

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
по ведению личных страниц
руководителей организаций всех уровней
Профсоюза работников здравоохранения РФ
в социальной сети «ВКонтакте»

Авторы и составители: Секретарь ЦК Профсоюза – начальник Управления по связям с общественностью, работе с молодежью и международному сотрудничеству О.В. Жанкевич, начальник пресс-службы Н.М. Ненин

Ответственный за выпуск: Секретарь ЦК Профсоюза – начальник Управления по связям с общественностью, работе с молодежью и международному сотрудничеству О.В. Жанкевич

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ по ведению личных страниц руководителей организаций всех уровней Профсоюза работников здравоохранения РФ в социальной сети «ВКонтакте»

1. Почему профлидеру важно иметь аккаунт в соцсетях

Информационная кампания, цель которой увеличение присутствия (ссылки и цитирование) Профсоюза в медиапространстве должна стать одним из главных методов нашей работы. Нам нужно, чтобы наши дела и заботы стали известны и близки не только членам конкретной профсоюзной организации, но и всем работникам здравоохранения, широкой общественности и социальным партнерам.

Особенно важно, чтобы информация поступала из первых уст, от лица руководителей организаций Профсоюза, а не только ответственных за информационную деятельность. Потому что узнаваемость руководителя организации как лидера – это узнаваемость Профсоюза или конкретной организации в целом. Важно создать себе имидж профессионала и человека увлеченного своей работой, каковыми вы и являетесь. Если это удастся, то в «личку» станут «стучаться» журналисты с просьбой дать комментарий, а представители общественных организаций и соцпартнеров захотят «подружиться».

Поэтому наличие личных аккаунтов у руководителей организаций Профсоюза становится важным условием существования грамотной информационной политики.

Социальная сеть «ВКонтакте» имеет несколько важных преимуществ. Прежде всего, это крупнейшая соцсеть в России. Затем, это лидирующая площадка по объему контента и количеству авторов – ей пользуются 86% аудитории всего русскоязычного интернета. И, наконец, здесь зарегистрированы многие наши социальные партнеры.

Этим нужно активно пользоваться. Ведь ни одна другая организация не располагает такой достоверной информацией в социально-трудовой сфере, как Профсоюз. Профсоюз в этой области, в буквальном смысле слова, обладает эксклюзивом.

Таким образом, главная цель присутствия руководителей организаций Профсоюза всех уровней в соцсетях - увеличение присутствия и узнаваемости Профсоюза в медиапространстве. Личные страницы должны стать площадкой для общения с членами Профсоюза и социальными партнерами, а также демонстрировать прозрачность и открытость деятельности руководителей и Профсоюза в целом.

Задачи ведения личных страниц в соцсетях:

- Создание и поддержание имиджа профсоюзной организации и личного авторитета руководителя;
- Своевременное информирование членов Профсоюза о текущих событиях и решениях;
- Установление и укрепление личного контакта с широкой общественностью;
- Расширение информационного влияния.

2. Специфика ведения личных страниц профлидеров

• Фокус на профессиональной деятельности

Посты и материалы должны подчеркивать значимость и важность профсоюзной деятельности, информировать о достижениях и текущих инициативах.

• Взаимодействие с аудиторией

Соцсеть «ВКонтакте» чаще показывает ваши посты тем людям, с которыми у вас есть какое-то взаимодействие. Чем больше лайков, репостов, комментариев получает ваша запись, тем большее число пользователей увидят ее в ленте новостей. Для повышения вовлеченности используйте в тексте призывы к действию, опросы и голосования. Рерайты новостей с официальных страниц Профсоюза и ФНПР помогут качественно увеличить информационное влияние своих личных аккаунтов.

• Открытость и прозрачность

Демонстрируйте открытость и готовность к диалогу с аудиторией, оповещайте о предстоящих мероприятиях и обсуждайте вопросы, касающиеся деятельности Профсоюза. Прокомментируйте материал по теме, в которой вы эксперт, или дайте аргументированный ответ другому человеку. На своей странице пишите, почему с кем-то не

согласны, или наоборот, почему согласны. Желательно с конкретными фактами и цифрами.

