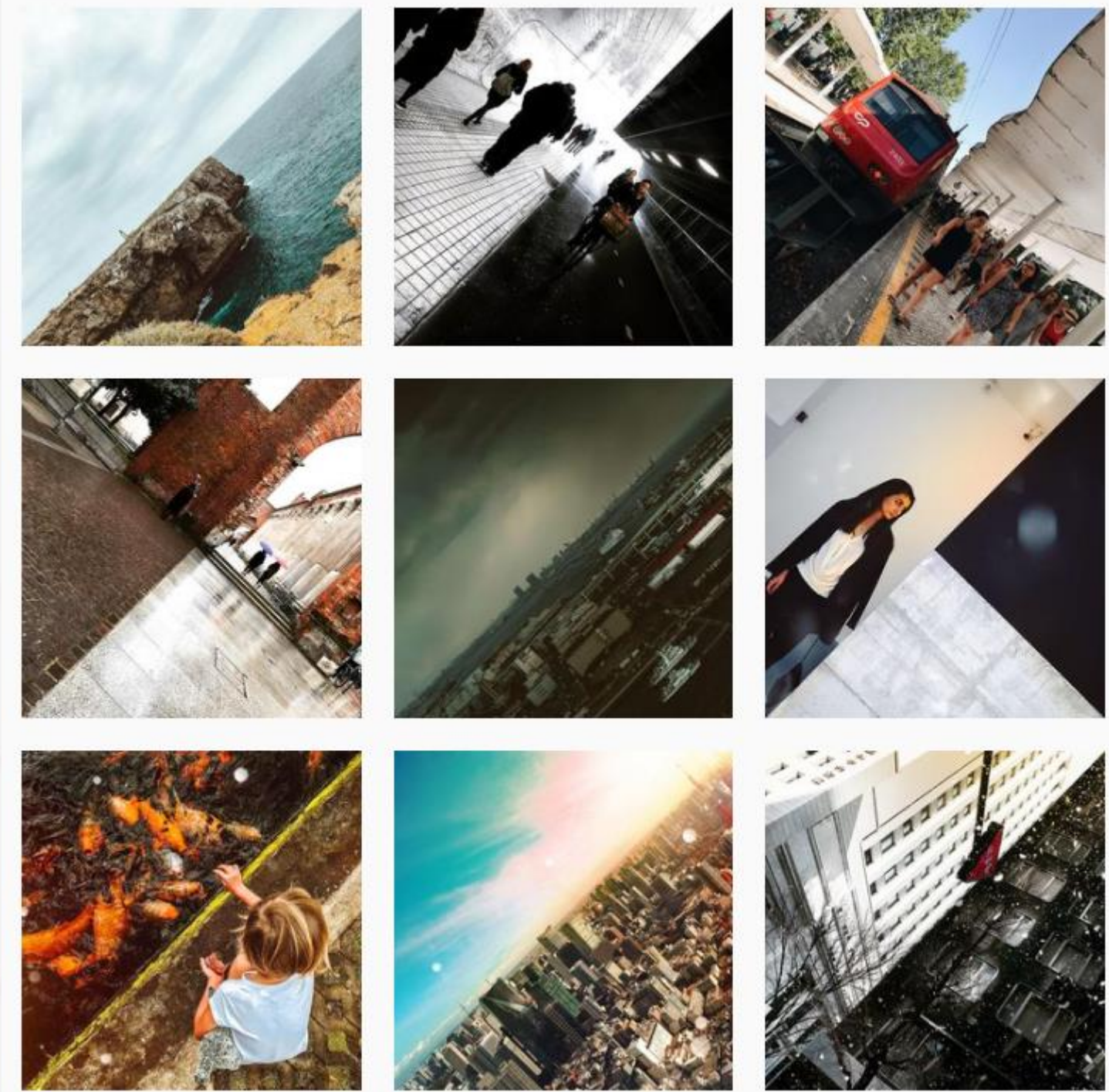


[Аккаунт 2](#)

