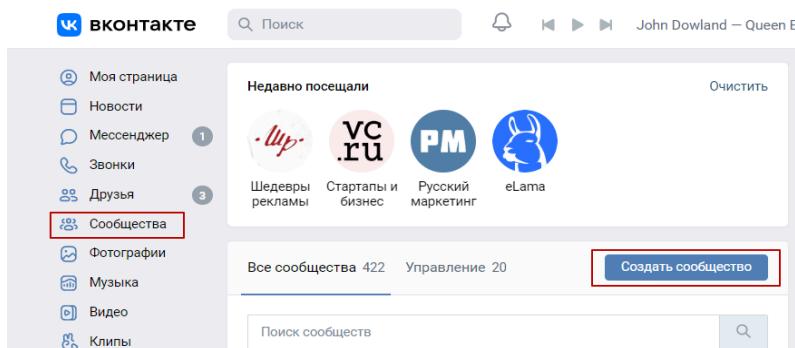


Как оформить сообщество ВКонтакте и Телеграм-канал парикмахеру

Оформление сообщества ВКонтакте

Если у вас его еще нет, перейдите в раздел «Сообщества» и нажмите синюю кнопку над полем поиска групп.



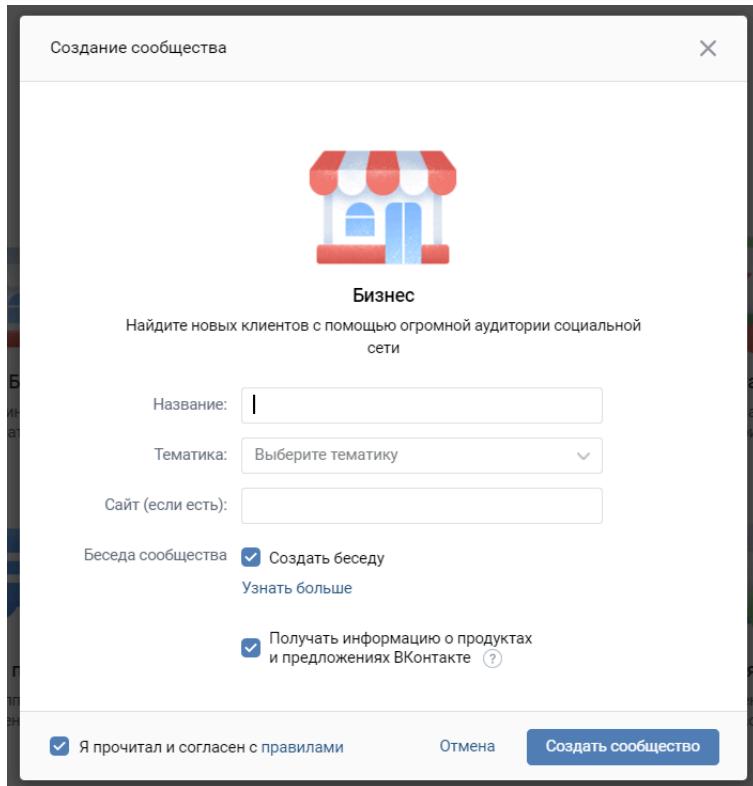
Выберите тип группы, который вам больше подходит. Его можно будет позднее поменять в настройках. Для ваших подписчиков разница не принципиальна, но корректно выбрать тип — важно: так ВКонтакте сможет давать вам советы по продвижению и определять сообщество в поиске. Рекомендую выбирать бизнес или бренд или организация.

Сообщество ВКонтакте

Публикуйте материалы разных форматов, общайтесь с читателями, занимайтесь продвижением и изучайте статистику. Для начала выберите тип сообщества.

| | | |
|---|---|---|
| Бизнес Кафе, магазин, фитнес-клуб, банк, кинотеатр, мастерская | Тематическое сообщество Новости и афиши, развлечения, тематические блоги и СМИ | Бренд или организация Товар, фильм, компания, учебное заведение, благотворительный фонд |
| Группа по интересам Учебная группа, тайное общество, объединение по интересам | Публичная страница Музыкальный коллектив, общественное движение, блогер, спортивная команда | Мероприятие Концерт, день рождения, выставка, вечеринка, мастер-класс, конференция |

В следующем окне вам предложат написать название для новой группы, уточнить ее тематику и указать сайт, а также установить базовые настройки в зависимости от выбранного типа: категорию, физический адрес, открытость или закрытость (для группы по интересам), время проведения (для встречи).



Максимальная длина названия группы — 48 символов с пробелами.

