

Эффективный госпаблик школы

Методическое руководство

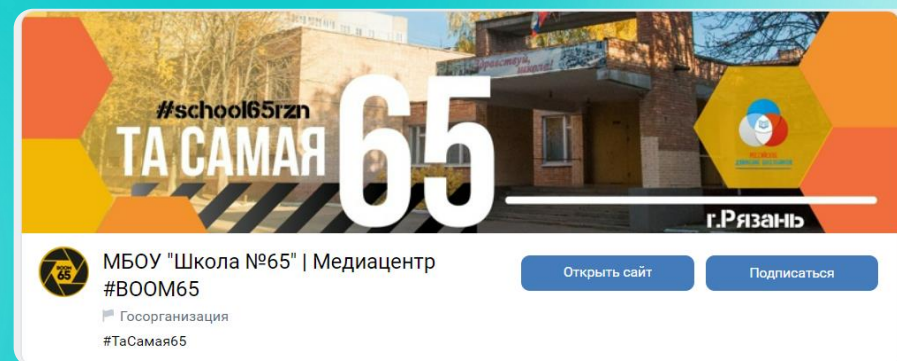
ДИАЛОГ



Стандарт развития пабликов школ в соцсетях

Уважаемые коллеги, мы благодарим вас за создание и развитие госпабликов средних общеобразовательных учреждений. Вы вносите большой вклад в открытость власти, становитесь важным звеном в коммуникации между родителями, учениками, руководством и представителями власти. В помощь вам мы, АНО «Диалог»*, подготовили методическое руководство — стандарт развития пабликов школ. Документ, который вы сейчас читаете, поможет вам:

- Повысить качество ведения сообществ
- Ускорить и упростить работу по планированию, производству и публикации контента
- Продвигать вашу группу и привлечь новую аудиторию
- Повысить активность аудитории в сообществе
- Сделать ваши страницы и сообщества эффективным и удобным каналом диалога для пользователей
- Выстроить системную работу не только по школьным новостям и жизни учреждения, но и по региональной и федеральной повесткам



Группа школы №65 города Рязани — пример качественного госпаблика
<https://vk.com/school65rzn>

**АНО «Диалог» — это всероссийский центр компетенций в сфере интернет-коммуникаций. Одна из его задач — развитие госпабликов. В каждом субъекте РФ работает филиал организации — Центр управления регионом (ЦУР). Дополнительную информацию вы найдете на сайте: <https://dialog.info>*

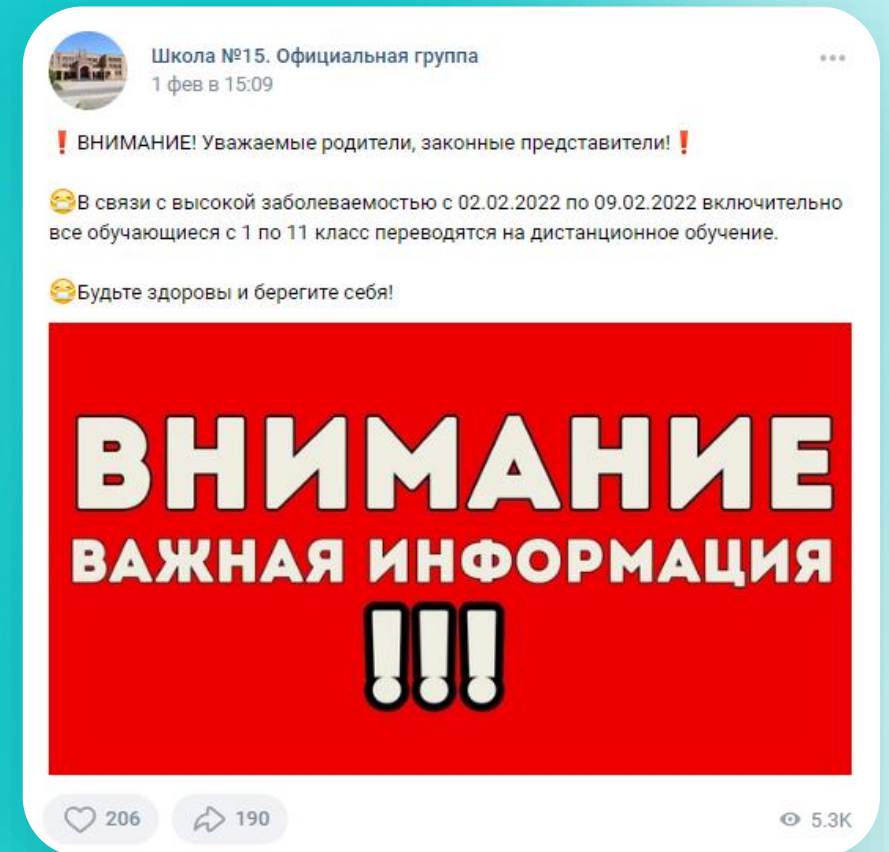
Продуманная контентная политика

Контентная политика – это смыслы и месседжи, которые госпаблик школы доносит до подписчиков

Основные принципы контентной политики:

- Основу контента должны составлять значимые и актуальные для целевой аудитории регулярные новости о работе школы, которые будут интересны школьникам, родителям и учителям. Взрослым и детям интересно узнавать о жизни учреждения, делиться успехами учеников
- Подавайте контент в информационном стиле, адаптируйте его для разных соцсетей
- Публикуйте содержательную и полезную для родителей или учеников информацию
- «Приземляйте» темы и посты к конкретным историям
- Создавайте уникальный контент в разных форматах: как информационный, так и развлекательный
- Запускайте собственные акции, социальные и имиджевые проекты

Пример поста школы №15 Удмуртской республики, касающийся важного изменения в режиме работы



https://vk.com/wall-101801640_8222

Контент-план – ключевой инструмент контентной политики

Контент-план (1) должен быть, и (2) он должен быть не в голове, а в виде документа

Контент-план — это план-график выхода публикаций в сообществе. В контент-плане следует указывать дату, время, тему и формат постов.

