



ДИАЛОГ
ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

ЭФФЕКТИВНЫЙ ГОСПАБЛИК В СФЕРЕ СПОРТА



МЕТОДИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО

СОДЕРЖАНИЕ

БЛОК 1 – ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

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

БЛОК 2 – КОНТЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

Ключевые месседжи.....	9
Контентная политика	10
Дизайн.....	11
Контент-план	12
Федеральная повестка.....	13
Конструктор поста.....	14
Сторителлинг.....	15

БЛОК 3 – КАЧЕСТВЕННЫЙ КОНТЕНТ

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

Качественные фото.....	19
Качественная инфографика и карточки.....	20
Интерактивные форматы.....	21
Работа с комментариями.....	22
Истории.....	23
Приземление федеральной и региональной повестки.....	24

БЛОК 4 – ДОПОЛНИТЕЛЬНО

Инструменты продвижения.....	25
Таргет.....	26
Как обезопасить аккаунты.....	27
QR-код госпаблика.....	28
Примеры лучших госпабликов.....	29
Канал и сообщество про госпаблики.....	31



Стандарт развития госпабликов в сфере спорта

Уважаемые коллеги, **благодаря вашим усилиям** госпаблики в сфере спорта 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 тренерами и их будущими воспитанниками, между спортсменами и их поклонниками, посетителями, сотрудниками, руководством организаций, а также представителями власти.

В помощь вам мы, АНО «Диалог Регионы»* совместно с Министерством спорта Российской Федерации, **подготовили методическое руководство по развитию госпабликов в сфере спорта, а именно: спортивных школ, объектов спорта и некоммерческих организаций в сфере физической культуры и спорта, включая физкультурно-спортивные общества**

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 о жизни организации, 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 администратора госпаблика

Базовые требования и оформление

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

Качественный контент

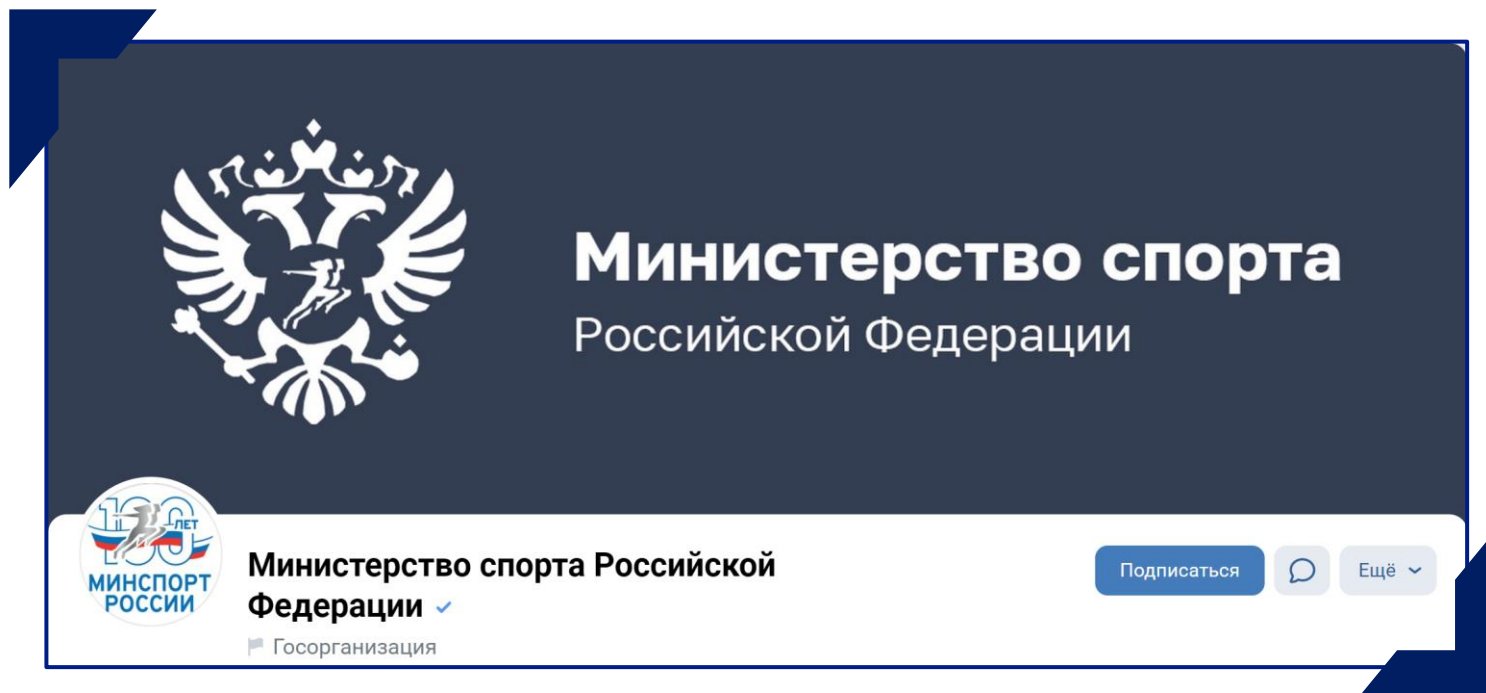
- Основа контента — значимые для подписчиков новости о работе организации и государства в целом
- Федеральные и региональные новости, подходящие по тематике
- Не только официальный, но также полезный и развлекательный контент
- Минимум 3 публикации в неделю
- Простой и понятный, не канцелярский язык
- 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 спорта?



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

<https://vk.com/minsportrf>



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»

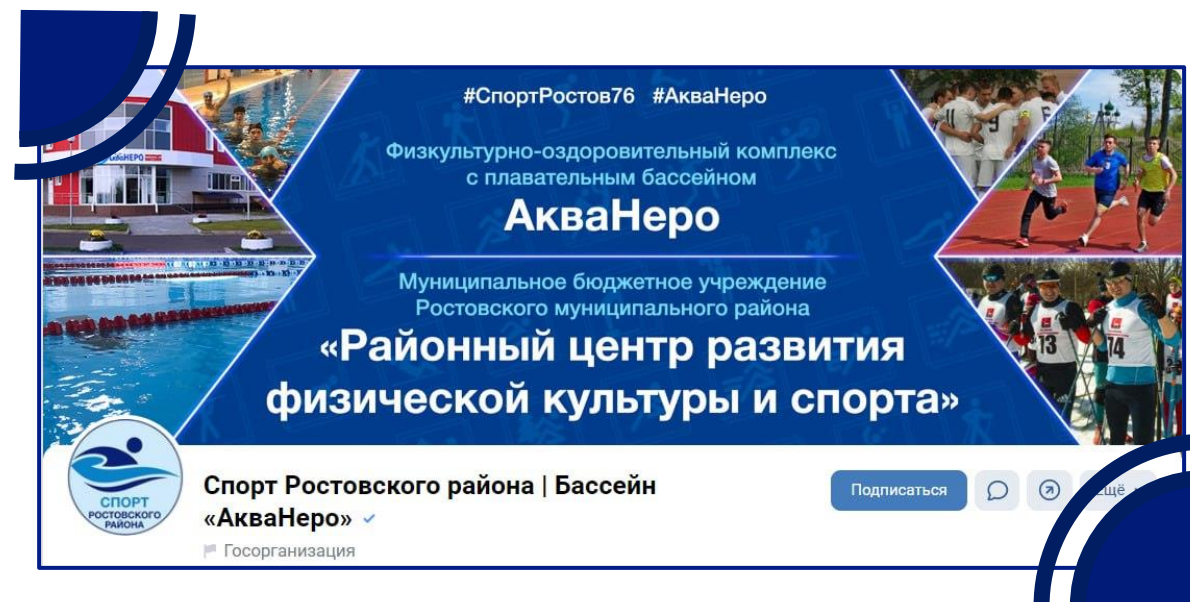
Специальная отметка, подтверждающая подлинность официального сообщества.

