

Эффективный госпаблик учреждения культуры



методическое руководство

СОДЕРЖАНИЕ

БЛОК 1 – ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Стандарт развития госпабликов в сфере культуры.....	3
Чек-лист для администратора	4
Каким должен быть госпаблик в сфере культуры?.....	5
Федеральный закон о госпабликах.....	6
Метка «Госорганизация».....	7
Виджеты ПОС.....	8

БЛОК 2 – КОНТЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

Ключевые месседжи.....	9
Дизайн.....	10
Контент-план	11
Федеральная повестка.....	12
Конструктор поста.....	13
Сторителлинг.....	14

БЛОК 3 – КАЧЕСТВЕННЫЙ КОНТЕНТ

8 принципов качественного контента	15
Живой язык.....	16
Качественные видео.....	17
Качественные фото.....	18

Качественная инфографика и карточки.....	19
Интерактивные форматы.....	20
Работа с комментариями.....	21
Истории.....	22
Приземление федеральной и региональной повестки.....	23

БЛОК 4 – ДОПОЛНИТЕЛЬНО

Инструменты продвижения.....	24
Таргет.....	25
Как обезопасить аккаунты.....	26
QR-код госпаблика.....	27
Примеры лучших госпабликов.....	28
Канал и сообщество про госпаблики.....	30



Стандарт развития госпабликов учреждений культуры

Уважаемые коллеги, **благодаря вашим усилиям** госпаблики в сфере культуры активно создаются и развиваются. Официальный статус направление приобрело с вступлением в силу 270-ФЗ («закона о госпабликах»).

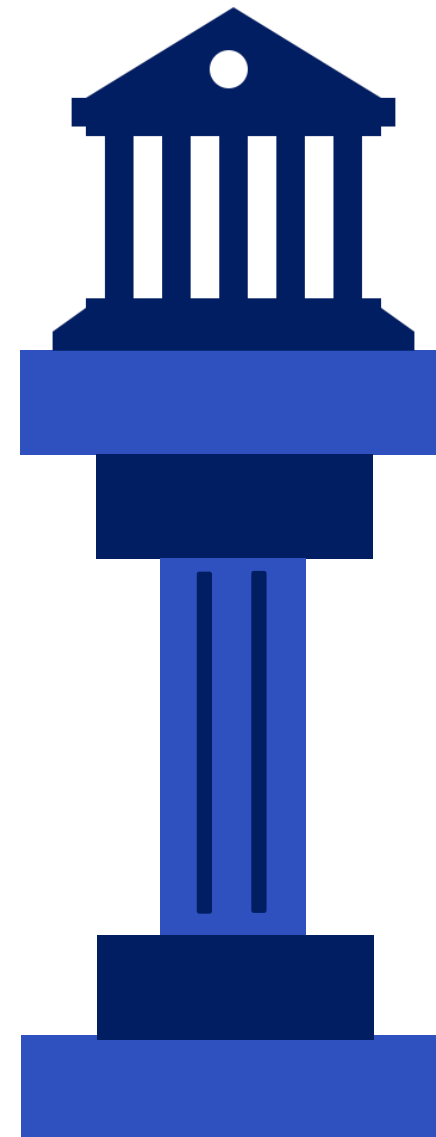
Мы благодарим вас за проделываемую работу. Вы вносите большой вклад в открытость власти, становитесь важным звеном в коммуникации между деятелями культуры и их поклонниками, посетителями, сотрудниками и руководством учреждений, а также представителями власти.

В помощь вам мы, АНО «Диалог Регионы»* **подготовили методическое руководство по развитию госпабликов, представляющих эту большую и важную сферу.**

Документ, который вы сейчас читаете, поможет вам:

- Повысить качество ведения сообществ
- Ускорить и упростить работу по планированию, производству и публикации контента
- Продвигать вашу группу и привлечь новую аудиторию
- Повысить активность аудитории в сообществе
- Сделать ваши страницы и сообщества эффективным и удобным каналом диалога для пользователей
- Выстроить системную работу не только по новостям и жизни учреждения, но и по региональной и федеральной повесткам

**АНО «Диалог Регионы» — это всероссийский центр компетенций в сфере интернет-коммуникаций. Одна из его задач — развитие госпабликов. На данный момент в России функционируют 84 Центра управления регионами (ЦУР), структурных подразделений «Диалога». Дополнительную информацию вы найдете на сайте: <https://dialog.info>*



Чек-лист для администратора

Базовые требования и оформление

- Госметка
- Краткое и простое название
- Обложка и аватарка
- Заполненное описание учреждения, адрес, режим работы, контакты

Качественный контент

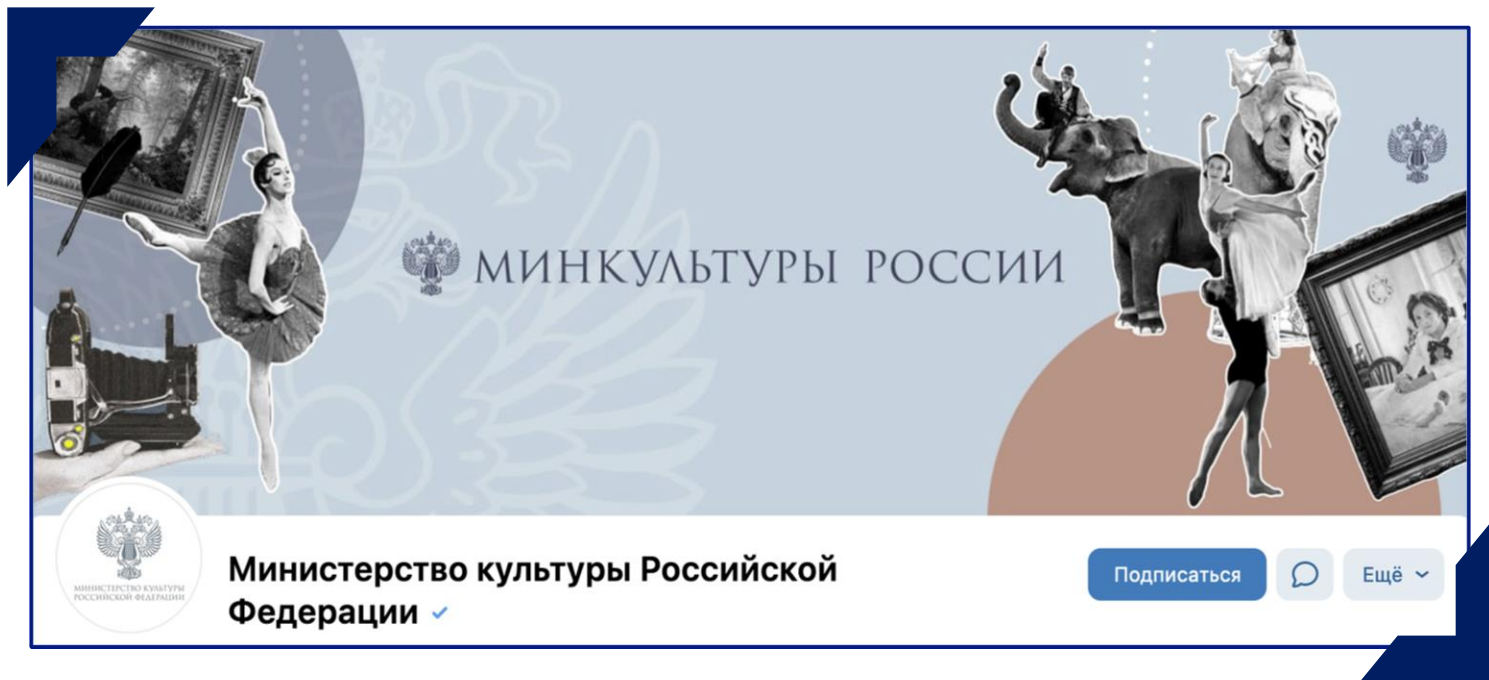
- Основа контента — значимые для подписчиков новости о работе учреждения и государства в целом
- Федеральные и региональные новости, подходящие по тематике
- Не только официальный, но также полезный и развлекательный контент
- Минимум 3 публикации в неделю
- Простой и понятный, не канцелярский язык
- Живые, а не кабинетные фото
- Используется видео, VK-клипы, VK-истории
- Используются интерактивные форматы: опросы, вопросы подписчикам, конкурсы, прямые эфиры

- Единый стиль оформления паблика и постов
- Виджеты ПОС «Сообщить о проблеме» и «Высказать мнение»
- Ответы в комментариях на содержательные вопросы, поддержка общения

Продвижение для роста подписчиков, просмотров, активности

- Распечатанный QR-код в проходном месте и на мероприятиях
- Публикации со ссылкой на паблик в СМИ, других пабликах, у сотрудников, лидеров мнений
- При наличии ресурсов — таргетированная реклама на подписку
- Программа-минимум — более 1000 «живых» подписчиков
- Ваша подписка на [паблик VK](#) и [канал в Телеграмме «Госпаблики — Лучшее»](#)

Каким должен быть госпаблик в сфере культуры?



