

КОНТЕНТ-ПЛАН И ЗАЧЕМ ОН НУЖЕН

Начну со второй части заявленной темы – зачем нужен контент-план?

Надо пояснить, что такое контент. Контент – это любая информация для наполнения страниц (блогов, соцсетей, сайтов и пр.). Еще одно понятие «целевая аудитория» – это, простыми словами, аудитория наших потенциальных и реальных пользователей. Наша задача – повлиять на целевую аудиторию с целью привлечь внимание к нашему контенту. Постоянная связь с целевой аудиторией и ее расширение – это то, без чего сложно представить развитие любого учреждения сегодня. Сайт и социальные сети – самый лучший инструмент для массового общения с аудиторией, но прежде, чем начать работу с социальными сетями, необходимо грамотно спланировать свой контент. Пользователи всегда (подчеркну это слово! - всегда) выбирают контент поинтереснее, поэтому некоммерческим организациям так важно, но в то же время и сложно выделяться в информационном потоке и грамотно выстраивать свой контент-план. Сейчас я расскажу и покажу вам пример контент-плана, составленного специально для библиотек.

Так как в апреле 2020 года за нами был закреплен помимо сайта центральной библиотеки, сайт сельских библиотек, то и предлагать тему к публикации я буду с ориентацией на разные сайты.

Сайт сельских библиотек МБУК Новозыбковская ЦБС, к сожалению, малоинформативен для аудитории, интересных рубрик там нет. На сегодняшний день нам удалось немного оживить его с помощью наполнения информацией по прошедшим мероприятиям, дополненным фотографиями (а как известно, более 70% людей любят рассматривать фотографии в интернет-пространстве, а свои – особенно). Вот, что мы предлагаем для наполнения сайта районных библиотек: (к слову сказать, для него мы не стали углубляться в развлекательный контент и придумывать что-то для нас новое, а взяли за основу сайт Центральной библиотеки). Прежде всего, нужно переработать структуру сайта и добавить туда те или иные рубрики: интересные события, афиши, новости пенсионного законодательства, полезные ссылки, награды и достижения, обзоры новинок, здоровый образ жизни – это должно привлечь новую ЦА и значительно ее расширить. Именно после этого можно будет более точно планировать информационный контент для сайта сельских библиотек. Сегодня мы подробно остановимся только на нескольких темах:

- Рубрика «Интересные события» - самая удобная для ежедневного наполнения по таким темам, как искусство, история, литература, право, экология. С ее помощью мы можем раскрывать фонды, рекламируя книги в соответствии с тематикой события дня. Для помощи в написании контента мы предлагаем сайт «Знаменательные события и памятные даты» (calend.ru), на котором каждый день можно найти информацию для публикаций. Но! Это не должна быть «голая» публикация со стороннего сайта. Она должна быть наполнена вашей информацией – рассказом об имеющихся книгах и журналах, о событии в читательском объединении, о событии села как прошлом, так и нынешнем.

- Чтобы пользователи своевременно узнавали о предстоящих мероприятиях вашей библиотеки, разместите в общем доступе афишу – яркую, краткую, запоминающуюся. Афиша может не только рекламировать мероприятие, но и приглашать к участию в конкурсах (библиотечных, литературных)

- Важная информация о библиотеке: график работы, бесплатные и платные услуги, фото и ФИО библиотекаря, контакты, правила пользования, историческая справка о библиотеке – без этой информации сайт вряд ли может считаться официальным

- Обзоры книг и журналов. Вам может показаться, что это бесполезная рубрика, ведь все знают сюжеты классических произведений и невозможно выдумать что-то новое, чтобы заинтересовать читателя. НО! Если дарить чашку, то дарить ее стоит, так, чтобы человек был уверен, что это лучшая чашка в мире. Так и с книгами. «Дура с сердцем и без ума такая же несчастная дура, как и дура с умом без сердца. Старая истина», - интригует? Меня – да. Откуда эта фраза? Не знаете? А я теперь знаю. Федор Михайлович Достоевский «Идиот». Книги – наше все, именно поэтому данной рубрике стоит выделить 50% вашего контент-плана

- Последним пунктом (но не по важности) в составлении контент-плана для сайта сельских библиотек является своевременное размещение в конце года планов ваших библиотек и их читательских объединений. Это заинтересует и приведет к вам не только новых читателей, но и коллег, что благотворно скажется на посещаемости сайта, а соответственно – на цифровых показателях.

Для контент-плана Центральной библиотеки пришлось поискать интересную и актуальную информацию, так как пользователи нашего сайта – люди избалованные разнообразным контентом. Мы предлагаем для создания плана следующие темы и рубрики:

- С прошлого года на сайте Центральной библиотеки уже ведется рубрика «Календарь интересных событий». Мы предлагаем сделать ее более развлекательной, дополнив события дня тематическим коротким (не более пяти вопросов) опросом, тестом, кроссвордом по теме заявленного события

- Книжный экран – рубрика, наполненная статьями, описывающими краткое содержание фильма, оперы, балета, мультфильма, мюзикла, снятого или поставленного по той или иной книги. Помимо описания самой книги и ее экранизации или постановки, контент необходимо снабдить кликабельной ссылкой на то, что вы рекламируете, чтобы пользователю не пришлось долго искать. Это сделает контент очень удобным и ориентированным на людей и их потребности.

