



КАК РАССКАЗАТЬ
О МЕРОПРИЯТИИ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
И ПРИВЛЕЧЬ БОЛЬШЕ ГОСТЕЙ

М. ЗАХАРЕНКОВ

**Как
рассказать
о мероприятии
в социальных сетях
и привлечь больше
гостей**

**РМЦНТИОД
с. Первомайское
2022г.**

ВВЕДЕНИЕ

Мы живём в эпоху саммитов, конференций, мастер-классов, вебинаров, концертов, творческих встреч, бизнес-завтраков. Если ваша задача – организовать достойный ивент, то вам нужен хороший контент, чтобы суметь выделиться, рассказать о вашем мероприятии. Убедить людей прийти к вам может только сила слова.

В этой работе будут подробно расписаны виды контента для ивентов: что писать, когда начинать готовить текст. Как рассказать о нём так, чтобы билеты раскупались, и спонсоры выстраивались в очередь, а после гости завалили соцсети постами с благодарностью.

Сразу скажем, мы не будем заострять внимание на форматах мероприятия. Контент для онлайн- и офлайн-мероприятий похож. Наши рекомендации подойдут, как для продвижения фестивалей, концертов, конкурсов, так и конференций, семинаров, митапов встреча людей, вебинаров, круглых столов и онлайн-курсов. Контент как инструмент для продвижения нужен для всех видов мероприятий.

С ЧЕГО НАЧАТЬ?

Подготовка к мероприятию, а особенно к масштабному проекту, должна начинаться заранее. Нужно минимум две недели на раскрутку, чтобы всё прошло удачно.

Давайте проверим всё ли у вас готово. К этапу продвижения мероприятия можно приступать, если у вас есть:

- Название мероприятия, его формат (платное или бесплатное).

- Дата проведения, длительность мероприятия.

- Краткая характеристика (концепция в 2–3-х словах).

- Длинная характеристика (о чём, для кого, выгоды).

- Участники/Спикеры (кто, откуда, регалии).

- Программа.

- Адрес проведения, схема проезда + виды транспорта.

- Стоимость билетов.

- Условия регистрации.

— Название организатора, контактные данные организаторов.

Здорово, если у вашего мероприятия есть своя страничка в социальной сети – это ваш шанс не дать забыть тем, кто уже посещал ваше мероприятие, если оно проходит периодически, и постоянно поддерживать интерес к нему.

Можно создать «Встречу», если это ВКонтакте. Если у вашего мероприятия нет своей странички в социальных сетях, мы, таким образом, делаем её временную замену. А для потенциальных участников это важный психологический момент. Когда он подтверждает участие в мероприятии, он подсознательно настраивается на то, что пойдёт туда.

Для крупных и значимых мероприятий можно сделать обложку и аватар, придумать хештег и поставить статус.

Помочь в задачах, поставленных для продвижения учреждения в интернете, может и взаимодействие с различными профильными сообществами в социальных сетях.

ПИШЕМ ТЕКСТЫ

Когда мы имеем на руках все подробности мероприятия, даты и сроки проведения, нужно суметь донести информацию до целевой аудитории. Важно всё время держать участников в радостном напряжении от ожидания вашего мероприятия.

Давайте составим приблизительный список тем для публикаций:

1. Хороший анонс должен содержать исчерпывающую информацию об ивенте: тема, для кого интересен, когда и в каком формате проходит, список спикеров. Это позволит потенциальному участнику моментально принять решение, хочет и может ли он там быть. Правда со стоимостью есть тонкий момент. Если мероприятие бесплатное, это точно нужно размещать на самом видном месте. Если же вход по билетам, лучше так и написать, не указывая конкретную стоимость, дабы не отпугнуть.

2. Задуманы «плюшки» участникам? Сразу расскажите о них!

3. Вспомните интересные истории. На многих страничках мероприятий в соцсетях организаторы

активно используют видеоролики, записанные на прошлых мероприятиях. Это и социальное доказательство того, что ивент был многолюдным, интересным, и такой тонкий косвенный анонс: раз в прошлом году было здорово, мы сделаем ещё лучше.

4. Не забывайте о фактах: сколько было людей на прошлых мероприятиях, сколько зарегистрировалось уже сейчас, сколько мест осталось.

5. Рассказывайте больше о себе. Организаторы должны представиться и перечислить все свои регалии, достижения, участие в других мероприятиях, успешные проекты. Скромность не украшает, украшают дела. Почему это обязательно: это блок доверия. Когда посетитель видит, что мероприятие организовали профессионалы — это ещё один аргумент в пользу того, чтобы купить билет.