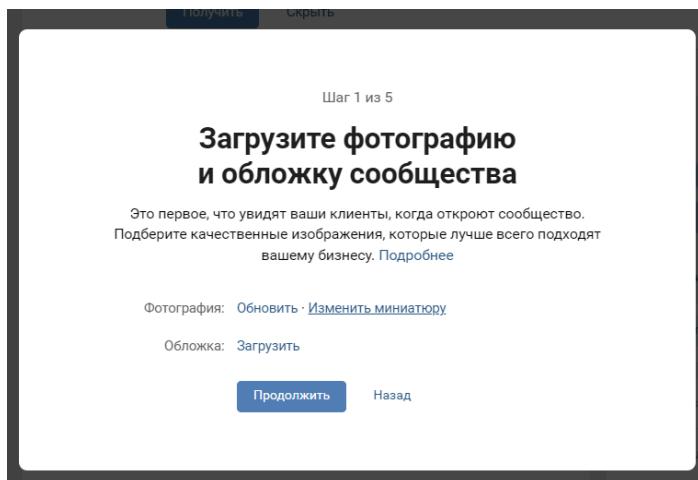
Пользователи соцсети часто пользуются внутренним поиском, чтобы найти нужные товары, услуги или информацию. Поэтому в идеале имя сообщества должно отражать его суть и совпадать с самой очевидной формулировкой поиска группы такого рода.

В нем можно использовать название компании или бренда (или имя и фамилию для личного бренда), а также ключевое слово, по которому вас можно найти, и географическое указание, если бренд локальный. Слова в названии можно отделить друг от друга вертикальными слэшами. Например, так: «Ольга Колесникова | парикмахер, колорист | Москва».

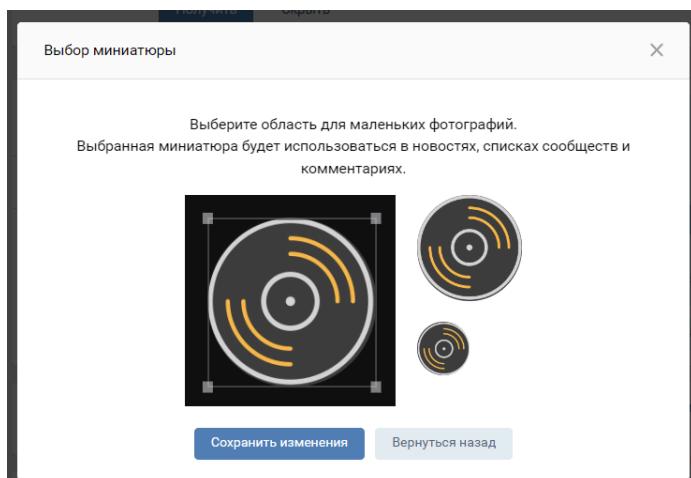
После создания сообщества система предложит вам настроить группу самостоятельно или воспользоваться базовым алгоритмом, что гораздо удобнее, потому что меньше вероятность пропустить нечто важное. Им мы и воспользуемся.

Шаг 1. Фотография и обложка

Загрузите фотографию сообщества. По сути, это первое, что увидят пользователи: миниатюру в поиске, в комментарии к записи и так далее. А это значит, что фото должно быть достаточно привлекательным и качественным, чтобы по нему хотелось перейти.



После загрузки система предложит вам обрезать основное фото и выбрать миниатюру.



Выбирайте либо ваше качественное фото, где хорошо видно либо, или фото работы, которое сразу отражает сферу вашей деятельности.



Ольга Колесникова колорист

Обучающие курсы

27 491 подписчик

После фото загрузите обложку – яркое, заметное изображение в шапке отражает концепцию бренда и может сообщить человеку нечто важное о вас уже в первые секунды. Команда ВКонтакте не советует размещать на обложке телефоны, адреса и ссылки, потому что здесь они некликабельны, а перепечатывать их вручную вряд ли кто-то станет.

A screenshot of a VKontakte profile page for 'Ol'ga Kolesnikova колорист'. The profile picture shows a woman with short, light-colored hair and glasses. Below the picture is a grid of smaller thumbnail images of different hairstyles. The main bio text reads: '- Колорист-парикмахер с опытом более 30 лет', '- Автор курсов «Блонд без правил», «Колористика по правилам и без»', '- Автор 5 учебников по колористике', '- Владелица сети салонов красоты И академии в Москве CUT AND COLOR'. At the bottom, it says 'Ольга Колесникова колорист', '★★★★★ 5,0 · 3 отзыва', and '✓ Вы подписаны'. There are buttons for 'Сообщение', '...', and 'Ещё'. A 'Изменить обложку' (Change cover) button is visible at the top right of the main profile area.

