

# **Эффективный госпаблик больницы**

**Методическое руководство**

Июнь 2022

**ДИАЛОГ**



# Содержание

---

<a href="#">Стандарт развития пабликов больниц в соцсетях.....</a>	3	<a href="#">Принцип №4 – качественная инфографика и карточки.....</a>	17
<a href="#">Площадки и аудитория больниц.....</a>	4	<a href="#">Принцип №5 – интерактивные форматы.....</a>	18
<a href="#">Продуманная контентная политика .....</a>	5	<a href="#">Принцип №6 – работа с комментариями.....</a>	19
<a href="#">Контент-план – ключевой инструмент контентной политики...6</a>		<a href="#">Принцип №7 – сторис.....</a>	20
<a href="#">Не забыть о федеральной повестке .....</a>	7	<a href="#">Принцип №8 – прямые эфиры.....</a>	21
<a href="#">Рубрики помогают систематизировать контент .....</a>	8	<a href="#">Принцип №9 – приземление федеральной повестки.....</a>	22
<a href="#">«Новая искренность».....</a>	9	<a href="#">Принцип №10 – новые форматы.....</a>	23
<a href="#">Оптимальная периодичность публикаций.....</a>	10	<a href="#">Продвижение Госпабликов. Правильные KPI.....</a>	24
<a href="#">Дизайн, оформление и навигация.....</a>	11	<a href="#">Инструменты продвижения.....</a>	25
<a href="#">Верификация сообщества .....</a>	12	<a href="#">Гострафик для продвижения госпабликов.....</a>	26
<a href="#">10 принципов качественного контента .....</a>	13	<a href="#">Как обезопасить аккаунты.....</a>	27
<a href="#">Принцип №1 – живой язык.....</a>	14	<a href="#">Примеры крутых госпабликов.....</a>	28
<a href="#">Принцип №2 – качественные видео.....</a>	15	<a href="#">Канал про Госпаблики в Telegram.....</a>	29
<a href="#">Принцип №3 – качественные фото.....</a>	16		

# Стандарт развития пабликов больниц в соцсетях

Уважаемые коллеги, мы благодарим вас за создание и развитие госпабликов медицинских учреждений. Вы вносите большой вклад в открытость власти, становитесь важным звеном в коммуникации между пациентами, врачами, руководством больниц и представителями власти. В помощь вам мы, АНО «Диалог»\*, подготовили методическое руководство – стандарт развития пабликов больниц. Документ, который вы сейчас читаете, поможет вам:

- Повысить качество ведения сообществ
- Ускорить и упростить работу по планированию, производству и публикации контента
- Продвигать вашу группу и привлечь новую аудиторию
- Повысить активность аудитории в сообществе
- Сделать ваши страницы и сообщества эффективным и удобным каналом диалога для пользователей
- Выстроить системную работу не только по новостям медицинского учреждения, но и по региональной и федеральной повесткам



Паблик Детской республиканской клинической больницы Казани – пример классного госпаблика  
[https://vk.com/drkb\\_kazan](https://vk.com/drkb_kazan)

*\*АНО «Диалог» – это всероссийский центр компетенций в сфере интернет-коммуникаций. Одна из его задач – развитие госпабликов. В каждом субъекте РФ работает филиал организации – Центр управления регионом (ЦУР). Дополнительную информацию вы найдете на сайте: <https://dialog.info>*

# Площадки и аудитория больниц

Число подписчиков в группах медицинских учреждений на апрель 2022 года составляет 2,26 млн. Это очень скромный показатель. Например, у паблика «Здоровое тело» во «ВКонтакте» на несколько сотен тысяч подписчиков больше. Пользователи потребляют контент сомнительного качества в этом сообществе, а могли бы узнавать действительно полезную и важную информацию в группах больниц и медицинских учреждений. Да, необходимо признать, что впереди еще много работы.

**3,08 > 2,26**

млн подписчиков  
у группы «Здоровое тело»  
в ВК

млн подписчиков  
в группах всех  
учреждений  
здравоохранения



# Продуманная контентная политика

Контентная политика – это смыслы и месседжи, которые госпаблик учреждения здравоохранения доносит до подписчиков

## Основные принципы контентной политики:

- Основу контента должны составлять значимые и актуальные для целевой аудитории новости о работе учреждения, которые будут интересны подписчикам. Дни приема профильных специалистов, возможность пройти дополнительные обследования и так далее
- Подавайте контент в информационном стиле, адаптируйте его для разных соцсетей
- «Приземляйте» темы и посты к конкретным историям
- Создавайте уникальный контент в разных форматах: как информационный, так и развлекательный
- Запускайте собственные акции, социальные и имиджевые проекты

## Пример поста окружной клинической больницы г. Ханты-Мансийска о пополнении в кадровом составе



Окружная клиническая больница г. Ханты-Мансийск  
15 фев в 7:00

В ОКБ Ханты-Мансийска появились два операционных медбрата. Впервые в истории учреждения! 🙌👨‍⚕️  
👍 В 2021 году 2 медицинских брата встали у операционного стола рядом с хирургами. И это впервые в истории учреждения! В дружном женском коллективе онкологического центра Окружной клинической больницы молодых специалистов Камиля Шагиахметова и Юрия Качайнова сразу приняли тепло - почти как родных братьев. Медбратьев. По больничным меркам, специальность редкая. Более того, такая профессия в списке не значится. 🙌  
Показать полностью...



🤍 513

💬 26

👉 67

👁 21K

[https://vk.com/wall-135890577\\_7966](https://vk.com/wall-135890577_7966)

# Контент-план – ключевой инструмент контентной политики

**Контент-план (1) должен быть, и (2) он должен быть не в голове, а в виде документа**

**Контент-план** – это план-график выхода публикаций в сообществе. В контент-плане следует указывать дату, время, тему и формат постов.