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 организации в ЕСИА через портал «Госуслуги».
- Для этого необходимо быть владельцем или администратором сообщества в социальной сети и иметь статус руководителя или администратора организации 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 организаций.

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



Физкультурно-оздоровительный комплекс с плавательным бассейном «АкваНеро» (Ростовский район) имеет дважды подтвержденный паблик — есть и госметка (флажок), и верификация (синяя галочка)

https://vk.com/sport_rostov76

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



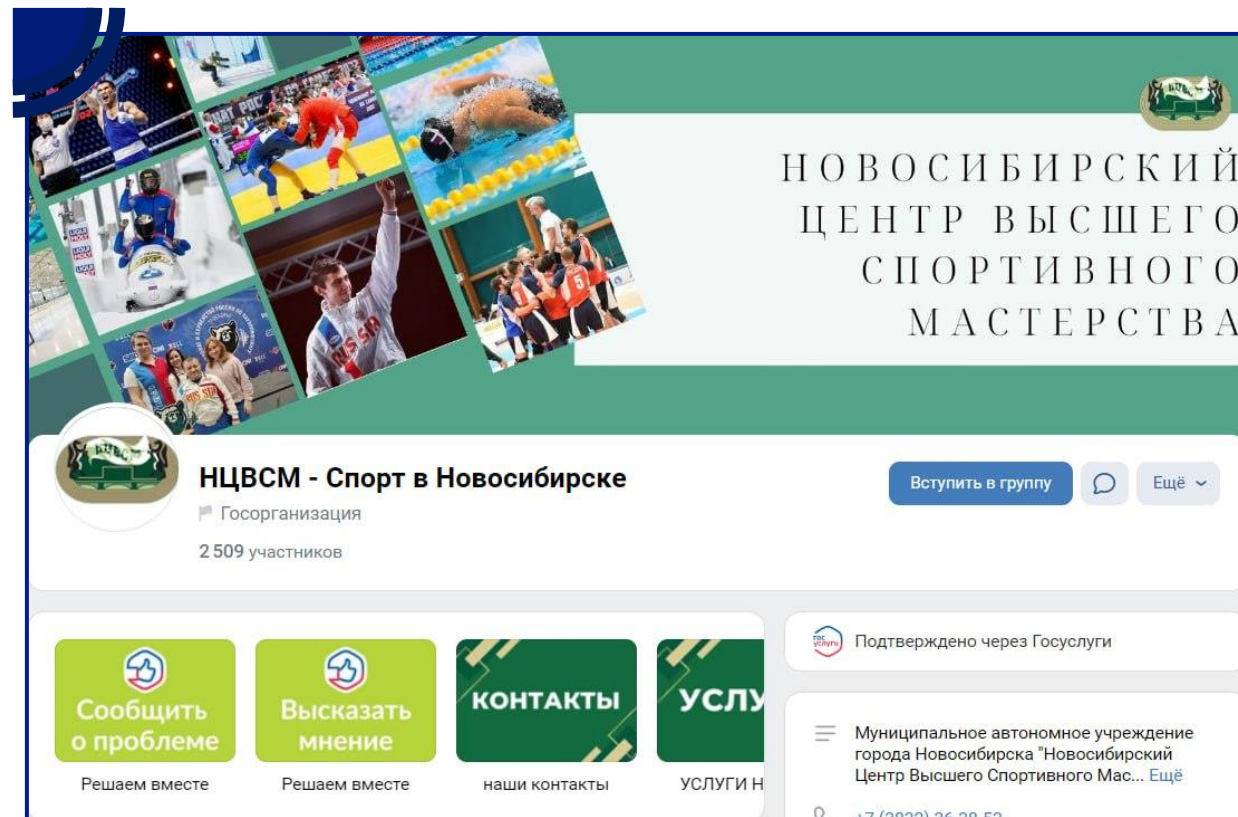
ВИДЖЕТЫ ПОС

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](#)**.



**Новосибирский центр высшего спортивного мастерства
(Новосибирская область)**

<https://vk.com/ncvsmru>



Ключевые месседжи

Ключевые месседжи — это **смыслы и посылы**, которые госпаблик организаций в сфере спорта доносит до подписчиков. Важно, чтобы они соответствовали интересам целевой аудитории.

Ключевые месседжи:

- **Спорт** – одна из основных тем в национальных целях развития России, государство оказывает большую поддержку данной сфере и ее представителям
- **Спорт** – это возможность проявить себя, достичь высоких результатов, пройти путь от любителя до олимпийского чемпиона
- **Спорт** – возможность поддерживать себя в хорошей физической форме на протяжении всей жизни
- **Спорт** – это интересный и полезный досуг со своей семьей, обретение новых друзей и единомышленников

Какая целевая аудитория у госпабликов сферы спорта:

- посетители организаций в сфере спорта
- действующие и будущие спортсмены
- родители
- болельщики региональных спортивных клубов



