

О ЧЕМ ПИСАТЬ
БИБЛИОТЕКЕ?

ПРАКТИЧЕСКИЕ
СОВЕТЫ ОТ КОНТЕНТ-
МЕНЕДЖЕРА И
КНИЖНОГО БЛОГЕРА

ОБО МНЕ



Меня зовут Наталия, я СММ-менеджер Раменской Центральной Библиотеки, это в Подмосковье.

Обо мне:

- *по образованию я преподаватель и филолог иностранных языков

- *много лет работаю профессиональным фотографом

- *несколько лет работала контент-менеджером, сейчас я СММ-менеджер в двух проектах

- *пишу статьи для газет

- *более 5 лет веду книжный блог, сотрудничаю со многими издательствами.

ВАЖНОЕ

Контент — это всегда уравнение со множеством неизвестных: не так-то просто найти те самые темы и ту самую подачу, которая точно привлечет внимание вашей аудитории и повысит вовлеченность.

Здесь необходимо экспериментировать и анализировать, прежде чем вы разберетесь, что именно заходит конкретно в вашей библиотеке.

ГЛАВНОЕ: вы должны разобраться, кто именно является вашей целевой аудиторией, какого возраста эти люди, какое у них образование, какие темы и жанры их интересуют.

Вы всегда должны помнить, что пишете не для себя, а для своих подписчиков, поэтому и темы должны подбирать такие, которые будут интересны им, а не только лично вам.

СПОСОБЫ ПОИСКА АУДИТОРИИ

1. РЕАЛЬНЫЕ ЛЮДИ

- Это посетители вашей библиотеки. Попросите всех, кто пришел на открытое мероприятие, заодно записаться в библиотеку.
- Всех, кто к вам приходит за книгами, попросите подписаться на ваши соцсети.
- Можно сделать и распечатать афишу с куар-кодами ваших сетей и разместить ее на видных местах, чтобы людям было удобно на вас подписаться.

2. ЛЮДИ ПО МЕСТУ ЖИТЕЛЬСТВА ИЛИ ИНТЕРЕСАМ

- Если у вас небольшая городская или сельская библиотека, ищите в соцсетях жителей вашего города и сами добавляйте их в друзья, а потом и в группу.
- Не все могут о вас знать, но, если вы им интересны, они подпишутся и будут следить за вашими публикациями.

3. РОЗЫГРЫШИ

- Это простой, но во многом спорный вариант, тут главное не увлечься. Изредка можно устраивать розыгрыши чего-то в ваших аккаунтах: книг или книжных боксов, платных услуг, билетов в кино – тут уже всё зависит от ваших возможностей.
- **В чем опасность:** к вам могут прийти те, кому интересны только подарки. Они не будут вас читать, могут и вовсе отписаться после розыгрыша. Но есть шанс, что придут и заинтересованные люди.

Не стремитесь «подружиться» вообще со всеми пользователями соцсети: вам важно не набрать как можно больше подписчиков, а собрать именно целевую аудиторию, которая будет вовлечена в ваши посты, будет их читать, лайкать, комментировать.

ОФОРМЛЕНИЕ

Ваши соцсети должны быть правильно оформлены, чтобы человек, который к вам впервые попал, сразу мог понять, где он находится, что вы можете ему предложить.

Если у вас проходят открытые мероприятия, снимайте фото или видео, потом выкладывайте это в альбомы ваших групп. И сообщите участникам, что потом они могут туда зайти и скачать нужные им фотографии.



обложка
группы



ссылка на сайт
или другие соцсети



понятное
название



адрес
библиотеки



контакты
для связи



часы
работы

ТИПЫ КОНТЕНТА

Как правильно разнообразить всё
то, о чем вы можете писать в своих
аккаунтах

1. ОБУЧАЮЩИЙ

посты с текстами или видео, которые отвечают на вопрос «Как сделать?»

Как правильно
починить книгу

Как НЕ надо читать
книги

Как записаться в
библиотеку

2. РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ

Это могут быть забавные ролики, мемы, опросы со смешными вариантами ответов, подборки советов, конкурсы, ответ на вопросы и т.п.

Этот тип контента вовлекает аудиторию, позволяет ей улыбнуться, расслабиться, стимулирует оставить комментарий или поделиться постом на своей странице.

НОВИНКИ
фонда

анонсы мероприятий /
отчеты о прошедших
мероприятиях

необычные факты
из жизни
писателей

3. ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ

Это отзывы ваших читателей о вашей работе. Можно брать из Книги Отзывов, если она у вас есть (мы вот держим ее на виду и просим посетителей оставлять отзывы), можно брать из Яндекс, из комментариев в ваших аккаунтах.

