



Ресурсный центр поддержки общественных инициатив г. Боготол

Муниципальное бюджетное учреждение культуры
"Централизованная библиотечная система"

ЗАЧЕМ НУЖНЫ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ НЕКОММЕРЧЕСКИМ ОРГАНИЗАЦИЯМ, И КАКИЕ ИЗ НИХ ВЫБРАТЬ

Соцсети — это универсальный и бесплатный (по своей сути) способ связаться со своей аудиторией или рассказать о себе. Большинство НКО представлены сразу в нескольких в соцмедиа пространствах.

Присутствие в соцсетях выполняет следующие *функции*:

- Информирование о своей деятельности;
- Привлечение единомышленников, волонтеров и специалистов;
- Неформальное общение, обратная связь и как следствие доверие ваших клиентов;
- Самопрезентация и повышение доверия к вам различных социальных групп

Стоит помнить, что каждая социальная сеть имеет свои особенности, а потому сначала нужно определиться и основной целью вашего присутствия в медиапространстве и вашей целевой аудиторией. Когда эти параметры известны, проще выбрать, какая соцсеть подходит именно вам.

Наиболее часто используются «ВКонтакте», Instagram, Facebook «Одноклассники» и YouTube.



«**ВКонтакте**» довольно универсальная социальная сеть, рассчитана на молодежь примерно от 17 до 27 лет. Здесь достаточно широкие мультимедийные возможности: подкасты, прямые трансляции, видеоархивы, опросы, публикации больших историй и, конечно, привычные всем посты и сторис.

ВК предлагает два варианта сообществ: группы и публичные страницы. Группа больше подходит для объединений по интересам, а публичная страница для публикации новостей от лица компании или организации. В группах можно настроить доступ: публичная страница всегда открыта для всех пользователей, а группа может быть закрытой.

Instagram. Вовлеченность пользователей в этой соцсети одна из самых высоких. Средний возраст пользователей от 18 до 34 лет. Главное, что привлекает сюда людей, эстетически привлекательный контент — фото и видео; без этого вы не сможете развить свой аккаунт. Также необходимо наличие гаджета, ведение профиля с компьютера возможно, но является, скорее дополнением.



Facebook. На данный момент эта социальная сеть в основном популярна у пользователей из Москвы и Санкт-Петербурга, в регионах ей пользуются значительно реже. Подходит для продвижения в профессиональной сфере и создания и поддержания деловых контактов. Целевая аудитория здесь старше, чем во «ВКонтакте», это люди 25-55 лет. Здесь достаточно инструментов для продвижения бизнес-страниц, а также есть выход на международную аудиторию.

«Одноклассники». Соцсеть популярная у людей, средний возраст которых 30-50 лет. Как и во «ВКонтакте» и в Facebook есть возможность вести группу компании, инструментов здесь для этого достаточно. Если ваша аудитория, например, люди зрелого возраста — здесь вы сможете наладить с ними связь.



YouTube. Этот видеохостинг нужен, если вы планируете размещать в Интернете свой видеоархив, подкасты и презентации. Здесь вы сможете завести свой канал, на котором будете публиковать видео или вести трансляции с мероприятий. Весь контент с YouTube, можно встраивать в публикации других ресурсов, в том числе на сайтах и в соцсетях. Возраст целевой аудитории здесь не так важен, главное, качественное наполнение.

Мессенджеры

О них стоит упомянуть отдельно. Это, например, Telegram, Viber и WhatsApp. Функционально эти платформы близки традиционным социальным медиа, но их основное предназначение – моментальная коммуникация. Так что часто эти соцсети используются просто как общий диалог для определенной группы людей, например, общий диалог с коллегами помогает оперативно решать срочные задачи, особенно, если вы находитесь на расстоянии



Если ваша НКО работает сразу с несколькими целевыми аудиториями, то стоит завести свои группы во всех соцсетях, где присутствуют ваши реальные или потенциальные клиенты и наполнять их контентом, учитывая разницу в потребностях этих целевых групп.