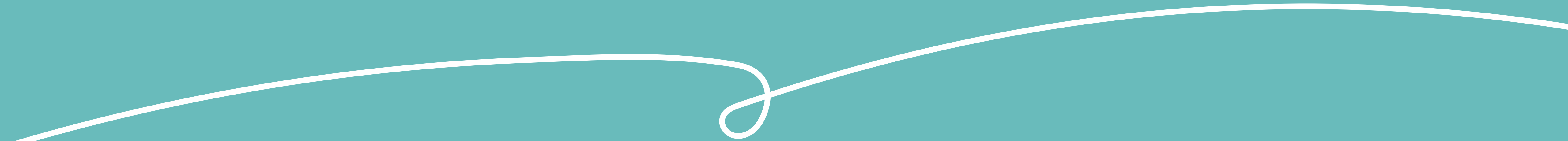


СВЕТЛОВКА

Районные сообщества

Принципы работы библиотек с местными сообществами в онлайн- и оффлайн-среде



Чем районные сообщества полезны библиотеке:

Современная библиотека, позиционирующая себя как локальный центр притяжения и учреждение шаговой доступности, не может обойтись без сотрудничества с местным сообществом.

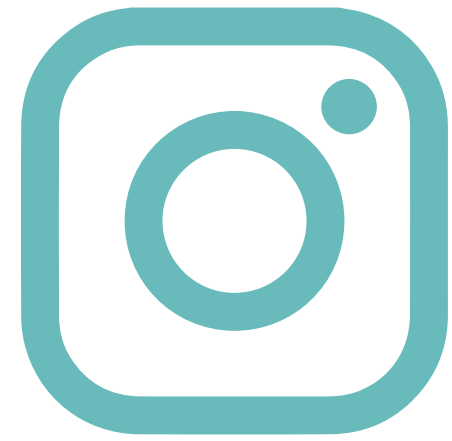
При хорошо выстроенной работе с этой аудиторией библиотека получает:

- лояльную и устойчивую аудиторию;
- инструмент библиотечной адвокации;
- возможности для развития локальной идентичности;
- возможности для продвижения платных услуг.







Районные сообщества – мощный маркетинговый инструмент.

Важно рассматривать группы районных сообществ как один из главных инструментов для построения имиджа организации. Многочисленные мероприятия, клубы по интересам, знакомства, обмены и т.д. – функции домов культуры (ДК) перемещаются в онлайн-пространство. Для организаций и проектов это прекрасный источник целевой аудитории (ЦА). Построив правильные отношения с администрацией сообщества, а также выстроив собственный имидж, будет легко общаться и приглашать к себе.

Районные сообщества в социальных сетях и мессенджерах:



Виды сообществ:

-  **Instagram/Инстаграм** – визуальное приложение для красивых и аккуратных картинок, анонсов, участия в комментариях;
-  **Facebook/Фейсбук** и  **ВКонтакте** – социальные сети для лонгридов (постов с большим количеством текста), для качественных обсуждений;
-  **Telegram/Телеграм** – приложение для размещения анонсов и новостей, создания отдельных чатов;
-  **WhatsApp/Вотсап** – приложение с супер-точечным действием и максимально эффективное при приглашении на конкретное мероприятие с конкретной ЦА в чате (размещение приглашения на спектакль для детей в чате группы детского сада, игровая с настольными играми – в чате родителей детей средней школы и т.д.);
-  **TikTok/ТикТок** – приложение, которое активно развивается, больше подойдет для партнерских историй, обзоров книг в районных и городских пабликах.

Как выстроить работу с местным сообществом:

1. Выбрать сотрудника, ответственного за коммуникацию с районным сообществом



2. Подготовить личный аккаунт сотрудника



3. Найти и выбрать районное сообщество



4. Построить дружеские отношения с администратором группы



5. Выстроить положительный имидж в социальной сети или мессенджере

1 Выбрать сотрудника, ответственного за коммуникацию с районным сообществом.

Присутствие библиотек в районном сообществе – важный пункт имиджа и пиара любой организации, но взаимодействие со стороны библиотеки не должно быть обезличенным. Представлять библиотеку должен либо менеджер по организации мероприятий, либо сотрудник, отвечающий за пиар в организации, или библиотекарь. Личный контакт важен для устойчивой коммуникации с администраторами местных сообществ и с посетителями, пришедшими по рекламе мероприятия в группе местного сообщества.

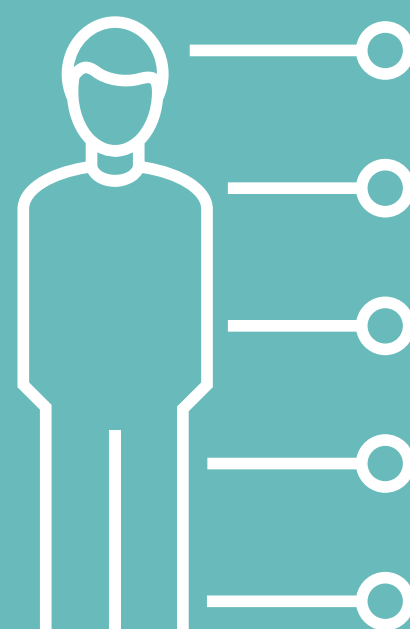


2 Подготовить личный аккаунт сотрудника.