6. Проявите заботу о своих гостях. Отличное проявление внимания со стороны организаторов – простая схема, как добраться. Можно добавить ещё экстренный телефон для «заблудившихся».

7. Напомните о мероприятии за день и в день

его проведения. Можно опубликовать пост за 2 часа, за 15 минут до начала.

8. Приветы от участников. Попросите участников мероприятия записать видеообращение. Они могут рассказать о программе своего выступления, подготовке к ивенту и пр. Подойдут также и фрагменты их прошлых выступлений.

9. Если у вас есть партнёры и спонсоры – расскажите о них.

Мы рекомендуем организаторам мероприятия писать тексты самостоятельно, пусть не совсем красиво, пусть коряво. А потом показать ваши материалы редактору для того, чтобы вычистить все тексты, обогатить их и сделать крутыми. Потому что как бы вы долго и нудно ни ставили ТЗ, ни погружали в свой проект, как бы не объясняли исполнителю, чего вы хотите в итоге, он всё равно не напишет так, как вам надо. Лучше напишете вы, а он потом приведёт текст в порядок.

СОСТАВЛЯЕМ КОНТЕНТ-ПЛАН

Контент-план — это удобный инструмент редактора, копирайтера, SMM-специалиста, маркетолога для планирования публикаций в социальных сетях и на сайтах. Конечно, можно обойтись без планирования, но так вы будете близки к прокрастинации и однажды столкнётесь с внезапным исчезновением всех идей.

Контент — это инструмент для достижения результатов, который принесёт пользу, если будет соответствовать важным критериям. Ценность для аудитории, актуальность, уникальность и лёгкость восприятия — это основа вашего контент-плана.

Существует несколько типов контента и их нужно обязательно изучить перед тем, как составлять контент-план. Маркетологи обычно обращаются к золотой формуле контента: 40% развлекательного и интерактивного контента, 30% брендового и репутационного, 25% обучающего и экспертного и только 5% рекламного. Этот принцип подходит для любых социальных сетей и информационных сайтов.

Развлекательный и интерактивный контент

Основную часть контент-плана должны составлять развлекательные и интерактивные посты. Разнообразные мемы, весёлые комиксы, гифки, короткие видео, подборки, скрины забавных диалогов, опросы, рейтинги, конкурсы, розыгрыши, онлайн-квизы, цитаты дня, угадайки. Можно придумать оригинальный тест. Подписчики редко проходят мимо них.

Брендовый или репутационный контент

Репутационный контент создаёт образ вашей компании или личного бренда. Это кейсы, отзывы, новости, отчёты о достижениях, обработка возражений и коллаборации с лидерами мнений. Цель репутационного контента — формирование доверия у клиентов.

Обучающий и экспертный контент

Что чаще всего сохраняют в социальных сетях? Конечно же, полезные советы, инструкции,

исследования, гайды, обзоры, мастер-классы. Если для оформления репутационного контента достаточно стоковых картинок, фотографий команды и воодушевляющих текстов, то для этого типа не обойтись без гифок, видео и инфографики.

Рекламный (продающий) контент

Вот теперь вы можете приглашать на мероприятия, онлайн-курсы, марафоны, рекламировать товары и услуги! К продающему контенту относятся ещё и анонсы коммерческих мероприятий, акции, спецпредложения.

Разобрались с типами контента, теперь на основе полученных знаний устроим мозговой штурм. Выбираем тип контента и пишем три идеи для публикаций. Дальше на основе идей нужно составлять новые идеи и так до бесконечности. У вас получится огромный список разнообразных тем, разбитых на общие категории. Это нужно проделать с каждым типом контента. Только теперь переходите к планированию! Контент-план должен быть визуально удобным для вас: в виде таблицы, интеллект-карты или просто

списка. Редакторы чаще выбирают таблицу, разбитую по дням недели.

В контент-плане обязательно должна быть указана следующая информация: день и время публикации, тип контента, тема поста. Если над проектом работают несколько человек, то разумно будет указать ответственного за публикацию.

Пример контент-плана

ПН 1 АПР	ВТ 2 АПР	СР 3 АПР	ЧТ 4 АПР	ПТ 5 АПР	СБ 6 АПР	ВС 7 АПР
ПОСТ Тема:	ВИДЕО Тема:	МЕМ Тема:	ПОСТ Тема:	РЕКЛ Тема:	ВИДЕО Тема:	МЕМ Тема:

Желательно, чтобы посты были готовы минимум за неделю до публикации. Закончились темы? Оформите старые публикации в новом формате. Превратите статью в инфографику, чек-лист, «карусель» с картинками или видео. Разделите длинную статью или видео на более короткие части, которые вы можете опубликовать серией.