Для ведения плана подойдет любой редактор таблиц (Excel, Яндекс 360), а если вам так удобнее – Word

## **Контент-план нужен для вашего удобства:**

- Работа «по рельсам» – минимум авралов
- Возможность действовать на опережение, готовить «консервы» – запасной контент, который вы сможете использовать, когда не будет новостей или времени создавать новый
- Гибкость: всегда можно что-то убрать или добавить

## **Пример контент-плана для учреждения здравоохранения**

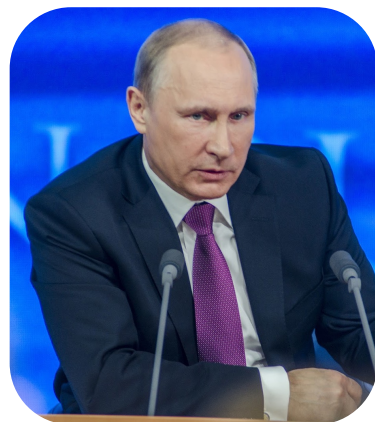
Дата	Рубрика	Тема	Формат	Статус
01.05, пн	Поздравления	Поздравление с 1 мая	Видео	Опубликовано
02.05, вт	Жизнь больницы	Расписание приема хирурга	Фото	Опубликовано
02.05, вт	Полезные советы	Питание в пост	Инфографика	На согласовании
03.05, ср	Федеральный контент	Отсутствие дефицита лекарств	Видео	В отложке
03.05, ср	Жизнь больницы	Изменение порядка приема анализов на COVID	Фото	В отложке
04.05, чт	Региональная повестка	Научная конференция	Альбом	На согласовании
04.05, чт	Благодарность	Благодарность от подписчика за операцию	Фото	В отложке

# Не забывать о федеральной повестке

Публикация новостей о работе больницы — это важно и правильно. Ваш госпаблик также должен стать площадкой информирования людей о главных федеральных и региональных решениях, касающихся тематики паблика и интересов вашей аудитории.

Федеральные/региональные поводы нужно сопровождать местными подробностями — это называется «приземлением» повестки.

Время появления федеральных и региональных поводов не всегда можно точно предсказать, поэтому будьте готовы адаптировать контент-план. Вот 6 тем, о которых нужно рассказывать в первую очередь.



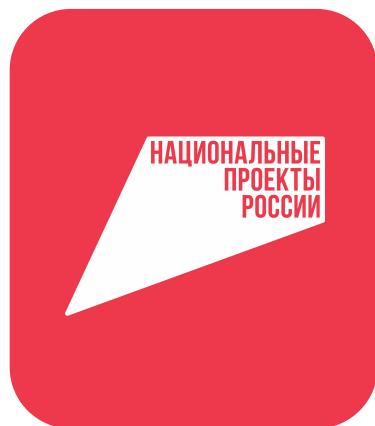
Решения Президента, Правительства, законы



Повестка губернатора и работа регионального правительства



Информационная поддержка политиков, общественников и их проектов



Реализация национальных проектов 2019-2024, региональных программ



Поводы для гордости: героизм, успехи в науке, благотворительность



Праздники, культурные и патриотические события

# Рубрики помогают систематизировать контент

Темы и посты бывают разные, их всегда можно систематизировать через рубрики и рубрикатор.

Рубрики могут быть информационными и развлекательными. Для постоянных рубрик можно придумать хештеги. Посты потом будет легче найти.

## Информационные рубрики

- Новости учреждения
- Объявления
- Опросы (в том числе на социально-значимые темы)
- Прямые эфиры с главврачом, докторами, специалистами больницы
- Повестка региона
- Федеральные темы (Президент, национальные проекты)

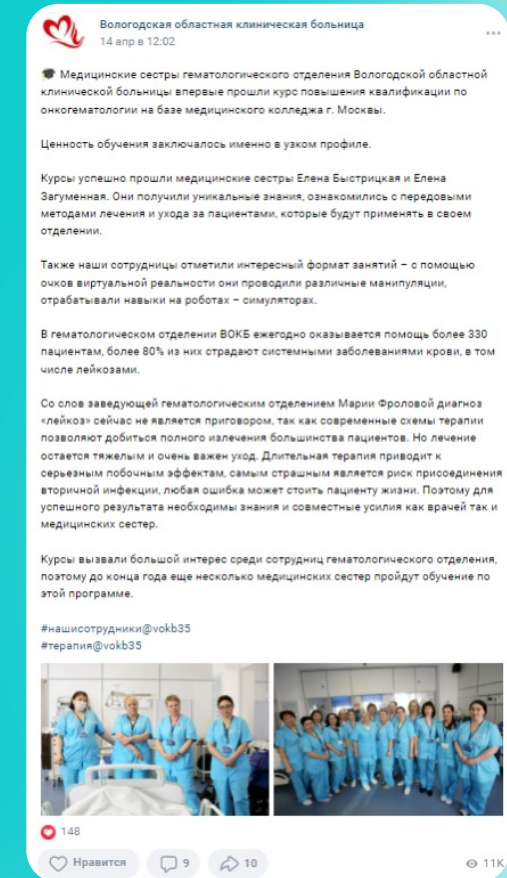
...

## Развлекательные рубрики:

- День в истории: заметки об истории и событиях больницы
- Интересный факт – познавательная рубрика
- Врачи рекомендуют – советы и рекомендации по правильному питанию, здоровому образу жизни и т. д.
- Люди здоровья – знакомство с сотрудниками и специалистами

...

## Рубрика, в которой поздравляют с днем рождения сотрудников больницы



[https://vk.com/wall-117894116\\_1141](https://vk.com/wall-117894116_1141)



# «Новая искренность»

**«Новой искренностью» называют способность представителей государственных учреждений проявлять открытость, человечность, быть (а не казаться!) близкими к людям**

- Проявляйте заботу и эмпатию к посетителям и пациентам
- Подчеркивайте близость не только к тем, кто приходит на приёмы, но и к жителям в целом. Показывайте важную роль вашего учреждения в сохранении здоровья населения, чаще демонстрируйте личное участие сотрудников больницы во всех процессах.
- Не зацикливайтесь на здравоохранении, показывайте другие сферы жизни больницы – благотворительность, участие коллектива в городских и районных мероприятиях, рассказывайте о специалистах, которые у вас работают.
- Будьте открыты и не уходите от диалога, прислушивайтесь к мнению ваших подписчиков.

## Больница Белоречка демонстрирует бережное отношение к своим ветеранам



[https://vk.com/wall-135381328\\_6654](https://vk.com/wall-135381328_6654)

# Оптимальная периодичность публикаций

Группа Воркутинской больницы скорой помощи выдерживает хорошую периодичность и количество публикаций в течение дня



Воркутинская больница скорой медицинской помощи  
сегодня в 12:50



✔ "Твой выбор": Воркутинская больница скорой медицинской помощи приняла участие в оперативно-профилактической акции для подростков.