Аккаунт сотрудника, размещающего информацию, должен содержать достоверную информацию и место работы должно быть указано.

Не размещайте информацию со страницы организации. Это будет слишком официальное размещение и безликое обращение не расположит к вам соседей.

Сотрудник, ведущий данное направление работы, должен понимать, что становясь публичной личностью нужно быть готовым к доскональному изучению своих действий в сети. Информация на его/её личной странице должна быть политически нейтральна и не должна содержать критических высказываний.



3 Найти и выбрать районное сообщество.

Выделите ближайшие важные или крупные геолокации к вашей организации. Выберите радиус 1,5 километра для пешеходов и 5 километров для автовладельцев. Это могут быть станции метро, название округа, района, несколько крупных улиц, знаковые места района (например, памятники, парки, скверы).

Воспользуйтесь поиском в выбранной социальной сети или мессенджере по списку выбранных локаций. Поиск будет выдавать отдельные группы или чаты. Посетите наиболее интересные для вас. Сообщества со словами «Нейбахуд», «Соседи», «Дружный» в названии – вот ваша цель.

Обратите внимание на: наличие активного администратора, модераторов, на количество подписчиков, на количество лайков публикациям в сообществе (в идеале, оно должно быть не менее 5% от общего числа подписчиков), на отсутствие частых рекламных объявлений. Подбирайте сообщества с количеством участников более 2000-3000 человек.



4 Построить дружеские отношения с администратором группы.

- Ознакомьтесь с правилами группы.
- Отправьте администратору приветственное сообщение.
- Даже если в правилах написано «бесплатные мероприятия публикуйте без согласования», этично написать и спросить разрешения публиковать с определенной частотой (например, раз в неделю-две) анонсы и приглашения.



5 Выстроить положительный имидж в социальной сети или чате месседжера.

Важно присутствие в группе, но не перенасыщение. Можно сделать пост с анонсом на ближайшие две недели, но не нужно публиковать каждый день анонс на вечер или на завтра. Можно и нужно принимать участие в жизни района, но не в постах с негативом. Такие сообщения надо обходить стороной. Публикации, которые вызывают положительные эмоции – ваша цель. Поставьте лайк, напишите положительные слова, эмоджи.



Что ещё можно сделать:

Помимо рекламы мероприятий библиотеки, в группах местных сообществ можно развивать и другие важные направления работы.

- **Поиск спикеров для мероприятий.** Районные сообщества — кладёзь спикеров. Часто мы не подозреваем сколько специалистов живёт рядом с нами. Старожилы могут проводить встречи, посвященные истории района, и подключаться к краеведческой работе.
- **Клубы по интересам и реклама аренды помещений.** В районных сообществах часто есть внутренние клубы по интересам или общества, которые иногда отделяются и образуют свой отдельный чат (страницу, группу). Можно предлагать таким группам собираться в библиотеке. Также это прекрасная нативная (то есть органичная, без навязывания и ассоциаций с рекламной деятельностью) реклама аренды помещений.
- **Поиск сотрудников.** В районе можно найти сотрудника в библиотеку. Удобно, когда человек работает рядом и гарантированно не будет опаздывать из-за пробок. Знание сотрудником района тоже полезно.
- **Контакты с местными СМИ.** В районные сообщества часто вступают журналисты, и ваши анонсы и участие могут привлечь их внимание.

Фиксируйте проведенную работу и обратную связь.

Составьте таблицу районных сообществ и ведите там дневник публикаций. Это поможет надежно хранить контактную информацию, отслеживать публикации и статистику — сколько людей поставили лайки, кто комментирует, кто оставляет пожелания, отзывы.

	A	B	C	D	E	F	G
1	Название	Ссылка	Специализация	Предложение	Договоренности Частота публикаций	Админ	Ссылка
2							
3	FACEBOOK						
4	Airport/Sokol Da Neighborhood	https://www.facebook.com/groups/aerosokol/	Медиацентр Абонемент	Анонсы Аренда Мероприятия Коворкинг Услуги Поступление книг	Размещение один раз в 2-3 недели поста о мероприятиях. Текст предварительно согласовать с админом.	Арина Гребельская	https://www.facebook.com/groups/aerosokol/permalink/4745772992123406/?comment_id=4748497708517601&notification_id=1631103847131711&notification_t=group_comment&ref=notif
5							
6	INSTAGRAM						
7							
8							
9	TELEGRAM						
10							
11							
12	VKONTAKTE						
13							
14							

СВЕТЛОВКА

www.svetlovka.ru

   @svetlovka

