

Локальне ЗМІ в соцмережах

**Віталій ГОЛУБЄВ,
засновник Школи універсального
журналіста, викладач НаУ
“Острозька академія”**

Про що будемо говорити

- Карантин і медіаспоживання
- Формати постів
- “Точки контакту”
- Реакція на негатив
- Інстаграм
- Монетизація

**Потрапити
до читача
у стрічку**

“

**Ми наново
вчимосся
говорити**

”

Спілкуватись, а не просто інформувати

Дайте людям сигнал: **ми з вами**

Точка опори в інформаційному хаосі

“Прив’язуємось” не до газети, а до громади

**Зніміть
краватку
і розпряміть
спину**

Сила локального ЗМІ

- Історія
- Репутація
- Лояльність
- База контенту
- Колектив

Як можемо використувати

- Підтримуємо місцеві **ініціативи**
- Формуємо **добірки контенту**
- Переупаковуємо **архіви**
- Піднімаємо **старі контакти** й збираємо нові
- Даємо людям **висловитися**

**“Не можу
не робити”**

Мало хто знає, що робити

**Але ті, хто знає, що робити зараз,
зазвичай знають, що робити завжди**

А інші – на них дивляться

**Тими, хто знає, можуть і повинні бути
медіа**

“

Як ефективно
розширити
читацьку базу
без використання
платних методів?

”

Використовуйте тренд на безкоштовний доступ

**Саме час розширити, а не звузити
аудиторію**

**Що можете упаковати в безкоштовний
продукт і що попросити взамін?**

**Будьте
джерелом
інформації,
а не репостів**

“

Чим ми можемо
допомогти?

”

Як просувати ЗМІ нативно

Створіть **брендовані шаблони** для корисного контенту

Поширюйте, **стимулюючи цільові дії**
(підписка, лайк, коментар, репост, контакт, відгук)

SELL

VS

SERVE

“

Який оптимальний
формат подачі
новини?

”

Еволюція форматів постів

- **Лінк** (лінк + картинка)
- **Лінк + підводка**, що дублює заголовок /
закликає прочитати в газеті (як?)
- **Лінк + самодостатня підводка**
- **Самодостатній контент без лінка** (лінк у першому коментарі)

Ключові елементи поста

- **Заголовок (1 секунда)**
- **Фото (варіант: текст на фото)**
- **Перше речення: коротке, зацікавлює**
- **Короткий перший абзац**
- **Абзаци розділені пробілами**
- **Заклик до дії**

Додаткові можливості подачі

- **Список**
- **Емодзі для структурування**
- **Цифра / цитата в брендovanому шаблоні**
- **Групові фото**
- **Багато фото**
- **Лонгрід**

“Вічнозелений” контент

- **Дата Великодня на 20 років**
- **Як “читати” аналіз крові**
- **Календарі: церковний, посівний, ЗНО...**
- **Коли можна вінчатися**
- **Які вітаміни на що впливають і в чому є**
- **Що повинна вміти дитина в X років**

**Пояснійте
людям,
що їм робити
з вашим
контентом**

“Гачки” для читача

- **Налаштуйте пріоритет у показі**
- **Автоматичне привітання**
- **“Соціальні докази”**
- **Дочитайте до кінця**
- **Збережіть, бо знадобиться**
- **Поділіться – це флешмоб добра**

“

Як розробити
сторінку друкованого
ЗМІ в соцмережах?

”

Ключові точки контакту

- **Аватар** (фото)
- **Кавер** (обкладинка)
- **Інфоблок** (контакти + опис)
- **Перший пост** (закріплений?)
- **Типи контенту** (текст, фото/відео, графіка)
- **Вигляд поста у стрічці** (перевірка/зміна)

Чим ви займаєтесь?

Як ви можете бути **корисними** читачу
(розповідаємо **не про себе, а про нього**)

Що у вас можна **купити**? Як?
(Покажіть свою **продуктову лінійку** і
спростіть процес покупки)

Де взяти підписників?

Запросити друзів кожного працівника редакції і членів їхніх сімей

Інтегрувати посилання на сторінку в усі точки контакту

Регулярно давати корисне підписникам

Конкурси, взаємний піар

**Інстаграм – це
далеко не лише
дівчата і котики**

Перші кроки в Інстаграмі

- **Бізнес-сторінка** (прив'язка до ФБ)
- **Перші контакти** – ФБ, телефон, конкуренти
- **Опис профіля** – які ваші дієслова?
- **Активне посилання**: сайт або лід-магніт
- **Типи контенту**: пост, сторіз, live, IGTV
- **Експериментуйте з форматами** (A/B тест)

“

**Як вгамувати наплив
панікерів,
прихильників змов
і зрад?**

”

Робота з аудиторією у ФБ

- За сторінку відповідає **найдосвідченіший**
- **Правила:** зовнішні й внутрішні
- **Періодичне оновлення правил**
- **Періодичне нагадування про правила**
- **Формалізація:** ЧаПи, скрипти, шаблони
- **“Швидкість відповіді важливіша за скрипт”**

Реакція на негатив

- **Відповідати на коментарі**
- **Просити конкретизувати критику**
- **Переводити в приватні повідомлення**
- **Визнати право на помилку**
- **Не узагальнювати (негатив помітніший)**
- **Дати читачу право на безпеку**

“

**Як монетизувати
сторінки
в соцмережах?**

”

Перш ніж говорити про заробіток у соцмережах

- **Набрати базу підписників**
- **Почати з ними спілкуватися**
- **Спочатку давати, потім брати**
- **Сформувати “продуктову лінійку”**
- **Показати рекламні формати**
- **Відразу збирати і поширювати відгуки**

Що ви продаєте?

- **Своє / чуже, інформацію / товари**
- **Пакетно / окремо**
- **Сформувати “продуктову лінійку”**
- **Показати рекламні формати**
- **Відразу збирати і поширювати відгуки**

Перші кроки в продажах

- Сформулювати й доносити переваги
- Додана вартість (відео, фото, опис, емоції)
- Запропонувати існуючим
- Перші нові клієнти: свої / безкоштовні
- Переманювати у конкурентів, якщо є
- Використовувати особисті сторінки
- Відкрити окрему групу-"барахолку"

“

Як удосконалити
локальне ЗМІ,
щоб його читали всі?

”

“Всі” –

нереально.

Потрібна власна

лояльна

аудиторія

Воронка продажів

- **Трафік** (зайшли)
- **Конверсія** (купили)
- **Середній чек** (купили більше)
- **Прибуток** (дали нам заробити)
- **Лояльність** (повернулись і порадили)

Заробляйте у соцмережах!

Впізнаваність

Авторитет

Гроші

Dmytro Bulanov
creative büro

