

Правила, идеи и примеры написания постов в социальных сетях

Цель любой соцгруппы, создана она для рекламы организации или как личный профиль, – вовлечь пользователя в коммуникацию, заинтересовать его и, как бы это банально не звучало, мотивировать подписаться, поставить лайк, а лучше всего поделиться постом с друзьями.

Как этого добиться? Ответ один – с помощью размещения правильного контента.

Так что же публиковать?

Правила написания текстов для соцсетей

Начнем с основных правил написания текстов для соцсетей, которых нужно придерживаться, формируя контент:

Не о чем писать, не пиши – определитесь сами с собой, о чем будет пост и нужен ли он вообще. Пост ради поста не нужен ни вам, ни тем более вашему пользователю.

1 пост = 1 мысль – не путайте пользователя, помещая в один пост все и сразу, так вы рассеиваете его внимание и уводите от главной мысли.

200-300 знаков с пробелами или 5-6 предложений – не пишите длинные посты, они больше подходят для продвижения личного бренда. Ваша задача – избежать скрывания материала кнопкой «Показать полностью».

Разбивайте на абзацы – пост будет легче читать, если вы оставите между абзацами пустую строку.

Не злоупотребляйте эмодзи, хештегами, «!», «!?!» и пр. – это пошло и не модно.

Для каждой соцсети свой контент – постить одно и то же во ВКонтакте, Одноклассниках и Instagram неправильно. Адаптируйте публикации под разные соцсети, так как в разных социальных сетях «сидит» разная аудитория.

Каждый элемент поста должен быть осмысленным – будь то предложение или отдельное слово, картинка или ссылка. Не нужно вставлять модное слово или мем, только потому что это модно. Главное, чтобы они подходили к тематике вашего паблика.

Уберите все лишнее – это самый простой способ сделать текст для поста лучше.

Не больше 10-15% рекламных постов – все хотят продать, но тут главное не переборщить. Не перегружайте свою аудиторию постами типа «Покупайте, не пожалеете!». Разделите контент в сообществе на продающий и развлекательный.

Не забудьте про СТА (call to action) – в продающих постах обязательно нужен призыв к действию, аудитории нужно прямо сказать, что от нее хотят: купить, подписаться, поставить лайк и т.д.

Никаких молчаливых репостов – просто делать репост чужой записи без какого-либо комментария нельзя. Этого не любят ни пользователи, ни соцсети.

Пишите для людей – даже если вы бренд и хотите рассказать о себе. Говорите не о товаре, а о выгоде, которую получит человек, купив ваш товар.

Пишите проще – вы же пишете в соцсети. Никаких высокопарных слов и километровых предложений. Представьте, что вы рассказываете о своем продукте другу. Главное отличие текста в посте соцсетей и текста в отчете в том, что в соцсетях можно писать от первого лица и нужно обращаться к вашим читателям (Например, в прошлую пятницу *нашу* библиотеку посетили.... и т.д.).

Как составить контент-план

Контент-план – это инструмент, который помогает систематизировать наполнение вашего сообщества.

Хороший контент-план – это список публикаций, который был составлен на основе особенностей, интересов и предпочтений целевой аудитории.

Поэтому сначала изучите своего пользователя. Соберите информацию о том, что сейчас интересно вашей целевой аудитории. В этом вам помогут тематические сообщества, форумы, группы конкурентов. Почитайте, какие темы на данный момент беспокоят читателей, ориентируясь на то, какие комментарии и отзывы они оставляют и какие вопросы задают. Можно организовать опрос пользователей в своем паблике, задав им вопрос: «Какие посты вы бы хотели видеть в моем сообществе?»

Выбор тем для постов

Выбор тем для публикаций – задача не из легких. Вот что вам поможет:

Мозгошторм – записывайте все идеи, которые придут на ум. Абсолютно все, что хоть как-то может быть связано с вашим сообществом, а может, и не связано вовсе. Даже если сейчас эта идея кажется вам бредовой. Возможно, через пару месяцев она отлично сработает.