Владимир Путин

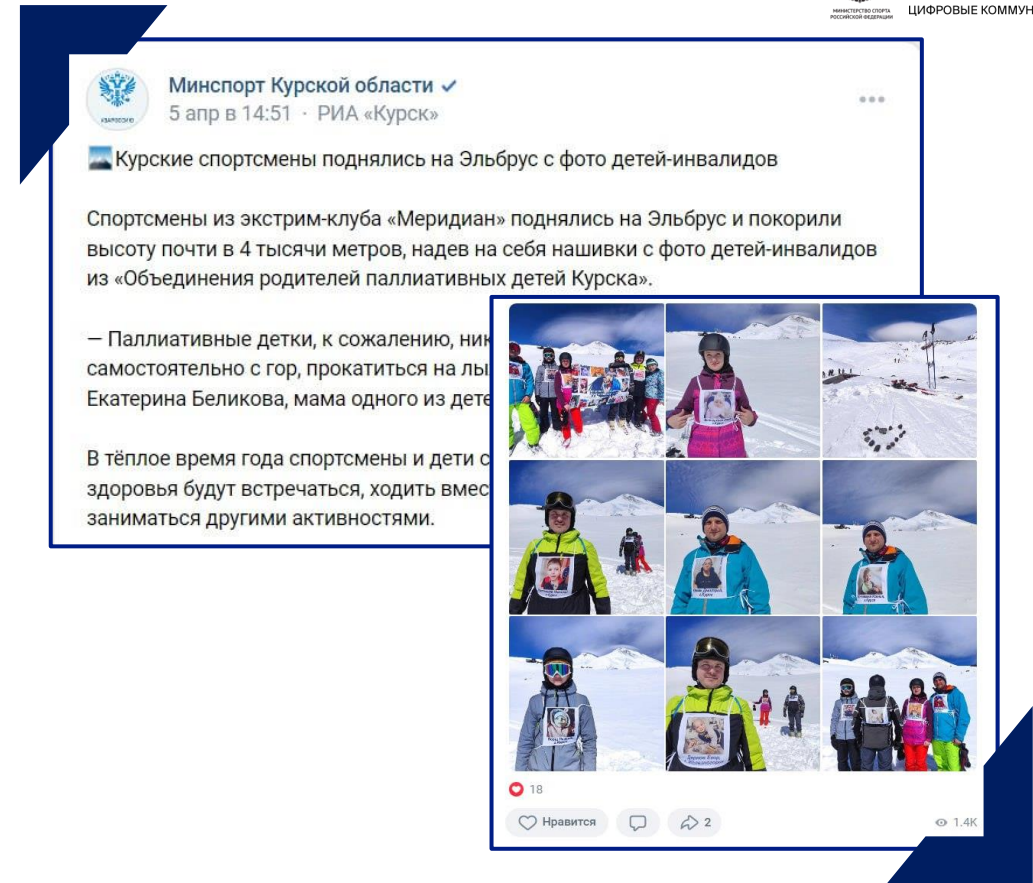
«Путь в большой, олимпийский спорт начинается в детстве, а успехи выдающихся спортсменов служат примером, во многом определяют выбор молодых людей в пользу здорового, активного образа жизни. Главная задача — самое широкое вовлечение в спорт подрастающих поколений с акцентом на дошкольников, детей с особенностями физического развития и находящихся в трудной жизненной ситуации»



Контентная политика

Основу контента должны составлять значимые и актуальные для целевой аудитории новости о работе организации, которые будут интересны подписчикам

- Рассказывайте о режиме работы, достижениях спортсменов, афише, действующих акциях, условиях посещения, покупке билетов, абонементов и т. д.
- 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 вашей организации, участии в соревнованиях и спортивных мероприятиях, достижениях спортсменов и тренеров, делитесь полезными рекомендациями для поддержания здоровья и физического развития
- Запускайте собственные акции, флешмобы, социальные и имиджевые проекты
- Проявляйте заботу и эмпатию к посетителям и сторонникам спортивного образа жизни
- Подчеркивайте близость не только к подписчикам, но и к жителям в целом. Показывайте социальную роль организации, чаще демонстрируйте личное участие сотрудников во всех внутренних и внешних процессах
- Не заикливайтесь на основном направлении деятельности, показывайте другие сферы жизни вашей организации
- Будьте открыты и не уходите от диалога, прислушивайтесь к мнению аудитории



Министерство спорта Курской области (Курская область)

Пост о том, как курские спортсмены поднялись на Эльбрус с фото детей-инвалидов

https://vk.com/wall-27161324_16257

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 «АУ КО СШ "Арена"», а «Спортивная школа зимних видов спорта "Арена"»
- Постепенно заполняйте все разделы: видео, фото, ссылки, контакты
- АНО «Диалог Регионы» разработал брендбук по оформлению госпабликов. Чтобы получить помощь в оформлении сообщества — шаблоны обложки, логотипа, постов и графических элементов — обратитесь к ЦУР вашего региона



Комитет по физической культуре и спорту (Санкт-Петербург)

Яркий, лаконичный и запоминающийся дизайн паблика

<https://vk.com/kfisspb>

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](#).



Федеральная повестка



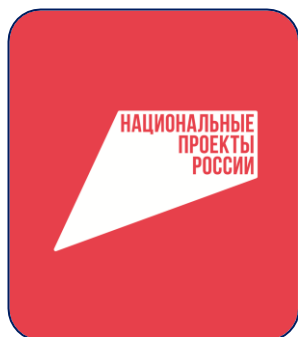
Решения Президента, Правительства, законы



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 спорте



Праздники, культурные и патриотические события

Публикация новостей о работе организации — 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



ПОДГОТОВКА
СПОРТСМЕНОВ/ТРЕНИРОВКИ



АФИША/
АНОНСЫ



О НАС



ПРЯМЫЕ ЭФИРЫ/ТРАНСЛЯЦИИ
МАТЧЕЙ



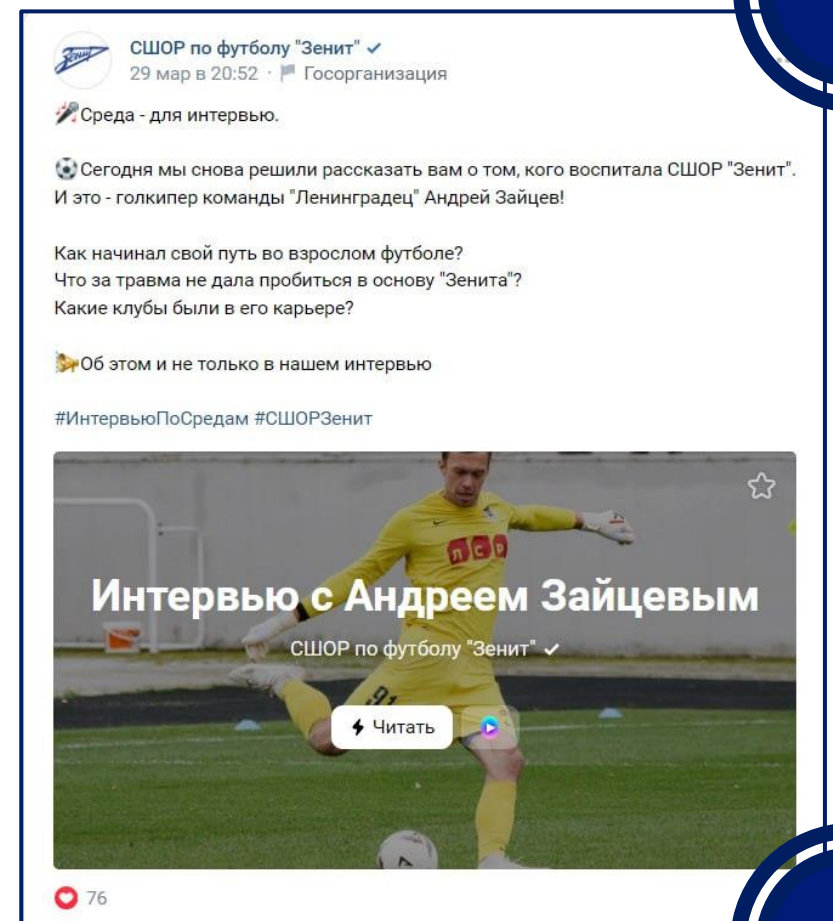
ИНТЕРЕСНЫЕ
ФАКТЫ

Форматы контента:

- Фото/фотоальбом + текст
- Видеоролик + подводка
- Карточка/карточки + текстовая подводка
- Мем + текст
- Статья + текстовая подводка
- Подкаст аудио/видео
- Сводка основных событий (текст + фото или видео + подводка)
- Прямой эфир + текстовая подводка
- Клип
- Истории/Серия историй
- Видеоопрос людей + текстовая подводка
- Интервью (статья/видео) + текстовая подводка
- Репортаж (текстовый/видео)

Рассказывайте о событиях через истории людей – сотрудников, тренеров, спортсменов

- 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.