Если не загружать обложку, сообщество будет отображаться в старом дизайне и выглядеть куда менее стильно, так что этой возможностью лучше не пренебрегать.

Шаг 2. Основная информация

В описании расскажите коротко, чем вы занимаетесь и почему посетителю стоит с вами остаться. Здесь можно использовать ключевые фразы — сообщества ВКонтакте хорошо индексируются поисковиками.

Максимальный размер для описания — 4000 знаков с пробелами, но если оно будет длиннее 600 знаков, большая часть скроется. Так что главное лучше

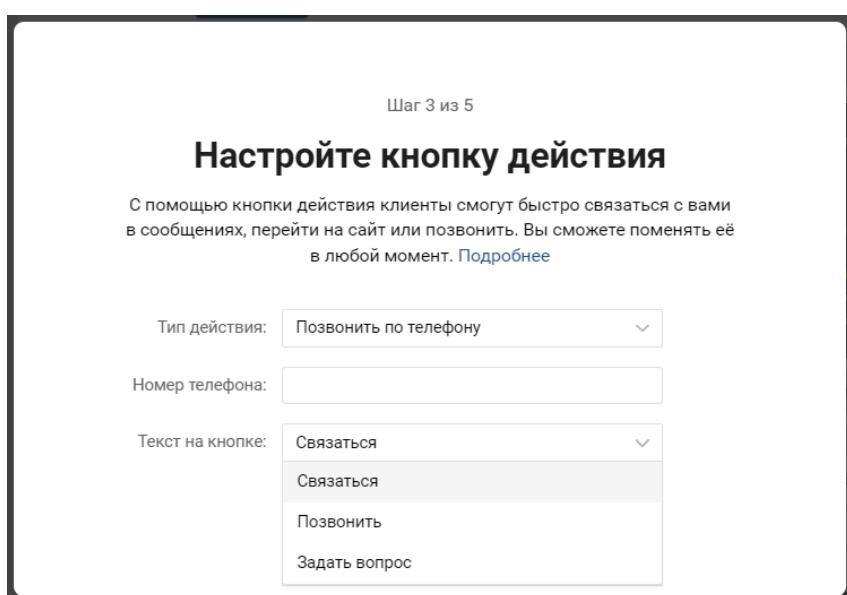
уложить в первые 200 знаков — именно столько пользователь увидит, не раскрывая полный текст.



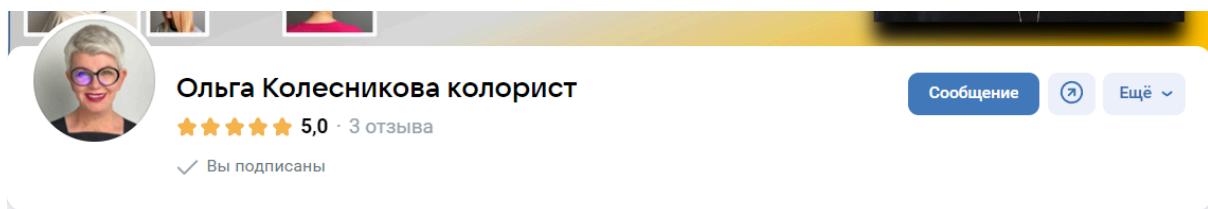
Шаг 3. Кнопка действия

Кнопка действия размещается рядом с кнопкой подписки справа от названия сообщества.

ВКонтакте предлагает три варианта для кнопки действия: «Открыть сайт», «Позвонить по телефону» и «Написать на почту». И по несколько вариантов текста на кнопке для каждого типа. Например, для звонка и письма на email это будет «Связаться», «Позвонить» / «Написать» и «Задать вопрос». Для перехода на сайт вариантов аж 12, в том числе «Заказать», «Забронировать» и «Зарегистрироваться».



У нас стоят кнопки «Написать сообщение» и приглашение «Зарегистрироваться» на бесплатный мастер-класс по блондам.



Шаг 4. Адрес и режим работы

Для физических координат и подробностей во ВКонтакте есть отдельный раздел, они будут отображаться сразу под описанием группы. Так что их действительно не обязательно размещать на обложке.

