

## РЕКОМЕНДАЦІЇ

### «Як покращити роботу громадської організації в соціальних мережах?»

Соціальні мережі діють на багатьох рівнях, починаючи від родин і закінчуючи цілими націями, та відіграють важливу роль в тому, як розв'язуються проблеми, працюють організації та досягають успіху на шляху до власних цілей індивіди.

Основна увага Інтернет-спільноти зосереджена **на внеску користувача** в досягнення спільних цілей, цінностей та спілкуванні.

### Приклади соціальних мереж

<https://www.facebook.com/>

<https://twitter.com/>

<https://www.youtube.com/>

[https://www.instagram.com](https://www.instagram.com/)

<https://telegram.org/>

### 68% українців користуються соціальними медіа!

На початку 2020 року **найпопулярнішими соціальними мережами в Україні** є Facebook (58% від усіх респондентів), YouTube (41%), Instagram (28%) і telegram (14%)<sup>1</sup>.

### Через соціальні мережі ви можете:

- поширити інформацію про діяльність вашої організації,
- стати більш впізнаваною організацією для місцевої влади та громади,
- залучити прихильників та помічників в організацію (волонтерів),
- донести корисну інформацію значно ширшій кількості людей,
- налагодити партнерство,
- залучити фінансування до поточних чи майбутніх проектів організації,
- спростити регулярну звітність перед донорськими організаціями,
- зробити роботу організації «видимою» широкій громадськості.

Для того, щоб залучити багато читачів до своєї сторінки потрібно **розмовляти мовою соціальних мереж!**

Користувачі соціальних мереж націлені **читати мало тексту** і лише найголовніше і обов'язково **дивитися на картинки, відео, інфографіку**. Тому інформація без тематичного візуального супроводу чи з візуальним контентом (ілюстрації, фото, відео) поганої якості приверне мало уваги до тексту.

---

<sup>1</sup> Згідно даних Research & Branding Group

Декілька нецікавих постів про діяльність організації в соціальних мережах і ваші прихильники почнуть відписуватися від вашої сторінки. Також публікація контенту низької якості, або такого, з яким ваша аудиторія (ваші підписники) погано взаємодіє (не лайкає, не коментує, не шерить, не клікає на зображення чи посилання у пості) також призводять того, що алгоритм соціальної мережі (найбільше це стосується Facebook та Instagram) понижає ваш внутрішній рейтинг. Тому усі подальші публікації будуть потрапляти у стрічку до все меншої кількості користувачів.

### **Хто ваша цільова аудиторія в соціальних медіа?**

Чим чіткіше ви зрозумієте хто саме є вашою цільовою аудиторією, то тим легше вам буде підлаштувати ваш контент та стратегію публікацій під неї.

Ви повинні розуміти демографію, інтереси, цінності, географію проживання та особливості вашої цільової аудиторії.

### **Помилки, яких слід уникати:**

- створювати соціальну сторінку для кожного проекту (так ви розпорошуєте свою цільову аудиторію і в решіт-решт можете загубити багато людей, яких цікавить робота вашої організації);
- створити сторінку організації і не заповнювати її інформацією (так сторінка стає «пасивною» і не цікавою);
- розміщувати багато тексту в офіційному стилі (на зразок звіту);
- використання складних і довгих речень (на зразок при написанні наукової статті чи офіційної доповіді);
- розміщувати інформацію на сторінці абияк (одна як-небудь розміщена інформації на сторінці повністю знецінює усю сторінку організації);
- політична упередженість (відверне від вас опонентів окремої політичної сили чи політика);
- розміщення застарілої інформації (читачі в соціальних мережах хочуть читати лише актуальну та «свіжу» інформацію);
- написання тексту з помилками чи неграмотно;
- розміщення багато фотографій;
- розміщення не цікавих фотографій (постановочних фото, фото поганої якості, фото яке не несе жодного смислового навантаження, фото логотипу донора чи організації);
- розміщення негативної чи неправдивої інформації (навіть видалення інформації не гарантує, що її вже хтось не прочитав і не зробив з цього певні висновки);
- дублювання однієї і тієї ж інформації;
- розміщення особистих та контактних даних осіб (без їх згоди);
- використання маловідомих скорочень чи аббревіатур у тексті (це не стосується Twitter);
- негативно відповідати на негативні відгуки.