СШОР по футболу «Зенит» (Санкт-Петербург)
Интервью с воспитанником, нынешним голкипером команды
«Ленинградец» Андреем Зайцевым
https://vk.com/wall-214592155_582



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

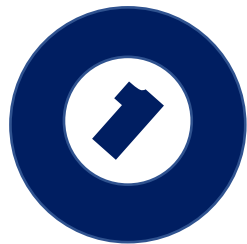
8 принципов качественного контента

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!



Министерство спорта Нижегородской области (Нижний Новгород)

Министерство рассказало о сотрудничестве с Минпромторгом РФ и отправке детских парусных яхт в г. о. Сокольское

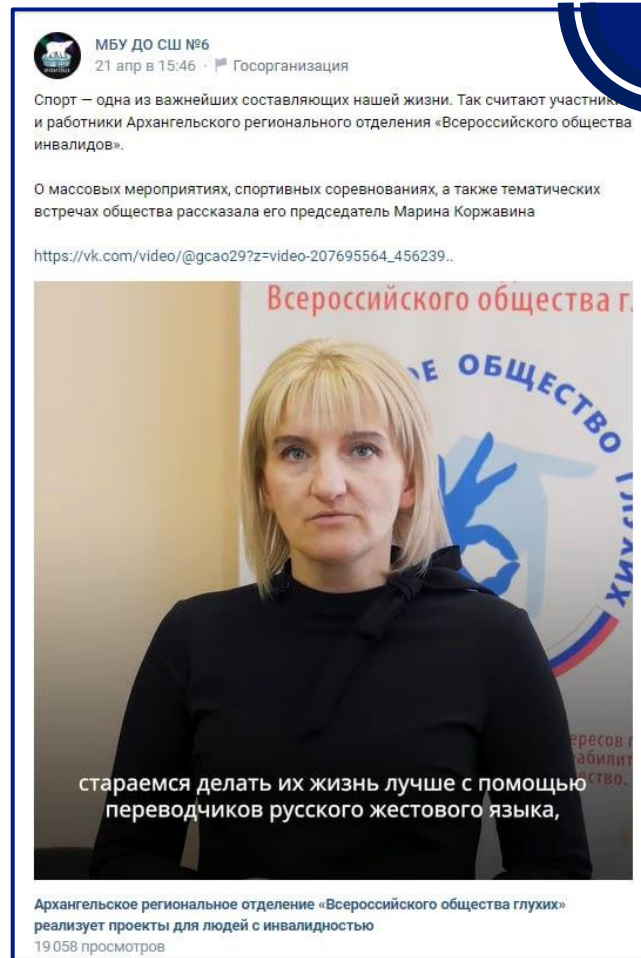
https://vk.com/wall-169046770_11267



КАЧЕСТВЕННЫЕ ВИДЕО

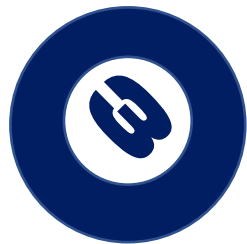
Видео — самый популярный формат контента в соцсетях. Помните, что большинство смотрит их с телефона, поэтому — длительность небольшая, текст краткий, элементы крупные

- Для пабликов спорта 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 спорта во [«ВКонтакте»](#) и других соцсетях
- Приглашайте на эфиры руководителей организаций, тренеров, спортсменов, представителей исполнительной власти, ЛОМов (лидеров общественного мнения), экспертов в вашей сфере



Спортивная школа №6 Архангельской области
Качественный ролик с оптимальным хронометражем и субтитрами для комфортного просмотра

https://vk.com/wall-148678389_1022



КАЧЕСТВЕННЫЕ ФОТО

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



Школа спортивной гимнастики им. Н. Г. Толкачева (Владимирская область)

Живые фотографии воспитанников школы с
Чемпионата России

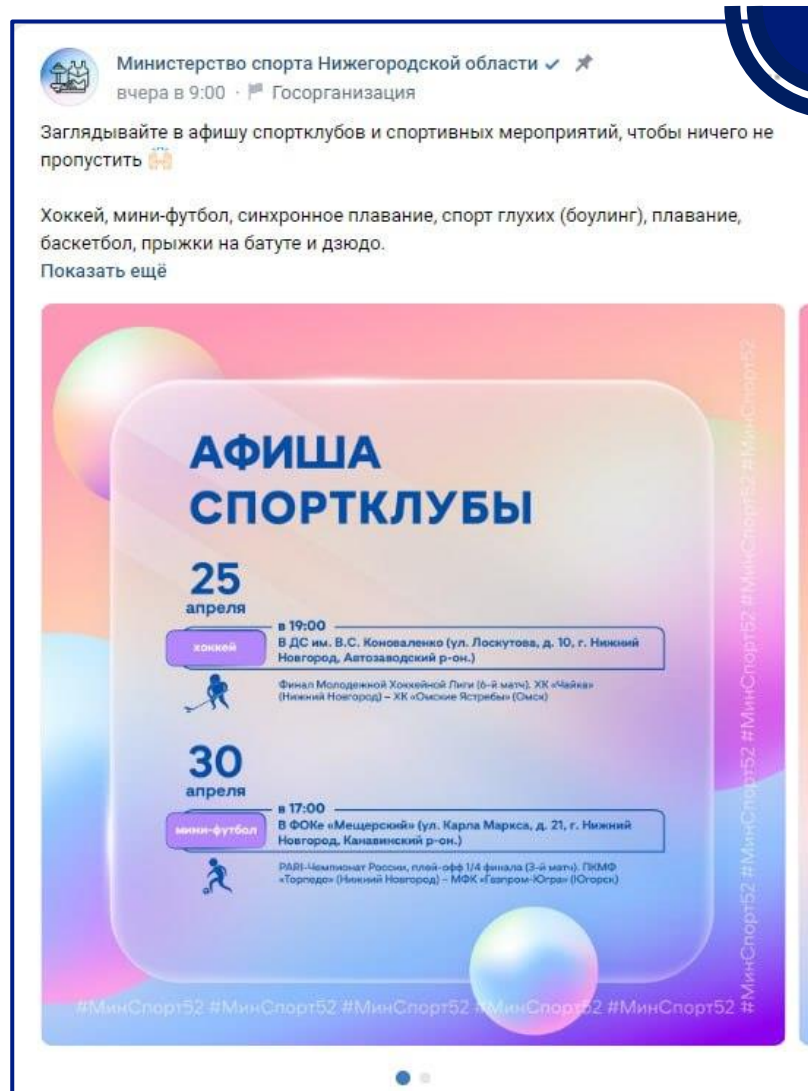
https://vk.com/wall-53552485_5635



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](#)