Сообщество Министерства культуры РФ – флагманский госпаблик в сфере культуры с качественным ведением и оформлением.

https://vk.com/minkultury_rf



РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в Федеральный закон
«Об обеспечении доступа к информации о деятельности
государственных органов и органов местного самоуправления»
и статью 10 Федерального закона «Об обеспечении доступа
к информации о деятельности судов
в Российской Федерации»

Принят Государственной Думой

30 июня 2022 года

Одобен Советом Федерации

8 июля 2022 года

14 июля 2022 года Президент РФ подписал [закон о госпабликах](#). В силу он вступил с 1 декабря того же года.


- [Распоряжение](#) Правительства РФ №2523-р от 2 сентября 2022 года об определении «ВКонтакте» и «Одноклассников» в качестве площадок для ведения госпабликов
- [Постановление](#) Правительства РФ № 2306 от 15 декабря 2022 года о закреплении за АНО «Диалог Регионы» статуса координатора создания и сопровождения госпабликов
- [Постановление](#) Правительства РФ № 2560 от 31 декабря 2022 года о правилах размещения информации в госпабликах и их взаимодействии с платформой «Госуслуги»


Метка «Госорганизация»

Специальная отметка, подтверждающая подлинность официального сообщества.

Она повышает уровень доверия к сообществу и позволяет быстрее найти госпаблик среди множества похожих по названию групп.

- Чтобы ее получить, необходимо привязать госпаблик к учетной записи учреждения в ЕСИА через портал «Госуслуги».
- Для этого необходимо быть владельцем или администратором сообщества в социальной сети и иметь статус руководителя или администратора учреждения на «Госуслугах».
- После получения отметки под названием сообщества появляется значок флажка с подписью Госорганизация и надпись «Подтверждено через Госуслуги».

 **Госметка - обязательный значок**, которым отмечаются паблики органов власти и подведомственных учреждений.

 **Важно!** Госметка - **не** верификация. Это разные понятия и отметки. **Верификация** (синяя галочка) - подтверждение подлинности паблика от соцсети, она не является обязательной.



Самарский академический театр оперы и балета (Самарская область) имеет дважды подтвержденный паблик — есть и госметка (флажок), и верификация (синяя галочка)

<https://vk.com/samaraopera>

Если не знаете, как получить метку, обращайтесь за консультацией в ваш ЦУР или воспользуйтесь методичкой →



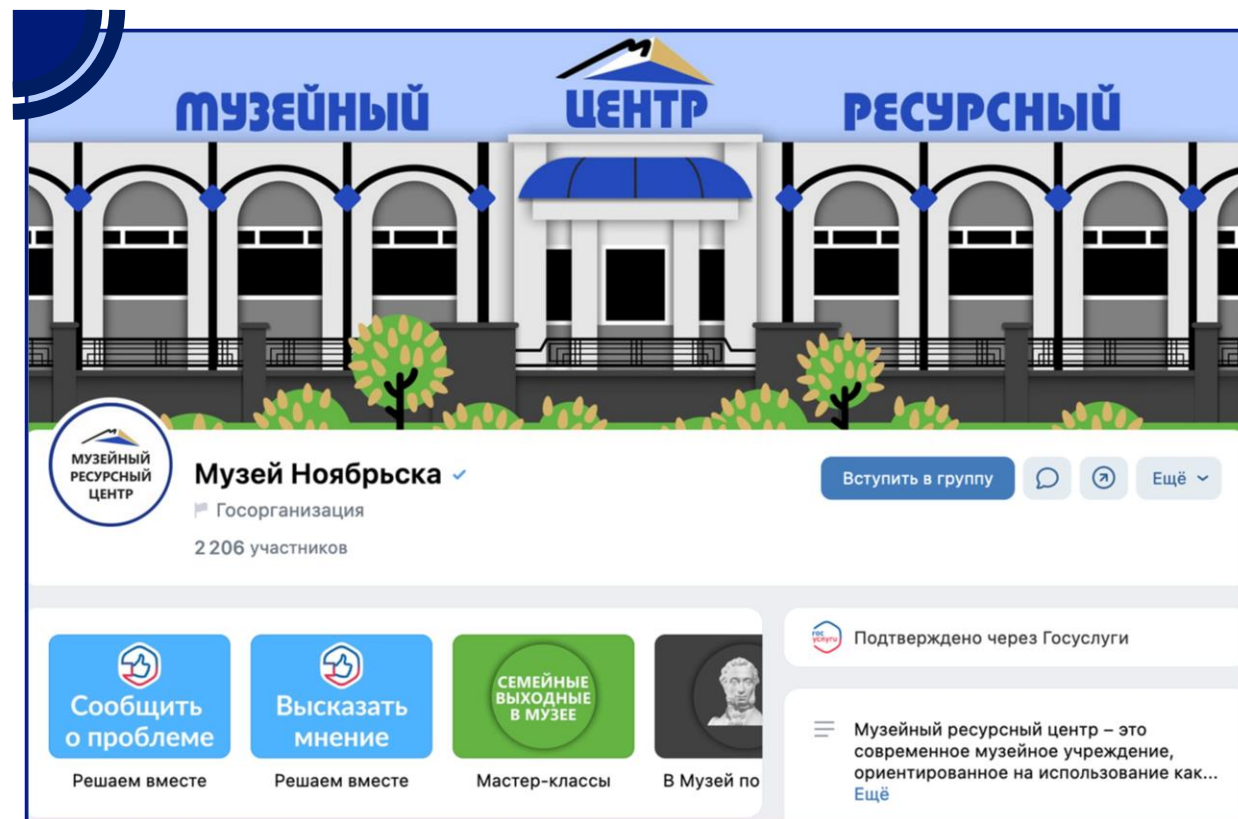
ВИДЖЕТЫ ПОС

В каждом госпаблике нужно разместить виджеты со ссылками на электронные формы Платформы обратной связи:

- Форма для обращений жителей в органы и организации
- Форма сбора мнений пользователей через опросы и голосования

Для этого организация или вышестоящее ведомство/ муниципалитет должны быть подключены к ПОС в части обработки сообщений и проведения голосований.

Для оформления виджетов используются обложки из **специально сформированного набора**.



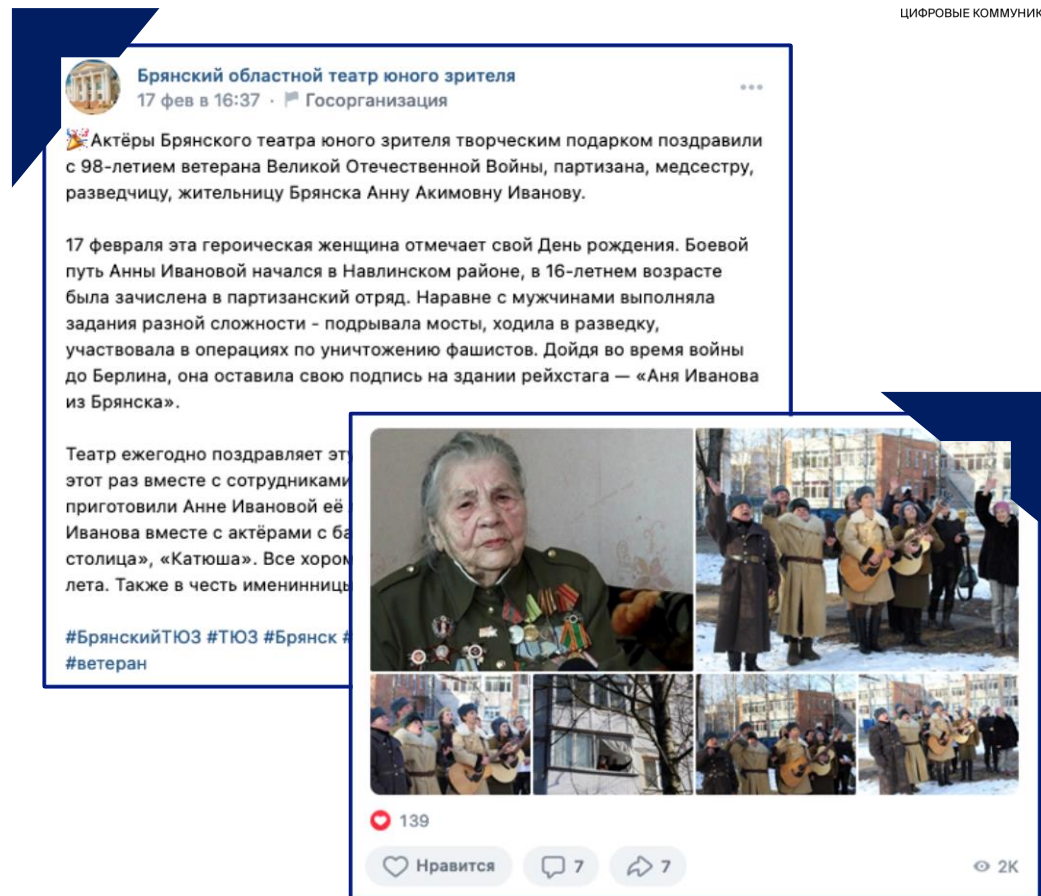
Музей Ноябрьска (Ямало-Ненецкий автономный округ)

