

СОЦСЕТИ: ОТ ПОСТОВ ДО ДИЗАЙНА. ЧТО ЗНАЧИТ БЫТЬ В МЕДИА?

ЭТО НЕ СЕКРЕТ, ЭТО ИНТЕРЕСНАЯ ТЕОРИЯ

БЕРЕГОВАЯ ЕВГЕНИЯ

ДИРЕКЦИЯ



КОНТЕНТ - ЭТО...

■ ВРЕМЯ ОТВЕТИТЬ НА ВОПРОС



КОНТЕНТ

- это информационное наполнение/содержание чего-либо.

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ КОНТЕНТА

ТЕКСТОВЫЙ | ВИЗУАЛЬНЫЙ | ЗВУКОВОЙ

”

■ НЕМНОГО ИЗ ОСНОВНОЙ ТЕОРИИ ■

ЧТО ОПРЕДЕЛЯЕТ КОНТЕНТ?

МОЖЕМ ЛИ МЫ ВЫБРАТЬ ТОЛЬКО ОДНУ ФОРМУ КОНТЕНТА?

■ ВРЕМЯ ОТВЕТИТЬ НА ВОПРОС



ВАЖНО ВСЁ.

НУЖНО УМЕТЬ РАБОТАТЬ С КОНТЕНТОМ

УПАКОВКА ПРОФИЛЯ →

■ ВСЕ О СОЗДАНИИ ПРОФИЛЯ С 0 ■

■ ЧТО ВХОДИТ В УПАКОВКУ ПРОФИЛЯ?

- НИКНЕЙМ (ЛОГИН) / НАЗВАНИЕ СООБЩЕСТВА
- ОСНОВНОЙ АВАТАР
- ШАПКА ПРОФИЛЯ/ОПИСАНИЕ
- КОНТЕНТ
- ВИЗУАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ
- ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ФИШКИ



- До запуска аккаунта / сообщества необходимо определить его цели и задачи

■ НИКНЕЙМ (ЛОГИН) / НАЗВАНИЕ СООБЩЕСТВА

- ЭТО ИМЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ / ИМЯ СООБЩЕСТВА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

КРИТЕРИИ ВЫБОРА ПРОФИЛЯ:

- Краткость и оптимальность
 - Отсутствие лишних символов
 - Связность с автором профиля
 - Простота звучания
-
- НЕ ИСПОЛЬЗУЙ ГЕНЕРАТОРЫ ЛОГИНОВ
ДЛЯ СОЗДАНИЙ НИКНЕЙМА В ИНСТАГРАМ

ОСНОВНЫЕ ОШИБКИ:

- Длинный никнейм / название
- Многообразие цифр и знаков
- Лишние подчеркивания
- Наличие подписи official

ПРИМЕР: @__dina.smm__love @lissssssaaa178.9
ТАК НЕ ДЕЛАЕМ

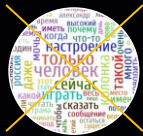
МБОУ СШ № 000 Автозаводского района города
Нижнего Новгорода / официальная страница

■ ОСНОВНОЙ АВАТАР

- мини-обложка, «лицо» страницы (объект внимания)

КРИТЕРИИ ВЫБОРА АВАТАРА:

- Четкость изображения
- Лого на аватаре (при наличии)
- Адаптированность
- **НЕ ИСПОЛЬЗУЙ СТОКОВЫЕ КАРТИНКИ И ФОТО**



ОСНОВНЫЕ ОШИБКИ:

- Буйство красок
- Картинка «не о чем»
- Нарушение границ
- Нечитаемый шрифт

■ ШАПКА ПРОФИЛЯ/ОПИСАНИЕ

- краткое представление автора, информация об аккаунте (объект внимания)

ЧТО ВХОДИТ В ОПИСАНИЕ:

- Полное наименование аккаунта/организации
- Web-сайт/ссылка на ресурс
- Основная информация

В ИНСТАГРАМ НЕ ДЕЛАЕМ БОЛЬШИМ

ЧТО ОТРАЗИТЬ В ОСНОВНОЙ ИНФОРМАЦИИ:

БЕЗ ИСТОРИЙ

- Расскажите кто вы - организация
- Адрес и контакты (для организаций)
- Страна/город
- Расскажи об аккаунте и его целях



- СТАРАЙСЯ ДЕЛАТЬ ЕЕ ЖИВОЙ! КАК?

■ ТЕКСТОВЫЙ КОНТЕНТ

КАК ПИСАТЬ, ЧТОБЫ ЧИТАЛИ?