Министерство спорта Нижегородской области
(Нижегородская область)

Хороший пример оформления афиши
в виде карточек

https://vk.com/wall-27161324_16406

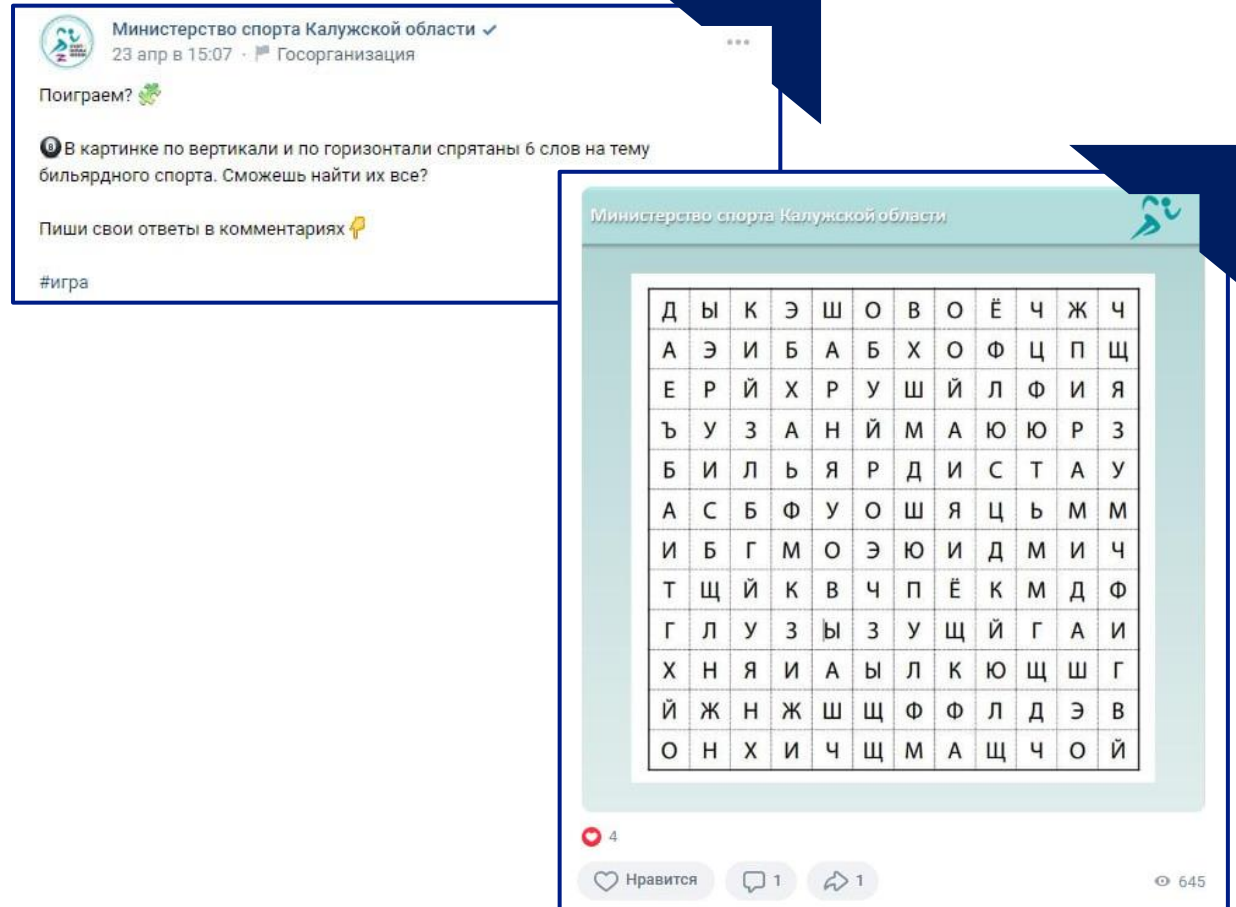


ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ

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



Министерство спорта Калужской области ✓
23 апр в 15:07 · Госорганизация

Поиграем? 🍀

🗨️ В картинке по вертикали и по горизонтали спрятаны 6 слов на тему бильярдного спорта. Сможешь найти их все?

Пиши свои ответы в комментариях 🙌

#игра

Министерство спорта Калужской области

Д	Ы	К	Э	Ш	О	В	О	Ё	Ч	Ж	Ч
А	Э	И	Б	А	Б	Х	О	Ф	Ц	П	Щ
Е	Р	Й	Х	Р	У	Ш	Й	Л	Ф	И	Я
Ъ	У	З	А	Н	Й	М	А	Ю	Ю	Р	З
Б	И	Л	Ь	Я	Р	Д	И	С	Т	А	У
А	С	Б	Ф	У	О	Ш	Я	Ц	Ь	М	М
И	Б	Г	М	О	Э	Ю	И	Д	М	И	Ч
Т	Щ	Й	К	В	Ч	П	Ё	К	М	Д	Ф
Г	Л	У	З	Ы	З	У	Щ	Й	Г	А	И
Х	Н	Я	И	А	Ы	Л	К	Ю	Щ	Ш	Г
Й	Ж	Н	Ж	Ш	Щ	Ф	Ф	Л	Д	Э	В
О	Н	Х	И	Ч	Щ	М	А	Щ	Ч	О	Й

4
Нравится 1 1 645

Министерство спорта Калужской области (Калужская область)
Филворды по тематике вашей организации — отличный вариант интерактива

https://vk.com/wall-175093833_15539



РАБОТА С КОММЕНТАРИЯМИ

В госагблики сферы спорта люди чаще всего приходят за консультацией.

Пользователи интересуются расписанием соревнований и занятий, стоимостью билетов, условиями посещения организации и записи детей в секции. Также актуальны вопросы, связанные с ремонтом 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 канцеляризмов
- 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



Дмитрий Ситников

Там уже как месяц должны дети заниматься, а не «проводить работы над ошибками», позвольте узнать, когда можно будет приступить к занятиям? Деньги потрачены, работы будут исправляться - только для кого это всё? Сроки хотелось бы услышать, при чем реальные!!!! А не «фоточки» с объектов!

21 апр в 11:47 Ответить Поделиться



Министерство спорта и туризма КО ✓

Дмитрий, добрый день! Спасибо за Ваше неравнодушное отношение к спорту.

После таяния снега на объектах вскрылись дефекты. Подрядчики уже приступили к их устранению в рамках гарантийных обязательств, а также выполняют благоустройство. Разработан и утвержден график работ, подрядчики устранят все дефекты в течение мая.