A screenshot of a step in the VKontakte business setup wizard. The header says 'Шаг 4 из 5'. The main section title is 'Добавьте адрес и время работы' (Add address and working hours). Below the title, a note reads: 'Если у вашего бизнеса есть адрес, укажите его, и клиенты смогут вас найти. Адрес и время работы будут отображаться в сообществе в блоке информации.' (If your business has an address, specify it so clients can find you. Address and working hours will be displayed in the community information block.) A link 'Подробнее' (More details) is provided. At the bottom, there's a field 'Адрес:' (Address:) with a placeholder 'Добавить' (Add), a blue 'Продолжить' (Continue) button, and a 'Назад' (Back) link.

Шаг 5. Контактная информация

Осталось добавить контакты — сайт, телефон и город.

Шаг 5 из 5

Укажите контактную информацию

Финальные штрихи: добавьте ссылку на ваш сайт, укажите контактный телефон и город. [Подробнее](#)

Сайт:

Телефон:

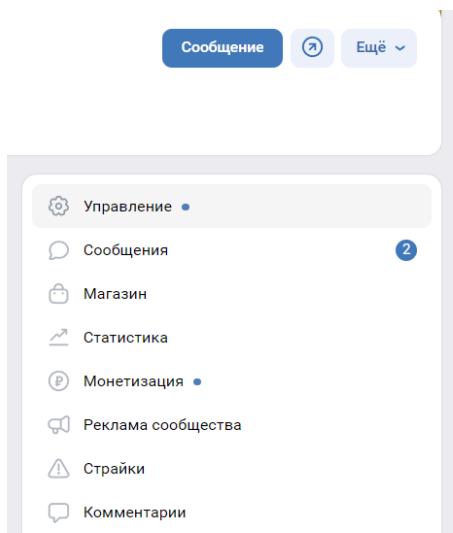
Страна:

Город:

[Завершить настройки](#) [Назад](#)

Базовая упаковка ВКонтакте сделана.

Чтобы сделать группу функциональнее и удобнее в использовании, переходите в «Управление».



На главной странице настроек поменяйте обычный цифровой адрес на индивидуальный — красивый и информативный.

Еще здесь можно подать заявку на верификацию ([подробности здесь](#): <https://vk.com/@officialpages-verification>), чтобы придать сообществу официальный статус, выставить доступ для предлагаемых публикаций от пользователей, а также скорректировать описание группы, обложки, контактную информацию и кнопку действия.

Основная информация

Название: Ольга Колесникова колорист

Описание: Автор и преподаватель курсов по колористике.
Директор сети салонов CUT_AND_COLOR
Практикующий колорист с 30-летним опытом
Автор 5 учебников по колористике. Написала книгу для АСТ.

Тип сообщества: Открытое

Обложка: Управление

Адрес: https://vk.com/olga_kolorist Адрес свободен

Номер сообщества – club210918108.
Как правильно выбрать адрес и можно ли использовать уже занятый, читайте [здесь](#).
Вы можете создать наклейки для вашего сообщества [здесь](#).

Верификация: Подать заявку

Сохранить

Настройки меню

- Разделы
- Коммьюнити
- Ссылки
- Адреса
- Меню
- Работы
- Подписчики
- Сообщество
- Сайт из
- Индекс
- Чаты
- Приложения

Здесь же можно подключить к сообществу блок услуг или товарную галерею, чтобы создавать карточки товаров или услуг и объединять их в подборки.

Для блока услуг можно настроить название («Услуги», «Прайс-лист», «Услуги и цены», «Стоимость услуг», «Тарифы») и выбрать текст для кнопки («Написать», «Записаться», «Заказать», «Подать заявку», «Начать»), а также задать вариант отображения, лучше выбрать карточки:

Товары Клипы Статьи Моменты Услуги

иммерсивный онлайн-интенсив
алгоритмы практика

ШОК-БЛОНД
МНЕ ОТКАЗАЛИ ВО ВСЕХ САЛОНАХ

249 ₽

практический онлайн-интенсив
с отработкой на моделях

ВЕСЕННИЙ БЛОНД - 2024

249 ₽

онлайн тренинг

КОРЕЙСКИЙ БЛОНД

499 ₽

Добавить товар **Показать все 10**

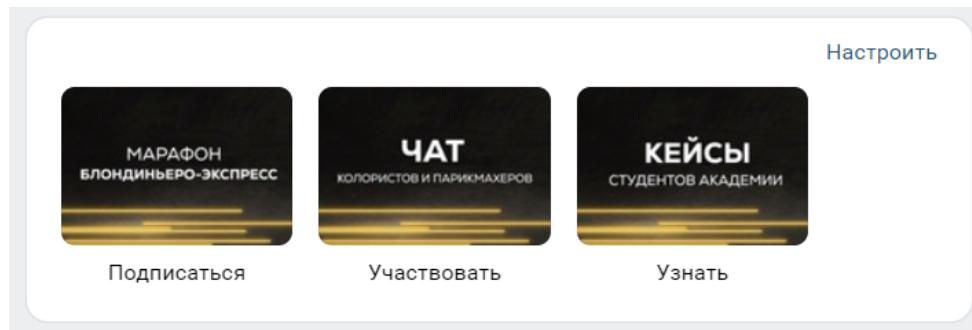
В товарные карточки загружаются квадратные обложки разрешением от 400*400 до 1000*1000 px. Лучше ориентироваться на максимум: такой размер даст наилучшее качество картинки при сжатии.