Несколько аккаунтов для вдохновения

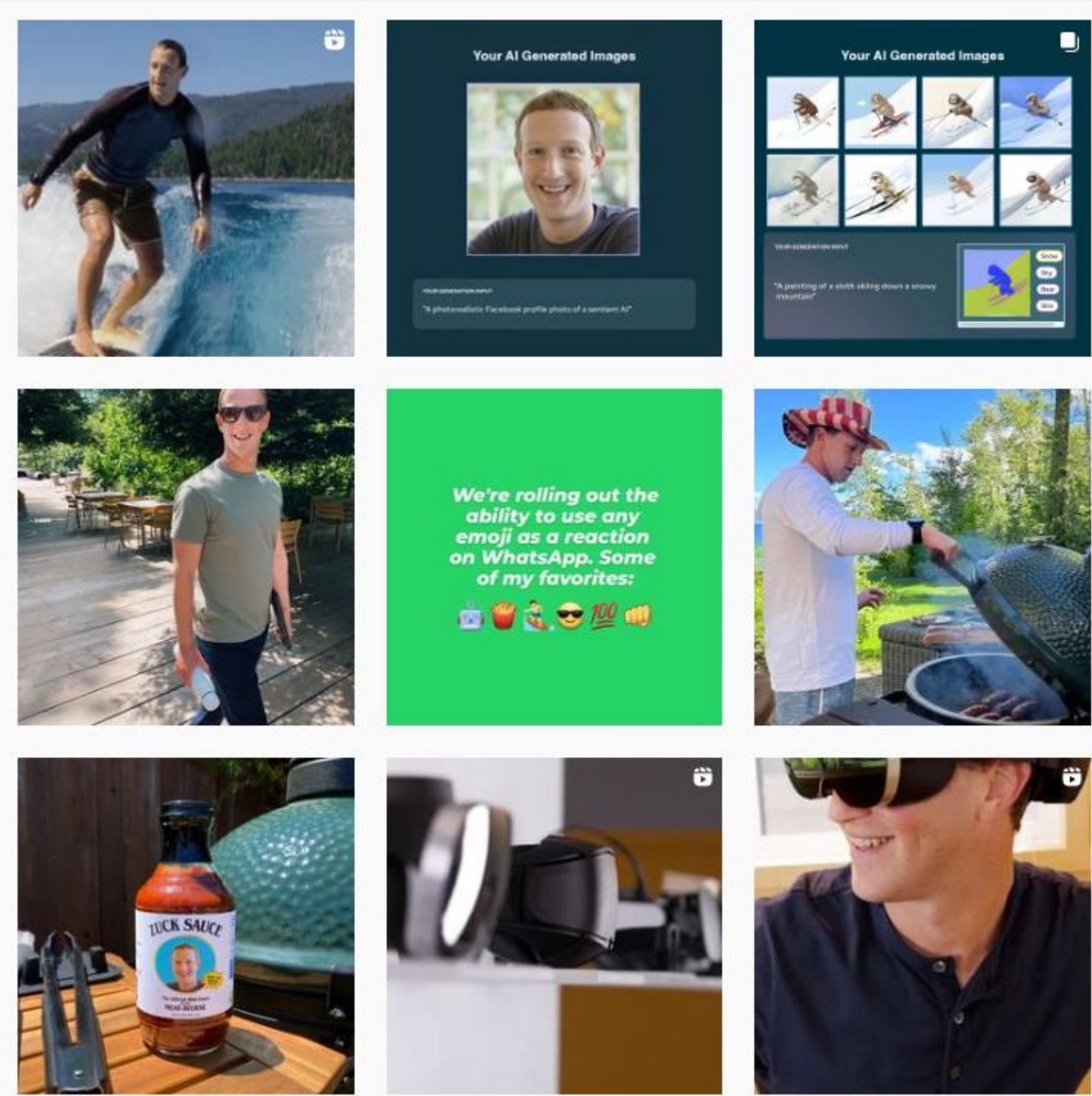