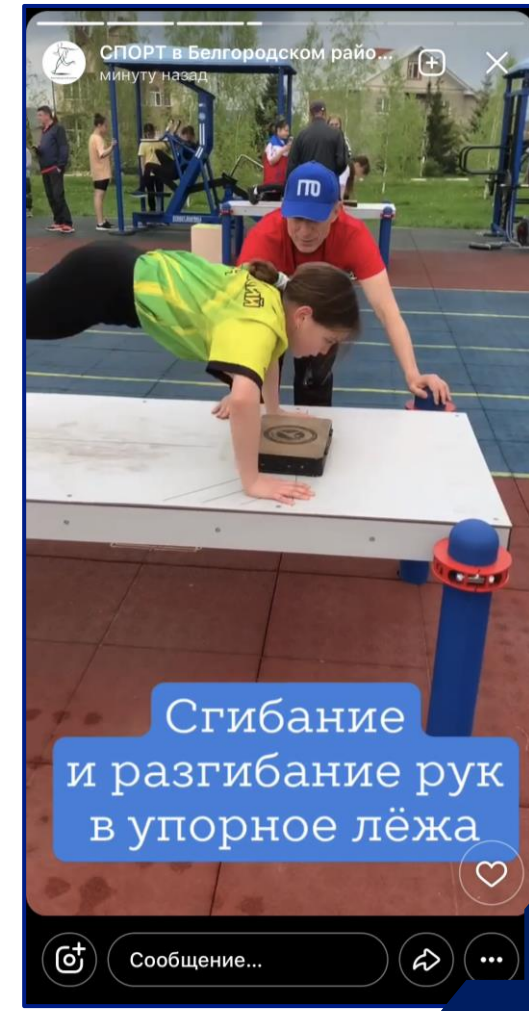
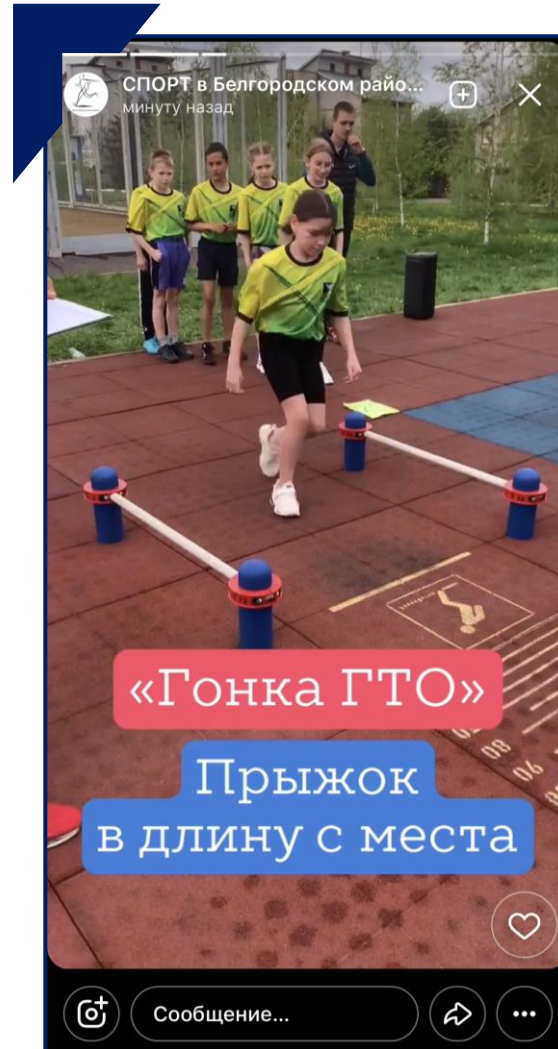
24 апр в 11:49 Ответить Поделиться



ИСТОРИИ

Истории — это популярный формат, который нужно использовать по максимуму

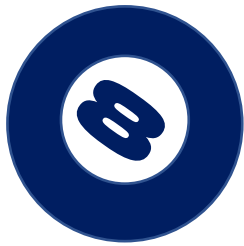
- Делайте истории вертикальными и на весь экран
- Пишите крупно, чтобы текст был читаем с телефона
- Используйте живые кадры и динамичные короткие видео
- Добавляйте эффекты, свайпы, голосования в истории, вопросы, тесты и другие «фишки»
- Сохраняйте главные истории, распределяйте их по рубрикам, ставьте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



Управление физической культуры, спорта и молодежной политики администрации Белгородского района (Белгородская область)

Живые истории о проведении «Гонки ГТО»

https://vk.com/sport_belrn



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 спортивная организация получит инвентаря, какие работы пройдут по его ремонту или обновлению



МКУ «Ольская спортивная школа» (Магаданская область)

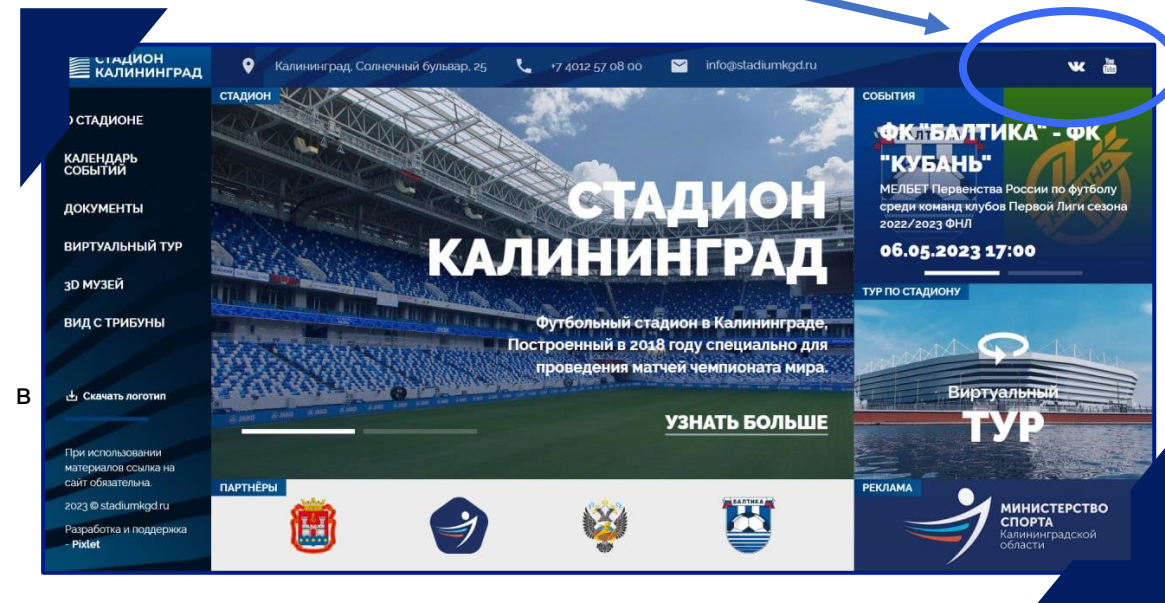
Пример приземления повестки о чемпионате школьной баскетбольной лиги «КЭС-БАСКЕТ»

https://vk.com/wall-134472437_11817

Инструменты продвижения

Стремитесь к тому, чтобы на ваш паблик подписывались не только работники и действующие спортсмены

- ❑ Интеграции с блогерами, инфлюенсерами, ЛОМаи (лидерами общественного мнения). 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 проходном месте вашей организации
- ❑ Вовлечение потенциально заинтересованной аудитории в ручном режиме (рассылки приглашений друзьям, знакомым, коллегам)



Стадион «Калининград»
(Калининградская область)

