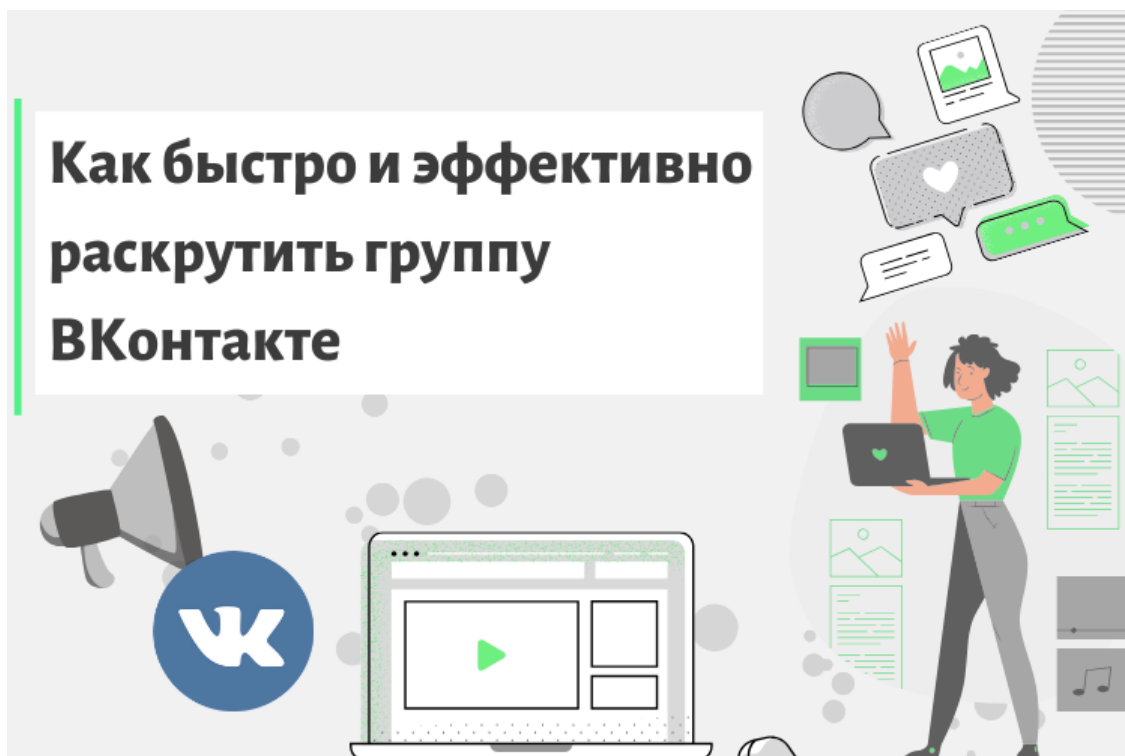


Как раскрутить группу ВКонтакте самостоятельно и результативно

На сегодняшний день «ВКонтакте» является одной из самых востребованных социальных сетей в Интернет пространстве. Использование платформы позволяет легко знакомиться с людьми разных национальностей и интересов, помогает в личном становлении и самовыражении, расширяет возможности отбора интересных идей для творчества и построения собственного бизнеса с решением множества вопросов – от поиска клиентской базы до набора штата сотрудников и даже привлечения инвесторов.

Продуманный подход в разработке сообщества, с анализом спроса и интереса к выбранной для раскручивания темы, планирование основных этапов построения и ведения личной группы, позволит в дальнейшем получить эффективный и быстрый результат.



Введение

Продвигать паблик можно разными путями, но не стоит злоупотреблять «черными» способами, такими как рассылка спама. Несмотря на довольно быстрый темп прироста подписчиков при таком методе, активность их невелика, а значит бесполезна. Более того, за подобные действия администрация может

заблокировать группу. Гораздо эффективнее будет работа с несколькими заинтересованными людьми из сообщества, чем с сотней пассива.

Для увеличения числа подписчиков можно подключить группу специалистов, работающих в этой области. Но существует вероятность, что такие услуги не принесут ожидаемого эффекта, так как у подобных компаний нет той заинтересованности в изучении темы, что у владельца. Процесс может затянуться, с выкачиванием дополнительных расходов, а результат не даст удовлетворения. Для экономии денег можно воспользоваться аутсорсингом, пригласив к сотрудничеству одно-двух профессионалов.

Этапы продвижения группы ВКонтакте

На главный вопрос – как эффективно раскрутить группу ВКонтакте, можно ответить однозначно: процесс этот требует детального изучения, с анализом исследуемой области, проектированием плана, детальной разработкой каждого шага продвижения. Четкое следование поставленной задаче с активным использованием всех доступных ресурсов, ориентированных на целевую аудиторию, поможет быстро занять первые позиции в поисковой выдаче.

Анализируем выбранную тему с поиском ключевых слов

Основа любого сайта – семантическое ядро. По сути, группа в ВК несет ту же смысловую нагрузку, что и каждый интернет ресурс – сайт, страничка, визитка, поэтому нуждается в раскрутке, тщательной проработке базовых составляющих, а именно в seo-оптимизации. Seo – это комплекс мер для поднятия интернет ресурса, в том числе группы ВК в топ позиций поисковых систем.