Каждую публикацию нужно снабдить хештегом. Короткий, запоминающийся хештег, обыгрывающий название мероприятия отлично работает для продвижения мероприятия. И рассказать о нём участникам необходимо заранее – в рассылке, на странице ивента в соцсетях, на сайте. По хештегу вы потом соберёте отзывы. А если изготовите его, то в фотозоне все с удовольствием будут им пользоваться и делать селфи с вашим хештегом.

Большинство социальных сетей позволяют создавать отложенную публикацию. Используйте этот инструмент, чтобы публикация контента происходила в срок автоматически. А вы потратите освободившееся время на подготовку мероприятия.

ПОСЛЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Обязательно нужно поблагодарить всех участников самыми тёплыми словами и подвести итоги. Найдите публикации посетителей и покажите их на своих страницах. Для поиска используйте не только хештег, но и название учреждения и мероприятия. Чтобы написать хороший текст после мероприятия, нужно подготовиться заранее. Для начала соберите

все цифры и факты — сколько человек участвовало, что было сделано, что интересного произошло. Не забудьте попросить участников оставить отзывы, а затем выберите самые интересные моменты.

Начните текст с самого интересного отзыва — возьмите несколько самых ярких предложений. Коротко опишите мероприятие. Поделитесь эмоциями и результатами. Не забудьте в конце поста пригласить читателя прийти на ваши следующие мероприятия.

Важно! Такой контент нужно делать сразу после мероприятия, а не через год. Во-первых, нужно не упустить волну интереса к мероприятию. А во-вторых, информация быстро устаревает и теряет ценность.

Помните, что все рекомендации по написанию текстов не являются жёсткими. Проявляйте креатив, адаптируйте тексты к особенностям своей целевой аудитории и не забывайте про юмор.

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

Ивент — (от англ. Event) событие

Контент — (от англ. Content) абсолютно любое информационно значимое либо содержательное наполнение информационного ресурса или веб-сайта

Пост — (от англ. Post) публикация или новость в интернете, в блоге

Митап — (от англ. Meetup) означает встречу людей. На практике словом митап называют некоммерческие встречи людей, которых объединяют общий опыт и интересы.

Вебинар — (от англ. Webinar) — разновидность веб-конференции.

Копирайтер — люди, которые пишут текст с целью рекламы или других форм маркетинга.

SMM-специалист — или **SMM-менеджер** занимается продвижением компании, её бренда, товаров и услуг в социальных сетях.

Мем — (англ. Meme) единица значимой для культуры информации.

Квиз — (от англ. Quiz) интеллектуально-развлекательная игра, в которой нужно отвечать на разные вопросы.

Гифка — растровый формат графических изображений.

Скрин — снимок экрана компьютера или мобильного устройства, сделанный с помощью стандартных средств или специальной программы.

Кейс — (англ. Case) реальный случай, на котором разбираются теоретические идеи.

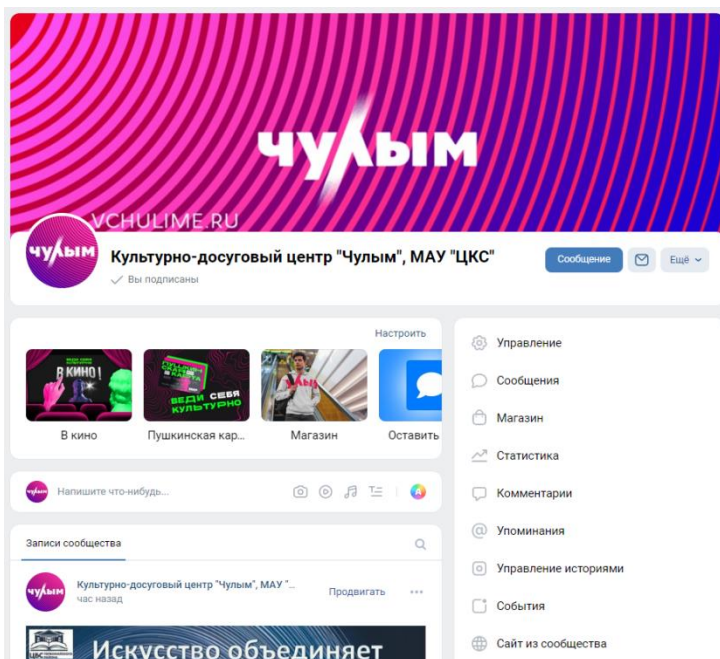
Гайд — (от англ. Guide) инструкция, руководство, эдакий план действий.