Воркутинская больница скорой медицинской помощи  
сегодня в 10:00



✔ Вокруг фруктозы ходит много мифов о том, что она очень вредна, ведь этот тип простых сахаров наносит ущерб нашему здоровью.

Сейчас активно ведутся научные исследования о влиянии фруктозы на организм и наш вес.

👉 Давайте разбираться, действительно ли фруктоза так вредна для организма или это заблуждение.

<https://vk.com/vbsmp>

Как часто должны выходить посты?

**Ваш госпаблик должен быть живым и активным. Публикуйте минимум 1-2 поста в день.**

Делайте интервалы между постами: не менее часа.

Не позволяйте себе «провалы» в 1-2 дня без публикаций.

Выпускайте посты в актуальное для подписчиков время: перед работой/ учебой, в обеденный перерыв, вечером.

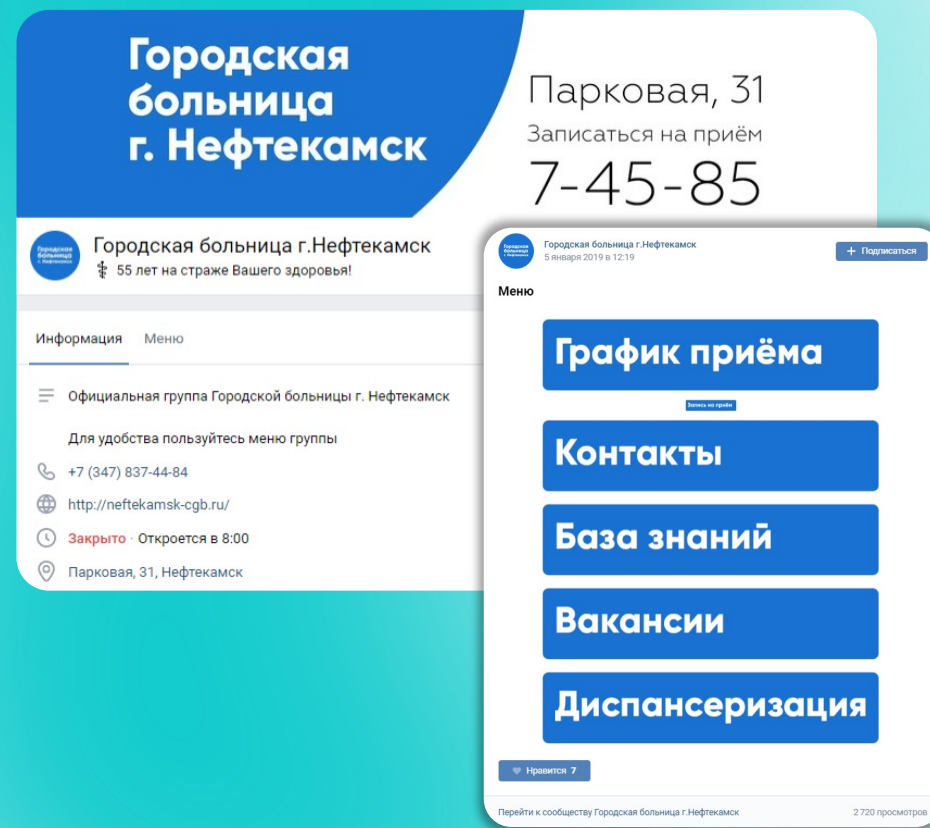
Но не стоит выпускать несколько постов подряд в течение часа (за исключением ЧС). Соцсети могут подумать, что вы спамер, и понизят охваты ваших постов.

# Дизайн, оформление и навигация

Контактная информация, дизайн и качественное оформление сделают ваше сообщество удобным и узнаваемым для людей

- Заполните информацию о сообществе в шапке; поделитесь адресом и контактной информацией
- **Ваше название должно быть простым и понятным любому! Не «ГБУЗ ЦЛО ДЗМ», а «Центр лекарственного обеспечения»**
- Постепенно заполняйте все разделы: видео, фото, ссылки, контакты
- Не подписывайтесь со страницы администратора госпаблика на непрофильные аккаунты и аккаунты с сомнительной репутацией
- «Диалог» разработал брендбук по оформлению госпабликов. Чтобы получить помощь в оформлении сообщества – шаблоны обложки, логотипа, постов и графических элементов – обратитесь к ЦУР вашего региона

Группа городской больницы Нефтекамска хорошо оформлена, основные разделы полностью заполнены, есть меню



<https://vk.com/gbneftekamsk>

# Верификация сообщества

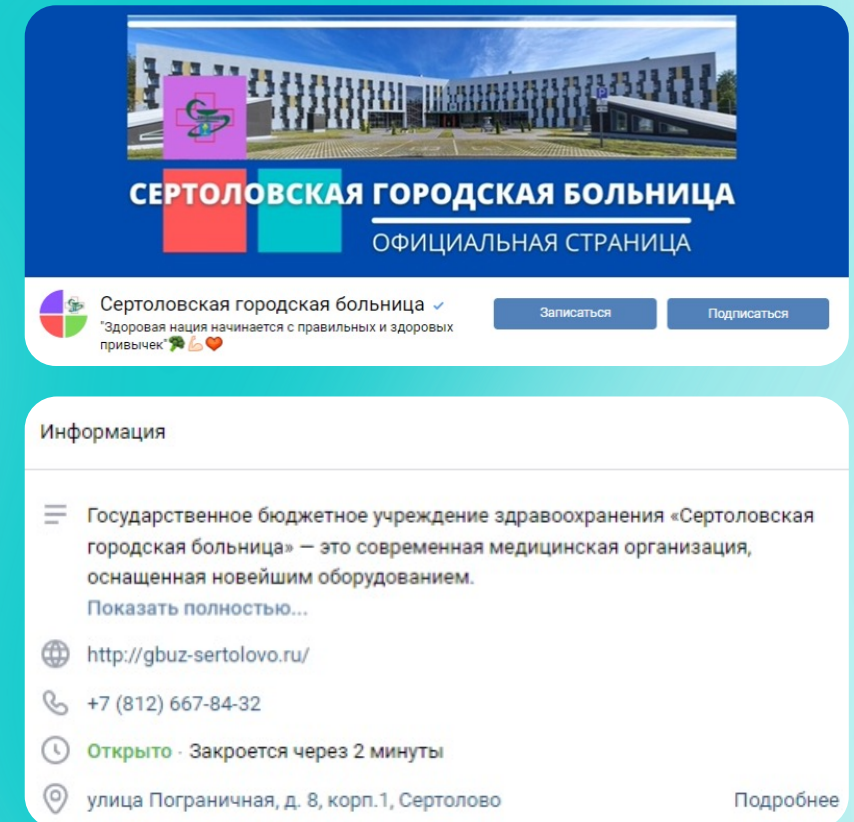
**Ваши паблики являются официальными информационными ресурсом учреждения здравоохранения.** Вам необходимо подтвердить этот статус, верифицировать сообщества и получить «галочки» от соцсетей.