https://vk.com/museum_noyabrsk

Ключевые месседжи

Контентная политика – это **смыслы и посылы**, которые госпаблик учреждения культуры доносит до подписчиков. **Культура в России является одним из ключевых факторов укрепления национальной идентичности, единства и сплоченности российского общества.** Целевая аудитория – это посетители учреждений, поклонники разных направлений культуры в различном ее олицетворении, а также коллеги по сфере деятельности.

- Основу контента должны составлять значимые и актуальные для целевой аудитории новости о работе учреждения, которые будут интересны подписчикам: режим работы, действующие акции, условия оформления абонементов или покупки билетов, анонсы мероприятий, афиша и так далее
- Подавайте контент в информационном стиле, адаптируйте его для разных соцсетей
- Создавайте уникальный контент в разных форматах: как официальный, так и развлекательный
- Рассказывайте об уникальных особенностях вашего учреждения, участии в социальных и благотворительных мероприятиях, достижениях сотрудников и артистов, закулисной жизни
- Запускайте собственные акции, социальные и имиджевые проекты
- «Приземляйте» темы и посты к конкретным историям
- Проявляйте заботу и эмпатию к посетителям и любителям искусства
- Подчеркивайте близость не только к подписчикам, но и к жителям в целом. Показывайте социальную роль учреждения, чаще демонстрируйте личное участие сотрудников во всех внутренних и внешних процессах
- Не зацикливайтесь на основном направлении деятельности, показывайте другие сферы жизни вашей организации
- Будьте открыты и не уходите от диалога, прислушивайтесь к мнению аудитории



Брянский областной театр юного зрителя (Брянская область)

Пост о том, как актеры театра поздравили с днем рождения ветерана ВОВ

https://vk.com/wall-16414756_4916

Контактная информация, дизайн и качественное оформление сделают ваше сообщество удобным и узнаваемым для людей

- Заполните информацию о сообществе в шапке; поделитесь адресом и контактной информацией
- Ваше название должно быть простым и понятным любому! Не «МАУК ЦКид "Магистраль"», а «Центр культуры и досуга "Магистраль"»
- Постепенно заполняйте все разделы: видео, фото, ссылки, контакты
- АНО «Диалог Регионы» разработал брендбук по оформлению госпабликов. Чтобы получить помощь в оформлении сообщества обратитесь в ЦУР вашего региона



Музейный центр «Площадь Мира» (Красноярский край)

Яркий, лаконичный и запоминающийся дизайн паблика

https://vk.com/na_mira1

Контент-план должен быть, и он должен быть не в голове, а в виде документа

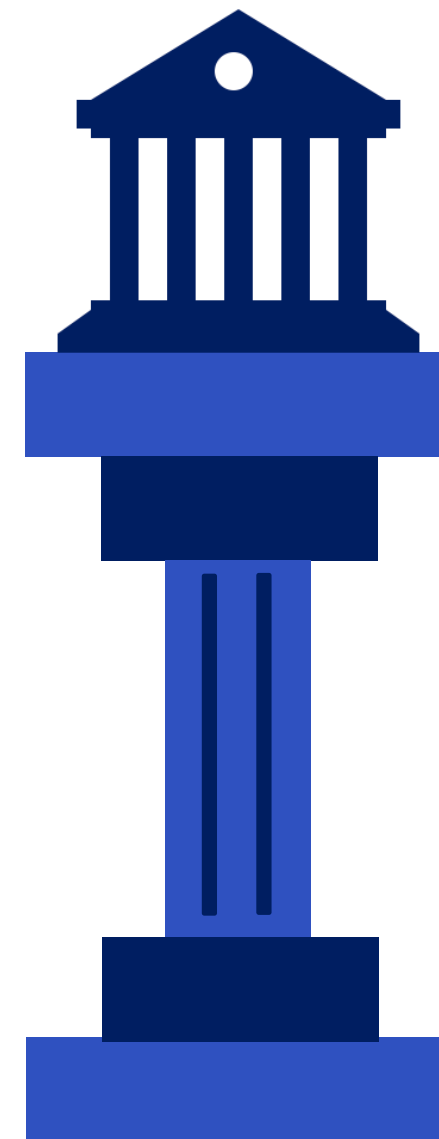
Контент-план — это план-график выхода публикаций в сообществе. В контент-плане следует указывать дату, время, тему и формат постов.

Для ведения плана подойдет любой редактор таблиц (Excel, Яндекс 360), а если вам так удобнее — Word.

Контент-план нужен для вашего удобства:

- Работа «по рельсам» — минимум авралов.
- Возможность действовать на опережение, готовить «консервы» — запасной контент, который вы сможете использовать, когда не будет новостей или времени создавать новый.
- Гибкость: всегда можно что-то убрать или добавить.

Пример контент-плана ищите [здесь](#).





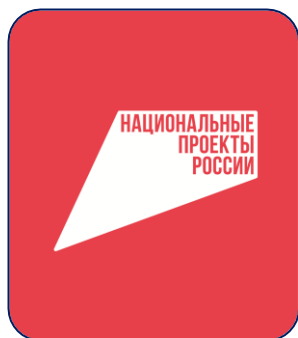
Решения Президента, Правительства, законы



Повестка губернатора и работа регионального правительства



Информационная поддержка общественников и их проектов



Реализация национальных проектов 2019-2024, региональных программ



Поводы для гордости: героизм, успехи в сфере культуры, науки, благотворительность



Праздники, культурные и патриотические события

Публикация новостей о работе учреждения — это важно и правильно. **Ваш госпаблик также должен стать площадкой информирования людей о главных федеральных и региональных решениях, касающихся тематики паблика и интересов вашей аудитории.**

Федеральные/ региональные поводы нужно сопровождать **местными подробностями** — это называется «приземлением» повестки.

Время появления федеральных и региональных поводов не всегда можно точно предсказать, поэтому будьте готовы адаптировать контент-план.

Конструктор поста

Основные рубрики:



НОВОСТИ



ОБЪЯВЛЕНИЯ



ДОСТИЖЕНИЯ



ПОЛЕЗНОЕ



ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ
(БЭКСТЕЙДЖ)



АФИША/
АНОНСЫ



О НАС



МЕРОПРИЯТИЯ
И МАСТЕР-КЛАССЫ



ИНТЕРЕСНЫЕ
ФАКТЫ

Форматы контента:

- Фото/фотоальбом + текст
- Видеоролик + подводка
- Карточка/карточки + текстовая подводка
- Мем + текст
- Лонгрид + текстовая подводка
- Подкаст аудио/видео
- Дайджест (текст + фото или видео + подводка)
- Прямой эфир + текстовая подводка
- Клип
- Истории/Серия историй
- Видеоопрос людей + текстовая подводка
- Интервью (лонгрид/видео) + текстовая подводка
- Репортаж (текстовый/видео)

Рассказывайте о событиях через истории людей – сотрудников, артистов, деятелей искусства

- Такой формат предполагает достаточно длинные тексты, но они должны быть написаны простым языком и читаться «на одном дыхании»
- Визуал используйте умеренно, для длинных рассказов достаточно 1-2 фотографий
- Подберите привлекательный заголовок, чтобы вызвать желание прочитать текст до конца.