- **Неформальный стиль**

Избегайте чрезмерной официальности, используйте разговорный, но в то же время корректный язык. Делитесь личными рассказами о жизни, семье, хобби и увлечениях, если они имеют интересную историю. Запомните, когда профиль не содержит личной информации, он перестает быть интересен.

- **Оперативность публикаций**

Оперативность и своевременность публикации постов является ключевым фактором успешной коммуникации с аудиторией. Не откладывайте публикацию важной информации в долгий ящик, поскольку актуальность новости может быстро утратиться. Руководствуйтесь принципом: «Не запостил, значит не было».

Публикацию о мероприятии крайне желательно размещать день в день. Стоит избегать репостов из официальных пабликов через несколько дней, так как все уже видели эти новости.

Если мероприятие важное, но вы опоздали с публикацией, можно сделать пострелиз: на следующий день после мероприятия напишите новость с благодарностью участникам, и, если возможно, добавьте фотографии, видеоотчет, сообщения в СМИ и отзывы.

- **Регулярность**

Публикуйте контент регулярно и старайтесь не делать больших перерывов, но и не публикуйте посты очень часто: 5 постов в день слишком много, а по одному – идеальный вариант.

- **Разнообразие форматов**

Используйте разные подходы и виды контента: ваша аудитория может лучше реагировать на статьи или забавные картинки. Экспериментируйте с форматами и отмечайте для себя, какие посты повышают вовлечённость аудитории, публикуя наиболее интересный подписчикам контент.

- **Публикация материалов напрямую «ВКонтакте»**

Загружайте тексты, картинки, видео и другие материалы напрямую в сообщество вместо публикации ссылок — это поможет привлечь интерес аудитории и повысить вовлеченность. Если есть необходимость опубликовать ссылку на другой сайт, добавьте подводку — краткое описание статьи или другую полезную информацию. Сокращайте ссылки с помощью vk.cc, чтобы обойти умную ленту и не снижать количество просмотров, которые уменьшаются при публикации ссылок на другие ресурсы.

- **Использование хештегов**

Добавляйте в публикации тематические хештеги — так ваш пост смогут найти заинтересованные темой пользователи. Не ставьте слишком много хештегов, не перегружайте запись и выносите хештеги в конец текста. Рекомендуемые хештеги: #Профсоюзздравоохранения, #прзрф

- **Оригинальные записи против репостов**

Оригинальные записи — в приоритете. Если ваша страница по большей части публикует репосты из других сообществ и профилей, она может получить меньший охват в ленте новостей и рекомендациях. При этом если вы в точности повторите информационный материал, например, с официальной страницы Профсоюза, то это также не будет воспринято как уникальный контент. Для использования таких материалов нужно делать рерайт или добавлять комментарий.

- **Активность в сообществах Профсоюза и соцпартнеров**

Для повышения эффективности и привлечения аудитории на свою страницу, активно участвуйте в обсуждениях, оставляйте комментарии в сообществах Профсоюза и социальных партнеров. Это поможет проявить свою экспертность, поделиться опытом и поддержать диалог с коллегами и партнерами.

Такое взаимодействие не только укрепит вашу репутацию в профессиональной среде, но и привлечет новых подписчиков на вашу страницу. Активность в сообществах и участие в дискуссиях увеличит вероятность того, что пользователи перейдут на вашу страницу и подпишутся на ваши обновления.

- **Личные записи в первом лице**

Избегайте писать о себе в третьем лице на своей личной странице. Такой подход странно смотрится – он может оттолкнуть аудиторию и снизить ее доверие.

- **Работа с аудиторией**

Расширяйте круг своих друзей. В идеале ваша аудитория должна состоять из друзей, родственников, коллег и социальных партнеров, а также рядовых членов профсоюза.

