

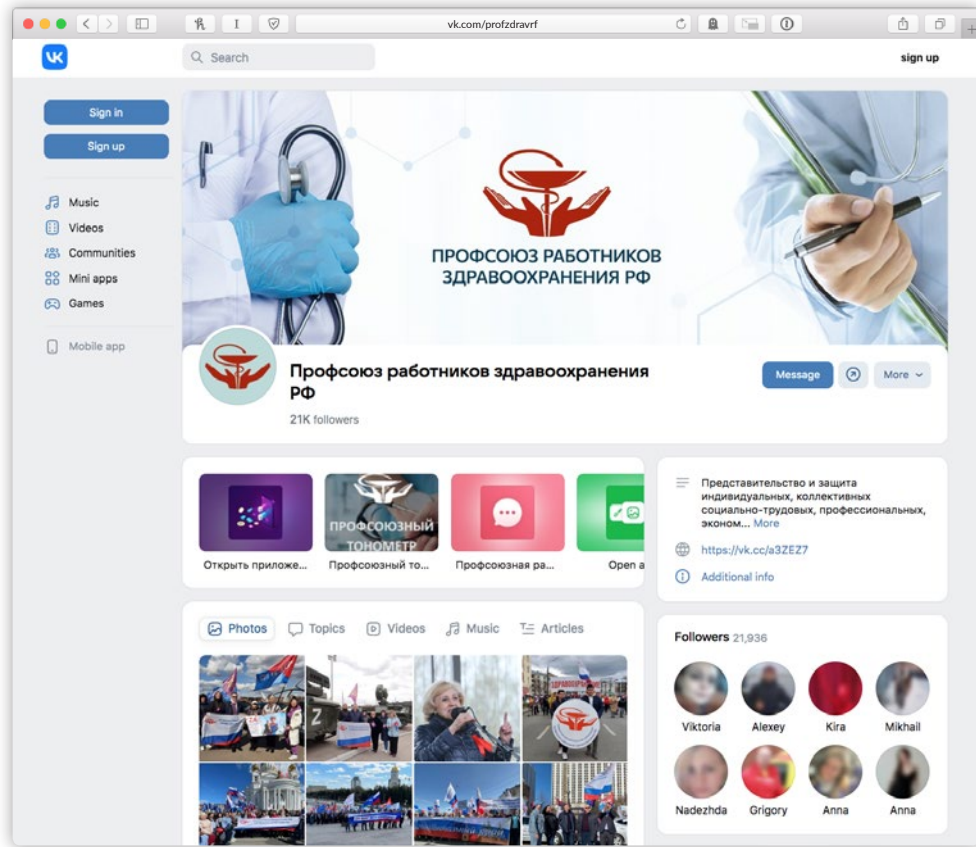


ПРОФСОЮЗ РАБОТНИКОВ  
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РФ



## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

по ведению личных страниц  
руководителей организаций всех уровней  
Профсоюза работников здравоохранения РФ  
в социальной сети «ВКонтакте»



**Авторы и составители:**

**О.В. Жанкевич,**  
секретарь ЦК Профсоюза — начальник Управления по связям с общественностью, работе с молодежью и международному сотрудничеству;

**Н.М. Ненин,**  
начальник пресс-службы.

**Ответственный за выпуск:**

**О.В. Жанкевич,**  
секретарь ЦК Профсоюза — начальник Управления по связям с общественностью, работе с молодежью и международному сотрудничеству.

## 1. ПОЧЕМУ ПРОФЛИДЕРУ ВАЖНО ИМЕТЬ АККАУНТ В СОЦСЕТЯХ

Информационная кампания, цель которой увеличение присутствия (ссылки и цитирование) Профсоюза в медиапространстве должна стать одним из главных методов нашей работы. Нам нужно, чтобы наши дела и заботы стали известны и близки не только членам конкретной профсоюзной организации, но и всем работникам здравоохранения, широкой общественности и социальным партнерам.

Особенно важно, чтобы информация поступала из первых уст, от лица руководителей организаций Профсоюза, а не только ответственных за информационную деятельность. Потому что узнаваемость руководителя организации как лидера — это узнаваемость Профсоюза или конкретной организации в целом. Важно создать себе имидж профессионала и человека увлеченного своей работой, каковыми вы и являетесь. Если это удастся, то в «личку» станут «стучаться» журналисты с просьбой дать комментарий, а представители общественных организаций и соцпартнеров захотят «подружиться».