Для ведения плана подойдет любой редактор таблиц (Excel, Яндекс 360), а если вам так удобнее — Word

Контент-план нужен для вашего удобства:

- Работа «по рельсам» — минимум авралов
- Возможность действовать на опережение, готовить «консервы» — запасной контент, который вы сможете использовать, когда не будет новостей или времени создавать новый
- Гибкость: всегда можно что-то убрать или добавить

Пример контент-плана для школы

Дата	Рубрика	Тема	Формат	Ответственные	Статус
15.04, пт	Новости школы	Школа 639 на этой неделе	Ролик	Стас	Опубликован
18.04, пн	Прямой эфир с директором	Подготовка к ЕГЭ	Эфир	Гена	Опубликован
18.04, пн	Знакомство с классами	Представление 11В	Опрос	Стас, Гена	На согласовании
18.04, пн	Памятка	Что делать в случае пожарной тревоги	Инфографика	Гена, Саша	В отложке
19.04, вт	Региональная повестка	Визит губернатора в школу	Ролик	Стас	На согласовании
20.04, ср	Федеральная повестка	Вакцинировались ли вы от ковида?	Опрос	Стас	В отложке

Не забывать о федеральной повестке

Публикация новостей о работе школы — это важно и правильно. Ваш госпаблик также должен стать площадкой информирования людей о главных федеральных и региональных решениях, касающихся тематики паблика и интересов вашей аудитории.

Федеральные/региональные поводы нужно сопровождать местными подробностями — это называется «приземлением» повестки.

Время появления федеральных и региональных поводов не всегда можно точно предсказать, поэтому будьте готовы адаптировать контент-план. Вот 6 тем, о которых нужно рассказывать в первую очередь.



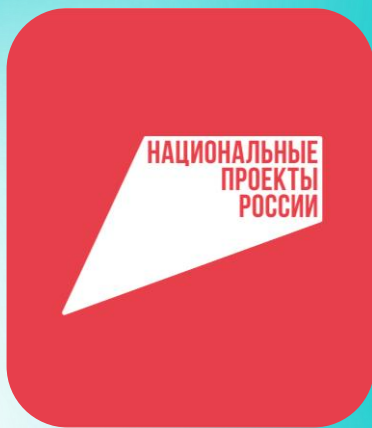
Решения Президента, Правительства, законы



Повестка губернатора и работа регионального правительства



Информационная поддержка политиков, общественников и их проектов



Реализация национальных проектов 2019-2024, региональных программ



Поводы для гордости: героизм, успехи в спорте, науке, благотворительность



Праздники, культурные и патриотические события

Рубрики помогают систематизировать контент

Темы и посты бывают разные, их всегда можно систематизировать через рубрики и рубрикатор.

Рубрики могут быть информационными и развлекательными.

Для постоянных рубрик можно придумать хештеги. Посты потом будет легче найти.

Обязательно привлекайте учеников к производству контента и созданию новых рубрик!

Информационные рубрики

- Новости школы
- Объявления
- Опросы (в том числе на социально-значимые темы)
- Прямые эфиры с дирекцией школы, родителями, учениками или экспертами
- Повестка региона
- Федеральные темы (Президент, национальные проекты)

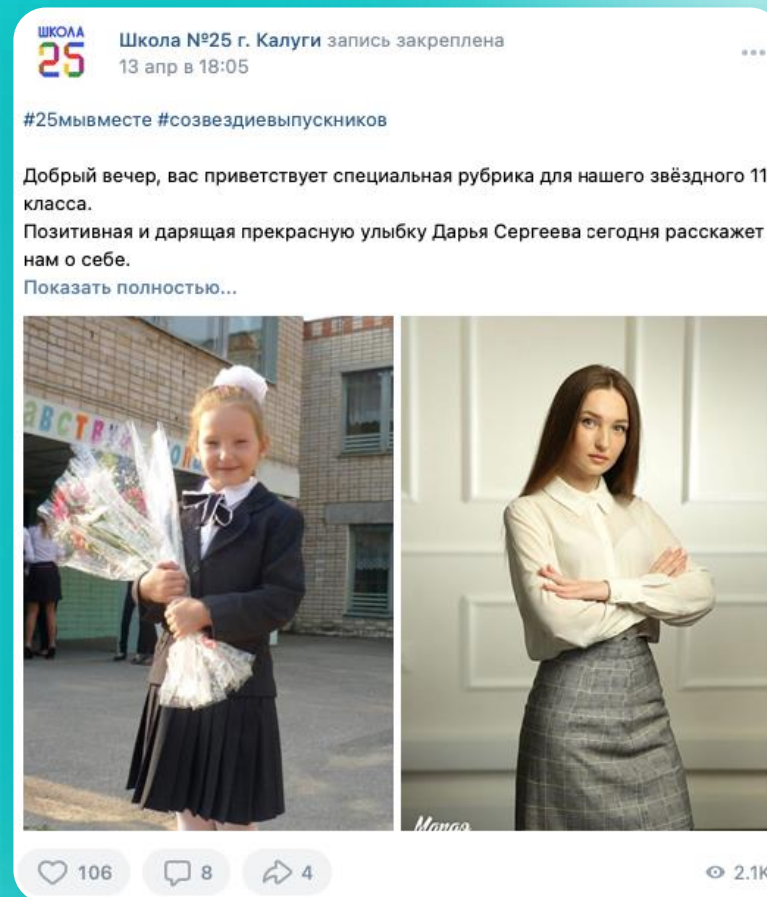
...

Развлекательные рубрики:

- День в истории: заметки об истории и событиях школы, региона
- Анонс мероприятий школы
- Интересный факт – познавательная рубрика для детей и взрослых
- Учителя рекомендуют – советы и рекомендации ученикам по подготовке к занятиям, ЕГЭ и т.д.
- В объективе: фотографии школы/ мероприятий/ учеников

...