- Наша библиотека давно работает с особой категорией читателей – со слабовидящими и слепыми людьми. Им требуются особые книги и техника для прослушивания. Но современные технологии предлагают гораздо больше – аудиокниги в сети. Именно на этом основано предложение начать писать контент, наполненный рекламой таких книг, искать и прикреплять ссылки на них, проводить онлайн-мероприятия с целью привлечь как можно больше «особых» пользователей на наш сайт и в социальные сети.

- Многие пользователи (я в их числе) любят читать книжные списки. Но чтобы это было не скучно для остальных, предлагаем составлять топовые списки, включая в них не только названия, но и их краткие описания. Пример «Топ-5 книг (или 10, или 20, но лучше – меньше, потому как длинные статьи никто не любит читать):

- для творческих людей
- для тех, кто пал духом
- как сделать свое жилище уютным
- на английском языке
- самых страшных книг в мире
- Нобелевских лауреатов
- «здоровых» книг

- Наша библиотека – это не только художественная литература, которую легко описывать и преподносить читателям. В этом нуждаются книги по истории, праву, экологии, психологии, искусству, краеведению, а также журналы по вязанию, шитью, журналы о футболе и авто. А как иначе широкий круг читателей узнает о нехудожественных фондах? Писать контент можно, сопровождая его ссылками на лекции именитых людей по различным темам, прикрепляя ссылки на аудиоверсии, либо воспользоваться идеей с созданием списков.

- Зачастую нужно напомнить читателю, почему же литературное хобби – это не только интересно, но и полезно. Мотивационные посты о книге и чтении помогут поддерживать мнение о пользе хорошего досуга:

- 33 причины, почему мы помешаны на чтении
- плюсы от чтения
- очарование книги
- как помочь ребенку полюбить книги, научить читать быстро и правильно, воспринимать прочитанное?

- Для визуалов – людей, которые предпочитают контент смотреть, а не читать – можно сделать и подборку о здоровье и здоровом образе жизни, включающую в себя инфографику с полезными упражнениями для глаз, шеи, занятиями для здоровья спины и ног

- В современном мире не пишет только ленивый – эту фразу я прочла на каком-то форуме очень давно. Но смысл ее дошел до меня лишь спустя годы: пишут-то многие, а вот читать можно не всех. Но, к сожалению, сложно выискивать среди потоков информации интересные рассказы. ***«Жил-был на свете некрасивый и толстый крестьянин, и был он влюблен (а почему бы и нет?) в прекрасную и златокудрую принцессу. Как-то раз принцесса (кто знает почему) поцеловала толстого и некрасивого крестьянина И он в тот же миг превратился в стройного красавца-принца. По крайней мере, так виделось ей. По крайней мере, так чувствовал он», - Хорхе Букай.*** Мы должны помочь читателю сделать

выбор посредством публикации кратких, захватывающих, берущих за душу, веселящих, смелых и неожиданных рассказов молодых (и не очень) авторов.

- Еще один фонд, не представленный нами в интернет-пространстве – это фонд методико-библиографического отдела. А ведь это – кладезь профессиональной информации, сборник полезных сценариев различных мероприятий. Но, чтобы он обрел своего читателя, нужно показать, что у нас есть все. Рубрика «365 праздничных дней» – отличная идея для рекламы МБО-фонда

- В библиотеке работает сектор краеведения, а на его базе – клуб «Новозыбковский краевед», члены которого занимаются изысканиями, написанием статей, сбором материала. Необходимо показать им, что для нас это очень важно, чтобы они перестали искать сторонние сайты для своих публикаций и пришли со своими материалами к нам в рубрику «Заметки краеведа».

- Цель любого Центра правовой информации при библиотеке – предоставление правовой информации, основа центра – электронная правовая база данных (у нас это «КонсультантПлюс»), а так же книги правовой тематики. Но помимо этих ресурсов практически во всех ЦПИ есть возможность использования правовых ресурсов сети Интернет. Мы предлагаем воспользоваться страницей социальной сети ВКонтакте «Мое право». Там можно почерпнуть много краткой и емкой информации с выдержками из законодательства – как новыми, так и важными, но, увы, забытыми. Так же там собраны образцы различного рода актов, заявлений, договоров, исков.

На этом у меня все. Подводя итог, скажу, что километры интернет-информации – это не наш враг, а наш союзник в борьбе за право занимать свою библиотечную нишу. И только от нас и нашего желания зависит, где и кем мы будем завтра.