Поэтому наличие личных аккаунтов у руководителей организаций Профсоюза становится важным условием существования грамотной информационной политики.

Социальная сеть «ВКонтакте» имеет несколько важных преимуществ. Прежде всего, это крупнейшая соцсеть в России. Затем, это лидирующая площадка по объему контента и количеству авторов — ей пользуются 86% аудитории всего русскоязычного интернета. И, наконец, здесь зарегистрированы многие наши социальные партнеры.

Этим нужно активно пользоваться. Ведь ни одна другая организация не располагает такой достоверной информацией в социально-трудовой сфере, как Профсоюз. Профсоюз в этой области, в буквальном смысле слова, обладает эксклюзивом.

Таким образом, главная цель присутствия руководителей организаций Профсоюза всех уровней в соцсетях — увеличение присутствия и узнаваемости Профсоюза в медиапространстве. Личные страницы должны стать площадкой для общения с членами Профсоюза и социальными партнерами, а также демонстрировать прозрачность и открытость деятельности руководителей и Профсоюза в целом.

### Задачи ведения личных страниц в соцсетях:

- Создание и поддержание имиджа профсоюзной организации и личного авторитета руководителя;
- Своевременное информирование членов Профсоюза о текущих событиях и решениях;
- Установление и укрепление личного контакта с широкой общественностью;
- Расширение информационного влияния.

## 2. СПЕЦИФИКА ВЕДЕНИЯ ЛИЧНЫХ СТРАНИЦ ПРОФЛИДЕРОВ

### • Фокус на профессиональной деятельности

Посты и материалы должны подчеркивать значимость и важность профсоюзной деятельности, информировать о достижениях и текущих инициативах.

### • Взаимодействие с аудиторией

Соцсеть «ВКонтакте» чаще показывает ваши посты тем людям, с которыми у вас есть какое-то взаимодействие. Чем больше лайков, репостов, комментариев получает ваша запись, тем большее число пользователей увидят ее в ленте новостей. Для повышения вовлеченности используйте в тексте призывы к действию, опросы и голосования. Рерайты новостей с официальных страниц Профсоюза и ФНПР помогут качественно увеличить информационное влияние своих личных аккаунтов.

### • Открытость и прозрачность

Демонстрируйте открытость и готовность к диалогу с аудиторией, оповещайте о предстоящих мероприятиях и обсуждайте вопросы, касающиеся деятельности Профсоюза. Прокомментируйте материал по теме, в которой вы эксперт, или дайте аргументированный ответ другому человеку. На своей странице пишите, почему с кем-то не согласны, или наоборот, почему согласны. Желательно с конкретными фактами и цифрами.

### • Неформальный стиль

Избегайте чрезмерной официальности, используйте разговорный, но в то же время корректный язык. Делитесь личными рассказами о жизни, семье, хобби и увлечениях, если они имеют интересную историю. Запомните, когда профиль не содержит личной информации, он перестает быть интересен.

### • Оперативность публикаций

Оперативность и своевременность публикации постов является ключевым фактором успешной коммуникации с аудиторией. Не откладывайте публикацию важной информации в долгий ящик, поскольку актуальность новости может быстро утратиться. Руководствуйтесь принципом: «Не запостил, значит не было».

Публикацию о мероприятии крайне желательно размещать день в день.



Стоит избегать репостов из официальных пабликов через несколько дней, так как все уже видели эти новости.

Если мероприятие важное, но вы опоздали с публикацией, можно сделать пострелиз: на следующий день после мероприятия напишите новость с благодарностью участникам, и, если возможно, добавьте фотографии, видеоотчет, сообщения в СМИ и отзывы.

### • Регулярность

Публикуйте контент регулярно и старайтесь не делать больших перерывов, но и не публикуйте посты очень часто: 5 постов в день слишком много, а по одному — идеальный вариант.

### • Разнообразие форматов

Используйте разные подходы и виды контента: ваша аудитория может лучше реагировать на статьи или забавные картинки. Экспериментируйте с форматами и отмечайте для себя, какие посты повышают вовлечённость аудитории, публикуя наиболее интересный подписчикам контент.

### • Публикация материалов напрямую «ВКонтакте»

Загружайте тексты, картинки, видео и другие материалы напрямую в сообщество вместо публикации ссылок — это поможет привлечь интерес аудитории и повысить вовлеченность. Если есть необходимость опубликовать ссылку на другой сайт, добавьте подводку — краткое описание статьи или другую полезную информацию. Сокращайте ссылки с помощью

vk.cc, чтобы обойти умную ленту и не снижать количество просмотров, которые уменьшаются при публикации ссылок на другие ресурсы.

