

ПЛОЩАДКИ ДЛЯ ОБЩЕНИЯ С КОМЬЮНИТИ



Социальные сети. Здесь полезно посмотреть на статистику популярности соцсети в вашем регионе и сфере деятельности. Для профессиональных сообществ чаще всего выбирают Facebook, в регионах могут быть популярнее Одноклассники, но чаще всего беспроблемный вариант — это «ВКонтакте» как самая популярная соцсеть в России. В соцсетях можно совмещать обмен контентом в ленте, базы знаний в обсуждениях или закрепленном меню, чаты для оперативного общения.



Мессенджеры. В Москве и Петербурге популярнее Telegram, в регионах WhatsApp или Viber. Сообщества в мессенджерах обычно более живые, в них больший процент активности, но в качестве хранилища контента придется использовать дополнительные места.



Корпоративная площадка или интранет. Например, сайт вашего волонтерского центра. Обычно минус таких площадок в том, что они не содержат удобных чатов и мобильных версий для оперативного общения через смартфон, а порой открываются только рабочего IP.



Почта. Рассылки — хороший инструмент для информирования и полезных дайджестов.

МЕТРИКИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СООБЩЕСТВА

Метрик для оценки эффективности сообщества множество.

Например:

- количество участников сообщества
- процент активных участников от общего числа
- количество предложенных идей
- число сообщений, комментариев, лайков и репостов
- количество созданного участниками контента
- количество обращений к комьюнити-менеджеру



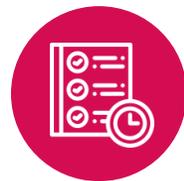
Важно. Подготовьтесь еще на этапе планирования. Ставьте только те KPI, которые точно сможете достичь и измерить. Будьте готовы, что получите результаты не сразу — динамику вы увидите только на отрезке от 3 месяцев.

ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ РАБОТЫ С КОМЬЮНИТИ



Аналитика

- статистика в социальных сетях
- Amplifr
- Brand Analytics



Планирование контента

- SMMPlanner
- NovaPress
- Amplifr
- Notion



Опросы

- Google Forms
- Doodle.com
- SurveyMonkey
- Survio



Трекинг задач

- Trello
- Google Tasks
- Todoist
- Asana
- Notion