Формула 5С – есть темы, которые всегда вызывают интерес:

- Секс
- Смех
- Страх
- Скандал
- Селебрити (знаменитость, звезда, популярная, известная личность)

Календари инфоповодов – в них собраны важные или просто интересные события, мероприятия, праздники – как шуточные, так и серьезные. Обычно календари выпускаются на месяц, сезон или даже год.

Виды постов с примерами

Самопрезентация

Правильный рассказ о себе – обязательная составляющая контент-плана сообщества, ведь никто не расскажет о себе лучше, чем ты сам.

От того, насколько «аппетитно» вы расскажете про свой продукт, зависит и реакция пользователей на него. Помните, что для разной аудитории нужен свой подход: кому-то нравятся красивые художественные обороты, а кому-то – точные цифры и доказательства.

Nescafe, например, всегда щедр на эпитеты, если говорит о своем кофе. А как иначе?

NESCAFE
19 сен в 12:00

— Я не пью кофе для того, чтобы проснуться.
Я просыпаюсь, чтобы выпить кофе!

Великолепное сочетание молотого и растворимого кофе в NESCAFÉ® Gold Barista
— прекрасная причина для пробуждения 😊
#МолотыйВрастворимом

422 8 11 845K

Пост со скидкой или акцией

Название поста говорит само за себя – вы предлагаете пользователю либо скидку на продукт, либо поучаствовать в акции. Основное условие и там, и там – это наличие выгоды для покупателя. Также в этих постах обычно присутствует ограничение по времени.

Яркий пример акции от того же Рокетбанка:

 **Рокетбанк**
17 сен в 13:40

Наступает время года, когда она накрывает улицы города и заставляет его отрываться на полную катушку.


Он помнит о тех, кто ему всегда помогал и сейчас хочет отплатить той же монетой.


Он даст повышенный кешбэк на бары, клубы и кинотеатры.

Он заплатит за каждого друга по 1000 рокетрублей.

Он не забудет тех, кто зовёт в семью активнее всех и будет платить им по 1500 рокетрублей за друга.

Уже на всех экранах смартфонов и до 15 октября.
Рокетжара 2: <https://hot2.rocketbank.ru>



 **Рокетбанк**

Пост-анонс

Освещайте предстоящие события, например, новый вебинар, или выход нового продукта. Тем самым вы подогреете интерес аудитории и заранее сформируете спрос, как это сделала компания Samsung:



Samsung Технологии
9 окт в 19:11

Не терпится увидеть новый Galaxy?
Уже совсем скоро!
Прямая трансляция 11 октября 2018 в 12:00 дня (время московское).

Новый Galaxy
Уже скоро ●●●●

636 386 40 60K

Пост с конкурсом

Такой формат поста помогает не только повысить интерес к вашей продукции, но и выявить потребности аудитории, а также как бы ненавязчиво заставляет пользователя глубже проникнуться к вашему товару. Плюс вы можете получить положительные отзывы о своем продукте, которые в дальнейшем можно будет использовать.

Компания Мираторг предложила своим подписчикам придумать стихи про их наггетсы, пообещав победителю запас продукции на месяц:



М Мираторг запись закреплена
1 окт в 15:53

О, наггетсы! Эти сочные, вкусные кусочки мяса в хрустящей панировке, такие сочные, такие сытные... Они достойны того, чтобы писать о них стихи. А почему бы и нет? Реализуйте свой творческий потенциал и участвуйте в нашем конкурсе: напишите стих о наггетсах и получите их запас на месяц! Подробнее об условиях конкурса: shop.miratorg.ru/nuggets