Музей-заповедник «Павловск» ✓
14 апр в 16:13 · Госорганизация



🌿 Сегодняшнее утро в Павловске началось с украшения дерева на парадном плацу пасхальными яйцами. Декораторами выступили воспитанники детского творческого центра ГМЗ «Павловск». Нам и коту Рыжику — хранителю императорского костюма — результат понравился. Завтра юные участники творческой студии будут раскрашивать деревянные яйца, а в воскресенье — создавать пасхальный натюрморт. В Светлый праздник вы тоже можете принести с собой пасхальное яйцо и повесить на павловское дерево. 🥚

Это новые пасхальные традиции, которые появились в нашем музее-заповеднике в последние годы. К сожалению, осталось немного свидетельств, как члены августейшей фамилии встречали Светлое Христово Воскресенье в Павловске. Из дневников великого князя Константина Константиновича (К.Р. — владельца Павловска в 1892–1915 гг.) и одного из его сыновей — Гавриила Константиновича — известно, что службы на Страстной неделе проходили не только в дворцовой Петропавловской церкви, но и в Походной церкви (в разное время она размещалась в различных комнатах дворца). Крестный ход с иконами и плащаницей проходил по дворцовым залам, разговение совершалось в зале Мира или в Греческом. Все члены семьи дарили друг другу подарки. С особым воодушевлением К.Р. рассказывает о своей работе на Страстной неделе над драмой в четырех действиях «Царь Иудейский» — о последних днях земной жизни Спасителя. В январе 1914 года пьеса была поставлена в придворном театре Эрмитажа, сам автор исполнил роль Иосифа Аримафейского.

Музей-заповедник «Павловск» (Санкт-Петербург)
Интересная справочная информация с привязкой к Пасхе

https://vk.com/wall-7263055_14061



1. Живой язык



2. Качественные видео



3. Качественные фото



4. Качественные инфографика
и карточки



5. Интерактивные форматы



6. Работа с комментариями



7. Истории



8. Приземление повестки

8 принципов качественного контента

Самое главное в паблике — это контент.

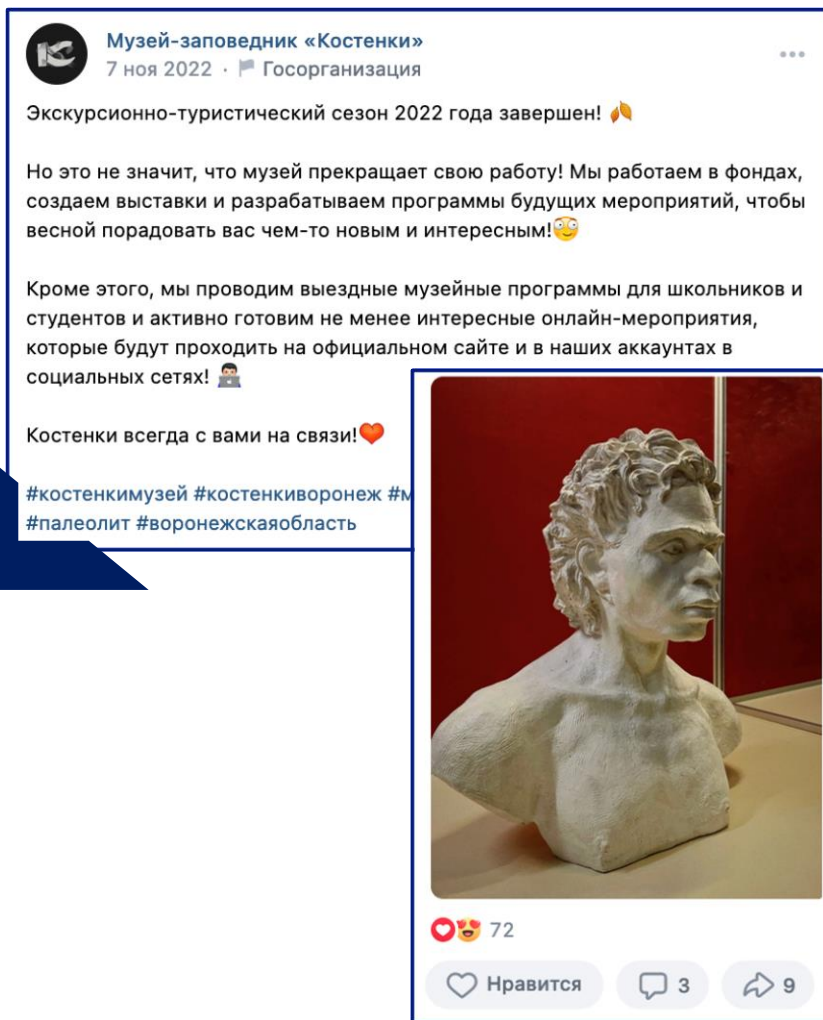
8 принципов, которые мы перечислим в этом разделе — ключевые ориентиры для создания действительно качественного, полезного и интересного контента в соцсетях.

Мы разберем каждый из них подробно на конкретных примерах.

Нажимайте на подчеркнутые слова или словосочетания и переходите по гиперссылкам — так вы попадете на сайты/ онлайн-сервисы, которые помогут вам в работе.

Освойте профессию переводчика... с языка пресс-релизов на язык соцсетей!

- Чем больше текст, тем меньше людей его прочитают. Максимум — три небольших абзаца
- Обязательно разделяйте текст на абзацы, структурируйте его
- Можно использовать эмодзи, но не более 3-5 в одном посте
- Не используйте длинные предложения и сложные обороты. Забудьте причастия и деепричастия
- Пишите просто. Представьте, что вы рассказываете новости вашим знакомым
- Удаляйте из текстов все канцелярские обороты. Чистоту и читаемость текстов можно быстро и легко проверить [с помощью сервиса «Главред»](#)
- Помните, что уместный юмор и образный язык — залог интереса аудитории!



Музей-заповедник «Костенки» (Воронежская область)

О своих планах по работе музей рассказывает простым и легким для восприятия языком

https://vk.com/wall-64923148_8485

Видео — самый популярный формат контента в соцсетях. Помните, что большинство смотрит их с телефона, поэтому — длительность небольшая, текст краткий, элементы крупные

- Для пабликов сферы культуры подходят информационные ролики с титрами
- Технические требования к информационным роликам: [квадратный формат](#), [наличие титров](#), [фоновая музыка](#). Поверьте, это удобно пользователям
- Идеальный хронометраж — до 1 минуты, а в 2023 году — даже чуть короче
- Призыв к действию в конце ролика: «ставь лайк», «делись с друзьями»
- Выделите ключевые тезисы в титрах полужирным или цветом
- Не злоупотребляйте телесюжетами. Соцсети — не телевизор, тут такое не смотрят
- Устраивайте небольшие по длительности прямые эфиры с ответами на вопросы посетителей и поклонников искусства во [«ВКонтакте»](#) и других соцсетях
- Приглашайте на эфиры руководителей учреждений, артистов, деятелей искусств, представителей исполнительной власти, лидеров общественного мнения, экспертов в вашей сфере

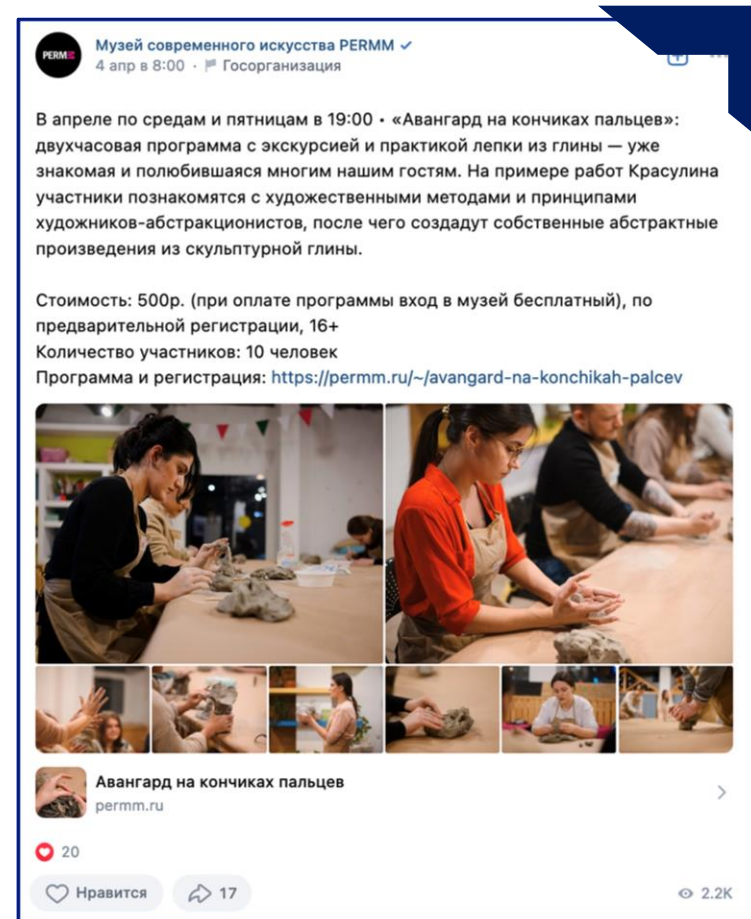


Поморская филармония (Архангельская область)
Качественный ролик с оптимальным хронометражем и субтитрами для комфортного просмотра

https://vk.com/pomorfil?w=wall-50627833_10902

Скучные фотографии и картинки из интернета не интересны аудитории. Люди ставят лайки ярким и «неформальным» кадрам

