

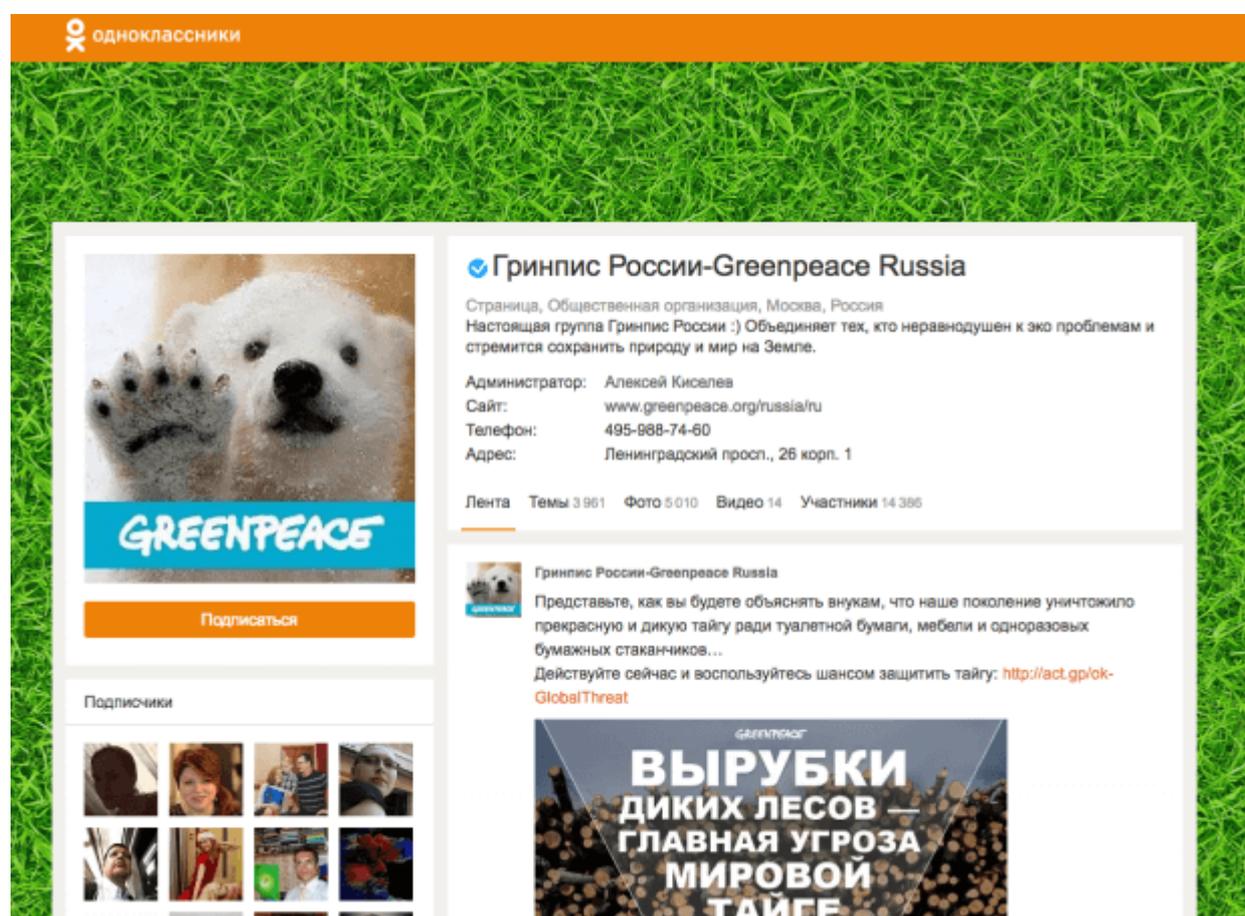


Как подружиться с «Одноклассниками»: опыт контент-менеджеров общественных организаций

Наталья Баранова

<https://te-st.org/2017/02/06/ngos-and-promotion-in-odnoklassniki/>

Статья обновлена 21 декабря 2024



Сложно ли найти целевую аудиторию в социальной сети «Одноклассники»? Как выстроить работу и понять эффективность ведения странички? Корреспондент Теплицы Наталья Баранова задала эти вопросы контент-менеджерам и специалистам общественных организаций и сформулировала 7 советов для тех, кто пока не понял специфику сообщества и не разработал собственной стратегии ведения группы в социальной сети «Одноклассники».

Эксперты утверждают, что «**Одноклассники**» – социальная сеть со своими особенностями. «Пользователя со всех сторон атакуют уведомления, реклама, разнообразные предложения», – уточнила руководитель отдела по связям с общественностью благотворительного фонда «**Линия жизни**» **Елена Ноготкова**. (Подписчиков в группе фонда около 9 тысяч человек). Но, несмотря на это, по ее словам, именно «Одноклассники» позволяют получить максимальный охват собственных

подписчиков.

С коллегой согласилась руководитель отдела по работе с подопечными Челябинского общественного движения помощи онкобольным детям **«Искорка» Татьяна Просвирнина**. (Подписчиков в группе фонда около 2 тысяч человек). До 2016 года «Одноклассники» для их продвижения были на первом месте по распространению информации. Однако в 2016-м аудитория стала постепенно переходить в ВКонтакте.