Чтобы правильно подобрать ключевые слова, можно воспользоваться программой Yandex Wordstat.

При самостоятельном изучении запросов нужно проверить поисковую систему на представленный список топовых групп. Для правильной формулировки запроса, ключевую фразу можно обрабатывать, дополнять привлекательными для поиска словами, менять конфигурацию, подбирать похожие тематики.

Кроме этого, можно поработать с низкочастотными вариациями с расширением ключевой фразы дополнительными словами. Например, «алмазная вышивка» поменять на «купить недорого набор алмазная вышивка – букет в Санкт-Петербурге».

Стоит отметить, что конкретные низкочастотные запросы остаются невостребованными, так как редко используются ВКонтакте. Впрочем, существуют тематические сообщества, администрация которых использует точное вхождение запроса для удобства заинтересованных пользователей. Он, как правило, размещается в описании группы или закреплен в основной публикации.

Изучение конкурентов

Для продуктивности собственной работы необходимо предварительно проанализировать деятельность конкурентов, особенность их группы, яркие наработки, категорию подписчиков.

Для начала можно найти по ключевой фразе несколько сообществ в запросе ВКонтакте или любом поисковике. Затем, выбрав самых активных по привлекательности, начать изучение деталей и сравнение основных показателей:

- наименование;
- частота публикаций;
- категория подписчиков и их количество;
- закрепленное описание группы;
- наличие ссылки на сайт;
- используемый дизайн;
- реклама своих возможностей;
- привлекательные акции и скидки;
- контент;
- основные преимущества перед подобными сообществами.

Сравнение конкурирующих предложений поможет в понимании, как быстро раскрутить группу ВКонтакте с собственным, уникальным контентом.

Особенности составления контент-плана

Контент – это фундамент, стержень любого сообщества, от его грамотного наполнения зависит эффективность работы группы. При составлении плана предварительно согласовывается формат подающей информации. Для этого подбираются группы ключевых слов, важных для привлечения целевой аудитории, прописываются цели и желаемый результат с учетом успешных идей и слабых сторон конкурентов, затем формируются блоки статей, зарисовок, ссылок для дальнейшей публикации.

Успешными являются паблики с простой, внятной для понимания информацией, с интересными, краткими, но емкими заголовками, яркими картинками. Можно запустить мини-опросы с обратным ответом подписчиков о круге их интересов и встречными предложениями по совершенствованию группы.

Использование Perper.ninja для поиска подписчиков

Сервис Perper.ninja поможет с поиском целевой аудитории, а значит, будет способствовать раскрутке группы ВКонтакте. Как и любая программа, он требует регистрации и авторизации. После чего можно приступить к использованию его возможностей в сборе подписчиков по заданной теме.

Начать работу нужно с активации вкладки «Сообщества», где прописываются ключевые фразы или отдельные слова. Сервис проанализирует активных пользователей и позволит выгрузить их списки.

Планирование работы

Кстати, скорректировать свою работу и действовать по плану отложенного постинга позволит функция «Таймер», имеющаяся в редакторе группы ВКонтакте. С её помощью можно зафиксировать необходимое время для публикации новости или поставить её в очередь.

Эффективность платных услуг

За редким исключением, при раскрутке ВК своей группы мало кто обходится без привлечения сторонней рекламы. Чтобы эффективно, без лишних затрат воспользоваться подобными услугами, необходимо размещать посты с запросом с уточнением финансовых потребностей. При отрицательном результате и оттоке пользователей, лучше на время отказаться от посторонних роликов. При положительном – запросить повышение бюджета.

Безусловно, механизмов самостоятельной раскрутки группы сегодня имеется предостаточно, они достойны внимания и изучения, но важно помнить, что сео-оптимизация не останавливается на вписывании в тексты ключевиков и использовании ссылок, а требует кропотливого подхода. Если перед администрацией группы стоит задача в короткие сроки вывести свой информационный ресурс на лидирующие позиции, то имеет смысл обратиться за помощью к интернет-маркетологу. Профессионал, владеющий последними веб-технологиями, не только проконсультирует по основным позициям плана быстрого старта, но и поможет создать действенную стратегию развития на будущее.

Об авторе



- Интернет-маркетолог / E-commerce эксперт
- Консультант в ЦРПП при правительстве Санкт-Петербурга
- Внешний эксперт по онлайн программам в АО «Корпорация Развития»
- Преподаватель курсов и индивидуальных программ по онлайн маркетингу
- E-commerce бизнес-тренер в федеральных и международных компаниях
- Опыт работы более 12 лет, 70+ российских и иностранных проектов
- Сертифицированный специалист по многим направлениям
- Автор статей для ведущих бизнес изданий

[Подробнее об авторе](#)

[Портфолио](#)

Закажите бесплатную [консультацию](#)

и узнайте, как продвигать ваш бизнес эффективнее.