**Правила работы в социальных сетях для НКО**

Ведение грамотной информационной деятельности в сети Интернет обеспечивает все больше возможностей для развития любой организации. В полной мере это касается некоммерческих организаций, которым особенно важно достичь необходимого имиджевого и социально-коммуникативного эффекта в условиях ограниченных финансовых ресурсов.

В процессе создания и поддержки сайта перед вами стоит несколько непростых задач, которые должен решать ваш ресурс:

– **Создание положительного имиджа организации как надежного партнера**, в т.ч. для частных спонсоров и фондов, а также государственных органов.

– Своевременное **оповещение аудитории** о жизни организации и проводимых мероприятиях. Помните, «мертвый сайт» намекает на смерть организации, к которой он относится.

– Создание положительного впечатления о вашей деятельности среди потенциальных волонтеров. **Публикация яркого, запоминающегося либо экспертного контента** для повышения интереса к вашему сайту как информационному ресурсу и расширения аудитории.

Социальные сети на настоящий момент представляют из себя информационный ресурс не менее важный чем традиционные медиа и имеют два важных базовых отличия – **сетевой принцип распространения информации в них** (информация передается от человека к человеку, что очень эффективно) и **их абсолютная бесплатность** (что также является большим плюсом для НКО). Кроме того, социальные сети – незаменимый инструмент для привлечения волонтеров и координации их через виртуальные сообщества.

**Своевременность и регулярность**

Основным отличием традиционных СМИ, таких как газеты или телевидение, является запаздывание в подаче информации. Они подают утренние события вечером или завтра, тогда как **они интересны только сегодня.** Ваш сайт и ваши ресурсы в соцсетях позволяют вам писать о них прямо сейчас – не забывайте об этом и публикуйте новости незамедлительно.

**Пишите ваши сообщения, публикуйте новости регулярно.**Только так вы удержите аудиторию и обеспечите посещаемость и читаемость ваших ресурсов. Регулярность на первых парах может даже превалировать над качеством ваших публикаций.

**С чего начать**

Соцсети, прежде всего, состоят не из абстрактных пользователей, а из людей, которые ими пользуются. Поэтому начните с поиска и объединения (при помощи сообществ) тех людей, которые составляют социальный капитал вашей организации – волонтеров, членов, знакомых и сторонников.

Спросите у них пользуются ли они соцсетями и какие конкретно они предпочитают. Работайте прежде всего там, где есть люди, которых вы знаете. Конвертируйте свои реальные контакты для создания «живых» виртуальных сообществ. Ответственно подходите к наполнению своих личных страниц и страниц групп, в которых вы участвуете и которые ведете.

Каждый из популярных ресурсов, будь то «Одноклассники», «Фейсбук» или «Вконтакте» отличается своей спецификой публикаций и, отчасти, аудиторией. Не стоит следовать за распространенными представлениями о «молодежном» «Вконтакте», респектабельном «Фейсбуке» или «Одноклассниках» для домохозяек. В конечном счете, Вы будете притягивать свою специфическую аудиторию, которую вам необходимо изучать: читать то, что они публикуют, ориентироваться на то, что им нравится.

**Контент**

Итак, у Вас есть личная страница и Вы, возможно, создали сообщество. Вкупе с сайтом они образуют единую информационную систему. Что делать дальше? Разумеется, необходимо рассказывать о деятельности своей организации, публиковать новости. Здесь есть несколько нехитрых правил, которые помогут вам сделать это лучше:

1)    Публикуйте то, что интересно вашим читателям. Интересна информация которая:

 – содержит уникальные, известные только вашему сообществу данные

– вызывает очевидный эмоциональный отклик у читателя

– содержит уникальное экспертное мнение

– актуализирует или поднимает назревшую в обществе проблему

2) Будьте кратки там, где это необходимо. Если вы написали крупный отчет по мероприятию - разместите его на своем сайте и опубликуйте ссылку на него в социальных сетях, снабдив ярким комментарием. Избегайте публикации «простыней» с излишней информацией – их никто не читает. Поэтому старайтесь переносить смысловую нагрузку в публикациях с текста на фотографии и видео. Прошло длинное мероприятие – сделайте фотоотчет по наиболее ярким моментам.

3) Делитесь впечатлениями, расскажите о себе. Покажите то, в чем Вы и Ваша организация уникальны. Наверняка у вас есть «Поле» – повседневная работа, которую выполняете Вы и ваши волонтеры – покажите её визуально, расскажите о ней. Для вас это может быть рутиной, для ваших читателей – другая жизнь, к которой они хотели бы прикоснуться или даже присоединиться к вам (например, в качестве волонтера). В конечном счете современное волонтерство – это работа в обмен на впечатления. Используйте это для расширения своих возможностей.

4) Работайте с инфорграфикой. Схемы, наглядно представленные данные познавательны и, в то же время, не утомляют. Такой контент, особенно если он уникален, может быть интересен как рядовым пользователям, так и СМИ.

5) Вашими мощным ресурсами являются социальная среда, в которой вы работаете и ваши волонтеры. Расскажите о людях, которым, возможно, помогает ваша организация. Чем более личным и наглядным будет характер подобных публикаций, тем лучше.

6) Выдерживайте тематику. Только личная страница позволяет публиковать все, что Вы считаете нужным рассказывать о своей жизни. Если вы рассказываете о жизни своей НКО – придерживайтесь тех тем, которыми она занимается. Если у Вас и ваших сторонников есть потребность публиковать и обсуждать мероприятия, напрямую не связанных с этими темами – заведите отдельную закрытую группу.

7) Не публикуйте «мусор». Старайтесь никогда не публиковать «общего» контента – посторонние, не относящиеся ни к Вам, ни к темам ваших сообществ фотографии, «котиков» и пр.

8) Спрашивайте и советуйтесь со своими читателями. Во-первых, это бывает очень полезно, во-вторых, так вы вовлекаете их в диалог.

9) Работая в соцсетях старайтесь делать так, чтобы ваша публикация побуждала читателей к обсуждению. Не делайте выводов – сообщайте информацию, предлагайте её к прокомментировать.

Публикация нужна прежде всего для активации диалога. Очень важным моментом является взаимодействие с коллегами в информационном пространстве. Обменивайтесь банерами на сайтах, публикуйте ссылки на новости друг друга, присоединяйтесь и создавайте сообщества для обмена информацией. В рамках работы в соцсетях обычная повседневная активность не менее важна чем грамотный подбор контента. Проставляйте лайки, читайте новости друг друга и делайте репосты.

Наконец, отслеживайте активность ваших читателей, анализируйте их интересы и отклики. Так вы наладите необходимую коммуникацию и расширите круг сторонников. Для социальных сетей оптимальны ежедневные или хотя бы еженедельные публикации. Если у вас есть такая возможность – развивайте виртуальные сообщества своих волонтеров и сторонников – это позволит вашим ресурсам жить «собственной жизнью» с минимальным участием с вашей стороны. Сайт, разумеется, должен также пополняться по мере проведения мероприятий и активностей вашей организации, но допускает более редкие публикации. Главное – не забрасывайте этот процесс.