

### 3. Информация должна быть точной.

Рассуждения о событиях и мероприятиях НКО могут быть любыми. Однако интересуют пользователей те описания, которые дают полное представление о деятельности организации.

При ведении страниц некоторые НКО неправильно оформляют описание (важно не забыть указать основную информацию, контакты, сайт и описать основную деятельность организации), размещают неинтересный контент (писать надо максимально интересно для целевой аудитории и придерживаться заданной темы), делают публикации слишком редко (посты лучше всего выкладывать на регулярной основе). Эти ошибки тормозят привлечение аудитории к деятельности НКО. Также не стоит оставлять без внимания комментарии, нужно стараться прорабатывать их.



Для более плодотворной деятельности Вашей НКО в социальных сетях можно порекомендовать следующие **ресурсы и платформы**:

- ▶ **Canva (<https://www.canva.com/>)** — запущенная в 2013 году, платформа Canva является онлайн-инструментом для дизайна и публикаций, цель которого — дать возможность любому человеку творить и публиковать свои работы где угодно.
- ▶ **PuzzleBot (<https://puzzlebot.top/>)** — многофункциональный веб-сервис для полноценной работы с ботами, каналами и группами в Telegram.
- ▶ **KuKu (<https://kuku.io/ru/>)** — мониторинг соцсетей: Twitter, Facebook, Вконтакте, Одноклассники, Tumblr, Pinterest.
- ▶ **Google Docs (<https://www.google.ru/intl/ru/docs/about/>)** — благодаря Google Документам вы можете создавать файлы, редактировать их и работать над ними вместе с другими пользователями где и когда угодно — совершенно бесплатно.
- ▶ **Venngage (<https://venngage.com/>)** — сервис для красивого оформления графиков и диаграмм.

Буклет разработан и выпущен в рамках государственной программы «Развитие институтов гражданского общества Ярославской области» на 2021-2025 годы.

Отпечатано: ИП Дурынин В.В.  
г. Ярославль, проспект Машиностроителей, д. 83, оф. 110,  
ИНН 760300624335. Тираж 200 экз. 2022 г.



## НКО В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

**Социальные сети сегодня являются неотъемлемой частью повседневной жизни человека, особенно в условиях цифровизации. Значительная часть жизни современного человека проходит в онлайн пространстве, с постоянным восприятием контента различного смыслового содержания. Поэтому некоммерческим организациям необходимо вести грамотную и последовательную деятельность в социальных сетях, чтобы добиться необходимого имиджевого и социально-коммуникативного эффекта.**

На данный момент существует множество различных социальных сетей, поэтому вы можете задаться вопросом: **«А какую социальную сеть выбрать?»**. На это вопрос вам помогут ответить следующие аспекты:

**1. Какая наиболее популярная социальная сеть в моём регионе?** Зачастую наиболее удачный выбор социальной сети для работы определяется самой популярной платформой в регионе. Так вы сможете транслировать деятельность своей организации и собирать обратную связь с максимального числа пользователей вашего региона;

**2. Какая моя целевая аудитория?** Здесь вам поможет обычный опрос людей о том, какую социальную сеть они используют чаще всего. Это могут быть ваши партнеры, сотрудники, люди с которыми вы

взаимодействуете в рамках работы некоммерческой организации;

**3. Какую информацию я планирую размещать?** Важно понимать, что некоторые социальные сети созданы для отображения преимущественно визуального контента (Instagram), текстового (Telegram). Существуют и «универсальные» сети (ВКонтакте, Facebook).

Первое, на что нужно обратить внимание при создании сообществ в социальных сетях, — оформление. У каждой площадки есть свои нюансы. Обратим внимание на **основные правила оформления страниц сообществ:**

— **аватар и обложка группы:** в качестве аватара лучшего всего размещать логотип организации, так пользователям легче понять, что за организация представляет данное сообщество. Обложка — баннер наверху страницы. Она должна сочетаться с основным аватаром. На обложку можно добавить слоган, новости или любую другую информацию. Лучше не перегружать визуал. Пусть он будет более простым, но органично вписывается в общую стилистику сообщества;

— **структура:** старайтесь максимально структурировать информацию на странице, чтобы можно было использовать ее функционал без особых сложностей;

— **единство стиля:** изображение должны перекликаться между собой, тексты — быть в одном стиле. Пользователей привлекают эстетически приятные картинки и единая цветовая гамма в профиле.

Контент в вашем сообществе должен быть качественным, уникальным, полезным и интересным. Не стоит забывать делать публикации различных форматов: фотографии, видео, статьи, кейсы, обзоры, инфографику. Чередуйте визуализацию различной информации, это вовлекает пользователя в дальнейшее участие в деятельности вашего сообщества и организации.

При подборе и размещении материалов в своей социальной сети желательно соблюдать такие **правила:**

**1. Предоставлять пользователям только полезную и короткую информацию.** Не стоит нагружать аудиторию ненужными объемами данных. Объявление должно описывать основные характеристики предмета освещения;

**2. Пост должен быть кратким.** Читатель не должен заниматься изучением ненужной информации. Желательно, чтобы текст был емким, но недлинным. Максимально удачным считается текст, который не требует действия по его открытию со стороны пользователя;