- Делайте живые фото: яркие и качественные снимки с необычных ракурсов, эмоциональные кадры
- Используйте собственный уникальный визуальный контент. Обработанная фотография с мобильного лучше заимствованных материалов
- Применяйте единый брендбук для оформления фотографий, инфографики и карточек
- Проверяйте посты перед публикацией и удаляйте «ляпы» в предпросмотрах. Внимательно следите за закрытыми глазами и другими обидными мелочами
- Если у вас есть только постановочные кадры, то лучше сделать инфографику



Музей современного искусства PERMM (Пермский край)

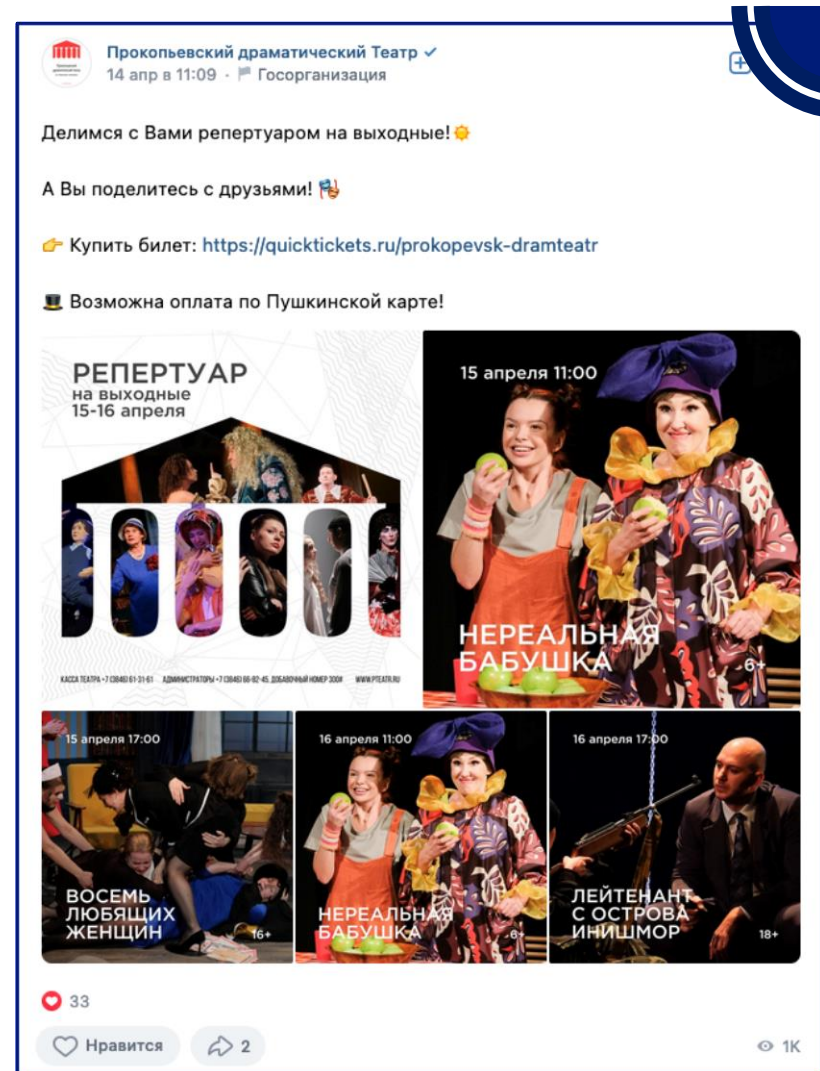
Живые фотографии с мастер-класса по лепке из глины

https://vk.com/permm_museum?w=wall-13853229_9191

4 ИНФОГРАФИКА И КАРТОЧКИ

Инфографика — это визуализация информации. Используйте ее тогда, когда информация сложная и ее много

- Придерживайтесь правила «одна карточка — один тезис»
- Чем меньше текста и проще оформление, тем лучше
- Стремитесь к тому, чтобы по картинке все было понятно без слов. Это называется «визуальный месседж»
- Большинство людей смотрят посты на смартфоне, текст и графика должны быть видны без приближения
- Пользуйтесь [базами готовых пиктограмм](#)



Прокопьевский драматический Театр (Кемеровская область)

Хороший пример оформления афиши в виде карточек

https://vk.com/wall-13450617_15509

5 ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ

Механики вовлечения

и конструктивный диалог повышают доверие вашей аудитории

- Обращайтесь к аудитории, ведите с ней диалог, задавайте вопросы
- Просматривайте, какие новости предлагают люди, и иногда публикуйте пользовательский контент
- Проводите опросы и голосования
- Организуйте конкурсы и флешмобы
- Публикуйте записи, в которых реагируете на комментарии к предыдущим постам
- Призывайте к действиям. Люди ответят лайками, комментариями и репостами

Калининградский музей изобразительных искусств
4 апр в 15:25 · Госорганизация

ИСТОРИЯ ЛЮБВИ || КОНКУРС

👉 Друзья! До завершения творческого конкурса в рамках выставки «История любви» осталось меньше недели!

💖 Ждем Ваши самые романтические, нежные, трогательные, печальные или светлые истории.
Победителей ждут отличные призы: пригласительные и фирменные сувениры от #kaliningradartmuseum, мультиварка POLARIS PMC 0578AD от BALTMAXIMUS, билеты на концерт в Клуб Калининград Сити Джаз.

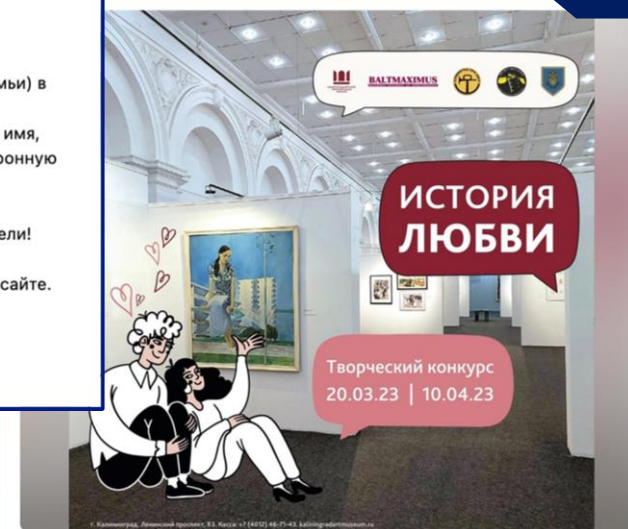
Что нужно сделать?
До 10 апреля:

- ✅ Посетите выставку «История любви»;
- ✅ Сделайте фото в экспозиции;
- ✅ Пришлите фото нам вместе с историей любви (вашей или вашей семьи) в сообщения группы или на адрес iduvmuzei@kaliningradartmuseum.ru;
- ✅ В письме обязательно укажите Ваши контактные данные: фамилию, имя, отчество, номер телефона, ссылку на страницу ВКонтакте и/или электронную почту.

До 14 апреля компетентное музейное жюри выберет истории-победители!
Имена счастличиков опубликуем на сайте и в группе ВКонтакте.
Все присланные фотографии с историями будут размещены на нашем сайте.

#историялюбви
#искусстворядом
#KOMII_love

27
Нравится 1



Калининградский музей изобразительных искусств (Калининградская область)

Проведение конкурсов с использованием пользовательского контента – отличный вариант интерактива

<https://vk.cc/cncnU5>



РАБОТА С КОММЕНТАРИЯМИ

В госагблики учреждений культуры люди чаще всего приходят за консультацией.

Пользователи интересуются расписанием мероприятий, конкурсов, стоимостью билетов, репертуаром и т.д. Также актуальны вопросы, связанные с ремонтом зданий и помещений.

Важно настроить эффективную коммуникацию со своими подписчиками. Ответ на комментарии в социальных сетях — неотъемлемый инструмент общения с пользователями соцсетей. Отсутствие обратной связи в комментариях влечет негативную реакцию пользователей, люди чувствуют себя ненужными.

