Чек-лист | Эксперт

Проверка сообщества ВК перед запуском продвижения

Перед тем как начинать продвижение бизнеса в ВК, проверьте себя по следующим пунктам,касающимся оформления и наполнения сообщества. Все ли вы учли? Все ли корректно отображается и не забыли ли вы какие-то детали?

- [ ] 1.Формат сообщества

  Публичная страница - это лучший вариант. Она отображается на страницах пользователей в разделе «Подписки», что является бесплатной рекламой и привлекает внимание потенциальных клиентов.

- [ ] 2. Проверьте, нет ли у вас в сообществе ограничений по возрасту.

  ВК с операционной системой iOS группы с маркировкой 16+ и 18+ не отображаются

- [ ] 3. Короткая ссылка

  Замените числовую ссылку на информативную и уникальную.

- [ ] 4. Название сообщества

  Название должно отражать его суть. Возможно оно будет не такое красивое, но информативное. Тогда, увидев репост или объявление люди сразу поймут, что тут можно найти. Начиная продвижение даже не с нуля, можно и нужно продумать именно этот пункт.

- [ ] 5. Обложка

  обложке не должно быть мелких нечитаемых надписей. Пусть будет пару слов о вашем продукте и преимуществах. Из них будет понятно, что вы предлагаете и обещаете.

- [ ] 6. Адаптация обложки под мобильное устройство

  Большинство сидят в соцсетях с планшетов и мобильников. Проверьте корректно ли

работает у вас мобильная обложка сообщества и все ли элементы читаемы в ней.

- [ ] 7. Указана география

Если сразу понятно, в каком регионе вы находитесь и куда осуществляете доставку, это хорошо. В ином случае – исправляйте.

- [ ] 8. Описание

На текущий момент расположение этого поля в интерфейсе сообщества ВК не подразумевает частого открывания. Используем его больше для SEO оптимизации, так как напрямую влияет на выдачу в поиске после названия. Раздел «Описание сообщества» должен быть кратким и содержательным. В первые 3 секунды пользователь должен получить ответы на главные вопросы: Кто вы? Чем занимаетесь? Как приобрести ваш продукт? На этом этапе не нужно никаких УТП. Их добавите позже. Как и прочие подробности, вроде истории компании и ваши кейсы / партнёры. Ну и не забудьте про призыв к действию!

- [ ] 9. Важные ссылки

Необходимы ссылки на каталог, условия доставки, менеджеров. Особенно важно это, когда у вас длинный период принятия решения

- [ ] 10. Ссылки релевантны

Важно, чтобы ни одна из ссылок не уводила пользователей на сторонние ресурсы, они должны вести на площадки, связанные только с вами: сайты, лендинги, другие группы, аккаунты соцсетей, ссылки на встречи ВК и так далее. В них должно быть понятно, куда пользователь попадет.

- [ ] 11. Закрепленный пост

В нем размещают меню, продающий пост с УТП или полезный пост, направленный на вашу целевую аудиторию.

- [ ] 12. Указаны контакты

Если посетитель, пришедший впервые, за три клика после входа в группу может найти способ заказа и контакты менеджеров, это качественная группа. В ином случае он уйдет к конкурентам. Удалите всех фейковых и забаненных администраторов. Под каждым контактом подпишите должность, чтобы было понятно, по какому вопросу и кому писать.

- [ ] 13. Описания к товарам и услугам

В ВК прямо с товара можно перейти к заказу, поэтому тексты в описаниях товаров и услуг должны стимулировать к этому. Объяснять, почему ваш продукт лучше, чем у конкурентов и почему надо купить его именно сейчас, причем без навязчивости. Это

небольшие одностраничники внутри группы, и от них многое зависит.

☐ 14. Фото- и видеоальбомы

Лучше, если доступ к их пополнению будет только у админов. В ином случае вам придется непрерывно удалять спам. Разместите визуальный контент, связанный с товарами и услугами. Также можно делать отзывы в видеоформате и повышать доверие новых пользователей.

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

как это убрать?