Популярная рубрика про выпускников в школе Калуги



https://vk.com/wall-193377650_11945

«Новая искренность»

«Новой искренностью» называют способность представителей государственных учреждений проявлять открытость, человечность, быть (а не казаться!) близкими к людям

- Проявляйте заботу и эмпатию к учащимся и родителям
- Подчеркивайте близость не только к школьникам, но и к жителям в целом. Показывайте социальную и воспитательную роль школы, чаще демонстрируйте личное участие педагогов во всех школьных процессах
- Не зацикливайтесь на образовании, показывайте другие сферы жизни школы
- Будьте открыты и не уходите от диалога, прислушивайтесь к мнению учащихся и родителей

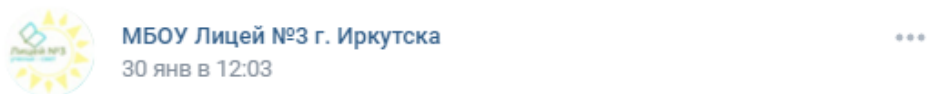
Школа Вологодской области проявляет бережное отношение к памяти о выпускниках



https://vk.com/wall-180545082_1923

Оптимальная периодичность публикаций

Официальная группа Лицея №3 г. Иркутска выдерживает хороший график публикаций



Конкурс "Большой город маленькими глазами"👁️👁️
Рисунок выполнила: Солнцева Софья, 5Л класс



Конкурс "Большой город маленькими глазами"👁️👁️
Рисунок выполнил: Никофоров Лука, 5А класс
Это Здание Русско-Азиатского банка, ныне Поликлиника №2 — историческая постройка в центре г. Иркутска, расположенная на пересечении улиц К. Маркса и Ленина. Спроектировано в стиле модерн архитектором В.И. Коляновским.

Как часто должны выходить посты?

Ваш госпаблик должен быть живым и активным. Публикуйте минимум 1-2 поста в день.

Делайте интервалы между постами: не менее часа.

Не позволяйте себе «провалы» в 1-2 дня без публикаций.

Выпускайте посты в актуальное для подписчиков время: перед работой/ учебой, в обеденный перерыв, вечером.

Но не стоит выпускать несколько постов подряд в течение часа (за исключением ЧС). Соцсети могут подумать, что вы спамер, и понизят охваты ваших постов.

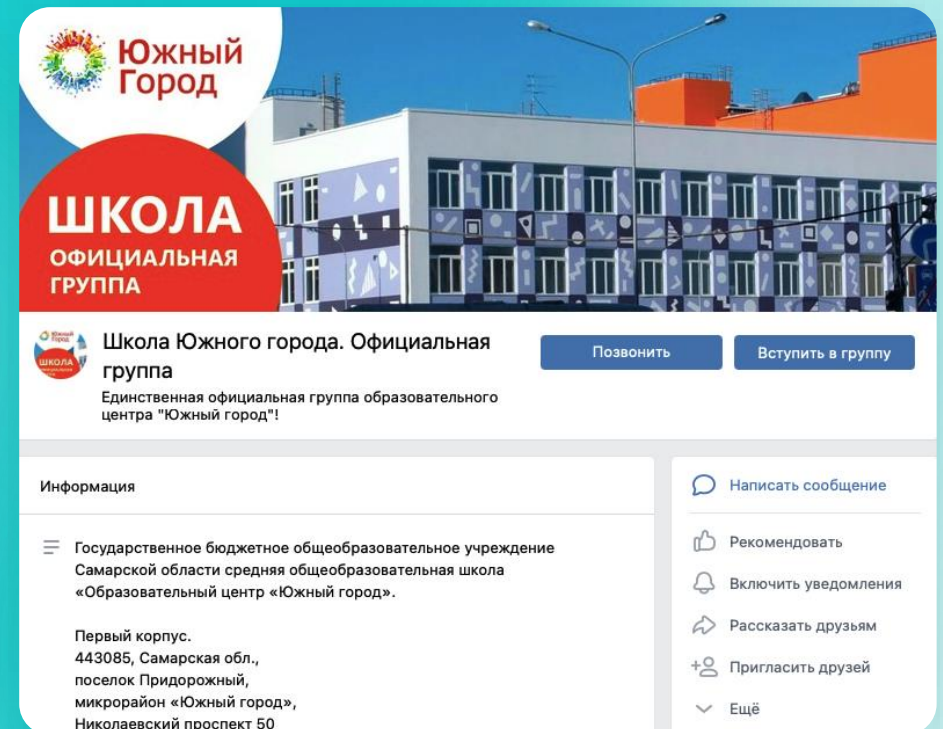
<https://vk.com/irklyceum3>

Дизайн, оформление и навигация

Контактная информация, дизайн и качественное оформление сделают ваше сообщество удобным и узнаваемым для людей

- Заполните информацию о сообществе в шапке; поделитесь адресом и контактной информацией
- **Ваше название должно быть простым и понятным любому! Не «МОУ СОШ № 42», а «Средняя школа № 42»**
- Постепенно заполняйте все разделы: видео, фото, ссылки, контакты
- Не подписывайтесь со страницы администратора госпублика на непрофильные аккаунты и аккаунты с сомнительной репутацией
- «Диалог» разработал брендбук по оформлению госпубликов. Чтобы получить помощь в оформлении сообщества — шаблоны обложки, логотипа, постов и графических элементов — обратитесь к ЦУР вашего региона

Группа школы Южного города хорошо оформлена, основные разделы полностью заполнены



<https://vk.com/club138974389>

10 принципов качественного контента



1. Живой язык



2. Качественные видео



3. Качественные фото



4. Качественные инфографика и карточки



5. Интерактивные форматы



6. Работа с комментариями



7. Сторис



8. Прямые эфиры



9. Приземление повестки



10. Новые форматы

Самое главное в паблике – это контент.

10 принципов, которые мы перечислим в этом разделе – ключевые ориентиры для создания действительно качественного, полезного и интересного контента в соцсетях.

Мы разберем каждый из них подробно на конкретных примерах.

Нажимайте на подчеркнутые слова или словосочетания и переходите по гиперссылкам – так вы попадете на сайты/онлайн-сервисы, которые помогут вам в работе.

