**Методические рекомендации по ведению группы в Фейсбуке для НКО**

Фейсбук является самой популярной социальной сетью в мире. Глобальная аудитория Facebook, по данным на конец второго квартала 2020 года, составляет почти треть населения Земли — около 2,7 млрд активных пользователей в месяц, что на 11% больше, чем годом ранее. Количество ежедневно активных в июне этого года составило 1,785 млрд пользователей (+11% год-к-году).

Несмотря на столь значительные показатели по миру, в России Facebook не входит в топ-10 ресурсов по версии Mediascope. Каждый месяц в соцсеть заходят около 39,7 млн россиян, по данным на май 2020-го (+1% год-к-году), а количество активных пользователей в день составило около 9,3 млн. В среднем пользователь проводит около 9 минут в сутки на Facebook.

Распределение женщин и мужчин — 52% против 48%. Меньше всего подростков и молодых людей до 24 лет

**Поведение в пользователей Фейсбук**

Вот некоторые показатели по действиям в Facebook, согласно данным Hootsuite:

• В среднем пользователь Facebook лайкает в день около 13 постов.

• Средний показатель вовлеченности постов (процент пользователей, которые взаимодействовали с постом) — 3,6%.

• Примерно 300 млн пользователей каждый день смотрят Stories.

**Как сделать группу в Facebook**

Начнём с того, что прежде чем создавать группу в Facebook, у вас должна быть зарегистрирована страница в этой социальной сети. Создать группу в Фейсбук можно как с компьютера, так и с телефона.

Шаг 1. Заходим в социальную сеть Фейсбук и на главной странице, в верхнем меню справа, нажимаем “Создать” и в выпадающем списке выбираем пункт «Группа».

Шаг 2. В открывшемся окне, заполните все по порядку.

\* Название группы

\* Тип группы (Общедоступная или закрытая)

Вы можете сразу пригласить друзей в свое будущее сообщество, просто начните вводить их имена в соответствующем окне.

Нажмите кнопку “Создать”.

**Настройка группы**

Первым делом загрузите фотографию обложки. Лучше всего загрузить изображение, которое сможет сразу отобразить тематику вашего сообщества. Также не забывайте что на картинке можно разместить текст, который может принести вам дополнительную пользу.

После загрузки изображение, нажмите кнопку “Еще” в меню под обложкой и переходите в настройки вашей группы.

Здесь вам необходимо заполнить или изменить существующие поля:

\* Описание группы — объясните подписчикам, зачем им быть в этой группе;

\* Местоположение — выберите город или страну, при необходимости;

\* Метки — добавьте хэштеги, по которым можно будет найти вашу группу.

\* Цвет — выберите цвет для своей группы;

\* URL — пропишите адрес страницы, чтобы легко делиться ссылкой на группу

**О чём писать в группе:**

Специалист советует писать каждый день, пока группа не вырастет до самостоятельного создания контента. Информацию для группы стоит выбирать, исходя из увлечений и ценностей вашей целевой аудитории.

**\*** Мероприятия по вашему проекту

\* Полезные посты с тематикой вашего проекта

\* Лица - волонтеры, люди которые помогают вашему проекту

Главное правило контента — контент не должен вызывать негативных эмоций.

**Какие бывают промахи**

1. Жалобные посты.При взаимодействии с аудиторией важно выбрать правильные эмоции.
2. Фотографии плохого качества. Визуальный ряд крайне важен для ваших аккаунтов в социальных сетях. Он придает единообразие, чувство вкуса. Если у вас нет волонтера-фотографа, не беда. Качественные профессиональные и бесплатные фотографии, вы можете найти на различных ресурсах.
3. Много информации о внутренних делах организации.
4. Слишком длинные посты. Советуем отказаться от слишком длинных витиеватых текстов, потому что читатель их, скорее всего, не дочитает до конца.
5. Капслок и смайлы. Это еще одна ошибка, которую часто совершают НКО. Восклицательные знаки, разнообразные смайлики вовсе не придадут привлекательности вашему посту

**Способы продвижения**:

1. Репост записей и отметки «Нравится»

Если люди начнут активно делиться публикацией, комментировать ее или хотя бы ставить отметку «нравится», количество просмотров отдельной новости может сильно превысить количество постоянных подписчиков страницы.

2. Пригласить друзей

3. Сотрудничество с другими сообществами

4. Запуск флешмоба/конкурса

5. Обращение к кому-то из «топовых» авторов с просьбой дать у себя ссылку на вашу группу

6. Таргетированная реклама