Верификация требует времени и определенных действий, но полностью окупает вложенные усилия. За помощью по верификации сообществ обратитесь в Центр управления регионом (ЦУР).

## Зачем верифицировать сообщество?

- Выше позиция в поисковой выдаче => больше подписчиков
- Большой уровень доверия
- Дополнительная защита от злоумышленников и фейков
- Верифицированные сообщества во «ВКонтакте» могут отвечать на комментарии даже в тех группах, где стоят ограничения на ответы от сообществ. Верификация позволит полностью отказаться от использования личных страниц при ответе на обращения людей в «Инцидент Менеджменте» в этой соцсети

**Сообщество Сертоловской городской больницы  
Ленинградской области верифицировано  
и высоко выдается в поиске**



[https://vk.com/bolnitsa\\_v\\_sertolovo](https://vk.com/bolnitsa_v_sertolovo)

# 10 принципов качественного контента

---



## 1. Живой язык



## 2. Качественные видео



## 3. Качественные фото



## 4. Качественные инфографика и карточки



## 5. Интерактивные форматы



## 6. Работа с комментариями



## 7. Сторис



## 8. Прямые эфиры



## 9. Приземление повестки



## 10. Новые форматы

**Самое главное в паблике – это контент.**

**10 принципов, которые мы перечислим в этом разделе – ключевые ориентиры для создания действительно качественного, полезного и интересного контента в соцсетях.**

Мы разберем каждый из них подробно на конкретных примерах.

Нажимайте на подчеркнутые слова или словосочетания и переходите по гиперссылкам – так вы попадете на сайты/онлайн-сервисы, которые помогут вам в работе.

# Принцип № 1 – ЖИВОЙ ЯЗЫК

Освойте профессию переводчика... с языка пресс-релизов на язык соцсетей!

- Чем больше текст, тем меньше людей его прочитают. Максимум – три небольших абзаца
- Обязательно разделяйте текст на абзацы, структурируйте его
- Можно использовать эмодзи, но не более 3-5 в одном посте
- Не используйте длинные предложения и сложные обороты. Забудьте причастия и деепричастия
- Пишите просто. Представьте, что вы рассказываете новости вашим знакомым
- Удаляйте из текстов все канцелярские обороты. Чистоту и читаемость текстов можно быстро и легко проверить с помощью сервиса «Главред»
- Помните, что уместный юмор и образный язык – залог интереса аудитории

## Оригинальное поздравление с профессиональным праздником в паблике клинической больницы республики Коми



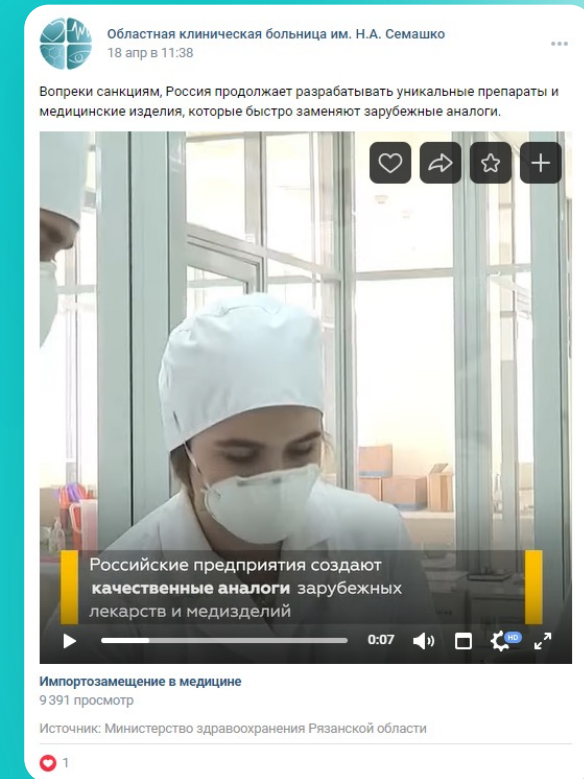
[https://vk.com/wall-74344951\\_4737](https://vk.com/wall-74344951_4737)

# Принцип № 2 – качественные видео

Видео – самый популярный формат контента в соцсетях. Помните, что большинство смотрит их с телефона, поэтому – длительность небольшая, текст краткий, элементы крупные

- Для пабликов больниц подходят информационные ролики с субтитрами
- Технические требования к информационным роликам: квадратный формат, наличие субтитров, фоновая музыка. Поверьте, это удобно пользователям
- Идеальный хронометраж – до 1 минуты, а в 2022 году – даже чуть короче
- Призыв к действию в конце ролика: «ставь лайк», «делись с друзьями»
- Выделите ключевые тезисы в субтитрах полужирным или цветом
- Не злоупотребляйте телесюжетами. Соцсети – не телевизор, тут такое не смотрят

## Динамичный ролик об импортозамещении в медицине областной клинической больницы им. Н.А. Семашко



[https://vk.com/wall-78283100\\_3967](https://vk.com/wall-78283100_3967)

# Принцип № 3 – качественные фото

Скучные фотографии и картинки из интернета не интересны аудитории. Люди ставят лайки ярким и «неформальным» кадрам

- Делайте живые фото: яркие и качественные снимки с необычных ракурсов, эмоциональные кадры
- Используйте собственный уникальный визуальный контент. [Обработанная фотография](#) с мобильного лучше заимствованных материалов
- Применяйте единый брендбук для оформления фотографий, инфографики и карточек
- Проверяйте посты перед публикацией и удаляйте «ляпы» в предпросмотрах. Внимательно следите за закрытыми глазами и другими обидными мелочами
- Если у вас есть только постановочные кадры, то лучше сделать инфографику