### • Использование хештегов

Добавляйте в публикации тематические хештеги — так ваш пост смогут найти заинтересованные темой пользователи. Не ставьте слишком много хештегов, не перегружайте запись и выносите хештеги в конец текста.

Рекомендуемые хештеги:

#Профсоюзздравоохранения, #прзрф

### • Оригинальные записи против репостов

Оригинальные записи — в приоритете. Если ваша страница по большей части публикует репосты из других сообществ и профилей, она может получить меньший охват в ленте новостей и рекомендациях. При этом если вы в точности повторите информационный материал, например, с официальной страницы Профсоюза, то это также не будет воспринято как уникальный контент. Для использования таких материалов нужно делать рерайт или добавлять комментарий.

### • Активность в сообществах Профсоюза и соцпартнеров

Для повышения эффективности и привлечения аудитории на свою страницу, активно участвуйте в обсуждениях, оставляйте комментарии в сообществах Профсоюза и социальных партнеров. Это поможет проявить свою экспертность, поделиться опытом и поддержать диалог с коллегами и партнерами.

Такое взаимодействие не только укрепит вашу репутацию в профессиональной среде, но и привлечет новых подписчиков на вашу страницу. Активность в сообществах и участие в дискуссиях увеличит вероятность того, что пользователи перейдут на вашу страницу и подпишутся на ваши обновления.

### • Личные записи в первом лице

Избегайте писать о себе в третьем лице на своей личной странице. Такой подход странно смотрится — он может оттолкнуть аудиторию и снизить ее доверие.

### • Работа с аудиторией

Расширяйте круг своих друзей. В идеале ваша аудитория должна состоять из друзей, родственников, коллег и социальных партнеров, а также рядовых членов профсоюза.



13 мая в 18:25

Сегодня для детей сотрудников учреждений здра  
ласти, которые являются членами профсоюза ра  
РФ, в кукольном театре провели мероприятие в предд

В фойе детей встречала ростовая кукла -Медведь, с По





### 3. О ЧЕМ ПИСАТЬ НА ЛИЧНОЙ СТРАНИЦЕ

#### • Новости и события Профсоюза

Публикуйте информацию о последних новостях и событиях, связанных с деятельностью вашей организации и ее структурных подразделений. Рассказывайте о профсоюзных мероприятиях, конференциях и семинарах, а также о достижениях и результатах работы.

#### • Личные истории, хобби и увлечения

Делитесь личными историями, рассказывайте о своих хобби и увлечениях. Это важно, так как подобные публикации позволяют аудитории увидеть человеческую сторону профсоюзного лидера. Это способствует более тесной связи и доверию между вами и подписчиками.

Публикуя подобные посты, вы показываете, что профлидеры имеют интересы вне рабочей сферы, делая вас более доступными и привлекательными для аудитории.

#### • Аналитика и экспертные мнения

Делитесь своим экспертным мнением и аналитикой по ключевым темам, связанным с профсоюзной деятельностью и социально-трудовыми отношениями. Это поможет заручиться доверием аудитории и подчеркнуть вашу компетентность.

#### • Законодательные изменения

Информируйте членов Профсоюза о законодательных изменениях, которые могут повлиять на их социально-трудовые права и обязанности. Объясняйте, как эти изменения могут повлиять на работу Профсоюза и его членов.

#### • Образовательные материалы

Публикуйте образовательные материалы и рекомендации по развитию профессиональных навыков и компетенций членов Профсоюза. Это может быть информация о доступных курсах, мастер-классах, семинарах и других образовательных мероприятиях.

#### • Истории успеха

Рассказывайте истории успеха членов Профсоюза, которые смогли достичь значительных результатов в своей профессиональной деятельности благодаря поддержке Профсоюза. Это может быть история о том, как Профсоюз помог человеку улучшить свои условия труда или защитить свои права.

Другой вариант — опишите, как долго вы работали над проблемой и наконец-то её решили, или как внедрили у себя в организации Профсоюза что-то новое и многим это понравилось.

#### • Интервью и портреты

Публикуйте интервью с представителями Профсоюза, социальными партнерами и экспертами. Рассказывайте истории людей, которые являются членами вашего Профсоюза и активно участвуют в его деятельности.