Аккаунт 3

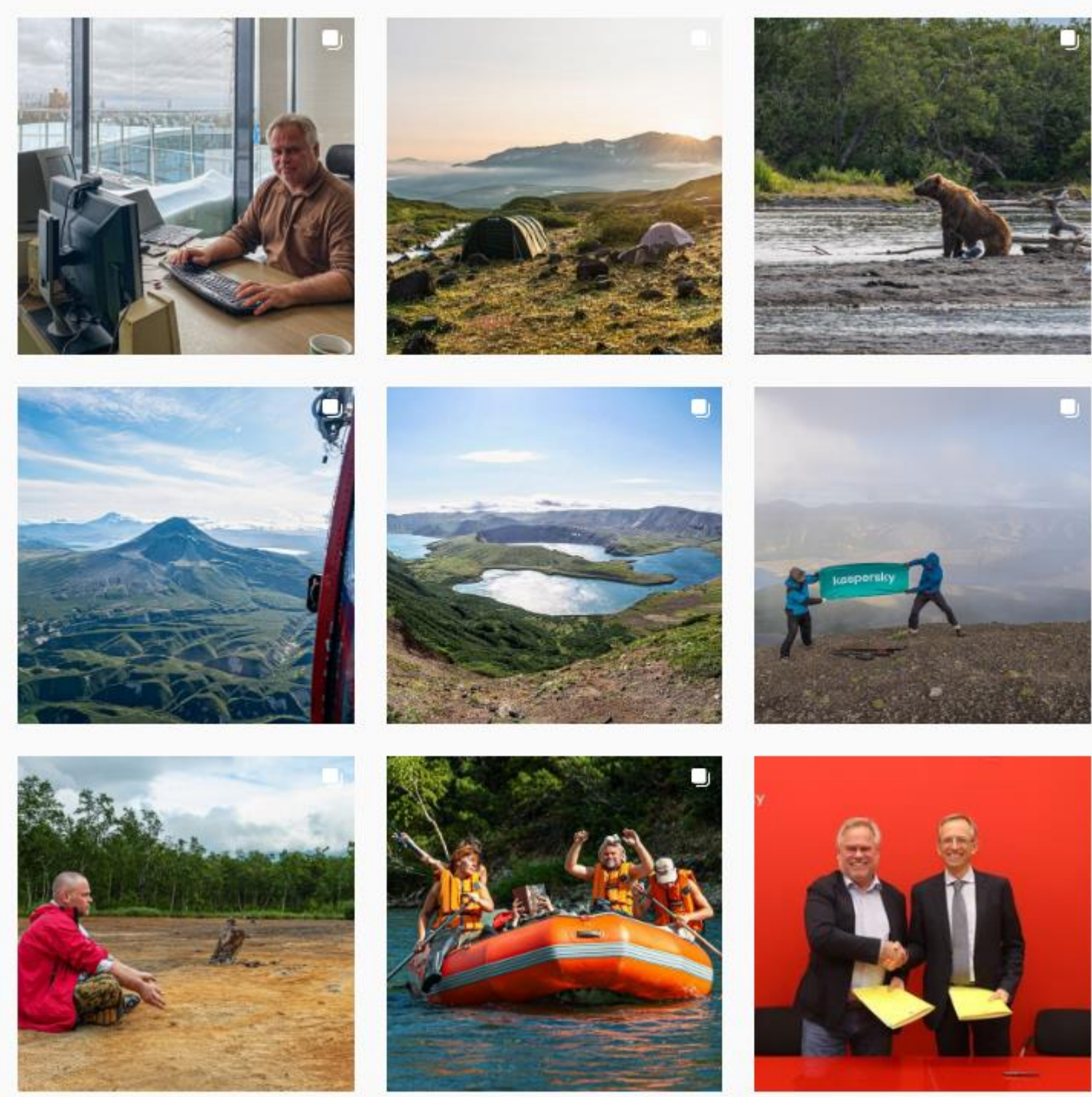


Аккаунт 4

Несколько аккаунтов