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

Таргет

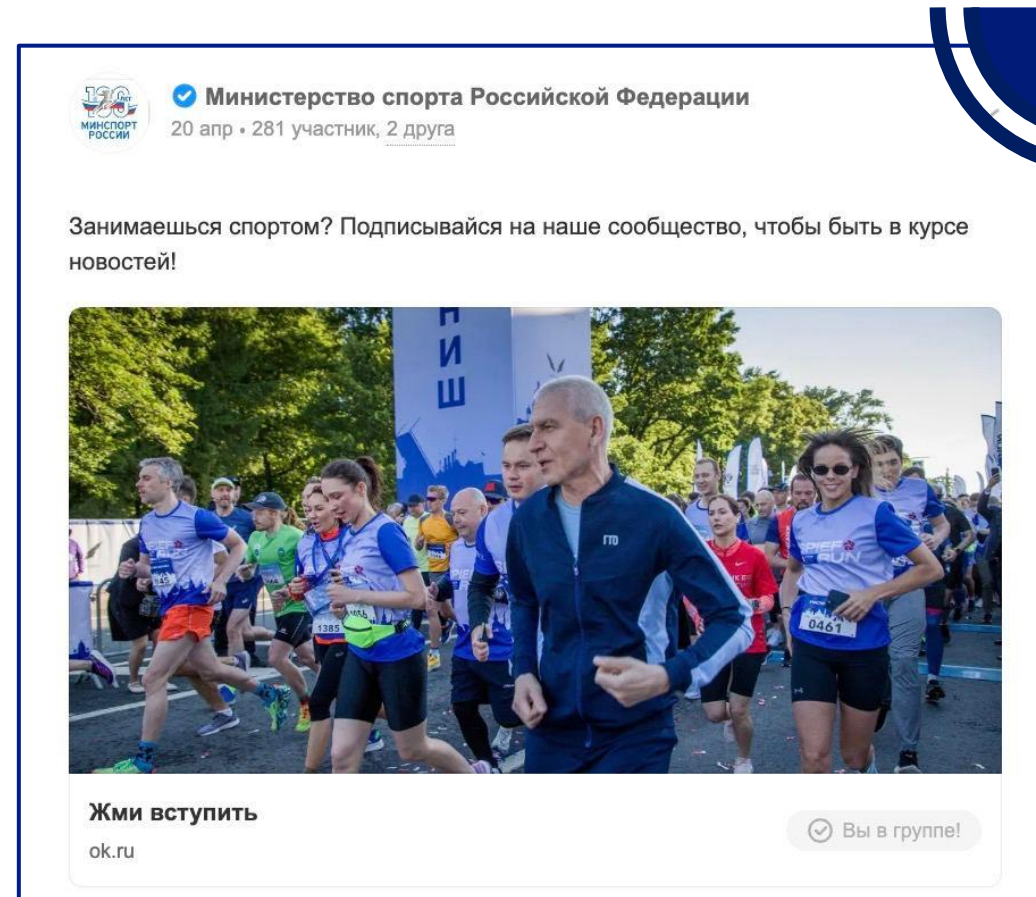
Таргетированную рекламу можно настраивать на сам госабрик или отдельные посты. С ее помощью можно увеличить количество подписчиков, продвигать материалы на более широкую целевую аудиторию (не ограничиваясь только подписчиками). Таргет позволяет показать публикации вашей группы пользователям в ленте новостей соцсети вне зависимости от того, подписаны они на сообщество или нет.

За консультацией по таргетированной рекламе вы можете обратиться в ЦУР вашего региона.

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



Как обезопасить аккаунты?

Для каждой социальной сети придумайте отдельный сложный пароль

Не рекомендуем:

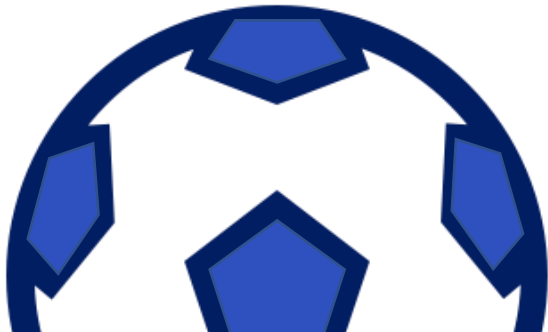
- ❑ *пароли, в которых меньше 8 символов: IOIhKd*
- ❑ *пароли-слова: сарубара*

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.

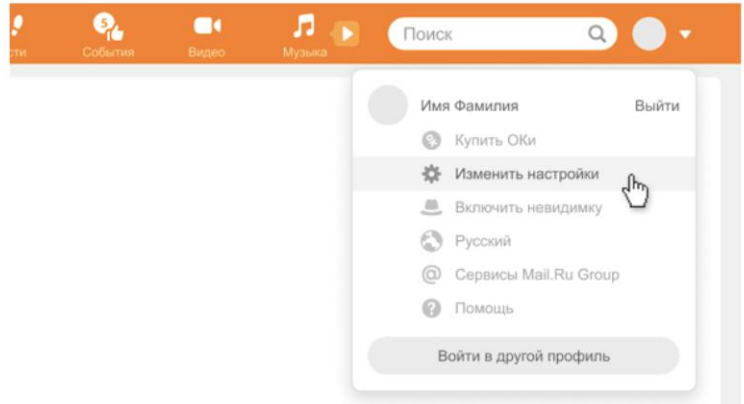


Что такое двойная защита? Как её включить?
Статья обновлена 23.12.2021 [Получить ссылку](#)

«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 организации 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 организации 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.

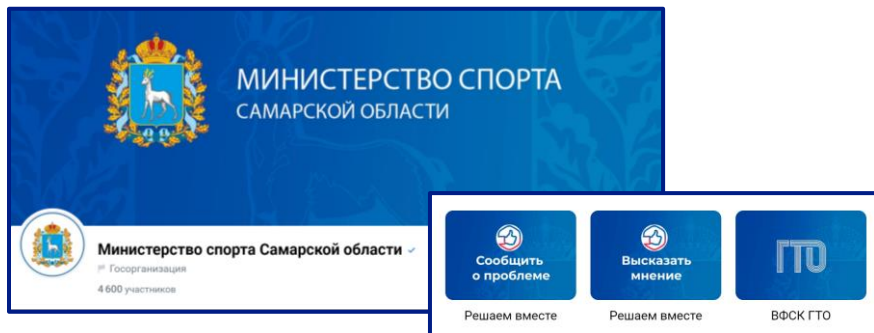
Укажите понятное название учреждения, добавьте слоган или призыв, скачайте файл и распечатайте его. А после повесьте там, где увидят посетители. По QR-коду они смогут перейти прямо в сообщество и подписаться на него.