СТРУКТУРА ПОСТА В ИНСТАГРАМ:

- Заголовок
- Вступительная часть
- Лид-резюме (основные факты)
МАХ 3 АБЗАЦА
- Итог/вывод
ЧАЩЕ ПОБУДИТЕЛЬНЫЙ

- Для эффективности: добавь геолокацию, отметь друзей/партнеров/бренд, поставь хештеги
УНИКАЛЬНЫЙ+МАСС



ОСНОВНЫЕ ОШИБКИ:

- Текст «длиною в жизнь»
- Ссылки - много ссылок
А ВЕДЬ ОНИ НЕ РАБОТАЮТ
- Ошибки!
- Перебор с хештегами

ДЛЯ РАЗНООБРАЗИЯ ТЕКСТОВОГО КОНТЕНТА ИСПОЛЬЗУЙ:

Рубрикаторы, игры, чек-листы, конкурсы, опросы, инструменты соцсети

■ ВИЗУАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ

ОН РЕШАЕТ ВСЕ!

ВИЗУАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ СЕГОДНЯ:

- Картинки для поста
- Актуальные и stories в инстаграм / ВК
- Видео и IGTV
- Весь профиль в целом:



ЧТО ХОРОШО:

- Единая стилистика
- Индивидуальность
- Трендовые тона
- Естественные пресеты для фото
- «Живые» изображения/фото



Трендовые оттенки в дизайне в 2022 году

НО ГРАФИКА ПРИ ЭТОМ ОСТАЕТСЯ



■ ВИЗУАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ

BEHR COLOR TRENDS 2 0 2 2



КУКУРУЗНЫЙ СТЕБЕЛЬ
M290-3



ЦВЕТ

100 сочетаний цветов, которые привлекут нужную аудиторию

Выберите палитру и примените в дизайне!

[Подобрать сочетание цветов](#)

■ ВИЗУАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ



Выбор цветовой палитры начинается с ощущения, которое должен вызывать дизайн. Каждый оттенок ассоциируется с определенными чертами характера, настроением. Например, пурпурный — изящный цвет, а коричневый — грубый и суровый. Также нужно учитывать культурные традиции конкретного региона, восприятие и опыт

Реализуйте свои идеи за минуты.

[Создать дизайн](#)

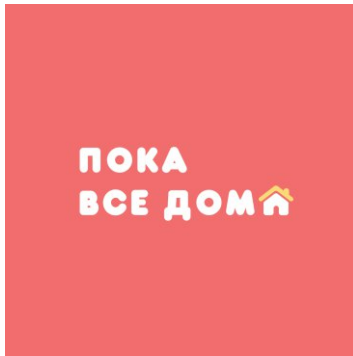
РАЗМЕРЫ STORIES:

- 1080x1920 пкс



■ ВИЗУАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ

ОН РЕШАЕТ ВСЕ!



РАЗМЕРЫ ПОСТА:

- 3500x3500 пкс

■ Приложения сами подбирают размеры

ВИЗУАЛ ДЕЛАЕШЬ ТЫ

БЫТЬ В МЕДИА - ЭТО?

■ ВРЕМЯ ОТВЕТИТЬ НА ВОПРОС



■ ПОЛЕЗНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ И РЕСУРСЫ

У КАЖДОГО СВОИ ЛАЙФХАКИ



■ ЭТО ОПТИМИЗИРУЕТ РАБОТУ



■ PINTEREST



■ GOOGLE ДОКУМЕНТЫ



■ СЕРВИС «CANVA»



■ FREEPIK



■ ЗДЕСЬ НЕ ВСЕ.
НУЖНО БОЛЬШЕ?



■ ПОЛЕЗНЫЕ ССЫЛКИ И ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЯ:

ФОТО

- HUII
- SNAPSEED
- AIRBUSH
- LIGHTROOM

ВИДЕО

- VSCO
- MOJO
- STORYART
- VOCHI
- STORYART



ССЫЛКИ:

TELEGRAM

- СЕМЕЙКА БОТОВ
- SMM УТРО
- ИНСТАГРАМОТНОСТЬ
- TEXT4INSTABOT
- ДИЗАЙН ОБРАЗОВАНИЕ

- Статистику аккаунта Инстаграм и сообщества ВКонтакте можно посмотреть в настройках ресурсов

■ **ПРАКТИКА**
ПО РАБОТАЕМ В CANVA



СКАНИРУЙ КОД



СОЦСЕТИ: ОТ ПОСТОВ ДО ДИЗАЙНА. ЧТО ЗНАЧИТ БЫТЬ В МЕДИА?

ЭТО НЕ СЕКРЕТ, ЭТО ИНТЕРЕСНАЯ ТЕОРИЯ

БЕРЕГОВАЯ ЕВГЕНИЯ

@Eugene_Coast | 8 952 786 22-38
@direct_nn

ДИРЕКЦИЯ