для вдохновения

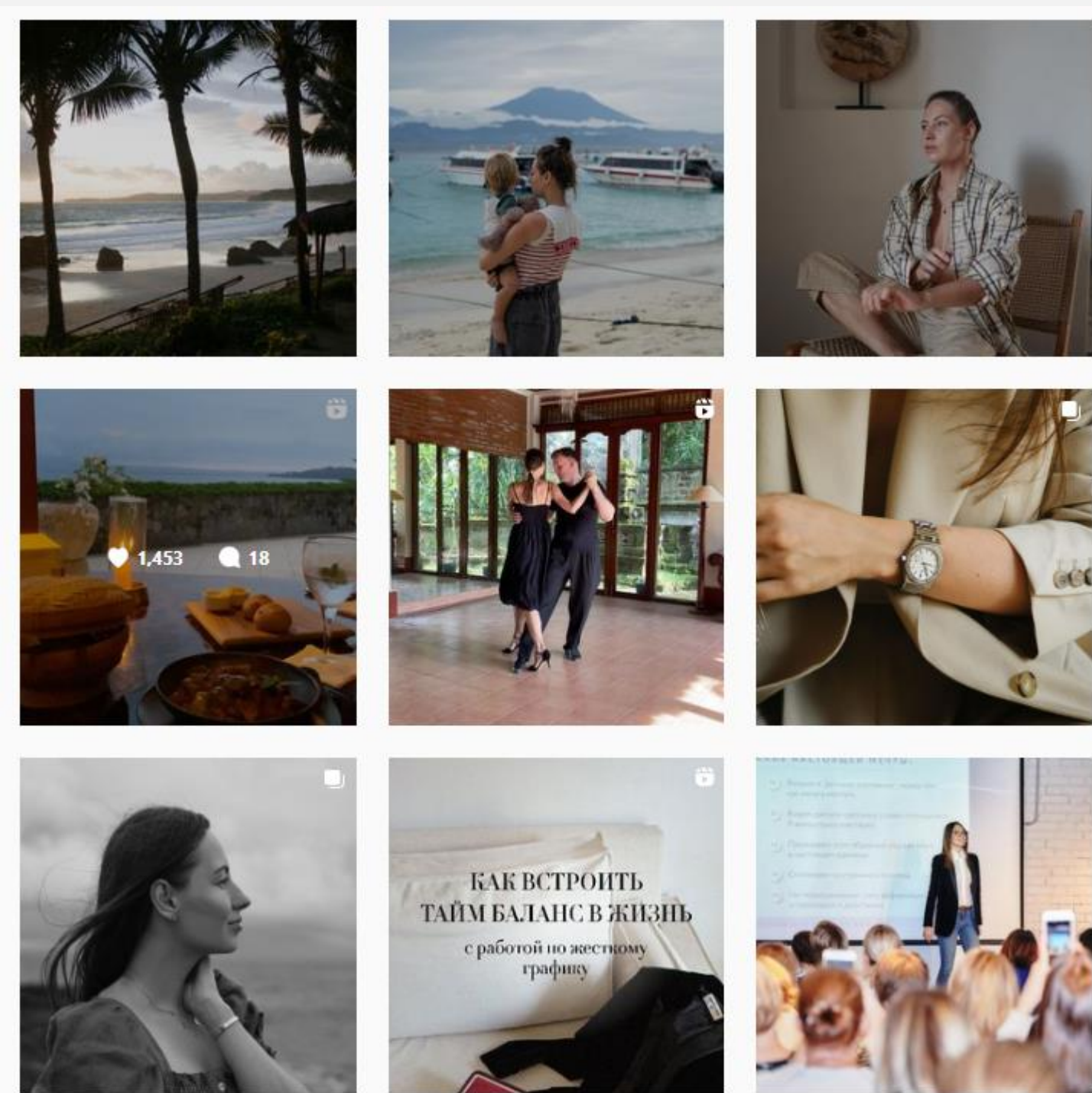


[Аккаунт 5](#)