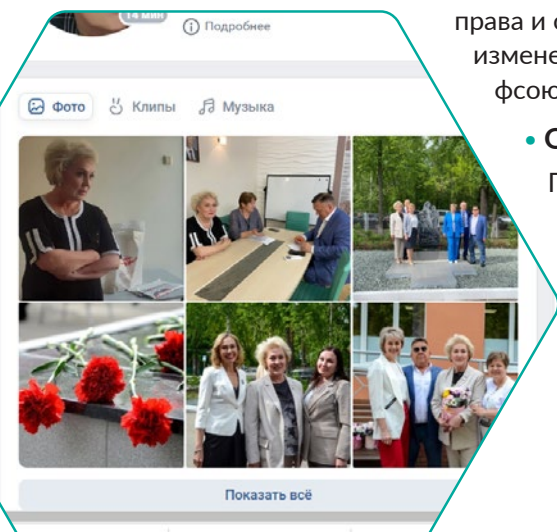
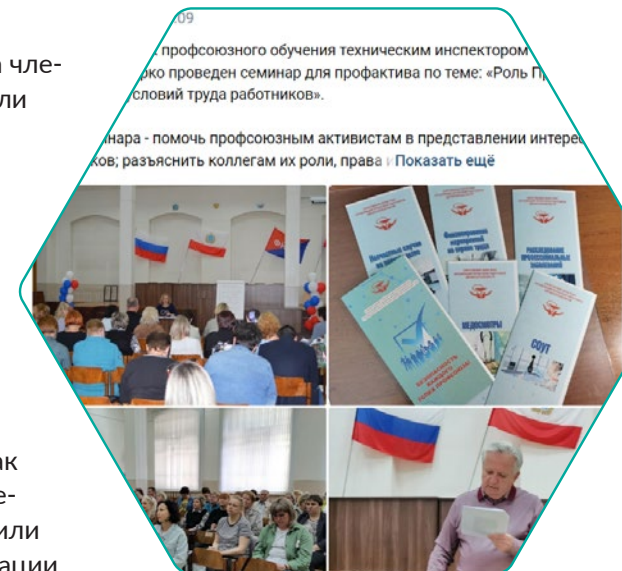
#### • Позиция Профсоюза по актуальным проблемам и вопросам

Выражайте позицию Профсоюза по актуальным проблемам и вопросам, связанным с социально-трудовыми отношениями и деятельностью профсоюзов. Обсуждайте возможные стратегии и пути решения этих проблем, призывайте к диалогу и сотрудничеству с социальными партнерами.

Хороший способ привлечь внимание — записать видеокomментарий на актуальную новость, связанную с темой, которая вам близка.

#### • Ответы на часто задаваемые вопросы

Публикуйте полезную информацию для членов Профсоюза и других заинтересованных лиц: ответы на популярные вопросы, советы по разрешению конфликтов на работе или рекомендации по защите прав работников.





### • Мотивационные и вдохновляющие материалы

Публикуйте мотивационные и вдохновляющие материалы, которые помогут поддержать и воодушевить членов Профсоюза. Это могут быть цитаты, истории успеха, видео или фотографии, которые поднимут настроение и вдохновят на новые победы.

### • Фото

Не забывайте о фото хорошего качества, ведь именно они — это первое, на что обращают внимание. Если переписываете новость с официальной страницы вашей организации, то постарайтесь добавить новое фото, отличное от оригинала. На личной странице будет уместнее несколько фото с этого мероприятия, на ряде из которых вы изображены крупным планом.

**Отмечайте на фото ваших коллег и друзей, это поможет существенно увеличить охват публикации.**


Фото на аватаре обязательно должно представлять собой портретный (желательно профессиональный) снимок хорошего разрешения. Постарайтесь максимально избежать официоза, не забывайте, что это социальная сеть, а не визитка на официальном сайте, поэтому галстук и застегнутая на все пуговицы рубашка здесь ни к чему.

**Помните, что это ваша личная страница, поэтому как минимум 50% контента на ней должно быть именно о вас и о вашей жизни. Не превращайте вашу личную страницу в клон вашей официальной группы.**




 [przrf.ru](http://przrf.ru)

 [t.me/przrf](https://t.me/przrf)

 [youtube.com/c/PRZRFvideo](https://youtube.com/c/PRZRFvideo)

 [vk.com/profzdravrf](https://vk.com/profzdravrf)

 [ok.ru/profzdravrf](https://ok.ru/profzdravrf)