

ЧЕК-ЛИСТ ОФОРМЛЕНИЕ ГРУППЫ FACEBOOK

| № | Проверить | Проверено |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1 | Создание и наполнение группы: | |
| | 1.1. Авторизоваться на собственной странице <i>Необходима главная страница, поэтому надо нажать на слово «Facebook» вверху страницы, на ярко синем поле. Выполнение данного действия приведет на главную страницу, на которой увидите необходимый раздел.</i> | |
| | 1.2. Создать группу <i>Когда открылась главная страница, слева, внизу, в колонке, можно увидеть раздел «Группы», нажав на нее откроется функция «Создать группу».</i> | |
| | 1.3. Подобрать иконку <i>Далее появится окно с иконками, которые будут отображаться рядом с названием, надо выбрать и применить наиболее подходящую к группе. Этот раздел можно проигнорировать, нажав кнопку «пропустить» слева внизу.</i> | |
| | 1.4. Дать ей название <i>После того, как открылось окно «Создать группу», надо ее назвать, добавить пару участников-это люди с вашего списка друзей на странице, их надо добавить путем ввода первых нескольких букв имени, выбрать один из вариантов конфиденциальности, нажать функцию «Создать».</i> | |

| | | |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | <p>1.5. Описать группу в графе "Описание"</p> <p><i>Будьте точны, поиск по ключевым словам найдет все, написанное в данную графу.</i></p> | |
| | <p>1.6. Редактировать настройки группы</p> <p><i>Теперь надо перейти к ее основным настройкам. Для этого надо курсором навести на значок «шестеренки», нажать левую кнопку мыши. В разделе, который появиться у вас перед глазами, надо выбрать «Редактировать настройки группы».</i></p> | |
| | <p>1.7. Отрегулировать уведомления и поиск</p> <p><i>Слева от шестеренки с настройками, есть опция «Уведомления» в которой настраивать информирование под группу. А иконка «Линза», это поиск, который поможет быстро найти нужную информацию за короткий срок..</i></p> | |
| | <p>1.8. Оформление стены</p> <p><i>Текстовая информация обычно размещается на стене. Туда можно добавлять фотографии, видео, ссылки, создавать вопросы или добавлять файлы. Контент-стратегия для группы очень важна, с ее помощью можно привлекать новых пользователей.</i></p> | |
| | <p>1.9. Разобраться с открытыми настройками</p> <p><i>В разделе открытых настроек есть возможность менять название группы, иконку, которая находится рядом с названием, описание самой группы, добавлять фото, устанавливать функцию одобрения администратором сообщений от участников, оставить группу с возможностью высказываться.</i></p> | |

| | | |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | <p>1.10. Выбрать уровень конфиденциальности</p> <p><i>Выберите уровень конфиденциальности, так как группа может быть открытой, закрытой, секретной. Эти статусы ограничивают доступ к информации, публикуемой вами для других пользователей социальной сети.</i></p> | |
| | <p>1.11. Выбрать графическое оформление группы</p> <p><i>Это первое, что указывает потенциальным пользователем на тематику, а также привлекает подписаться. После загрузки изображение можно двигать, выбирая наилучшее положение на странице.</i></p> | |
| | <p>1.12. Заполнить контактную информацию</p> <p><i>Надо указать адрес, номер телефона, можно ограничиться имейл-адресом группы.</i></p> | |
| 2 | Продвижение группы: | |
| | <p>2.1. Сделать группу открытой</p> <p><i>Это позволит каждому пользователю стать членом. Набрав значительное количество членов можно ограничить доступ, стать разборчивее.</i></p> | |
| | <p>2.2. Постить оригинальный контент</p> <p><i>Необходимо поискать об этом информацию в интернете, посмотреть на другие группы с большим количеством участников, определить свое направление.</i></p> | |

| | | |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | <p>2.3. Обновлять контент</p> <p><i>Люди быстрее присоединятся к активной группе. Регулярно закачивайте фото, видео и ссылки. Можно также отвечать, комментировать посты в группе.</i></p> | |
| | <p>2.4. Приглашать людей</p> <p><i>Для развития необходимо наполнять свою группу людьми. Если друзей немного, то это можно сделать вручную. Если у вас большая аудитория, их можно пригласить вступить в группу одним кликом: в этом помогут дополнительные плагины.</i></p> | |
| | <p>2.5. Использовать специальные расширения для приглашения</p> <p><i>Необходимо найти робота Facebook Group Invite All или Facebook Group Add Friends (на выбор) установить, перезагрузить браузер. Заходим в группу и нажимаем на значок робота, и он начинает добавлять ваших друзей в группу.</i></p> | |
| | <p>2.6. Воспользоваться e-mail-контактами</p> <p><i>На Facebook можно посылать приглашения в группы друзьям на: Outlook, Yahoo, Hotmail и Gmail.</i></p> | |
| | <p>2.7. Обмениваться людьми со схожими по тематике группами</p> <p><i>Пишем админу группы, предлагаем ему обменяться друзьями. Если ответ положительный, то обмениваетесь участниками группы, она постепенно начинает развиваться.</i></p> | |