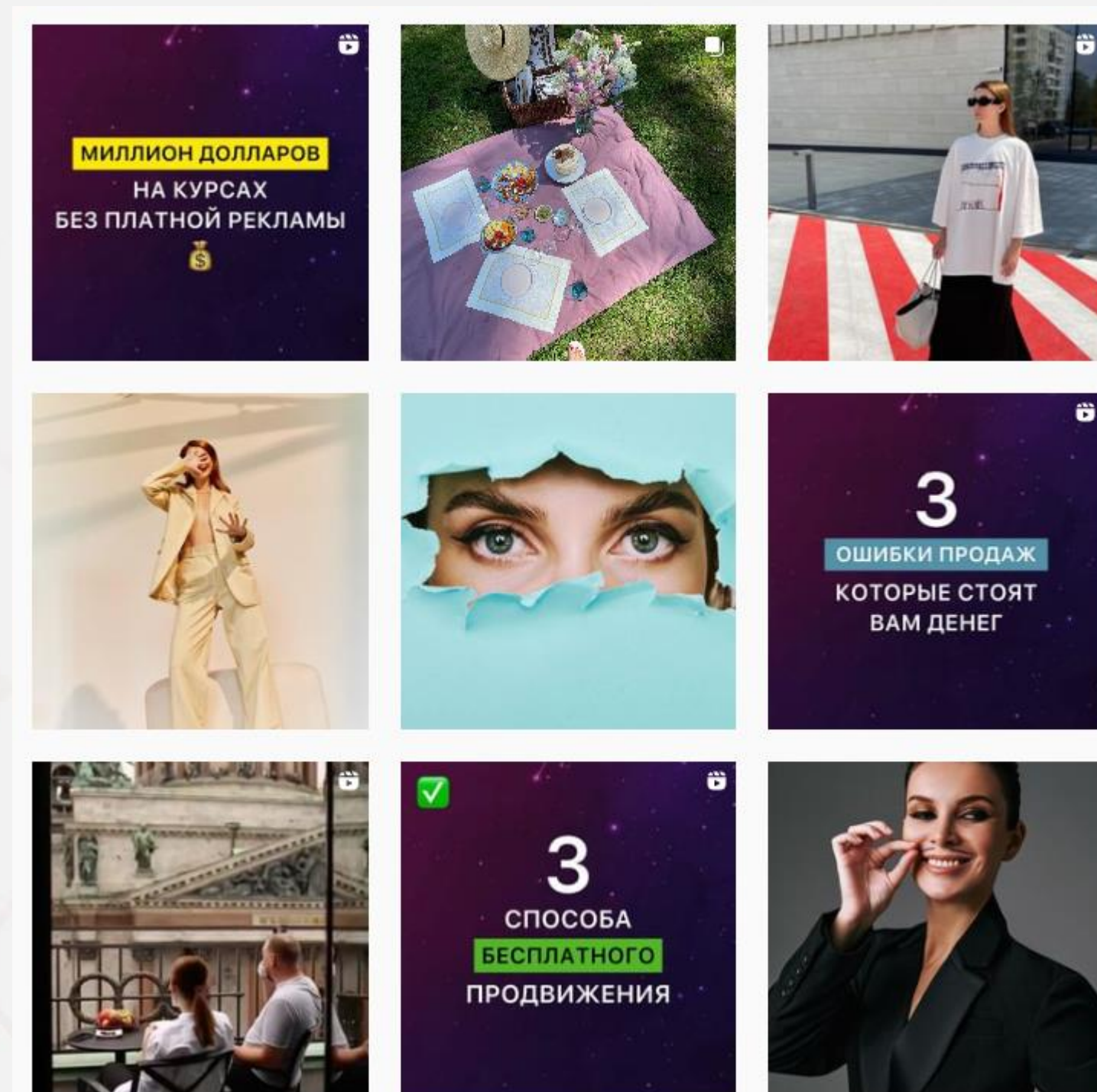


[Аккаунт 6](#)

Несколько аккаунтов для вдохновения



[Аккаунт 7](#)



[Аккаунт 8](#)

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