## Пример живой фотографии из детской больницы Московской области



[https://vk.com/wall-185423165\\_2027](https://vk.com/wall-185423165_2027)



# Принцип № 4 – качественные инфографика и карточки

**Инфографика – это визуализация информации.  
Используйте ее тогда, когда информация сложная и ее много**

- Придерживайтесь правила «одна карточка – один тезис»
- Чем меньше текста и проще оформление, тем лучше
- Стремитесь к тому, чтобы по картинке все было понятно без слов. Это называется «визуальный месседж»
- Большинство людей смотрят посты на смартфоне, текст и графика должны быть видны без приближения
- Пользуйтесь [базами готовых пиктограмм](#)

**Аккуратные карточки помогают ответить на самые частые вопросы пациентов анестезиологу перед операцией**



# Принцип № 5 – интерактивные форматы

**Механики вовлечения** и конструктивный диалог повышают доверие вашей аудитории

- Обращайтесь к аудитории, ведите с ней диалог, задавайте вопросы
- Просматривайте, какие новости предлагают люди, и иногда публикуйте пользовательский контент
- Проводите опросы и голосования
- Организуйте конкурсы и флешмобы
- Публикуйте записи, в которых реагируете на комментарии к предыдущим постам
- Призывайте к действиям. Люди ответят лайками, комментариями и репостами

## Тематический опрос о проверке зрения в паблике офтальмологической больницы Казани

РКОБ - офтальмологическая больница г. Казань  
11 апр в 16:51

Острота зрения – это важнейшая функция зрительного аппарата. Она зависит она от ширины зрачка, рефракции, прозрачности хрусталика, роговой оболочки и стекловидного тела, состояния сетчатки, зрительного нерва, а также от возраста и прочих факторов.

Острота зрения определяется офтальмологом с помощью таблиц и компьютерного оборудования. С помощью приборов исследуется глазное дно, состояние сетчатки и глаза в целом, вычисляет различные параметры, которые потребуются для подбора средств коррекции –

Причины снижения остроты зрения:

- ✔ Нарушения рефракции
  - Близорукость, при которой увеличение глазного четкого видения вдаль.
  - Дальнозоркость, при которой уменьшение глазного четкого видения вблизи.
  - Астигматизм, при котором нарушения зрения (и изображения предметов) возникают из-за патологии роговицы или хрусталика (часто возникает у детей).
- ✔ Пресбиопия, или «возрастная дальнозоркость», уменьшения эластичности хрусталика человека развивается, как правило, после 40 лет.
- ✔ Заболевания роговицы
- ✔ Заболевания эндокринной системы
- ✔ Переутомление
- ✔ Повышение внутриглазного давления
- ✔ Травма глаза
- ✔ Заболевания сетчатой оболочки глаза

**Регулярно ли Вы проверяете свое зрение?**

РКОБ - офтальмологическая больница г. Казань  
Публичный опрос

регулярно

при ухудшении зрения

ни разу не обращался к врачу-офтальмологу

Проголосовали 14 человек

4

Нравится

568

[https://vk.com/wall-133223254\\_2681](https://vk.com/wall-133223254_2681)

# Принцип № 6 — работа с комментариями

Работа с комментариями — это работа с общественным мнением. [Вот хороший гайд, как ее нужно вести](#)

- Необходимо удалять сообщения с матом, оскорблениями от хейтеров и провокаторов, а также чистить спам и рекламу
- Настройте фильтр нецензурных выражений
- Ботов и провокаторов отправляйте в бан. Диалог с ними вести бесполезно
- Не пропускайте конструктивные комментарии о проблемах, обязательно давайте на них официальные ответы, благодарите пользователей за вовлеченность и равнодушие
- Не закрывайте комментарии. Исключениями являются ситуации, когда на группу идет атака ботов

## В паблике Тверской Городской детской больницы заботливо отвечают на все вопросы подписчиков

Городская клиническая детская больница №3  
25 фев в 20:39

Возобновлены профилактические медицинские осмотры и плановые вакцинации несовершеннолетних

Во всех детских больницах, подведомственных Министерству здравоохранения Тверской области, профилактические медицинские осмотры в условиях медицинских организаций и плановые вакцинации несовершеннолетних возобновлены.

Напомним, в начале февраля инфекцией COVID-19 и ОРВИ первичного звена увеличили были введены ограничения условий медицинских организаций несовершеннолетних в профилактических прививках.

В период пандемии гарантируется проведение вакцинации ОРВИ или COVID-19 до или ребенок на прививку и инфекция обозначилась (имеется вакцинация).

«Если ваш ребенок, прежде чем не получил прививки в сроки догоняющей вакцинации, - Тверской области Ксения А специальное расписание в зависимости от возраста прививки».

Марта Мартова  
Подскажите, ревакцинация превенаром проводится в 1.3 в пол-ке на Артюхиной?  
25 фев в 20:41 Ответить Поделиться

Городская клиническая детская больница №3  
Марта, здравствуйте. Всё зависит от того, в каком возрасте проведена вакцинация. При вакцинации вас должны были предупредить, в каком возрасте нужно подойти на ревакцинацию. Вакцина есть в наличии, поэтому необходимо подойти на прием к педиатру, чтобы проанализировать график ребенка на данный момент.  
27 фев в 17:44 Ответить Поделиться

Юлия Зверькова ответила Сообществу  
Городская клиническая детская больница №3, здравствуйте, на речном получается уже можно с детьми до года по Вт и чт на плановые осмотры?  
1 мар в 11:17 Ответить Поделиться

Городская клиническая детская больница №3 ответил Юлии  
Юлия, здравствуйте. Можно, дни здорового ребенка возобновлены  
5 мар в 14:34 Ответить Поделиться

[https://vk.com/wall-141919769\\_282](https://vk.com/wall-141919769_282)

# Принцип № 7 – сторис

**Сторис – это популярный формат, который нужно использовать по максимуму**

- Делайте сторис вертикальными и на весь экран
- Пишите крупно, чтобы текст был читаем с телефона
- Используйте живые кадры и динамичные короткие видео
- Добавляйте эффекты, свайпы, голосования в сторис, вопросы, тесты и другие «фишки»
- Сохраняйте главные сторис, распределяйте их по рубрикам, ставьте обложки