| | | |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | <p>2.8. Продавать рекламу и информационные продукты</p> <p><i>Надо найти рекламодателя. На странице группы в описании размещаете текст, пример: «Есть возможность размещения рекламы, закрепленную вверху в группы. По всем вопросам обращайтесь в личку» (и указываете ссылку на свою страницу).</i></p> | |
| 3 | Соответствует ли обложка правилам Facebook: | |
| | <p>3.1. <i>Заполнен ли раздел Информация.</i></p> | |
| | <p>3.2. <i>Есть ли в разделе информация контактные данные.</i></p> | |
| | <p>3.3. <i>Указан ли в разделе информация сайт.</i></p> | |
| | <p>3.4. <i>В правильной ли рубрике заведена страница.</i></p> | |
| | <p>3.5. <i>Подключены ли все необходимые приложения.</i></p> | |
| | <p>3.6. <i>Какие цели продвижения.</i></p> | |
| | <p>3.7. <i>Каких результатов необходимо достичь.</i></p> | |
| | <p>3.8. <i>Целевая аудитория.</i></p> | |

| | | |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | <p>3.9. <i>Определяем цели продвижения — вам нужны продажи или подписчики, трафик на сайт или всё вместе.</i></p> | |
| | <p>3.10. <i>Определяем список страниц похожей тематики с хорошими показателями. Изучаем их контент, как часто постят, время постинга, показатели страницы, соотношение количества подписчиков и показателя обсуждаемости. Какие конкурсы. Какой отклик.</i></p> | |
| | <p>3.11. <i>Делаем сравнительный анализ страниц с похожей тематикой со своей страницей.</i></p> | |
| | <p>3.12. <i>Проводим юзабилити-тест страницы с учетом поставленных целей продвижения и анализа страниц с похожей тематикой.</i></p> | |
| | <p>3.13. <i>Изучаем приложения (стандартные и сторонние) и подключаем их к странице.</i></p> | |
| | <p>3.14. <i>Оформляем обложки приложений для создания единой стилистики страницы.</i></p> | |
| | <p>3.15. <i>Проверяем все приложения на корректность работы</i></p> | |
| 4 | Контент и время постинга: | |
| | <p>4.1. <i>На основании анализа успешных страниц разрабатываем свой</i></p> | |

| | | |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | <i>календарь постов.</i> | |
| | <i>4.2. Используем онлайн инструменты для составления графика постов, доступа к ним всех сотрудников, которых привлекаете к проекту.</i> | |
| | <i>4.3. Подбираем, тестируем инструменты автопостинга</i> | |
| | <i>4.4. Подбираем контент-минимум под целевую аудиторию. Составляем таблицу с категориями контента для нее.</i> | |
| | <i>4.5. Для каждой категории контента подбираем время постинга. Согласно исследований сети Facebook.</i> | |
| | <i>4.6. Распределяем рекламную информацию на странице. Необходимо не перегружать аудиторию рекламой.</i> | |
| | <i>4.7. Составляем базу ресурсов для подбора контента.</i> | |
| | <i>4.8. Общение в тематических сообществах от имени личного профиля, имени страницы.</i> | |
| | <i>4.9. Мониторинг новых ресурсов для контента (добавить за неделю не менее 3-х новых источников). Мониторинг страниц похожей тематики, страниц конкурентов.</i> | |

| | | |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | <p>4.10. <i>Регулярный анализ данных статистики (раз в неделю, постоянно обращать внимание на показатель «Обсуждают это»).</i></p> | |
| | <p>4.11. <i>Если активность на странице позволяет, запустите конкурс/акцию. Если по нет, доработайте концепцию и механику акции/конкурса, внесите в календарь на будущее (через неделю или 2).</i></p> | |
| | <p>4.12. <i>Свяжите свою страницу Facebook с сайтом с помощью расстановок лайк-боксов, кнопок мне нравится, комментариев и т.д.</i></p> | |
| | <p>4.13. <i>Пользуйтесь статистикой Facebook Insights.</i></p> | |
| | <p>4.14. <i>Отслеживайте трафик со страницы на корпоративный сайт.</i></p> | |
| | <p>4.15. <i>Проанализируйте проведенные опросы, акции по данным статистики. Сделайте выводы, запланируйте в календаре следующие с корректировками.</i></p> | |
| | <p>4.16. <i>Продолжите активность по привлечению партнеров для проведения кросс-маркетинговых кампаний. Проанализируйте предыдущие коммуникации с потенциальными партнерами. Какой есть процент отказа. Откорректируйте сообщения и подход.</i></p> | |
| | <p>4.17. <i>Сделайте анализ работы. Оцените по десятибалльной шкале</i></p> | |

| | | |
|--|----------------|--|
| | <i>работу.</i> | |
|--|----------------|--|