Принцип № 1 — ЖИВОЙ ЯЗЫК

Освойте профессию переводчика... с языка пресс-релизов на язык соцсетей!

- Чем больше текст, тем меньше людей его прочитают. Максимум — три небольших абзаца
- Обязательно разделяйте текст на абзацы, структурируйте его
- Можно использовать эмодзи, но не более 3–5 в одном посте
- Не используйте длинные предложения и сложные обороты. Забудьте причастия и деепричастия
- Пишите просто. Представьте, что вы рассказываете новости вашим знакомым
- Удаляйте из текстов все канцелярские обороты. Чистоту и читаемость текстов можно быстро и легко проверить с помощью сервиса «Главред»
- Помните, что уместный юмор и образный язык — залог интереса аудитории

Хороший текст в группе школы города Рязани



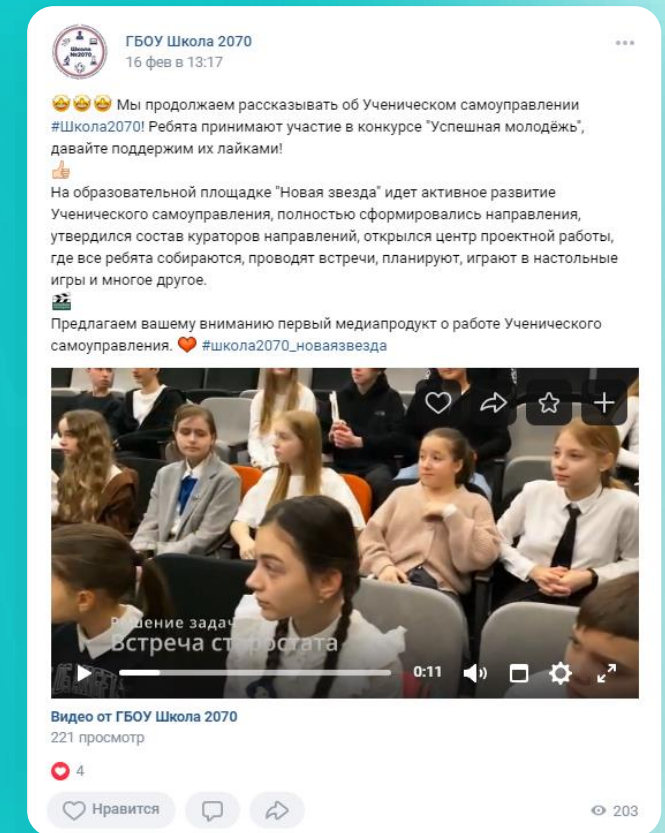
https://vk.com/wall-174532555_6043

Принцип № 2 – качественные видео

Видео – самый популярный формат контента в соцсетях. Помните, что большинство смотрит их с телефона, поэтому – длительность небольшая, текст краткий, элементы крупные

- Для пабликов школ подходят информационные ролики с субтитрами
- Технические требования к информационным роликам: квадратный формат, наличие субтитров, фоновая музыка. Поверьте, это удобно пользователям
- Идеальный хронометраж – до 1 минуты, а в 2022 году – даже чуть короче
- Призыв к действию в конце ролика: «ставь лайк», «делись с друзьями»
- Выделите ключевые тезисы в субтитрах полужирным или цветом
- Не злоупотребляйте телесюжетами. Соцсети – не телевизор, тут такое не смотрят

Динамичный ролик о конкурсе «Успешная молодёжь» московской школы № 2070



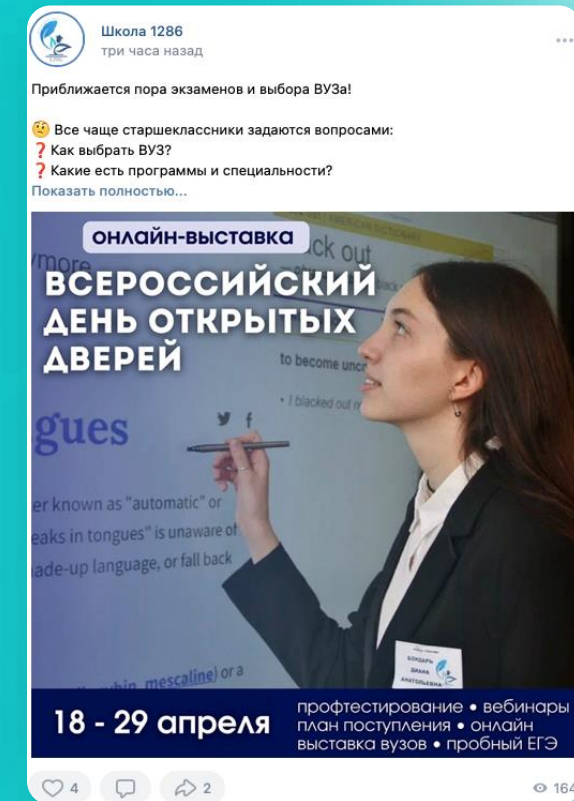
https://vk.com/wall-170893838_8767

Принцип № 3 – качественные фото

Скучные фотографии и картинки из интернета не интересны аудитории. Люди ставят лайки ярким и «неформальным» кадрам

- Делайте живые фото: яркие и качественные снимки с необычных ракурсов, эмоциональные кадры
- Используйте собственный уникальный визуальный контент. Обработанная фотография с мобильного лучше заимствованных материалов
- Применяйте единый брендбук для оформления фотографий, инфографики и карточек
- Проверяйте посты перед публикацией и удаляйте «ляпы» в предпросмотрах. Внимательно следите за закрытыми глазами и другими обидными мелочами
- Если у вас есть только постановочные кадры, то лучше сделать инфографику