**Ленинградская областная больница делает хорошие сторис**



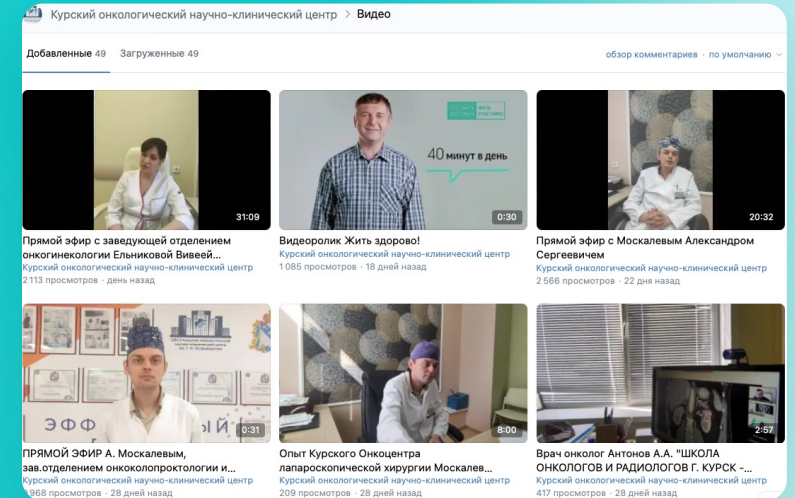
[https://vk.com/gbuz\\_lokb](https://vk.com/gbuz_lokb)

# Принцип № 8 – прямые эфиры

## Прямые эфиры должностных лиц – тренд, который поддержал Президент

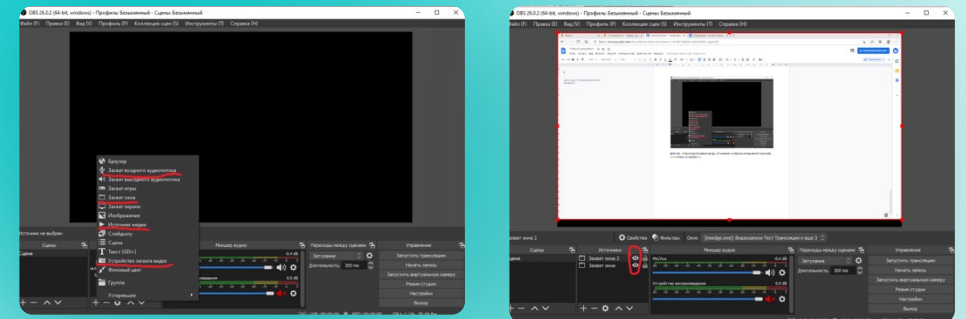
- В 2022 году прямые эфиры – обязательный формат коммуникации власти с людьми в соцсетях
- Устраивайте небольшие по длительности прямые эфиры с ответами на вопросы пациентов во [«ВКонтакте»](#) и других соцсетях
- Приглашайте на эфиры главврачей, чиновников профильных ведомств, ЛОМов, экспертов по вопросам медицины
- Важна регулярность: проводите эфиры минимум раз в месяц
- За помощью в организации эфира обращайтесь в ЦУР вашего региона

## Курский онкологический центр постоянно проводит прямые эфиры



<https://vk.com/video/@onco46>

## Программа OBS Studio, через которую удобно запускать эфиры во «ВКонтакте»

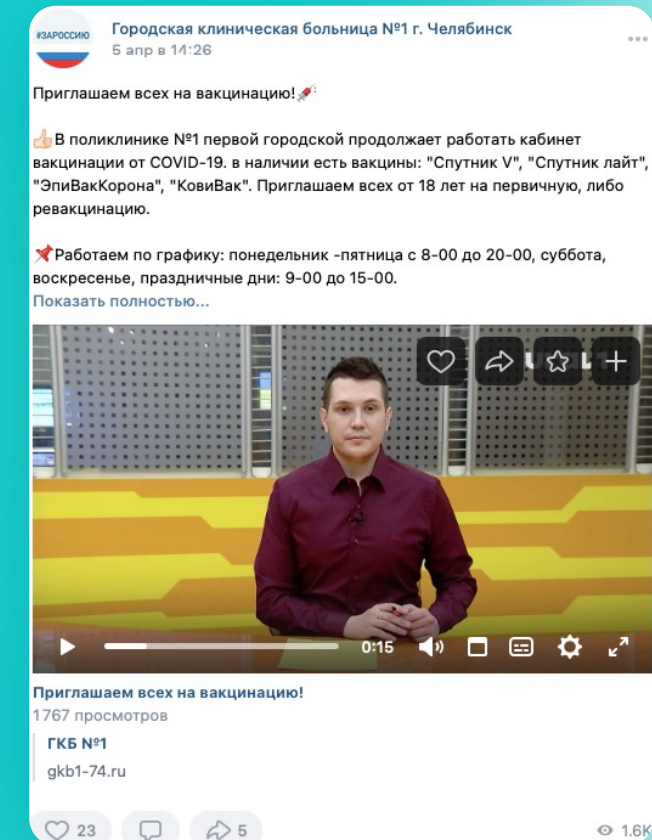


# Принцип № 9 – приземление федеральной повестки

**Ваша аудитория должна «примерять» федеральные инфоповоды на себя и видеть пользу от федеральных решений. Помогите ей в этом!**

- Добавляйте в региональные и федеральные поводы местную фактуру – расскажите историю конкретного человека, которому помогло ваше медицинское учреждение
- Используйте мнения ведущих врачей по важным региональным и федеральным вопросам
- Меньше футуристики и денежных сумм. Вместо «выделено N млн по такой-то программе» напишите, когда в больнице будет ремонт, какое медицинское оборудование она получит

## Челябинская больница приглашает пользователей на вакцинацию



[https://vk.com/wall-105718529\\_5583](https://vk.com/wall-105718529_5583)

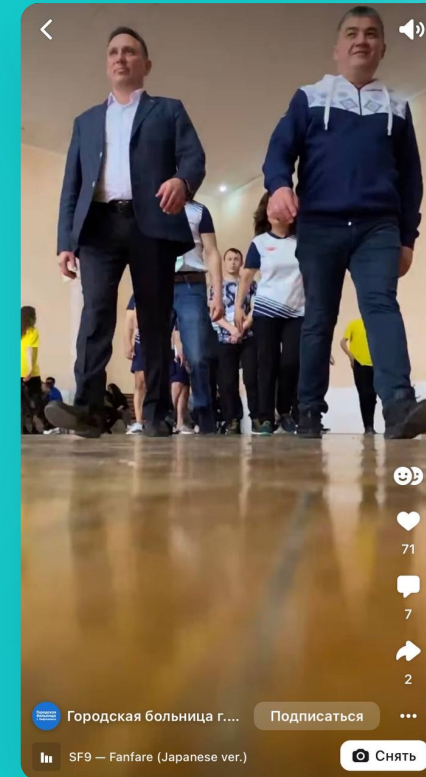
# Принцип № 10 – новые форматы

Пользователи устают от постов с фото, информационных карточек и квадратных минутных видеороликов. Все форматы со временем приедаются и «выгорают».