Ответ должен соответствовать правилам негласного сетевого этикета:

- Ответ должен начинаться с приветствия
- К автору необходимо обращаться «Вы»
- Ответ должен быть простым и понятным, вежливым и без канцеляризм
- Ответ должен быть информативным, отвечать на запрос автора
- Допускаются позитивные ненавязчивые эмодзи
- В ответе должны содержаться меры, сроки или любая другая информация
- Когда автор задает конкретный вопрос, он ожидает услышать четкий ответ. Не стоит отправлять человека искать ответ на свой вопрос по ссылке
- Бывают случаи, когда в сообщении автора не содержится необходимой информации для решения вопроса, тогда следует уточнить детали у автора
- Если в сообщении содержится несколько вопросов, то важно прокомментировать каждый вопрос

Марина Важеркина 27 окт 2022 в 14:12
Здравствуйте, когда появятся билеты на декабрь? а то на ноябрь уже нету... Очень хотелось бы попасть на мюзикл :)

Ответить

ГАУК "Рязанский музыкальный театр" 28 окт 2022 в 15:39
Марина, добрый день!
К сожалению, Вы не уточнили, на какой именно мюзикл Вы хотели бы попасть. В декабре в нашем театре можно будет посмотреть мюзикл В.Баскина «Призрак замка Кентервиль». Билеты на декабрь поступят в продажу с 1 ноября.
Телефон кассы: 8(4912) 45-81-13
Телефон для справок: 8(4912) 45-80-56

Ответить



Владислава Малаховская
А кто из участников стал лауреатами?
27 мар в 7:24 Ответить Поделиться

Музыкальная школа им. Н. А. Римского-Корсакова
Владислава, первые места не присуждены, в детской группе второе место поделили участницы из ДШИ Мравинского и Екатеринбурга, в старшей - Людмила Рахманова.
28 мар в 4:04 Ответить Поделиться



Мария Артеева
Здравствуйте! Подскажите, какое максимальное количество человек допускается?
23 сен 2022 Ответить Поделиться

Ханты-Мансийский театр кукол ✓
Мария, Здравствуйте, максимальное количество - 17 человек 🙌

23 сен 2022 Ответить Поделиться



Иван Тютрин
Что с сайтом то вашим? Уже неделю почти как лег :(
7 янв в 13:25 Ответить Поделиться

АУ "ЮГОРСКИЙ КИНОПРОКАТ"
Иван, может из за наплыва зрителей подвисал? Мы каждый день заходим, не видели проблем... и сейчас работает.
kinocentr86.ru
7 янв в 21:13 Ответить Поделиться



Истории — это популярный формат, который нужно использовать по максимуму

- Делайте истории вертикальными и на весь экран
- Пишите крупно, чтобы текст был читаем с телефона
- Используйте живые кадры и динамичные короткие видео
- Добавляйте эффекты, свайпы, голосования в истории, вопросы, тесты и другие «фишки»
- Сохраняйте главные истории, распределяйте их по рубрикам, ставьте обложки



Новгородский музей-заповедник (Новгородская область)

Живые и яркие истории о прошедшем мероприятии

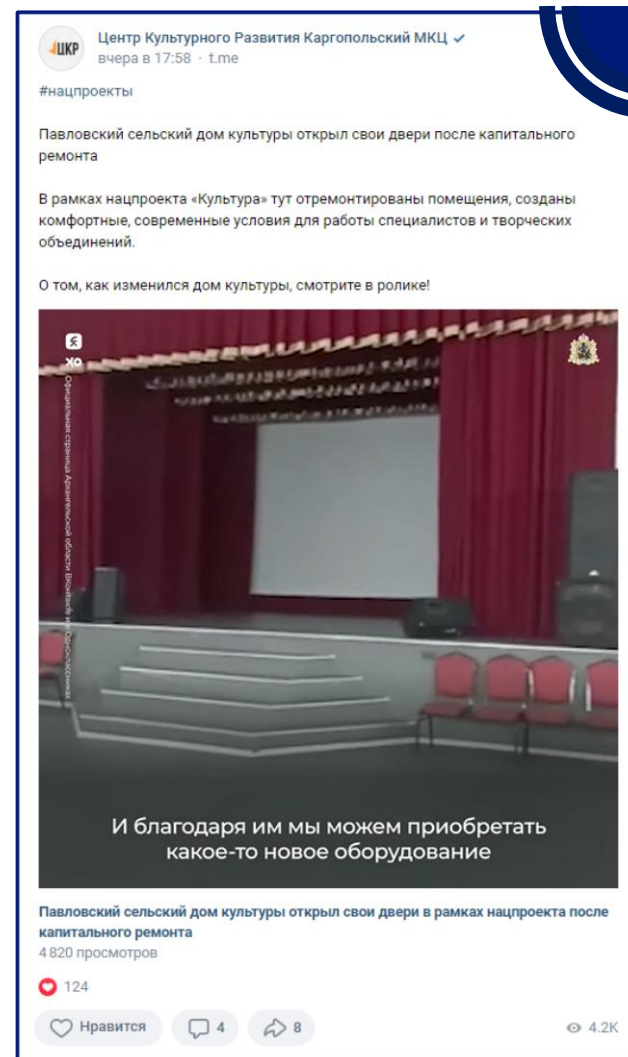
<https://vk.com/ngomz>



ПРИЗЕМЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ И РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОВЕСТКИ

Ваша аудитория должна «примерять» федеральные инфоповоды на себя и видеть пользу от федеральных решений. Помогите ей в этом!

- Добавляйте в региональные и федеральные поводы местную фактуру — расскажите историю конкретного человека, проблему которого удалось решить
- Возьмите комментарий по теме у местного лидера мнения, которому доверяют люди
- Меньше футуристики и денежных сумм. Вместо «выделено N млн по такой-то программе» напишите, сколько учреждение получит инвентаря, какие работы пройдут по его ремонту или обновлению



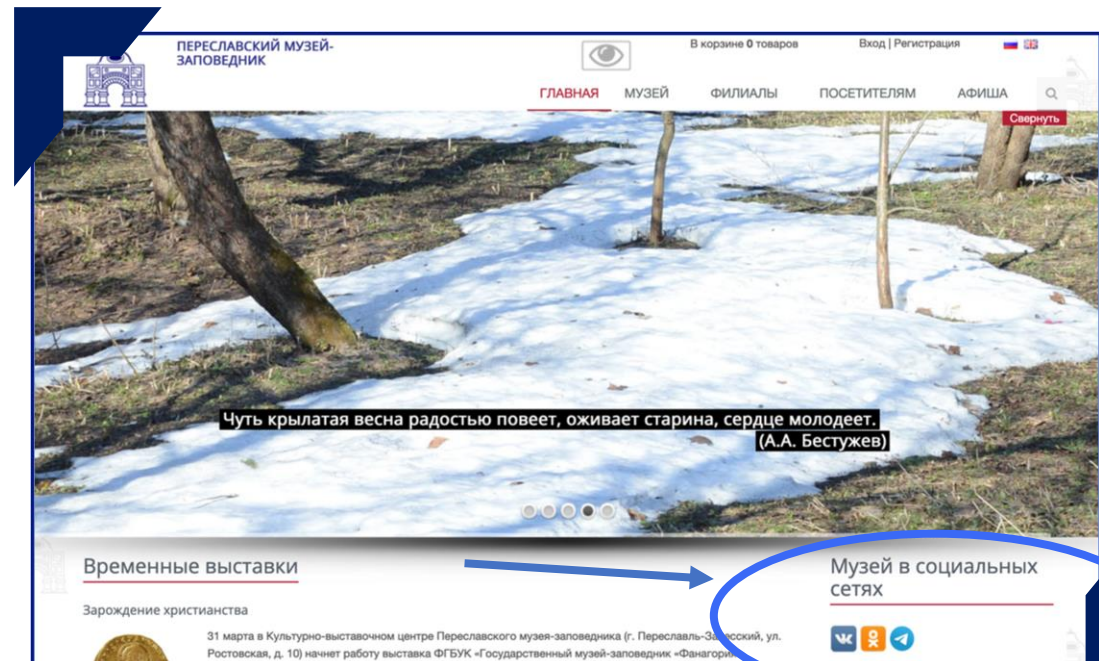
**Центр Культурного Развития Каргопольский МКЦ
(Архангельская область)**

Пример приземления повестки о реализации нацпроекта «Культура»

https://vk.com/wall-112179772_16545

Стремитесь к тому, чтобы на ваш паблик подписывались не только работники и посетители учреждения

- ❑ Интеграции с блогерами, инфлюенсерами, ЛОМами. Договоритесь с известным человеком о том, чтобы он рассказал про вашу группу
- ❑ Интерактивы в своих и дружественных популярных сообществах. Опросы и конкурсы с обязательным условием вступления в группу: чтобы получить приз пользователь должен на вас подписаться
- ❑ Работа в комментариях от имени паблика в своем сообществе, а также в других активных группах школ
- ❑ Тематические посеы в сторонних популярных группах — «Подслушано», «Типичный» — с тегом вашего сообщества
- ❑ Офлайн-продвижение: QR-коды в местах скопления целевой аудитории
- ❑ Вовлечение потенциально заинтересованной аудитории в ручном режиме (рассылки приглашений друзьям, знакомым, коллегам)



**Переславский музей-заповедник
(Ярославская область)**

Ссылка на сообщество размещена на официальном сайте музея

<https://www.museumpereslavl.ru/>

Таргетированную рекламу можно настраивать на сам паблик или отдельные посты.