По мнению руководителя проектов в социальных сетях международной общественной организации **«Гринпис России» Марии Дзюбы**, привлечь целевую аудиторию в этой социальной сети вполне возможно. (Подписчиков в группе фонда более 14 тысяч человек). «Проблема в том, что все считают эту социальную сеть сетью для регионов и делают больший упор на ВКонтакте и Фейсбук как на более раскрученные, а сил и бюджетов на «Одноклассники» уже не остается», – отметила эксперт.

«География аудитории в ВКонтакте и Одноклассниках отличается незначительно. Жителей Москвы в сообществах 22-25%. Самый популярный формат – видео. Здесь «Одноклассники» следуют общим тенденциям. Нужно увеличивать долю видеоконтента. Нужно отрабатывать комментарии, общаться с пользователями».
Елена Ноготкова

Сформировать портрет аудитории, по мнению экспертов, довольно сложно. Но, по словам **Елены Ноготковой**, доля мужской аудитории значительно выше, чем в других социальных сетях их фонда. **Татьяна Просвирнина** считает, что сейчас аудитория в «Одноклассниках» более доброжелательная, но менее активная.

Особенность «Одноклассников» еще и в том, что сеть не ранжирует ленту новостей под поведенческие привычки и предпочтения пользователя. По словам **Елены Ноготковой**, сокрытий публикаций из ленты здесь значительно больше, чем в ВКонтакте и Facebook.

Что делать, чтобы получать «классы» и активно продвигать проекты в «Одноклассниках»

- 1. Публикуйте видео.** Контент-менеджеры заметили, что большей популярностью пользуются видеоролики. Так что этим наблюдением не стоит пренебрегать.
- 2. Не пользуйтесь автопостингом.** По информации **Татьяны Просвирниной**, записи нужно публиковать вручную, тогда можно добиться большего эффекта. Посты, размещенные вручную, набирали больше «классов» на страничке фонда «Искорка». Опыт Татьяны показал, что если настроить автоматизацию постов из другой социальной сети, то на мобильной версии изображение отображаться не будет.
- 3. Удаляйте негативные комментарии.** Эксперты советуют придерживаться правил модерации, как и в любой другой социальной сети. **Татьяна Просвирнина** советует сразу же удалять негативные отзывы, а на вопросы, даже неудобные, отвечать оперативно.
- 4. Экспериментируйте с постами.** **Мария Дзюба** уверена, что правильно оформленный пост с цепляющим инфоповодом будет хорошо распространяться вне зависимости от социальной сети, времени и дня публикации.

«Перед тем как отправлять каждый пост, задумывайтесь, а остановился ли ваш глаз на этой картинке или видео при перелистывании ленты? В нашу информационную эру нужно постоянно удивлять, быть ярким и цепляющим

эмоционально. Без ошибок не будет развития, поэтому не бойтесь их совершать».
Мария Дзюба

К примеру, у «Искорки» популярностью пользуются посты-поздравления врачей с днем рождения. Долгое время фонд сомневался: нужно ли публиковать посты-сообщения о смерти ребенка, подопечного фонда. В итоге такие посты начали размещать, и фонд получил много отзывов-благодарностей от родителей, были и негативные комментарии. Единицы после таких сообщений удалялись из группы фонда.

Также опыт **Татьяны Просвирниной** показал, что пользователи в «Одноклассниках» читают объемные посты. Больше «классов» набирают те записи, в которых текст статьи размещен полностью, а не пару предложений со ссылкой на сайт.

5. Анализируйте эффективность вашей работы. Для анализа эффективности странички эксперты изучают внутреннюю статистику «Одноклассников». Если необходимо узнать переходы на сайт и источники трафика, можно воспользоваться Google Analytics или Яндекс.Метрикой.

Еще по теме: Что общественные организации измеряют с помощью Google Analytics

Кроме того, в «**Гринпис России**» и фонде «**Линия жизни**» пользуются сервисом по аналитике контента **Popsters**. Через него можно легко узнать лучшие посты за определенный срок, активность по длине текста или по типу контента. **Елена Ноготкова** заметила, что подписчики фонда в «Одноклассниках» активны в самом начале дня.

«Обязательно ведите статистику по росту группы (сколько новых участников), считайте ER (коэффициент вовлеченности пользователя) за один день, за неделю, и по каждому посту. Мы также считаем количество переходов на наши петиционные страницы именно из «Одноклассников». Мария Дзюба

6. Покупайте рекламу, если у вас есть возможность. Еще в предыдущем материале о том, как вести социальные сети, эксперты сообщили, что реклама – это эффективный способ продвижения для общественной организации. Поэтому запуск рекламных кампаний в «Одноклассниках» актуален так же, как и в любой другой социальной сети. Правда, Елена Ноготкова призналась, что конкурировать с объемом рекламных предложений на этой площадке трудно.

Например, фонд «Линия жизни» пользуется сервисом компании Mail.ru под названием **Mytarget** для размещения анонсов мероприятий.

7. Договаривайтесь с другими сообществами. По словам **Елены Ноготковой**, основная цель фонда в «Одноклассниках» – увеличить охват вне группы и привлечь новых пользователей.

Например, благотворительную акцию фонда «Линия жизни» «Чья-то жизнь уже не мелочь», которая прошла в 11 городах России, информационно поддержали тематические городские паблики в «Одноклассниках». **Елена Ноготкова** считает такое взаимодействие полезным ресурсом, которым нужно активно пользоваться, налаживая контакты с другими сообществами.