



Чек-лист "Аудит группы ВКонтакте"

Определите для себя цель создания группы

- ☐ Для чего она создана: общение, продажи, блог, сбор средств, информационный портал...

От цели зависит какое действие должен совершить пользователь, который зашёл к вам на страницу

Обложка

- ☐ Изображение, характеризующее вашу компанию

фото товара или картинка в тему

- ☐ Название компании.

бренд

- ☐ Контактная информация

можно указать номер телефона и время работы

- ☐ Причина и призыв к действию

подпишись, закажи, позвони, напиши сообщение и обязательно указать почему человек должен это сделать (например: подписчику скидка)

Название группы

- ☐ Тут внимание: не название компании (например: "Ромашка"), а именно деятельность (например "Товары для дома")

Оптимально использовать короткую фразу, описывающую вашу деятельность. Название

компании можно добавить через вертикальную черту.

Описание - это раздел "Информация"

- ☐ В трех строках описание деятельности вашей компании
они будут видны в поисковой выдаче Яндекса
- ☐ Ваше уникальное торговое предложение
в чем заключается ваша ценность для клиента и чем вы отличаетесь от конкурентов
- ☐ Мотивы для подписки
про акции, бонусы и все интересности
- ☐ Контакты
сайт, телефон, адрес

Статус

- ☐ отличный способ транслировать полезную информацию или предложение
не повторяйте сюда информацию, используйте как способ рассказать ещё что-то о себе

Контакты

- ☐ Ответственные люди, отвечающие за взаимосвязь с аудиторией
лучше, если это ссылки на аккаунты живых людей с обязательным указанием зоны ответственности, т. е. к кому и по какому вопросу можно обратиться

Раздел "Обсуждения", две обязательные темы:

- ☐ Тема для вопросов-ответов
видна всем, поэтому можно как самому спросить, так и ознакомиться с вопросами других пользователей

☐ Тема "Отзывы"

это ваша книга отзывов и предложений

Разделы "Видео" / "Аудио" / "Фото"

- ☐ должны быть заполнены данными, соответствующими вашей деятельности

Содержание ленты (публикации или контент) должно быть:

- ☐ Релевантным вашей деятельности и соответствовать потребностям аудитории
- ☐ Уникальным
проверить уникальность можно на онлайн-сервисах
- ☐ Оформленным
используйте для изображений фирменный стиль

Обратная связь

- ☐ Работайте с комментариями, сообщениями, отвечайте на вопросы, вовлекайте людей в общение
желательно делать это оперативно, в соцсетях люди привыкли общаться в диалоге

Приложения

- ☐ Устанавливайте приложения, подходящие вам. Это проверенный инструмент дополнительного привлечения внимания к своему

продукту.

в группе допустимо установить до 3-х приложений

Только после оформления сообщества можно начинать заниматься его продвижением: приглашать подписчиков, настраивать рекламные кампании, предлагать свои услуги.

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?