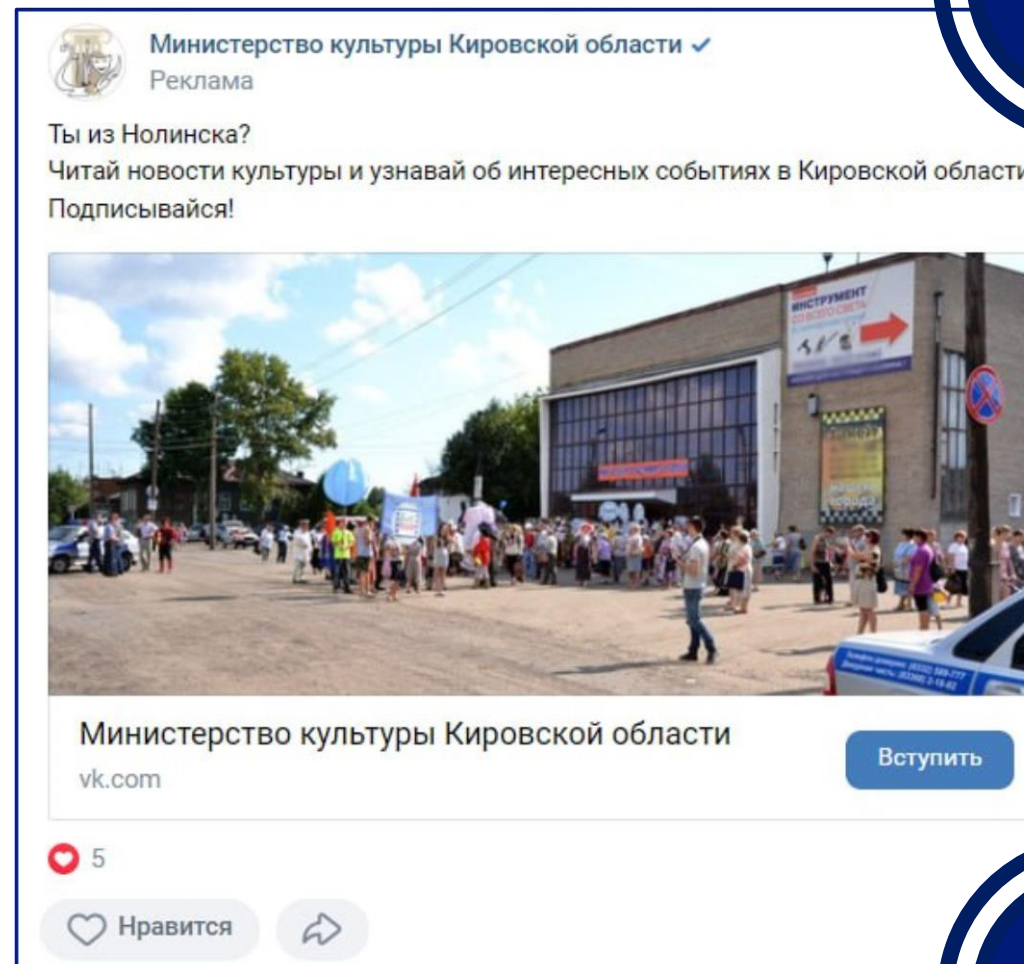
С его помощью можно увеличивать количество подписчиков, продвигать материалы на более широкую целевую аудиторию (не ограничиваясь только подписчиками). Таргет позволяет показать публикации вашей группы пользователям в ленте новостей соцсети вне зависимости от того, подписаны они на сообщество или нет.

Вы можете обратиться за консультацией в ЦУР – коллеги подскажут вам.

Можно рекламировать ваши обычные информационные публикации и посты с кнопкой на вступление в сообщество.


Таргет — это:

1. **Сегментация** — можно сказать про открытие детской площадки только родителям нужного района
2. **Охват** — увеличить просмотры постов можно в 10 и более раз
3. **Подписчики** — привлечь до 1 000 человек из вашего города или района за 1 кампанию



Министерство культуры Кировской области ✓
Реклама

Ты из Нолинска?
Читай новости культуры и узнавай об интересных событиях в Кировской области.
Подписывайся!



Министерство культуры Кировской области
vk.com

Вступить

5

Нравится

Как обезопасить аккаунты?

Для каждой социальной сети придумайте отдельный сложный пароль

Не рекомендуем:

- ❑ пароли, в которых меньше 8 символов: IOIHhKd
- ❑ пароли-слова: сарубара

Не забывайте обновлять пароли во всех соцсетях раз в шесть месяцев.

При использовании большого количества соцсетей, используйте менеджеры паролей.

Вот несколько рекомендованных сервисов:

- ❑ PassCamp;
- ❑ SolarWinds PassPortal;
- ❑ QuickPass;
- ❑ Bitwarden;
- ❑ Enpass;
- ❑ Keepass;
- ❑ Last Pass.

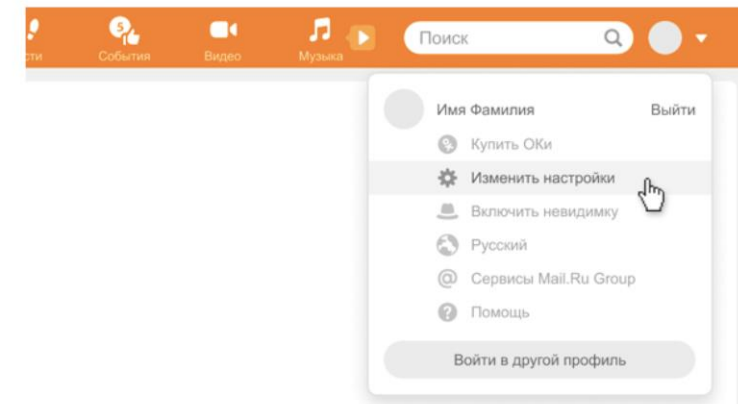
Что такое двойная защита? Как её включить?

Статья обновлена 23.12.2021 [Получить ссылку](#)

«Двойная защита»? - это ещё один способ защитить ваш профиль. Если вы включите данную функцию, то для входа в ваш профиль будет необходим не только **пароль**, но и специальный одноразовый код, отправленный вам с помощью смс на сотовый телефон.

Как подключить «Двойную защиту»?

- нажмите на миниатюру вашей главной фотографии в правом верхнем углу;
- в появившемся меню выберите пункт **«Изменить настройки»**;



- затем перейдите во вкладку **«Основные»** в меню слева;
- в списке настроек найдите пункт **«Двойная защита»**;

Подключите двухфакторную аутентификацию.

Это дополнительный уровень защиты: при входе, помимо логина и пароля, нужно ввести специальный код:

- ❑ [Подключение «Вконтакте»](#)
- ❑ [Подключение «Одноклассники»](#)

QR-код госпаблика

Для привлечения большей целевой аудитории в госпаблик учреждений размещайте **QR-код на информационных стендах**.

Посетители смогут отсканировать его, перейти в ваш госпаблик, ознакомиться с информацией и подписаться

Как получить QR-код «ВКонтакте»?

1. Откройте «ВКонтакте» с компьютера и зайдите в свое сообщество.
2. Перейдите в настройки: «Основная информация» → «Управление» → «QR-код».
3. Нажмите «Создать», и появится макет с QR-кодом.

Важно! Создать QR-код «ВКонтакте» можно и другими способами. Используйте только тот, что описан в инструкции выше. Так каждый переход по ссылке будет учитываться в статистике — это важно для учёта того, есть ли в учреждении страница с QR-кодом, при формировании рейтинга регионов.

Основная информация

Название:

Описание:

Обложка:

Адрес:

Как правильно выбрать адрес и можно ли использовать уже занятый, читайте здесь.

Верификация:

Государственный статус:

QR-код:

Вы можете создать страницу с QR-кодом со ссылкой на сообщество


Страница с QR-кодом со ссылкой

Вы можете создать страницу с QR-кодом и ссылкой на сообщество вашей организации.