Творческий конкурс
**ВЫИГРАЙТЕ
ЗАПАС
НАГГЕТСОВ
НА МЕСЯЦ**

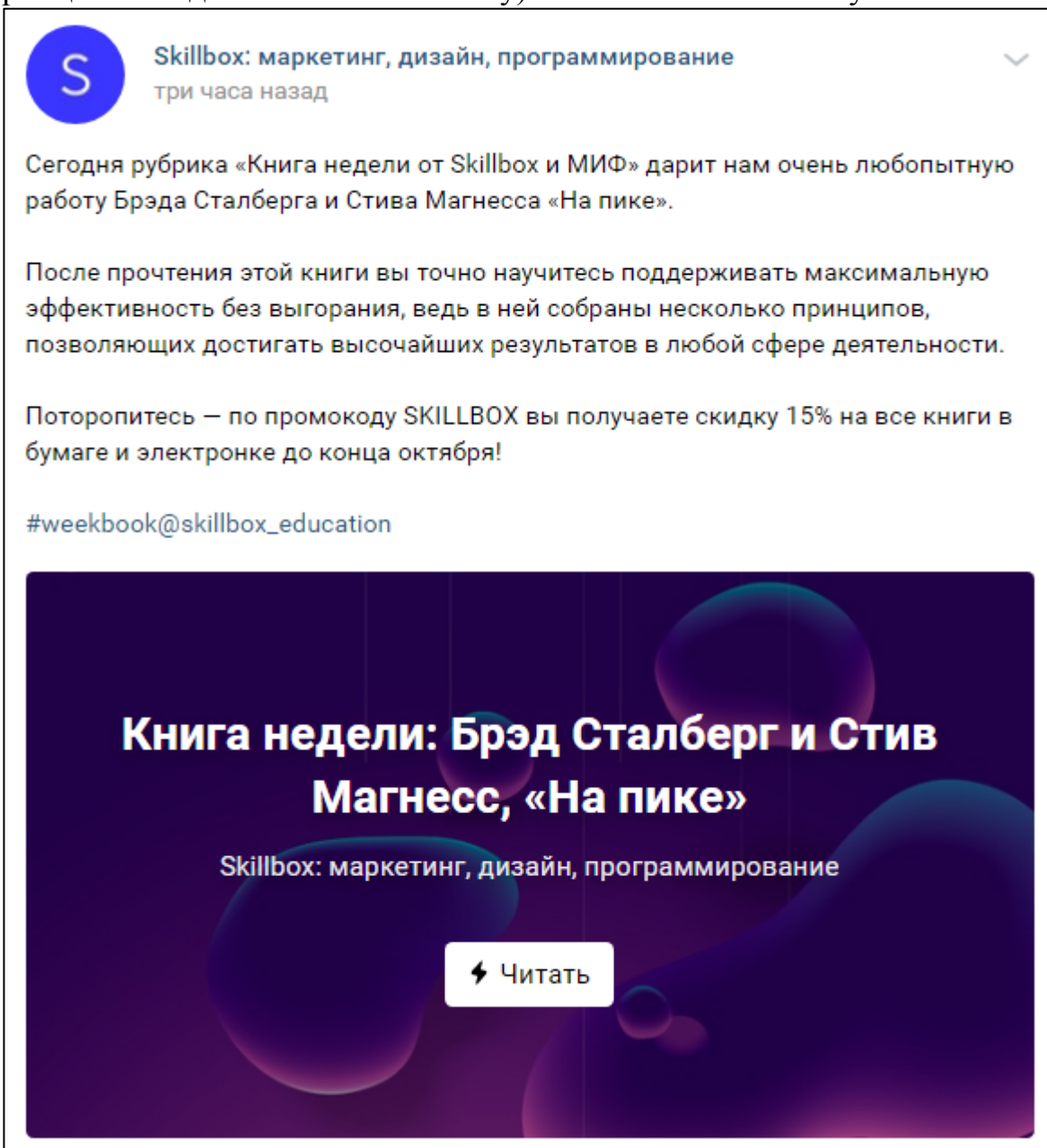
LUNA FOUR

15 3 2.5K

Пост-рубрика

Придумайте рубрику, которая будет подходить к тематике сообщества и отражать его цели, и делайте регулярные посты. Интервал между такими постами может быть разным – каждую неделю/две/месяц. Главное, не частить – не успеет сформироваться интерес у аудитории, и не публиковать слишком редко – пользователь успеет забыть о вашей рубрике.

