



Продвижение проектов НКО: 5 шагов для начинающих

Руслан Шекуров

<https://te-st.org/reports/how-to-present-your-project/>

Статья обновлена 01 июня 2023



5 октября 2016 года в Казани прошел митап Теплицы социальных технологий на тему **«Как представить свой проект в Интернете»**. **Екатерина Петрова**, управляющий партнер и директор по маркетингу Лаборатории интернет-продвижения BS Lab, рассказала участникам митапа о том, как вовлечь подписчиков в активную деятельность и о приемах продвижения сообществ.

Екатерина разделила продвижение проектов на пять шагов, которые следует сделать при представлении своего проекта в социальных сетях.

1. Выбор целевой аудитории

Помогать всем – это означает никому не помогать, поэтому убедитесь, что ваша целевая аудитория выбрана правильно. Составьте общий портрет целевой аудитории, а затем более детально распишите портрет конкретного человека, которому будет полезен проект.

Еще по теме: Как создавать вирусные материалы, которыми пользователь будет делиться «на автомате»

2. Поиск аудитории

Детально описав аудиторию, нужно определить социальную сеть, в которой вы будете ее искать: ВКонтакте, Instagram, Facebook. Подача информации о проекте различна для всех трех социальных сетей.

- Если это **ВКонтакте**, пишите емкий и короткий текст, желательно с использованием красивой яркой иллюстрации. Найти такую иллюстрацию можно на фотостоках.

Еще по теме: 12 сайтов, где можно найти бесплатные фотографии высокого качества.

- Выбирая **Instagram**, следует помнить, что человек приходит в эту социальную сеть не для того, чтобы читать длинный текст. Лучше информацию размещать в форме вопроса или призыва, а за более детальной информацией направлять на сайт. Например: «Вы хотите помочь проекту? Если да, то смотрите более подробную информацию на нашем сайте».
- Если вы решили выбрать **Facebook**, то остановитесь на объемном и информативном тексте о вашем проекте. Здесь любят читать.



Екатерина Петрова, управляющий партнер и директор по маркетингу Лаборатории интернет-продвижения BS Lab.

Фото : Руслан Шекуров.

3. Знакомство с аудиторией

Чтобы начать разговаривать с людьми, нужно разговаривать о людях. Говорите на простом и понятном для аудитории языке и меньше используйте сложные научные термины. Чем больше человечности в тексте, тем больше заинтересованности будет в вашем проекте.

Важным пунктом в знакомстве с аудиторией будет создание верифицированного рабочего аккаунта. ВКонтakte запрещено создавать личные страницы под именем проекта, поэтому стала появляться практика создания рабочих аккаунтов сотрудников организации с минимумом личной информации. Через подобные рабочие аккаунты происходит поиск нужной аудитории и рассылаются приглашения в группу проекта.

4. Оформление группы

Правильное оформление страницы группы проводится по трем правилам:

- название вашей организации/проекта;
- привязка к географии, так как при поиске новой группы пользователи ориентируются на свою геолокацию;
- создание аватара в виде логотипа организации.

Если группа находится в **Instagram**, то в описание надо добавлять адрес сайта проекта.

5. Публикация контента

Самое оптимальное время для публикации текста в группе – это 7.30 – 7.50 утром, с 12.00 до 14.00 в обед и с 19.00 до 22.00 вечером.



ВРЕМЯ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ПОСТОВ

	ЛУЧШЕЕ	ХУДШЕЕ
ПОСТ БЛОГА	11 AM	6 AM
YOUTUBE	1 PM - 3 PM	3 AM - 7 AM
FACEBOOK	1 PM - 4 PM	8 PM - 8 AM
TWITTER	1 PM - 3 PM	8 PM - 9 AM
PINTEREST	2 PM - 4 PM	5 PM - 7 PM
	8 PM - 1 AM	
GOOGLE+	9 AM - 11 AM	6 PM - 8 AM
LINKEDIN	7 AM - 9 AM	10 PM - 6 AM
	5 PM - 6 PM	

Время для размещения постов. Фото предоставлено сообществом.

Размещать информацию лучше в одно и то же время, так как аудитория привыкает к определенному времени подачи информации. Важно учитывать и день размещения текста. Наблюдения показали, что лучшие дни для размещения информативных сообщений – среда и четверг, для развлекательного контента – понедельник, пятница.

Совет Екатерины Петровой: учитывайте особенности той или иной социальной сети и подстраивайте под нее уже готовый текст. Так аудитории будет намного легче воспринимать ваш текст.