Пример живой фотографии с хорошим оформлением из московской школы



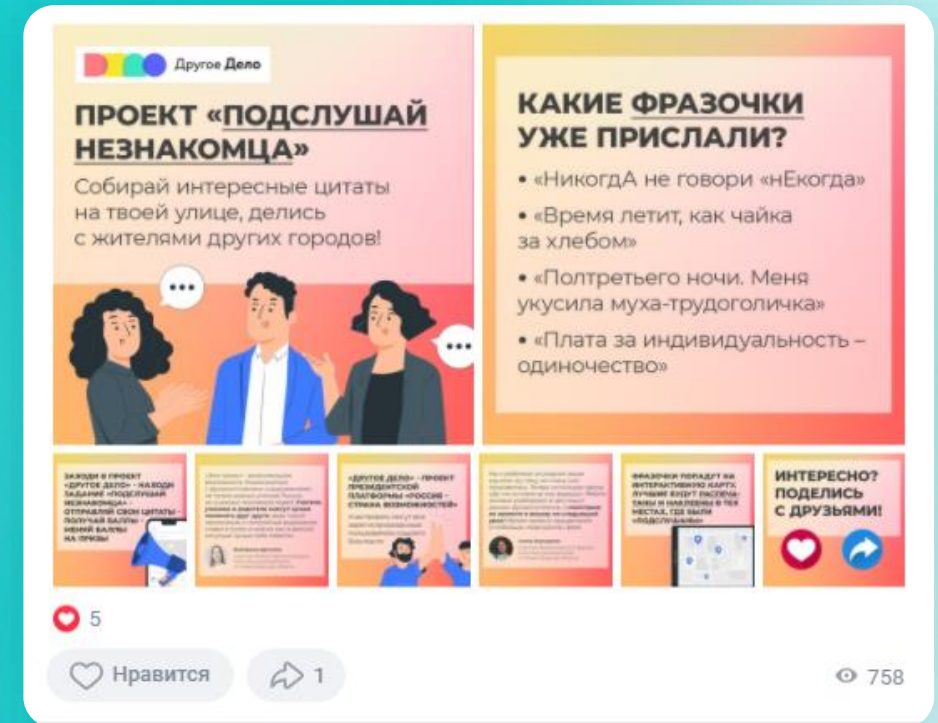
https://vk.com/wall-69010598_1623

Принцип № 4 – качественные инфографика и карточки

Инфографика – это визуализация информации.
Используйте ее тогда, когда информация сложная и ее много

- Придерживайтесь правила «одна карточка – один тезис»
- Чем меньше текста и проще оформление, тем лучше
- Стремитесь к тому, чтобы по картинке все было понятно без слов. Это называется «визуальный месседж»
- Большинство людей смотрят посты на смартфоне, текст и графика должны быть видны без приближения
- Пользуйтесь [базами готовых пиктограмм](#)

Опрятные и аккуратные карточки проекта «Подслушай незнакомца»



https://vk.com/wall-133102922_3625

Принцип № 5 – интерактивные форматы

Механики вовлечения и конструктивный диалог повышают доверие вашей аудитории

- Обращайтесь к аудитории, ведите с ней диалог, задавайте вопросы
- Просматривайте, какие новости предлагают люди, и иногда публикуйте пользовательский контент
- Проводите опросы и голосования
- Организуйте конкурсы и флешмобы
- Публикуйте записи, в которых реагируете на комментарии к предыдущим постам
- Призывайте к действиям. Люди ответят лайками, комментариями и репостами

Голосование за лучшее фото из школы Калужской области

Школа №8 Калуга
16 фев в 11:39

👍 Безопасные Каникулы 🍷

Начинаем ГОЛОСОВАНИЕ за лучшее фото!

Напоминаем: надо было сделать фото на одну из тем:
! «Я в безопасности»
! «Мои безопасные каникулы»
! «Убедись в собственной безопасности»

Отдай свой голос за самую безопасную, креативную, веселую фотографию!

✅ 1 этап голосования:
2 группы голосования, в финал выходят по 3 фотографии из каждой, которые наберут большее количество голосов до 18 февраля 12:00!

✅ 2 этап голосования:
В финальном голосовании определим лучшую фотографию из 6, которые прошли первый этап.

🏆 ФИНАЛ голосования 21 февраля 12:00!

Фотографии тут 📄 https://vk.com/album-430761_282822481

P/S: учитываются голоса, только участников группы "Школа №8 Калуга"

Лучшая фотография

Школа №8 Калуга
Переголосовать нельзя - публичный опрос - завершен

Гусев Андрей, (7А)	22	17.6 %
Ухабов Павел, (1Б)	17	13.6 %
Макаров Артём, (2Б)	14	11.2 %
Ушакова Дарья, (6А)	29	23.2 %
Зубков Андрей, (5А)	27	21.6 %
Шерстюк Ярослав, (7А)	16	12.8 %

👤👤👤 Проголосовали 125 человек

15
❤️ Нравится 5 788

https://vk.com/wall-430761_1202

Принцип № 6 – работа с комментариями

Работа с комментариями – это работа с общественным мнением. [Вот хороший гайд, как ее нужно вести](#)

- Необходимо удалять сообщения с матом, оскорблениями от хейтеров и провокаторов, а также чистить спам и рекламу
- Настройте фильтр нецензурных выражений
- Ботов и провокаторов отправляйте в бан. Диалог с ними вести бесполезно
- Не пропускайте конструктивные комментарии о проблемах, обязательно давайте на них официальные ответы, благодарите пользователей за вовлеченность и равнодушие
- Не закрывайте комментарии. Исключениями являются ситуации, когда на группу идет атака ботов