4. ПОЛЕЗНЫЙ

Его цель – поделиться пользой, сформировать вашу экспертность, заинтересовать подписчиков.

Цитаты писателя в День его рождения (вместо сухой биографии из Википедии)

Подборка книг:

- Лучшие антиутопии;
- Детективы, в которых вы точно не угадаете убийцу;
- Что почитать, чтобы расплакаться и т.п.

5. СТОРИТЕЛЛИНГ

Это подразумевает постоянно текущий рассказ о вашей библиотеке. Я к этому типу отношу посты про нашу внутреннюю «кухню».

Что входит в обязанности библиотекаря

Как проходит санитарный день в библиотеке

Кто наши сотрудники

Наши выездные мероприятия или коллективные путешествия

Важно понимать, что в вашем аккаунте должна присутствовать **ЖИЗНЬ** библиотеки. Это залог продуктивного развития личного бренда: людям всегда интересно наблюдать за людьми. Не превращайте ваши аккаунты в сухие страницы с афишами; показывайте всем, что за аккаунтом стоят обычные люди. И следите за регулярностью постов: пусть их будет 1-2-3, но каждый день. Не пропадайте надолго.

Не стесняйтесь брать чужие **идеи** контента. Просто не копируйте их один-в-один, а берите за основу и делайте на свой вкус.

Экспериментируйте с **форматами**: это должны быть и фото, и видео. Горизонтальные и вертикальные, в зависимости от того, куда именно вы их планируете выложить (клипы в ВК – вертикаль, посты – горизонталь).

ВАЖНОЕ

Обращайте внимание на **ВИЗУАЛ** ваших аккаунтов: пусть вы не профессиональные фотографы, но сделать приличное фото или снять простое видео сейчас должен уметь каждый. Прямо в телефоне в любой Галерее можно обрезать фото, при необходимости добавить ему яркость, насыщенность, резкость. И картинки заиграют совсем иначе.

Видео очень удобно и понятно монтируется в **InShot**. Стильные афиши любой может сверстать в **Canva** прямо на телефоне.

ОШИБКА: делать низкокачественный контент. Вы потеряете свою аудиторию, если не будете для нее стараться.

Ориентируйтесь на эстетичность визуала и старайтесь не перегружать его спецэффектами и посторонними украшениями. В данном случае, если вы не дизайнер, то чем проще – тем лучше.

ТЕКСТ

Даже если у вас солидная научная библиотека, попробуйте писать не скучно. Любую информацию можно подать легче, проще, удобнее для быстрого чтения: в большинстве соцсетей, кроме Телеграма, люди предпочитают просто выхватывать отдельные слова из абзацев.


Если у вас большая серьезная статья, оформите ее не как пост, где текст будет висеть простыней, а именно как статью: это красиво верстается и в ВК, и в ТГ (через бот Telegraph).

Всё остальное – короче, проще, упорядоченнее. Не забывайте про форматирование для соцсетей: абзацы, пункты при перечислении, эмодзи. Добавляйте "призыв к действию": задайте читателю вопрос, на который ему захочется ответить, пригласите его прийти к вам в библиотеку. Добавьте к посту опрос: люди любят нажимать на такие штуки.

Следите за грамотностью своих текстов. Это показатель вашего статуса.

Пробуйте добавлять **хештеги** в конце поста, хотя бы штук 5. Это могут быть личные теги вашей библиотеки или всей ЦБС, теги ваших внутренних рубрик, тег вашего населенного пункта, какие-то книжные теги: здесь надо посмотреть, какие именно теги в этой соцсети используются, и регулярно их менять.

Это поможет повысить выдачу ваших постов в поиске.

 **ВАЖНО:** теги в Телеграм работают только как рубрикаторы для поиска внутри вашего канала.

И если уж мы говорим о вовлечении аудитории, тут есть очень важный момент: обязательно, всегда, по возможности быстрее **отвечайте** вашим подписчикам на личные сообщения и комментарии.

Люди хотят видеть обратную связь, хотят понимать, что их голос не упал в пустоту, а они были услышаны. Не ответите раз, другой – человек махнет рукой и перестанет писать совсем. Пишущих надо ценить, холить и лелеять, они не так часто встречаются.

БОНУС

Библиотекам никогда не будет лишним появиться в местных СМИ. Скорее всего, эта моя рекомендация подойдет только жителям небольших населенных пунктов, где есть местные радио, газета, ТВ.

