



МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЕДЕНИЮ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Социальные сети — важный инструмент продвижения мероприятий, привлечения аудитории и формирования положительного имиджа культурно-досугового учреждения (КДУ). Грамотное ведение аккаунтов помогает увеличить посещаемость, вовлечь целевую аудиторию и поддерживать обратную связь с посетителями.

ПЛОЩАДКИ, КОТОРЫЕ МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ УЧРЕЖДЕНИЯ:

- **ВКонтакте** – главная платформа для анонсов, обсуждений, работы с локальной аудиторией.
- **Одноклассники** – для аудитории 35+, ностальгического и семейного контента.
- **Telegram** – быстрые новости, анонсы, чаты для обсуждений.
- **Яндекс.Дзен** – для публикации статей, анонсов, аналитических материалов.

ПРИМЕРНЫЙ ВИД КОНТЕНТА

ВАЖНО!

Для названия групп необходимо избегать аббревиатур. Лучше написать сокращенное название. К примеру, вместо МБУК ЦНТК – Центр народного творчества и культуры. Полное название и логотип можно отразить на шапке профиля.

Информация в социальных сетях должна отражать деятельность вашего учреждения и быть актуальной. Для увеличения подписчиков и просмотров можно делать разнообразные посты с учетом аудитории. Для удобства и учета публикаций создавайте контент-план на неделю. При необходимости его можно скорректировать.

Помните, что при публикации материалов в социальных сетях необходимо соблюдать авторские права (музыка, фото, видео), указывать возрастные ограничения в афишах.

ВАРИАНТЫ КОНТЕНТА

ВКонтакте	Афиши, опросы, прямые эфиры, отчёты с мероприятий, конкурсы.
Одноклассники	Ностальгические посты, семейные мероприятия, исторические справки.
Telegram	Краткие анонсы, напоминания, чат для обсуждений.
Яндекс.Дзен	Статьи о культуре, интервью с организаторами, анонсы с подробным описанием, короткие видео.

ЧАСТОТА ПУБЛИКАЦИЙ

Минимальное количество – 3 поста в неделю

ВИЗУАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ

- **Единый стиль** (цветовая гамма, логотип).
- **Качественные фото и видео** избегать размытых или небрежных снимков, вертикальные фотографии лучше не ставить).
- **Использование шаблонов.**
- **Подписи к фото** с описанием события.

КАК ВЗАИМОДЕЙСТВОВАТЬ С АУДИТОРИЕЙ?

- Опросы и голосования (узнавать предпочтения посетителей).
- Ответы на комментарии.
- Модерация комментариев (удаление спама и оскорблений).

АНАЛИЗ ПУБЛИКАЦИЙ

- Мониторинг статистики (охваты, вовлечённость, рост подписчиков).
- Корректировка контент-плана на основе данных.
- Ежемесячные отчёты (для понимания как развивается ваша группа/канал).