Стоковые изображение — фотоизображение на определённую тематику, которое продаётся на общедоступных торговых площадках (мировом стоковом рынке) и может быть использовано в качестве иллюстрации или рекламы.

Хештег — ключевое слово или несколько слов сообщения, тег (пометка), используемый в микроблогах и социальных сетях.

Продвижение мероприятия на примере гастролей Чеховских пятниц

1. Используйте фирменный стиль для оформления страницы в соцсетях и всех публикаций



2. Публикуем афишу мероприятия

ЧЕХОВСКИЕ ВЕЧЕРА
Музыкальные вечера
Музыкальный театр им. М. Горького
Томской области

Мир твоя сцена
Музыкальный театр им. М. Горького
Томской области

15.00
16 ОКТЯБРЯ МАУ "ЦКС"
КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫЙ ЦЕНТР "ЧУЛЫМ"

ПРОДЮСЕРСКИЙ ЦЕНТР «МИР-ТВОЯ СЦЕНА»
С КОНЦЕРТНОЙ ПРОГРАММОЙ

Музыкальное ассорти

КДЦ «ЧУЛЫМ»
вход свободный 6+

Фотографии на стене сообщества 30 из 1591
Поделиться · Отметить человека · Удалить · Сохранить к себе · Ещё ▾

Культурно-досуговый центр "Чулым"
11 окт в 15:26

15

Редактировать описание

На этой фотографии: Виктор Юргенс ×

Будьте первым, кто оставит комментарий к этой фотографии

Написать комментарий...

3. Записываем видео напоминание-приглашение от артистов

Чулым Культурно-досуговый центр "Чулым", МАУ "ЦКС"
15 окт 2022 в 13:37

Чеховские Пятницы в КДЦ "Чулым"!
16 октября в 15:00 в КДЦ Чулым пройдет концертная программа Музыкальное ассорти от Чеховских пятниц и продюсерского центра Мир-твоя сцена.
Вход свободный!

Чеховские пятницы в КДЦ "Чулым"
595 просмотров

18
Нравится 4 683

Автор ограничил возможность комментирования

4. После завершения публикуем фотоотчёт о мероприятии

Культурно-досуговый центр "Чулым", МАУ "..."
16 окт в 16:51 Продвигать ...

Чеховские Пятницы в КДЦ "Чулым"!
В КДЦ "Чулым" в воскресенье 16 октября прошла концертная программа "Музыкальное ассорти" от Чеховских пятниц и продюсерского центра Мир-твоя сцена.

16 4 542

5. А вот и обратная связь о концерте от артистов

чулым Культурно-досуговый центр "Чулым", МАУ "ЦКС" 16 окт 2022 в 22:55

Сегодня у нас прошёл потрясающий концерт 🙌🙌🙌. В гостях у первомайцев были Чеховские пятницы! Смотрим запись концерта и ставим лайки 👍

Чеховские Пятницы 16 окт 2022 в 14:59

Live: Чеховские Пятницы

Гастроли в с. Первомайское 46:31

Live: Чеховские Пятницы. Гастроли в Первомайское 16 октября 2022
886 просмотров


3

Нравится 1


198

Автор ограничил возможность комментирования


6. Если о вашем мероприятии написали в СМИ, делаем репост

 Культурно-досуговый центр "Чулым", МАУ "ЦКС"
20 окт 2022 в 14:49


А вот подоспел и видеореферат о самом громком концерте октября! Спасибо нашим друзьям из "Провинциальных вестей"!

 Провинциальные вести
20 окт 2022 в 12:36

В селе Первомайское состоялся концерт творческого объединения «Чеховские пятницы». С программой «Музыкальное ассорти» в КДЦ Чулым выступили самые яркие артисты проекта. В этот вечер со сцены прозвучали хиты прошлых лет, а также авторские произведения. Солисты и вокальные ансамбли подарили первомайцам яркое шоу, наполненное великолепным вокалом и неповторимой творческой энергией.



Чеховские пятницы посетили село Первомайское с концертной программой
27 просмотров

Нравится  140

Автор ограничил возможность комментирования

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Франкель Наталия, Румянцев Дмитрий. Event-маркетинг. Всё об организации и продвижении событий. ООО Издательство «Питер», 2017 г.
2. Методическое пособие по работе в социальных сетях. ПРОКУЛЬТУРА. РФ, 2019 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	1
С чего начать?	2
Пишем тексты	4
Составляем контент-план	7
Развлекательный и интерактивный контент	8
Брендовый или репутационный контент	8
Обучающий и экспертный контент	8
Рекламный (продающий) контент	9
После мероприятия	11
Словарь терминов	13
Приложение	15
Список литературы	21