## Як зробити сторінку організації цікавою:

- чітко **розуміти свою цільову аудиторію!** (Хто має читати ваші повідомлення? Чим ваше повідомлення може зацікавити вашого читача? Чи може ваша інформація активувати до дій/підтримки/волонтерської роботи/ширшого визнання?);
- **систематично інформувати** своїх читачів про діяльність та заходи організації, анонсувати заплановані заходи;
- **текст** короткий і лаконічний, але при цьому вичерпний. Мережа Facebook дає досить широкий набір вбудованих функцій, за допомогою яких навіть пост з об'ємним текстом можна зробити максимально інтерактивним і зручним для користувача. Серед згаданих вище мереж, обмеження на кількість символів мають лише **Twitter** (максимально 280 символів, включно з пробілами, всі посилання займають 24 символи не залежно від їхньої довжини, кожен емої займає 2 символи) та **Instagram** (в 1 публікації ви можете вмістити до 2200 символів тексту, включно з пробілами, серед них до 30 згадувань/тегів (@) інших сторінок чи користувачів та до 30 хеш-тегів (#)
- при розміщенні інформації про захід **використовуйте мітки** місця проведення, осіб присутніх на заході, організацій пов'язаних з заходом (Пр.: @tanya – прив'язує ваше повідомлення до сторінки Тані);
- **використання #** (розробіть коротку фразу, кредо організації, яку постійно розміщуйте у своїх текстах і за якими легко буде знайти інформацію про організацію / так само можна помічати ключові слова, місце, асоціації, за якими інші користувачі соціальних мереж зможуть легко знайти інформацію). Пр.: #life4love #kyiv #childrenrights #training #ukraine #organizationLife4Love. Чим більше таких ключових слів ви розміщуєте, тим більша ймовірність, що вашу інформацію прочитають; Але перед запуском якогось нового хеш-тегу перевірте вже наявні в мережі публікації з цим хеш-тегом – адже саме їх будуть бачити ваші підписники, клікнувши на ваш хеш-тег. Перевірте чи не видає система якість непристойні чи інші матеріали, які кардинально суперечать вашим цінностям, або йдуть у розріз з вашою діяльністю. Чи хочете ви, щоб ваша публікація була серед усіх тих? Чи вписується вона туди? Хеш-теги корисно ставити, коли існує багато інших публікацій за суміжною тематикою, які будуть цікаві для ваших підписників. Перевіряйте частотність використання того чи іншого хеш-тегу у відповідній мережі, не гоніться за високочастотними і не тратьте багато часу на розкрутку низькочастотних. Хеш-теги актуальні у Twitter, Instagram, YouTube. Вони не є притаманними у Telegram (їх практично ніхто там не використовує і в цьому мало сенсу), а у Facebook використання хеш-тегів вважається моветоном, ба більше існують думки серед експертів, що використання хеш-тегів у постах призвонить до пониження рейтингу цих постів, а потім і сторінки загалом.
- заохочуйте читачів **поширювати** вашу інформацію;

- **стимулюйте** своїх читачів прочитати та **прореагувати** на ваше повідомлення. Задавайте запитання. Запропонуйте опитування. Наштовхуйте на роздуми;
- активно **коментуйте** сторінки тих осіб, яких би ви хотіли залучити до своєї цільової аудиторії (включаючи державних службовців, соціальних працівників, громадських активістів). Якщо ви активні у спілкуванні на їхній сторінці, то про вас можуть дізнатися читачі чи підписними цієї особи. Так ви розширюєте коло своїх читачів;
- **запрошуйте** через соціальні мережі знайомих вам людей долучитися до вашої сторінки;
- на початках попросіть ваших знайомих відреагувати на розміщенні інформації від організації (прокоментувати, поставити «вподобати»);
- розміщення **інформації про реальне життя** організації, а не лише фінальну частину (покажіть підготовку до заходів, а не лише сам захід);
- реагувати на кожен коментар на вашій сторінці (соціальні мережі спрямовані на **двосторонній зв'язок**, а не просто розміщення інформації); давайте людям більше інформації, наводьте посилання на ваш сайт, або ж на інші/попередні публікації де певна тема була розкрита.
- використовувати **скорочену назву організації** (яку легко запам'ятати);
- **переймайте успішні практики** інших громадських організацій (підпишіться на сторінки своїх колег, особливо тих, які успішні в соціальних мережах).
- **Систематично переглядайте свою статистику**, щоб розуміти який контент працює краще, на що краще реагує ваша аудиторія. Відповідно підлаштовуйте подальший контент таким чином – більше того, що збирає багато взаємодій (коментарів, лайків, шерів), відмовляйтесь від публікації того контенту, з яким мало взаємодій, або подумайте як його переформатувати і подати у іншому вигляді вашій аудиторії

Соціальні мережі можуть бути використані й для **поширення дезінформації**. Перед тим, як поширювати інформацію, яка була розміщена не вами, перевірте її на достовірність.

**Корисні інструменти для роботи з графічними об'єктами:** Canva, SnapSeed, Legend, Unfold, Phonto, Spark Post, Spark Video, Quick.

## Приклади інфографіки:

### Підготуватися та запобігти

#### COVID-19: Приберіть, а потім проведіть дезінфекцію вдома



Використовуйте найвищий температурний режим прання

Помийте та продезінфікуйте кошик для білизни

Використовуйте рукавички

[cdc.gov/coronavirus](https://www.cdc.gov/coronavirus)

315705-1 March 30, 2020 11:34AM

### Коронавірусна хвороба 2019 (COVID-19)



Повідомляється, що у пацієнтів з COVID-19 проявляються ознаки респіраторного захворювання середнього та важкого ступеня. Симптоми:

- Висока температура
- Кашель
- Задишка

\*Симптоми можуть проявлятися на проміжку часу від 2 до 14 днів після інфікування.

Звертайтеся по медичну допомогу, якщо - симптоми прогресують, ТА - якщо ви перебували у близькому контакті з особою, у якої виявлено COVID-19, або якщо ви подорожували у регіони, де зафіксоване поширення та передача у громаді COVID-19.

[cdc.gov/COVID19](https://www.cdc.gov/COVID19)

314705-B March 16, 2020 12:16 PM

# Підготуватися та запобігти

## COVID-19: Приберіть а потім проведіть дезінфекцію вдома

Мийте все з водою та милом

Користуйтеся рукавичками

Приділяйте увагу поверхням, яких ви торкаєтесь найчастіше



[cdc.gov/coronavirus](https://cdc.gov/coronavirus)

315730-N March 27, 2020 7:03 PM

Хочете дізнатися більше про інфографіку?

- 1) <https://ua.venngage.com/blog/what-is-an-infographic/>
- 2) [https://www.canva.com/ru\\_ru/sozdat/infografika/](https://www.canva.com/ru_ru/sozdat/infografika/)
- 3) <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/10-sovetov-po-sozdaniyu-infografiki-i-podborka-instrumentov/>