Как сотрудник городского информагентства, совершенно точно вам говорю, что новостные каналы всегда нуждаются в инфоповодах. Попробуйте с ними связаться и обсудить возможность:

публикации статей о вашей библиотеке (я писала о наших услугах и возможностях, открытии выставки, рекомендации книг от библиотекарей в местной газете и соцсетях местных новостных порталов)

съемки видеосюжета о вашем мероприятии (мы приглашаем ТВ и портал МойОкруг)

проведения прямого эфира на радио с вашими сотрудниками (однажды радио приходило проводить эфир прямо у нас в библиотеке)



ПРАКТИЧЕСКИЕ
РЕКОМЕНДАЦИИ

Как повысить интерес читателей к библиотеке:

- * Приглашайте к себе писателей на встречу с читателями
- * Зовите книжных блогеров поговорить о литературе
- * Просите приехать представителей издательств, которые могут у вас презентовать свои новинки
- * Если нет возможности сделать это офлайн, проводите прямые эфиры с ними в ВК
- * Договаривайтесь с другими библиотеками и снимайте совместные флэшмобы.

Как рассказать о писателе не скучно:

- * сверстайте подборку его ярких цитат
- * подберите необычные факты из его биографии
- * найдите экранизации его произведений
- * сделайте подборку его популярных книг и тех, на которые тоже стоит обратить внимание
- * соберите статистику по писателю в цифрах: сколько книг написал, сколько было экранизировано, сколько его книг переиздается каждый год, в каком году издана первая книга и т.п.
- * поищите информацию, какие прогнозы из его книг сбылись (я так делала по Станиславу Лему)
- * найдите забавные фото с писателем
- * порекомендуйте видео с разбором его произведения
- * найдите памятники писателю в разных городах или странах
- * если это поэт, найдите песни, написанные по его стихам

Как рассказать о книгах в фонде:

- * обязательно показывайте все новинки
- * подборки важных книг, которые должен прочитать каждый
- * тематические и жанровые подборки
- * подборки по возрасту читателей
- * книги с чем-то в названии: цветы/еда/цифры и т.п.
- * книги нобелевских лауреатов
- * книги современных писателей (русских и зарубежных)
- * снимайте рубрику Книга+Человек (когда обложка книги как бы продолжается в реальности)
- * сделайте подборку детских фото писателей и устройте викторину, чтобы люди могли угадать, кто есть кто
- * просите ваших читателей, которые пишут отзывы о книгах в соцсетях, отмечать вас и делать репосты
- * книга, которая: увлекла/расстроила/заставила плакать/рассмешила и т.п.
- * самые популярные среди ваших читателей книги из фонда
- * если есть цикл книг у автора, покажите порядок чтения книг в нем

Как показать библиотеку:

- * снимите ваши интерьеры, проведите онлайн экскурсию для подписчиков
- * покажите устройство вашей библиотеки, отделы и места, куда читателей обычно не пускают
- * представьте ваших сотрудников (придумайте, как сделать это небанально: я снимаю каждого с тремя книгами, которые он готов порекомендовать)
- * покажите обычную жизнь вашей библиотеки: как работают библиотекари, чем занимаются люди в других отделах (читатели обычно не представляют, что в библиотеке есть кто-то еще), можно подавать это серьезно, можно с юмором
- * показывайте регулярно буккроссинг, если он у вас есть, и приглашайте людей приносить вам не нужные им книги
- * снимайте атмосферу вашего помещения
- * выкладывайте живые фото и видео с мероприятий, кружков, лекций, занятий и т.п.
- * снимайте ваших читателей в фонде: люди любят находить себя и смотреть на других людей
- * составьте список ваших услуг и возможностей, почаще о них рассказывайте
- * выкладывайте системное расписание на месяц, чтобы люди знали, когда и на что к вам можно прийти
- * показывайте, как у вас проходит санитарный день
- * сделали перестановку? Привезли новую мебель? – покажите!
- * оформили выставку, посвященную писателю или историческому событию – покажите
- * о вас написали в газете, показали по ТВ – поделитесь этим
- * расскажите историю вашей библиотеки: когда и кем была основана, какие происходили изменения с годами, что важного в ее стенах было и т.п.
- * как работает ваш отдел комплектования, как и кто отбирает книги для фонда

О чем еще написать:

- * Польза чтения по фактам
- * По каким книгам сняты лучшие фильмы XX / XXI века
- * Из каких частей состоит книга, как они называются
- * Как правильно ухаживать за книгами в домашней библиотеке
- * Как расставить книги на полке: по жанрам / авторам / цвету
- * Зачем идти в библиотеку, а не в книжный магазин
- * Спросите подписчиков, что они читают прямо сейчас
- * Фильмы о библиотеках / книжных магазинах / писателях
- * Почему печать ставится на стр.17
- * Чем заняться в библиотеке
- * Редкие / старинные книги из вашего фонда
- * Актеры и их любимые книги
- * Критерии возрастного ценза на книги
- * Что такое роман-буриме / утопия / антиутопия / метамодерн / фэнтези и т.п.