Экспериментируйте и пробуйте новые форматы контента:

- Мемы
- Подкасты
- Программы
- Видеодайджест новостей
- Прямой эфир
- Вертикальные видео
- Видеоопросы людей
- Сюжет (репортаж)
- Интервью
- Собственные проекты

## Нефтекамская больница экспериментирует с клипами в ВК



<https://vk.com/clips-145167137>

# Продвижение госпабликов. Правильные KPI

KPI переводится как «ключевые показатели эффективности». Это те количественные метрики, по которым можно судить, насколько хорошо ведется госпаблик.

Долгое время учитывалась только одна метрика – количество подписчиков. Но только подписчики не дают реальной картины. Более адекватные показатели – это:

- 1. Среднее количество просмотров поста в вашем паблике.** Охват дает понимание, как много людей смотрят ваши посты. Можно сложить цифры по 10 последним постам и вычислить средний показатель
- 2. Индекс одобрения контента.** Это отношение лайков (одобрительных реакций) к просмотрам. Этот показатель дает понять, насколько пользователям понравился тот или иной контент

## Правильные KPI для развития госпаблика и шкала значений индекса одобрения

Количество просмотров

$$\text{Индекс одобрения контента} = \frac{\text{лайки}}{\text{просмотры}} * 100\%$$

### Шкала значений индекса одобрения

ТОП	выше 2%
Зеленая зона	от 1% до 1,99%
Желтая зона	от 0,5% до 0,99%
Оранжевая зона	от 0,3% до 0,49%
Красная зона	от 0% до 0,29%

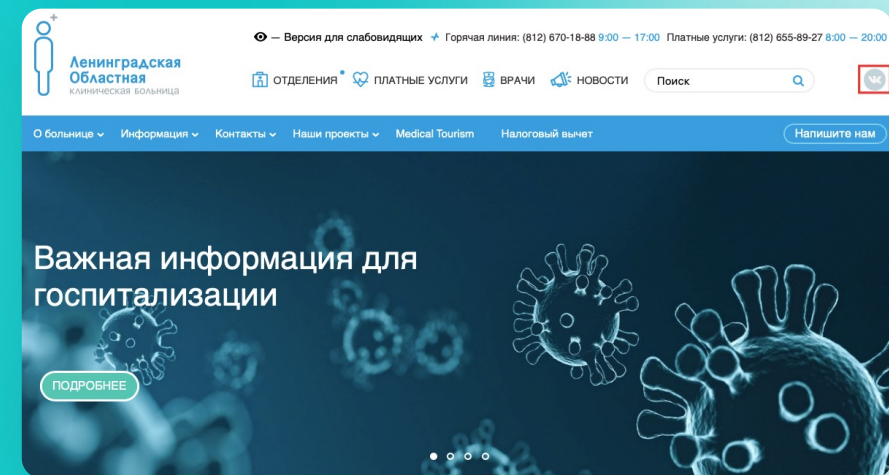


# Инструменты продвижения

Стремитесь к тому, чтобы на ваш паблик подписывались не только пациенты, но и те, кому интересна тематика здорового образа жизни

- ❑ Интеграции с блогерами, инфлюенсерами, ЛОМами. Договоритесь с известным человеком о том, чтобы он рассказал про ваше учреждение
- ❑ Интерактивы в своих и дружественных популярных сообществах. Опросы и конкурсы с обязательным условием вступления в группу: чтобы получить приз пользователь должен на вас подписаться
- ❑ Работа в комментариях от имени паблика в своем сообществе, а также в других активных группах больниц
- ❑ Тематические посевы в сторонних популярных группах – «Подслушано», «Типичный» – с тегом вашего сообщества
- ❑ Офлайн-продвижение: QR-коды в больницах, местах скопления целевой аудитории
- ❑ Вовлечение потенциально заинтересованной аудитории в ручном режиме (рассылки приглашений друзьям, знакомым, коллегам)

**Областная больница поместила на главную страницу сайта иконку со ссылкой для перехода в паблик в ВК**



<https://oblmed.spb.ru>

# Гострафик для продвижения госпабликов

## Гострафик – уникальный инструмент продвижения госпабликов

Таргет позволяет показать публикации вашей группы пользователям в ленте новостей соцсети вне зависимости от того, подписаны они на сообщество или нет.