В паблике школы села Аксарка поддерживают фоточеллендж



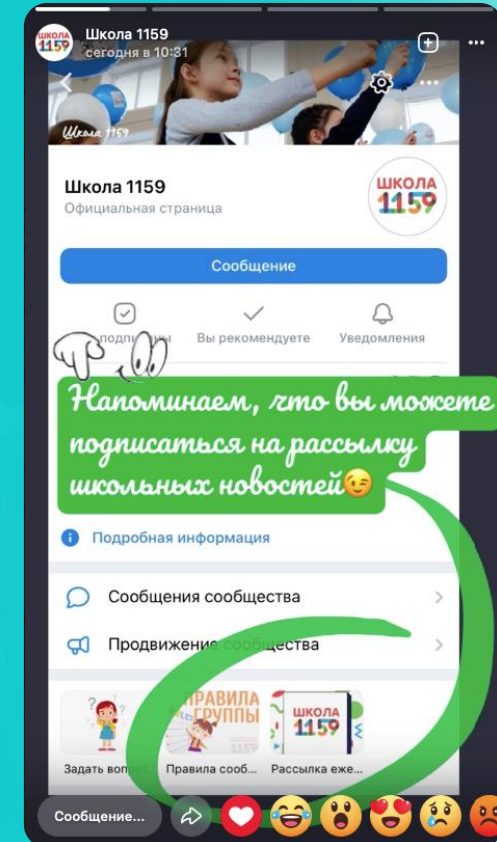
https://vk.com/wall-172372157_3791

Принцип № 7 — сторис

Сторис — это популярный формат, который нужно использовать по максимуму

- Делайте сторис вертикальными и на весь экран
- Пишите крупно, чтобы текст был читаем с телефона
- Используйте живые кадры и динамичные короткие видео
- Добавляйте эффекты, свайпы, голосования в сторис, вопросы, тесты и другие «фишки»
- Сохраняйте главные сторис, распределяйте их по рубрикам, ставьте обложки

Аккуратное оформление сторис в одной из московских школ



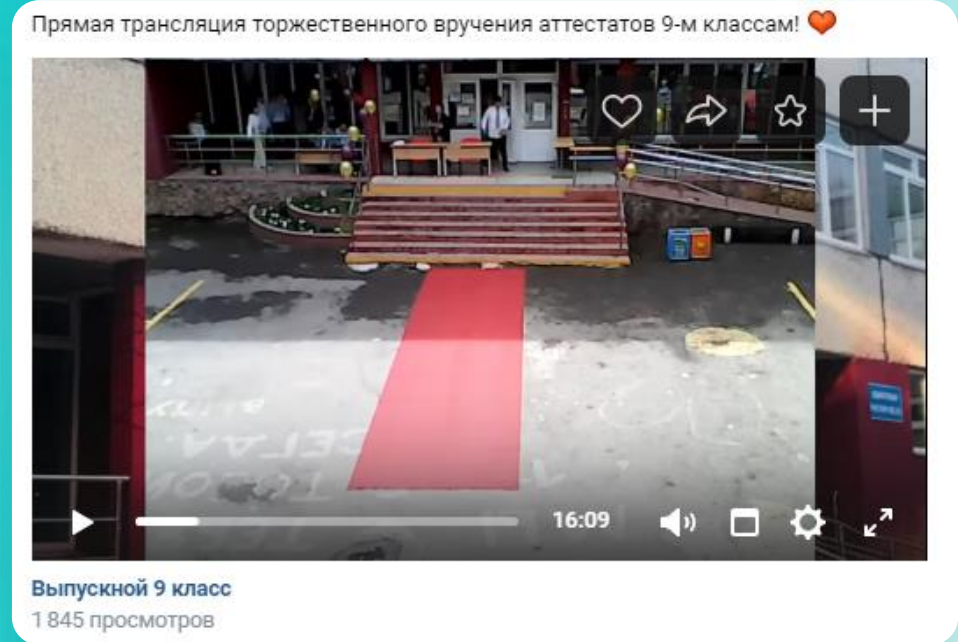
<https://vk.com/myschool1159>

Принцип № 8 – прямые эфиры

Прямые эфиры должностных лиц – тренд, который поддержал Президент

- В 2022 году прямые эфиры – обязательный формат коммуникации власти с людьми в соцсетях
- Устраивайте небольшие по длительности прямые эфиры с ответами на вопросы школьников и родителей во [«ВКонтакте»](#) и других соцсетях
- Приглашайте на эфиры дирекцию школы, представителей исполнительной власти, ЛОМов, экспертов из вузов и ссузов
- Важна регулярность: минимум раз в месяц
- За помощью в организации эфира обращайтесь в ЦУР вашего региона