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

сообщество ВКонтакте



Примеры лучших госпабликов



Министерство спорта Самарской области
(Самарская область)

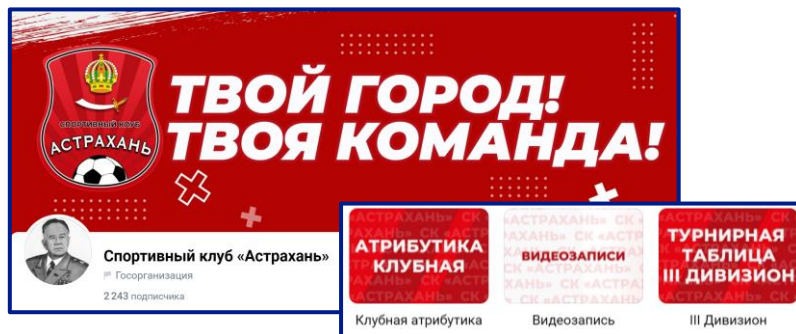
<https://vk.com/minsport63>



Центр спорта Невского района
(Санкт-Петербург)

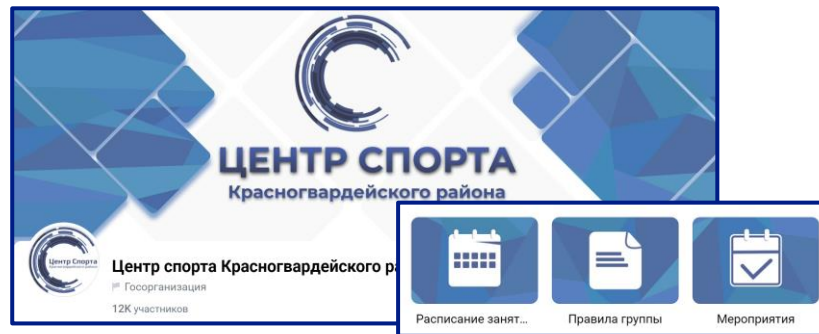
<https://vk.com/centrsporta.nevskiy>

Отсканируйте QR-код и посмотрите группы спортивных организаций, на которые можно ориентироваться



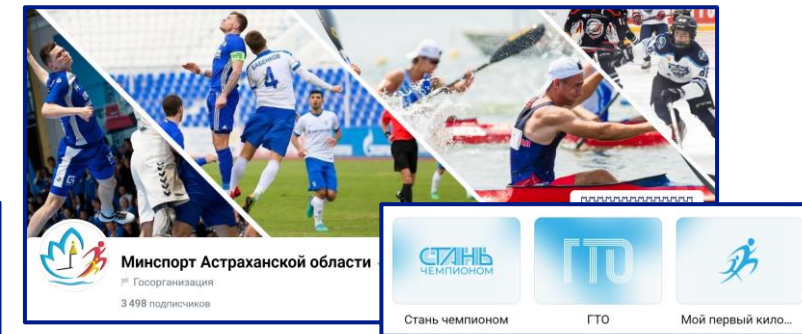
Спортивный клуб «Астрахань»
(Астрахань)

<https://vk.com/scastrakhan>



Центр спорта Красногвардейского района
(Санкт-Петербург)

https://vk.com/c_fiz



Министерство спорта Астраханской области
(Астраханская область)

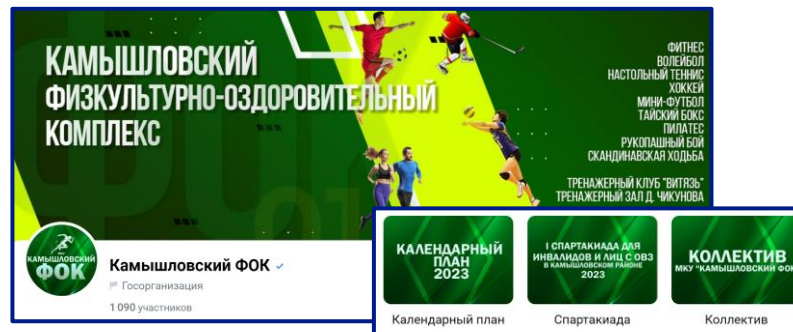
https://vk.com/minsport_30

Примеры лучших госпабликов



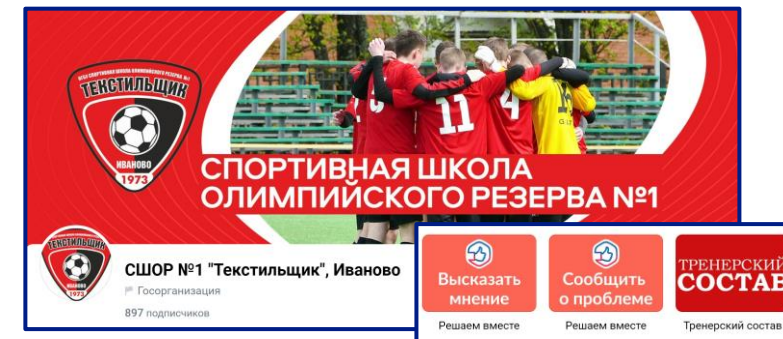
Школа велоспорта (Санкт-Петербург)

<https://vk.com/ufavvelo>



Камышловский физкультурно-оздоровительный комплекс (Камышлов)

<https://vk.com/kamfok>



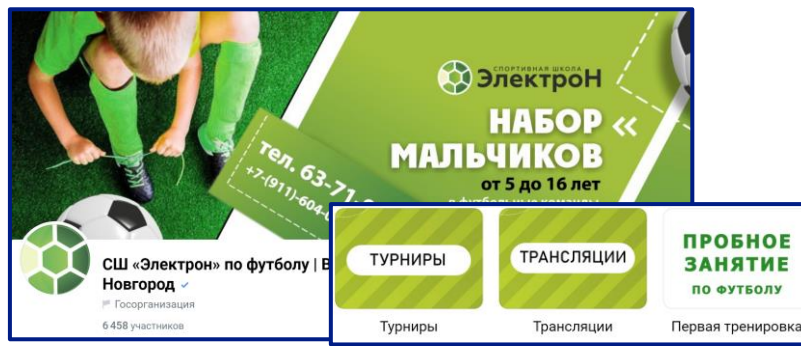
Спортивная школа олимпийского резерва №1 (Иваново)

<https://vk.com/schor1ivanovo>



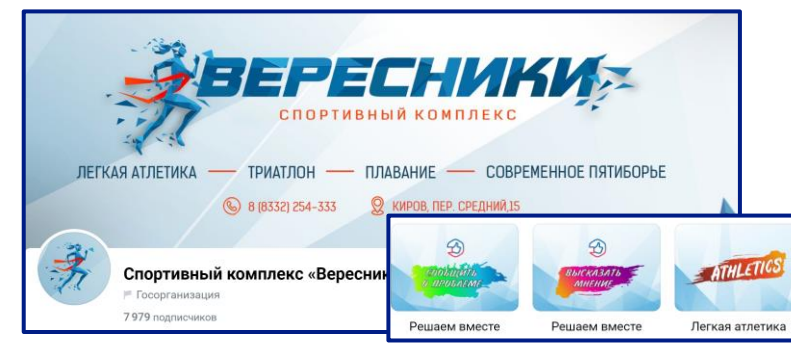
Футбольный клуб «Сатурн» (Раменское)

<https://vk.com/fcsaturn>



Спортивная школа «Электрон» по футболу (Великий Новгород)

https://vk.com/electron_vn



Спортивный комплекс «Вересники» (Киров)

https://vk.com/kirov_veresniki

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 →