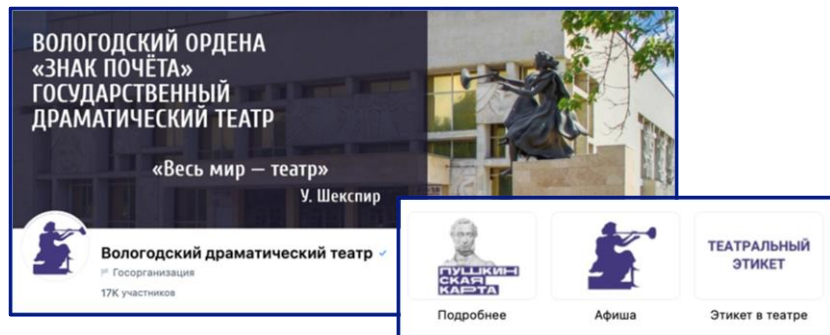
Укажите понятное название учреждения, добавьте слоган или призыв, скачайте файл и распечатайте его. А после повесьте там, где увидят посетители. По QR-коду они смогут перейти прямо в сообщество и подписаться на него.

Нажмите на заголовок или слоган внизу, чтобы изменить текст. Название должно быть понятно клиентам и посетителям вашей организации.

сообщество ВКонтакте

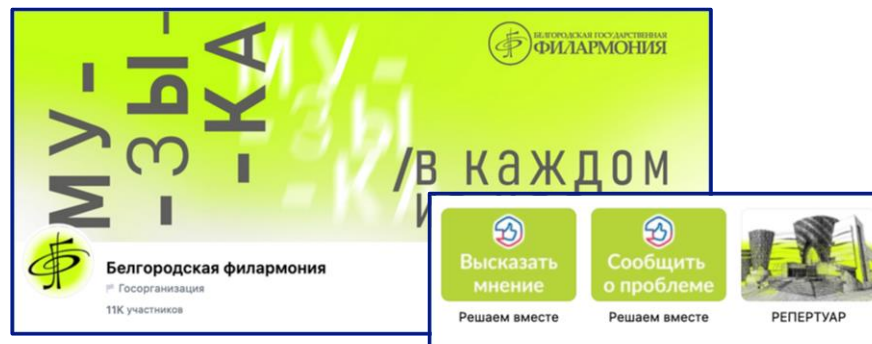


Примеры лучших госпабликов



Вологодский драматический театр (Вологда)

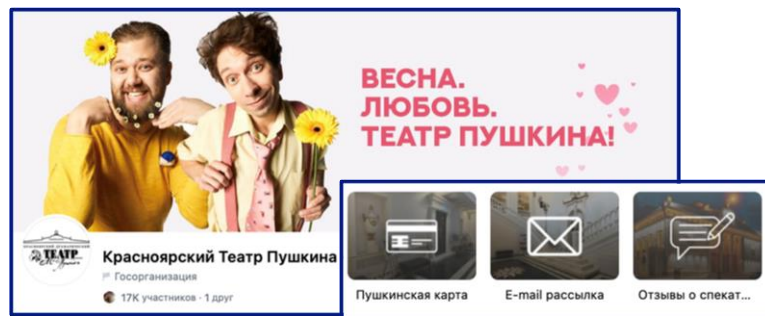
<https://vk.com/vdrama>



Белгородская филармония (Белгород)

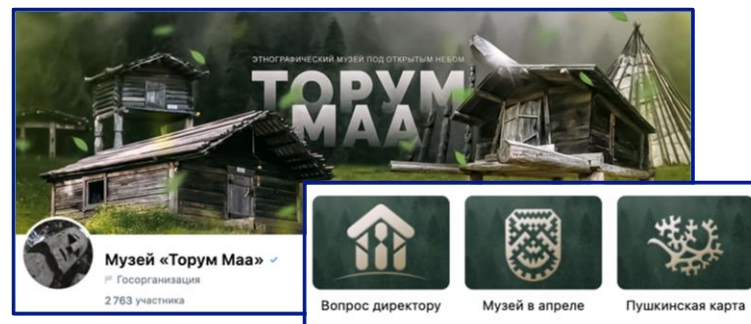
<https://vk.com/belfilarm>

Отсканируйте QR-код и посмотрите [группы учреждений культуры](#), на которые можно ориентироваться



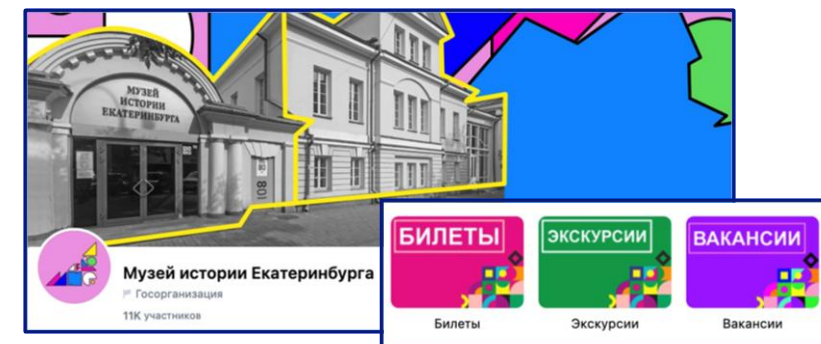
Красноярский Театр Пушкина (Красноярск)

<https://vk.com/sibdrama>



Музей «Торум Маа» (Ханты-Мансийск)

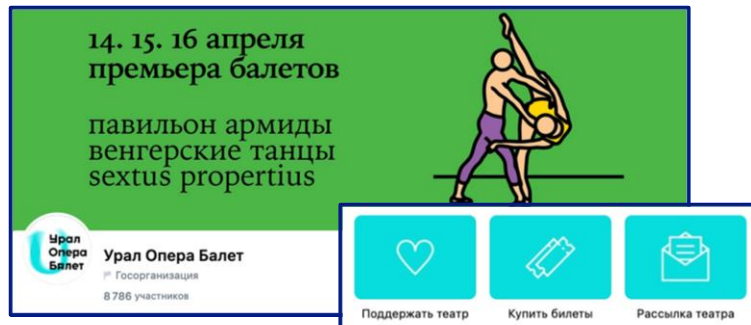
<https://vk.com/torummaa>



Музей истории Екатеринбурга (Екатеринбург)

<https://vk.com/ekbmuseum>

Примеры лучших госпабликов



Урал Опера Балет (Екатеринбург)

<https://vk.com/uralopera>



Корочанский районный Дом культуры (Бехтеевка)

<https://vk.com/korochardk>



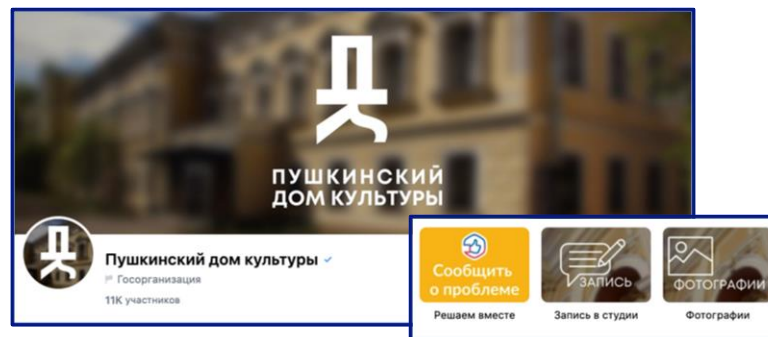
Калининградская областная научная библиотека (Калининград)

<https://vk.com/konb39>



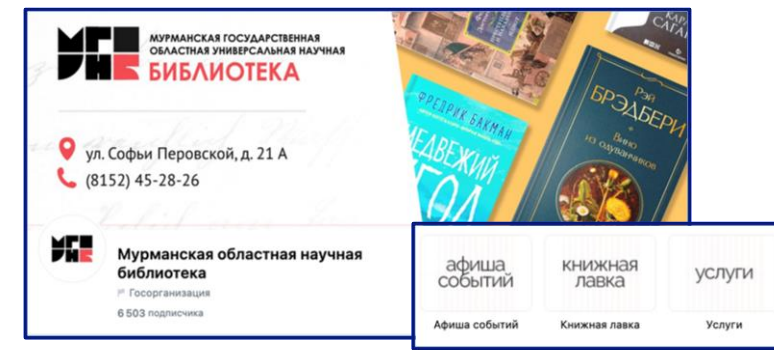
Пермский театр оперы и балета (Пермь)

<https://vk.com/permopera>



Пушкинский дом культуры (Пушкин)

https://vk.com/dk_pushkin



Мурманская областная научная библиотека (Мурманск)

<https://vk.com/murmannauchka>

Сообщество и канал про лучшие кейсы госпабликов

Подпишитесь на образовательный канал про госпаблики с подборками групп и публикаций, лучшими практиками и самыми удачными кейсами — отсканируйте QR-код или перейдите по [ссылке](#)



За консультацией обращайтесь в ваш ЦУР,
а лучшие практики присылайте нам по QR-коду