Школа Екатеринбурга № 157 проводит прямые эфиры в своей группе



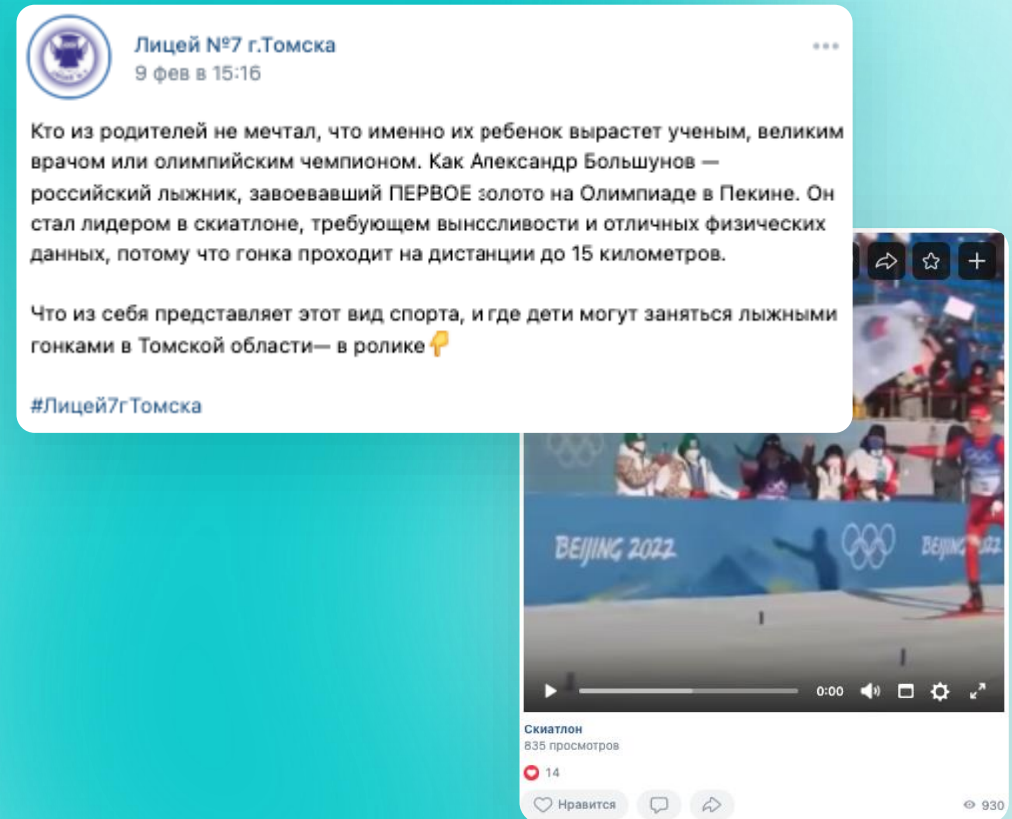
https://vk.com/wall-134855031_3720

Принцип № 9 – приземление федеральной повестки

Ваша аудитория должна «примерять» федеральные инфоповоды на себя и видеть пользу от федеральных решений. Помогите ей в этом!

- Добавляйте в региональные и федеральные поводы местную фактуру – расскажите историю конкретного человека, проблему которого удалось решить
- Возьмите комментарий по теме у местного лидера мнения, которому доверяют люди
- Меньше футуристики и денежных сумм. Вместо «выделено N млн по такой-то программе» напишите, сколько школа получит инвентаря, какие работы пройдут по ее ремонту или обновлению

Тема олимпиады органично приземляется в паблике томской школы



https://vk.com/wall-975807_1014

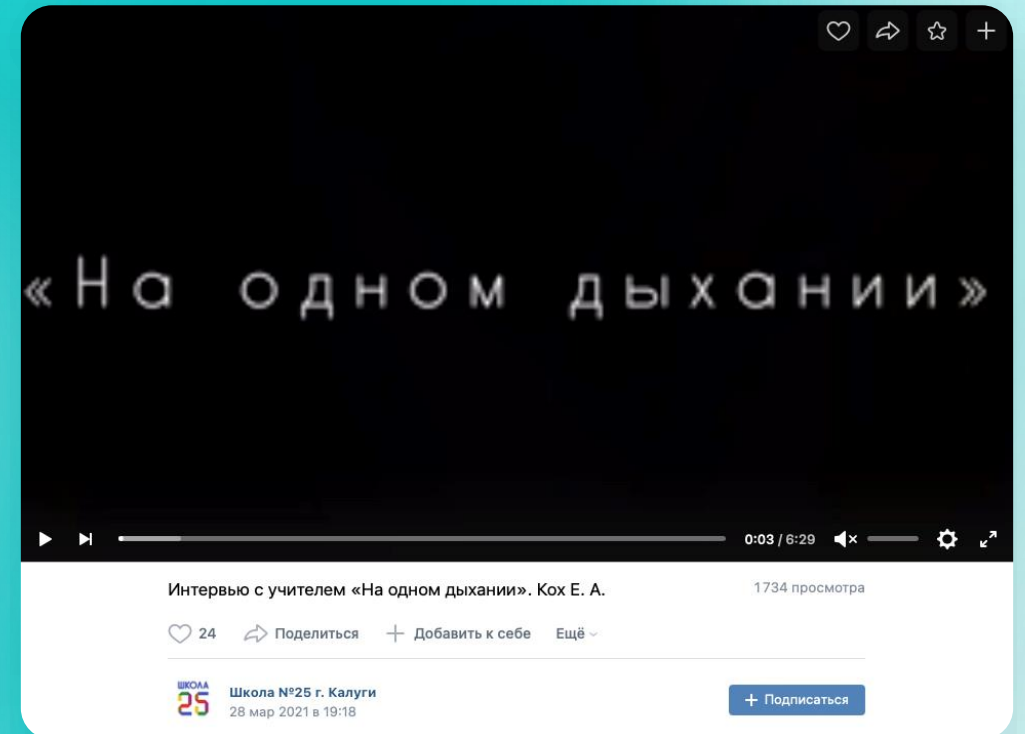
Принцип № 10 – новые форматы

Пользователи устают от постов с фото, информационных карточек и квадратных минутных видеороликов. Все форматы со временем приедаются и «выгорают».

Экспериментируйте и пробуйте новые форматы контента:

- Мемы
- Подкасты
- Программа
- Видеодайджест новостей
- Прямой эфир
- Вертикальные видео
- Видеоопросы людей
- Сюжет (репортаж)
- Интервью
- Собственные проекты

Калужская школа использует формат интервью и рассказывает о жизни и работе своих учителей



https://vk.com/video-193377650_456239580

Продвижение госпабликов. Правильные KPI

KPI переводится как «ключевые показатели эффективности». Это те количественные метрики, по которым можно судить, насколько хорошо ведется госпаблик.

Долгое время учитывалась только одна метрика — количество подписчиков. Но только подписчики не дают реальной картины. Более адекватные показатели — это:

1. **Среднее количество просмотров поста в вашем паблике.** Охват дает понимание, как много людей смотрят ваши посты. Можно сложить цифры по 10 последним постам и вычислить средний показатель
2. **Индекс одобрения контента.** Это отношение лайков (одобрительных реакций) к просмотрам. Этот показатель дает понять, насколько пользователям понравился тот или иной контент

Правильные KPI для развития госпаблика и шкала значений индекса одобрения

Количество просмотров

$$\text{Индекс одобрения контента} = \frac{\text{лайки}}{\text{просмотры}} * 100\%$$

Шкала значений индекса одобрения

ТОП	выше 2%
Зеленая зона	от 1% до 1,99%
Желтая зона	от 0,5% до 0,99%
Оранжевая зона	от 0,3% до 0,49%
Красная зона	от 0% до 0,29%

Инструменты продвижения

Стремитесь к тому, чтобы на ваш паблик подписывались не только те, кто учатся сейчас, но и их родители, выпускники прошлых лет

- ❑ Интеграции с блогерами, инфлюенсерами, ЛОМами. Договоритесь с известным человеком о том, чтобы он рассказал про вашу группу
- ❑ Интерактивы в своих и дружественных популярных сообществах. Опросы и конкурсы с обязательным условием вступления в группу: чтобы получить приз пользователь должен на вас подписаться
- ❑ Работа в комментариях от имени паблика в своем сообществе, а также в других активных группах школ
- ❑ Тематические посеы в сторонних популярных группах – «Подслушано», «Типичный» – с тегом вашего сообщества
- ❑ Офлайн-продвижение: QR-коды в школах и библиотеках, местах скопления целевой аудитории
- ❑ Вовлечение потенциально заинтересованной аудитории в ручном режиме (рассылки приглашений друзьям, знакомым, коллегам)

Конкурсы от школы г. Рязань

Итак, хочешь суперприз от BOOM65??