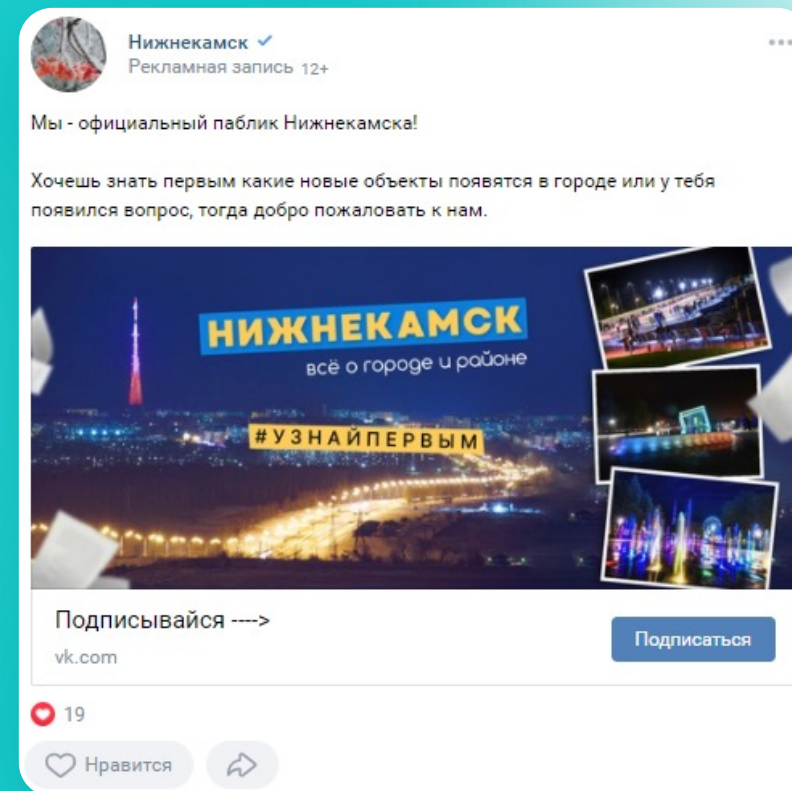
Кроме того, обратитесь с запросом на рекламное продвижение в ЦУР – коллеги смогут помочь вам, когда для этого у ЦУР будет возможность.

Можно рекламировать ваши обычные информационные публикации и посты с кнопкой на вступление в сообщество.

### Таргет – это:

- 1. Сегментация** – можно сказать про открытие детской площадки только родителям нужного района
- 2. Охват** – увеличить просмотры постов можно в 10 и более раз
- 3. Подписчики** – привлечь до 1 000 человек из вашего города или района за 1 кампанию

## Пример рекламы госпаблика в Республике Татарстан. Результат: 442 подписки



[https://vk.com/wall-165623367\\_18631](https://vk.com/wall-165623367_18631)

# Как обезопасить аккаунты?

Подключите двухфакторную аутентификацию. Это дополнительный уровень защиты: при входе, помимо логина и пароля, нужно ввести специальный код:

- ❑ [Подключение «Вконтакте»](#)
- ❑ [Подключение «Одноклассники»](#)

Для каждой социальной сети придумайте отдельный сложный пароль

Не рекомендуем:

- ❑ пароли, в которых меньше 8 символов: IOIhKd
- ❑ пароли-слова: саруbаrа

Не забывайте обновлять пароли во всех соцсетях раз в шесть месяцев

При использовании большого количества соцсетей, используйте менеджеры паролей

Вот несколько рекомендованных сервисов:

- ❑ PassCamp;
- ❑ SolarWinds PassPortal;
- ❑ QuickPass;
- ❑ Bitwarden;
- ❑ Enpass;
- ❑ Keepass;
- ❑ Last Pass.

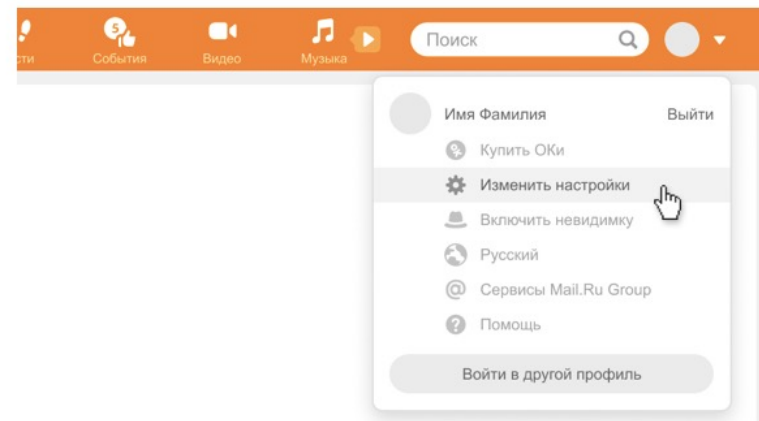
## Что такое двойная защита? Как её включить?

Статья обновлена 23.12.2021 [Получить ссылку](#)

«Двойная защита»? - это ещё один способ защитить ваш профиль. Если вы включите данную функцию, то для входа в ваш профиль будет необходим не только **пароль**, но и специальный одноразовый код, отправленный вам с помощью смс на сотовый телефон.

### Как подключить «Двойную защиту»?

- нажмите на миниатюру вашей главной фотографии в правом верхнем углу;
- в появившемся меню выберите пункт **«Изменить настройки»**;



- затем перейдите во вкладку **«Основные»** в меню слева;
- в списке настроек найдите пункт **«Двойная защита»**;

# Примеры крутых госпабликов

## Паблик больницы Нефтеюганска опрятно оформлен

Городская больница г. Нефтекамск

Парковая, 31  
Записаться на приём  
7-45-85

Городская больница г. Нефтекамск  
55 лет на страже Вашего здоровья!

Позвонить Вступить в группу

Информация Меню

Официальная группа Городской больницы г. Нефтекамск

Для удобства пользуйтесь меню группы

+7 (347) 837-44-84

<http://neftekamsk-cgb.ru/>

Открыто · Закроется в 20:00

Парковая, 31, Нефтекамск

Подробнее

<https://vk.com/gbneftekamsk>

Отсканируйте QR-код и посмотрите **группы больниц**, на которые можно ориентироваться



## Посты в паблике областной больницы набирают большое количество просмотров

Ленинградская Областная Клиническая Больница

Позвонить Вступить в группу

Ленинградская Областная Клиническая Больница  
Важна жизнь каждого

Ленинградская Областная Клиническая Больница  
19 апр в 18:00

Врачи нашего офтальмологического отделения оказывают всестороннюю и высокотехнологичную, терапевтическую и хирургическую медицинскую помощь.

Наши специалисты уже внедрили в свою работу самые современные стандарты диагностики и лечения. От года к году мы стараемся повышать уровень оснащения, а также знания и мастерство врачей-хирургов.

Отделение в ЦИФРАХ  
Показать полностью...

Офтальмологическое отделение

77 15 18 6.6K

[https://vk.com/gbuz\\_lokb](https://vk.com/gbuz_lokb)

# Канал про лучшие кейсы госпабликов в Telegram

---

Подпишитесь на образовательный канал про госпаблики с подборками групп и публикаций, лучшими практиками и самыми удачными кейсами – отсканируйте QR-код или перейдите по [ссылке](#)



В канале открыты комментарии к постам. Делитесь своими наблюдениями, мнениями, оставляйте обратную связь