Вот еженедельная рубрика онлайн-университета Skillbox «Книга недели». Обратите внимание, что в конце поста добавлена еще и акция (информация о скидке на всю библиотеку) – ненавязчиво и в тему:



S Skillbox: маркетинг, дизайн, программирование
три часа назад

Сегодня рубрика «Книга недели от Skillbox и МИФ» дарит нам очень любопытную работу Брэда Сталберга и Стива Магнесса «На пике».

После прочтения этой книги вы точно научитесь поддерживать максимальную эффективность без выгорания, ведь в ней собраны несколько принципов, позволяющих достигать высочайших результатов в любой сфере деятельности.

Поторопитесь – по промокоду SKILLBOX вы получаете скидку 15% на все книги в бумаге и электронке до конца октября!

#weekbook@skillbox_education

Книга недели: Брэд Сталберг и Стив Магнесс, «На пике»

Skillbox: маркетинг, дизайн, программирование


⚡ Читать

Пост-обзор

Сделайте обзор на ваш товар. Такие полезные посты пользователи чаще остальных сохраняют в закладки. Плюс видеобзор всегда интереснее текстового описания.

Пост-обзор может быть и инструкцией по применению, и, например, обзором прошедшего мероприятия.

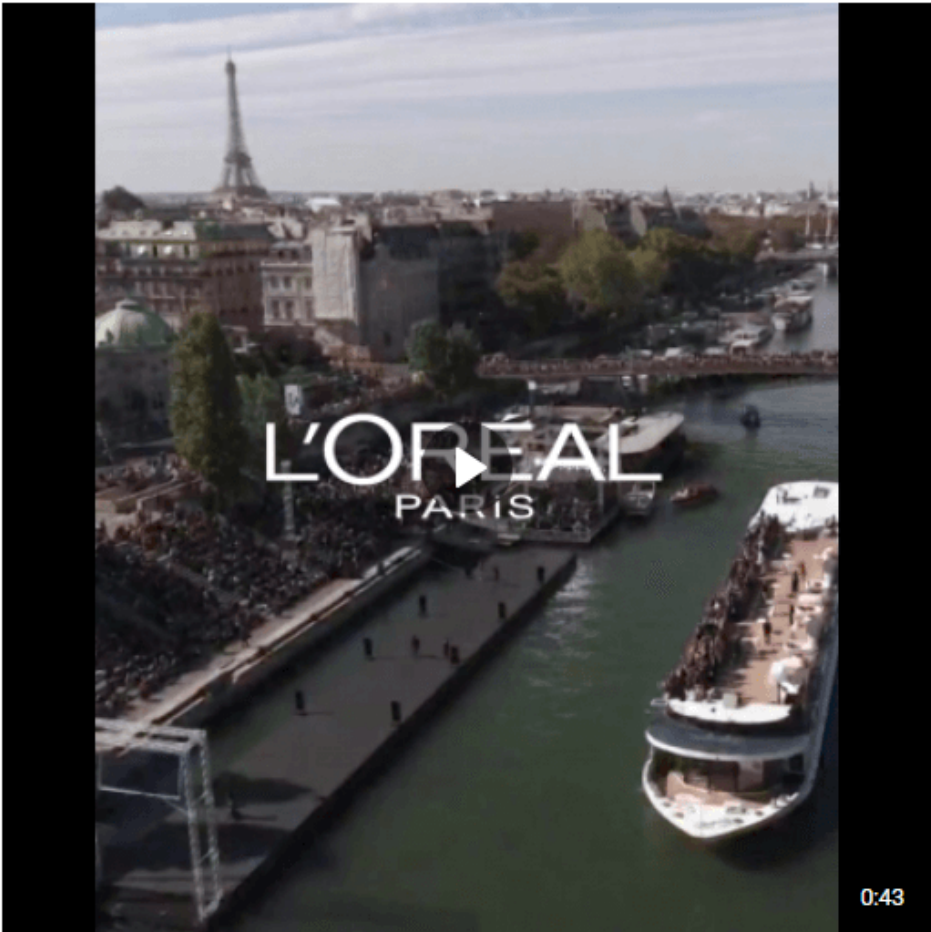
Компания L'Oréal Paris использовала этот тип поста, чтобы рассказать о своем дефиле на Неделе моды в Париже.