Подпишись на наши соцсети:

✓ Паблик ВК <https://vk.com/school65rzn>

✓ канал в Rutube <https://rutube.ru/channel/28057630/>

✓ телеграм канал <https://t.me/school65rzn>

И оставь коммент под этим постом - ГОТОВО !

Как только количество участников паблика достигнет 1,5 к - мы объявим стоп и разыграем 3 ценных приза, а каждый участник на память получит новые стикеры от BOOM65

!! Призы и сувениры получают только те, кто выполнил условия подписки.

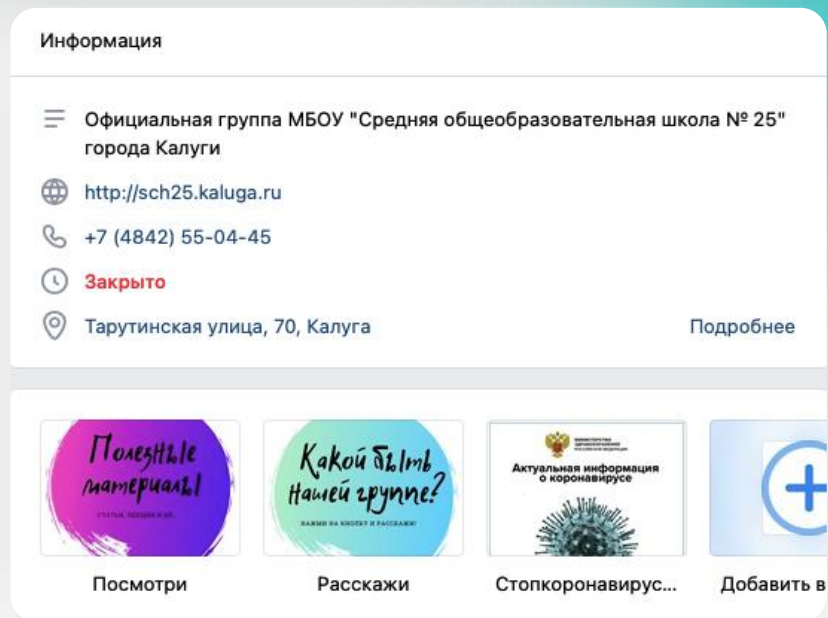
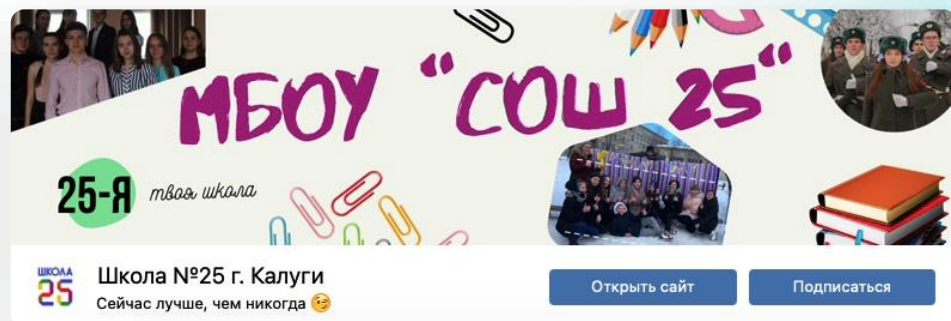
Желаем всем продуктивной и позитивной рабочей недели , удачи на ВПР 🙌

#TaСамая65 #boom65 #МедиаШколаРДШ

https://vk.com/wall-174532555_5811

Примеры крутых госпабликов

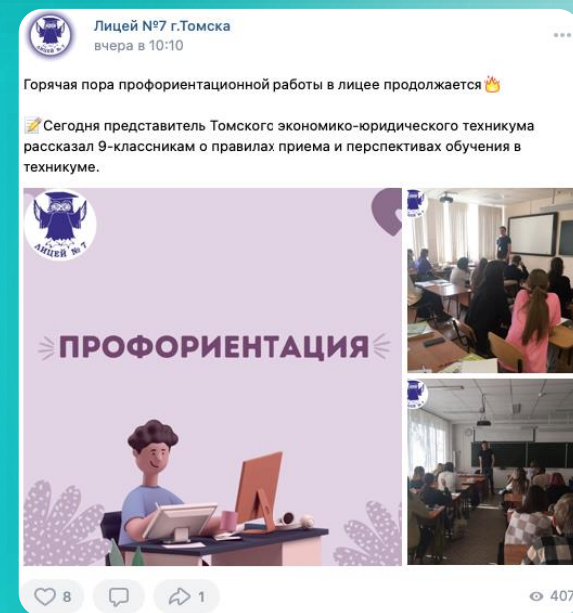
Калужская школа на постоянной основе информирует подписчиков о новостях



https://vk.com/school25_klg

Томская школа выпускает посты в едином стиле

Отсканируйте QR-код и посмотрите [группы школ](#), на которые можно ориентироваться



<https://vk.com/tsklacey7>

Канал про лучшие кейсы госпабликов в Telegram

Подпишитесь на образовательный канал про госпаблики с подборками групп и публикаций, лучшими практиками и самыми удачными кейсами – отсканируйте QR-код или перейдите по [ссылке](#)



В канале открыты комментарии к постам. Делитесь своими наблюдениями, мнениями, оставляйте обратную связь