3. О чем писать на личной странице

- **Новости и события Профсоюза**

Публикуйте информацию о последних новостях и событиях, связанных с деятельностью вашей организации и ее структурных подразделений. Рассказывайте о профсоюзных мероприятиях, конференциях и семинарах, а также о достижениях и результатах работы.

- **Личные истории, хобби и увлечения**

Делитесь личными историями, рассказывайте о своих хобби и увлечениях. Это важно, так как подобные публикации позволяют аудитории увидеть человеческую сторону профсоюзного лидера. Это способствует более тесной связи и доверию между вами и подписчиками.

Публикуя подобные посты, вы показываете, что профлидеры имеют интересы вне рабочей сферы, делая вас более доступными и привлекательными для аудитории.

- **Аналитика и экспертные мнения**

Делитесь своим экспертным мнением и аналитикой по ключевым темам, связанным с профсоюзной деятельностью и социально-трудовыми отношениями. Это поможет заручиться доверием аудитории и подчеркнуть вашу компетентность.

- **Законодательные изменения**

Информируйте членов Профсоюза о законодательных изменениях, которые могут повлиять на их социально-трудовые права и обязанности. Объясняйте, как эти изменения могут повлиять на работу Профсоюза и его членов.

- **Образовательные материалы**

Публикуйте образовательные материалы и рекомендации по развитию профессиональных навыков и компетенций членов Профсоюза. Это может быть информация о доступных курсах, мастер-классах, семинарах и других образовательных мероприятиях.

- **Истории успеха**

Рассказывайте истории успеха членов Профсоюза, которые смогли достичь значительных результатов в своей профессиональной деятельности благодаря поддержке Профсоюза. Это может быть история о том, как Профсоюз помог человеку улучшить свои условия труда или защитить свои права.

Другой вариант - опишите, как долго вы работали над проблемой и наконец-то её решили, или как внедрили у себя в организации Профсоюза что-то новое и многим это понравилось.

- **Интервью и портреты**

Публикуйте интервью с представителями Профсоюза, социальными партнерами и экспертами. Рассказывайте истории людей, которые являются членами вашего Профсоюза и активно участвуют в его деятельности.

- **Позиция Профсоюза по актуальным проблемам и вопросам**

Выражайте позицию Профсоюза по актуальным проблемам и вопросам, связанным с социально-трудовыми отношениями и деятельностью профсоюзов. Обсуждайте возможные стратегии и пути решения этих проблем, призывайте к диалогу и сотрудничеству с социальными партнерами.

Хороший способ привлечь внимание - записать видеокomentarий на актуальную новость, связанную с темой, которая вам близка.

- **Ответы на часто задаваемые вопросы**

Публикуйте полезную информацию для членов Профсоюза и других заинтересованных лиц: ответы на популярные вопросы, советы по разрешению конфликтов на работе или рекомендации по защите прав работников.

- **Мотивационные и вдохновляющие материалы**

Публикуйте мотивационные и вдохновляющие материалы, которые помогут поддержать и воодушевить членов Профсоюза. Это могут быть цитаты, истории успеха, видео или фотографии, которые поднимут настроение и вдохновят на новые победы.

- **Фото**

Не забывайте о фото хорошего качества, ведь именно они – это первое, на что обращают внимание. Если переписываете новость с официальной страницы вашей организации, то постарайтесь добавить новое фото, отличное от оригинала. На личной странице будет уместнее несколько фото с этого мероприятия, на ряде из которых вы изображены крупным планом.

Отмечайте на фото ваших коллег и друзей, это поможет существенно увеличить охват публикации.

Фото на аватаре обязательно должно представлять собой портретный (желательно профессиональный) снимок хорошего разрешения. Постарайтесь максимально избежать официоза, не забывайте, что это социальная сеть, а не визитка на официальном сайте, поэтому галстук и застегнутая на все пуговицы рубашка здесь ни к чему.

Помните, что это ваша личная страница, поэтому как минимум 50% контента на ней должно быть именно о вас и о вашей жизни.

Не превращайте вашу личную страницу в клон вашей официальной группы.