L'Oréal Paris Russia
8 окт в 19:00

Эмоции от триумфального дефиле L'Oréal Paris на Неделе моды в Париже не утихают и спустя несколько дней после окончания 🥰 12 модных домов, более 70 образов причесок и макияжа, амбассадоры бренда из разных стран превратили показ в настоящую модную феерию! Даутцен Крез и Ева Лонгория, Энди Макдауэлл и Бьянка Балти, Эль Фаннинг, Тилан Блондо, Лия Кебеде, Винни Харлоу и другие посланницы красоты разделили триумф женственности и волшебства Le Défilé со зрителями из 30 стран мира ✨

Окунитесь в атмосферу красоты — смотрите лучшие моменты дефиле 👉



0:43

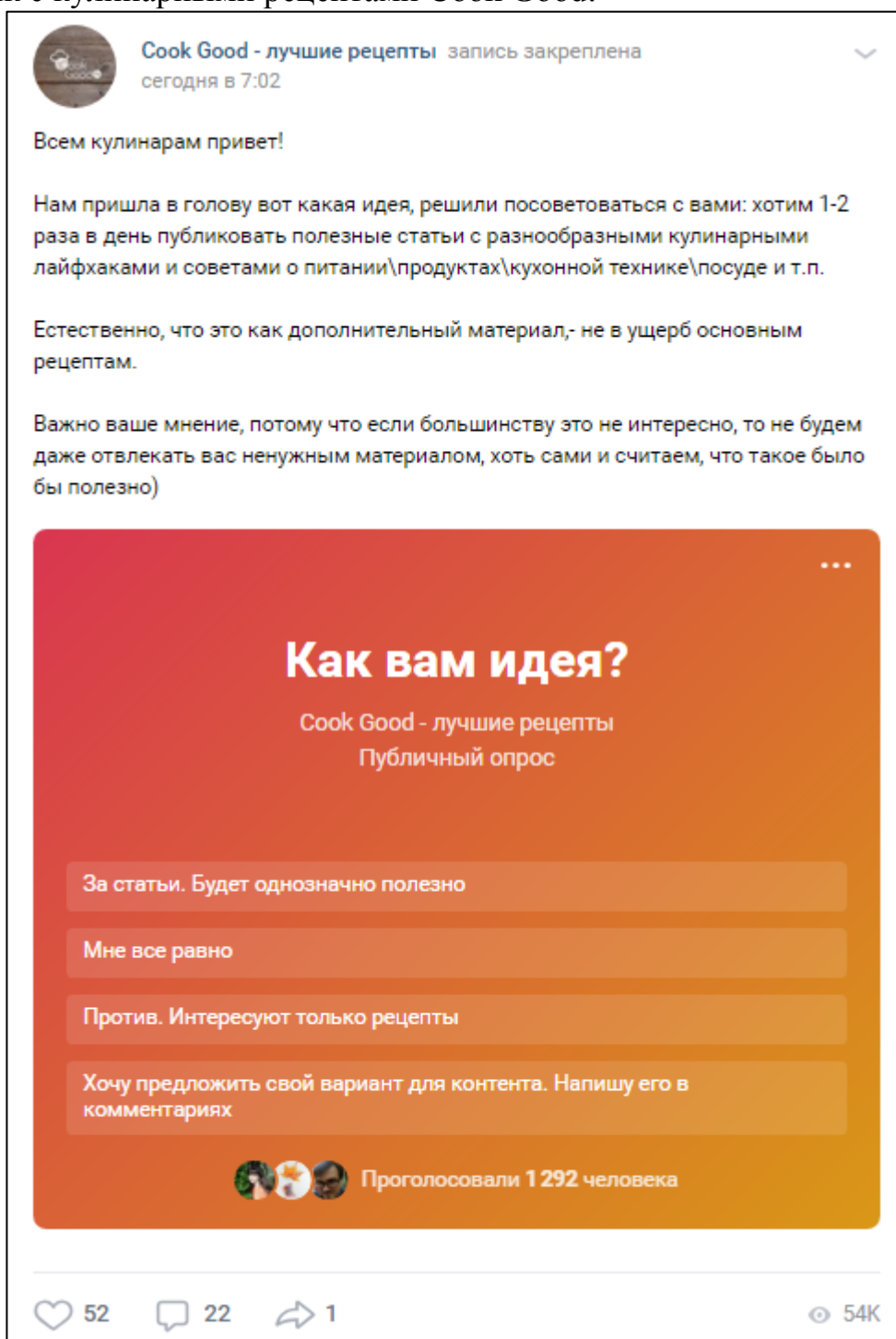
Дефиле L'Oréal Paris на Неделе моды в Париже
156 531 просмотр

Пост-опрос

Этот вариант поста особенно хорош, если активность вашего сообщества упала, и подписчики неохотно комментируют публикации, либо у вас большой процент новых подписчиков в группе.

Опросы бывают развлекательными (здесь все понятно) и серьезными – их цель выяснить потребности аудитории. Пользователи любят опросы, потому что чувствуют, что их мнение важно. А также им нравится участвовать в процессе создания контента.

Плюс такие посты помогают узнать у аудитории ее предпочтения, а также собрать обратную связь о вашем сообществе, как сделал крупный паблик с кулинарными рецептами Cook Good:



Cook Good - лучшие рецепты запись закреплена
сегодня в 7:02

Всем кулинарам привет!

Нам пришла в голову вот такая идея, решили посоветоваться с вами: хотим 1-2 раза в день публиковать полезные статьи с разнообразными кулинарными лайфхаками и советами о питании\продуктах\кухонной технике\посуде и т.п.

Естественно, что это как дополнительный материал,- не в ущерб основным рецептам.

Важно ваше мнение, потому что если большинству это не интересно, то не будем даже отвлекать вас ненужным материалом, хоть сами и считаем, что такое было бы полезно)

Как вам идея?

Cook Good - лучшие рецепты
Публичный опрос

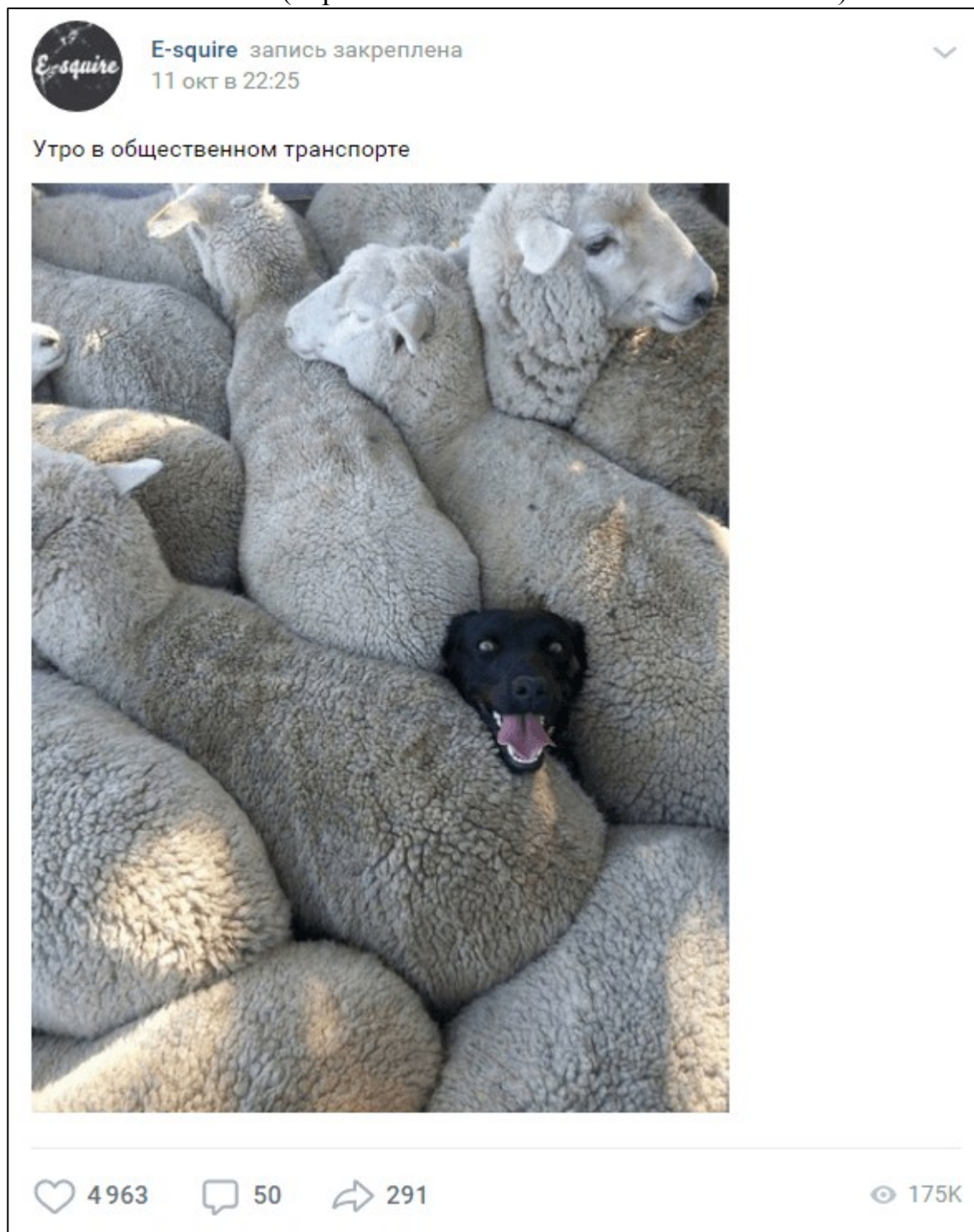
- За статьи. Будет однозначно полезно
- Мне все равно
- Против. Интересуют только рецепты
- Хочу предложить свой вариант для контента. Напишу его в комментариях

Проголосовали 1 292 человека

52 22 1 54K

Посты с мемами

Наша жизнь достаточно сурова, поэтому всем нужны мемы. И журнал E-squire такого же мнения (обратите внимание на количество лайков):



И много-много других видов постов.

Примечание для тех, кто подумал про себя: «вообще не понятно, что писать...»: если ничего с ходу не приходит в голову, можно подсмотреть у коллег в аналогичных группах. Но ни в коем случае не следует копировать полностью и

бездумно. Подсмотрите идею, напишите своими словами. Здесь как раз-таки приветствуется написание текста своими словами, показать своё отношение к предмету поста, допускаются эпитеты. Любители добавлять в русский текст отрывки на удмуртском языке именно в посте для соцсетей могут это сделать не думая о последствиях))).

Список источников

Полный гид по написанию постов в соцсетях: правила, идеи и примеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://conversion.im/polnyy-gid-po-napisaniyu-postov-v-sotssetyakh>. – (Дата обращения: 4.04.2020).