Также в меню настроек можно добавить ссылки — например, на конкретные страницы сайта или сообщества в других соцсетях.

Ссылки 6

-  Стань мастером аквабани и завоюй сердца блондинок!
blondebezpravil.ru
-  Ольга Колесникова. ШЕФ-КОЛОРИСТ | Дзен
dzen.ru
-  Ольга Колесникова PRO блонд
t.me
-  Инстаграм
instagram.com
-  Заявка на курс
course.blondebezpravil.ru
-  Онлайн-курс «Я-Блондиньера»
blondebezpravil.ru

Следующая полезная функция — создание меню группы. Это навигатор, с помощью которого можно выделить важную информацию и помочь посетителям ее найти. Чтобы оформить меню сообщества, для каждого пункта меню нужно добавить обложку, название длиной до 20 символов и ссылку на внутренний объект ВКонтакте.



Технические требования к медиафайлам

Для оформления группы ВКонтакте рекомендуется использовать следующие размеры изображений и видео.

Фотография сообщества:

формат JPG или PNG (если это логотип, желательно, чтобы он был на белом, а не прозрачном фоне);
минимальное разрешение: 400*400 px;
рекомендуемое разрешение: 1080*1080 px;
соотношение сторон — не больше, чем 2 к 5.

Обложка сообщества:

видео (MP4) или изображение (JPG, GIF или PNG);
рекомендуемое разрешение для отображения на десктопе: 1590*530 px;
рекомендуемое разрешение для «живой обложки» в приложении:
1080*1920 px;
размер: до 20 МБ;
для видео: видеокодек H.264, аудиокодек AAC.

Если не загрузить версию для мобильного приложения отдельно, в нем будет использована десктопная.

Товарная карточка:

формат JPG, GIF или PNG;
разрешение: от 400*400 до 1000*1000 px;

Обложка для пункта внутреннего меню:

формат JPG, GIF или PNG;
минимальное разрешение: 376*256

Иллюстрация для поста:

формат JPG, GIF или PNG;
минимальное разрешение: 510*228 px;
размер: до 5 МБ;

разрешение после сжатия: 1280×1024 px

ВКонтакте сжимает фото при загрузке, так что их лучше загружать в максимально возможном качестве.

Обложка для альбома:

формат JPG, GIF или PNG;

рекомендуемое разрешение: 1200*800 px.

В мобильной версии 200 px в нижней части обложки обрезаются.

История:

видео (MP4) или изображение (JPG, GIF или PNG);

разрешение: от 720×1280 до 1080×1920 px;

размер: до 10 МБ;

для видео: до 15 секунд, видеокодек h.264, аудиокодек AAC.

Чек-лист базовых настроек

Название понятное, по нему можно вас найти.

Есть фото сообщества. Оно понятно в миниатюре.

Есть обложка. Она гармонирует с фото сообщества, хорошо смотрится в мобильном приложении, функциональна: сообщает о вас что-то важное, создает настроение, работает узнаваемость и так далее.

Статус заполнен и содержателен.

Описание группы заполнено. Оно информативно, содержит ваше УТП и ключевые слова для поиска.

Кнопка действия настроена и корректно работает.

Сообщения группы включены. Контакты и режим работы, если он важен, указаны.

Цифровой адрес страницы заменен на индивидуальный.

Все разделы, которые могут быть заполнены, включены.

Все включенные разделы заполнены.

Оформление Телеграм-канала

Для того, чтобы оформить свой Телеграм-канал нужно проделать всего 5 основных шага, который схожи с упаковкой Инстаграма и ВКонтакте. Интерфейс Телеграмма очень простой, все настройки находятся в одном месте. Вам нужно нажать на кнопку “изменить” и:

1. В названии канала написать сферу вашей деятельности, основную тематику канала и имя с фамилией.
2. Задать уникальный адрес канала, который отображается в его ссылке.
3. Поставить качественную фотографию, где хорошо видно вас, можно за работой с клиентом.
4. Добавить описание канала с краткой информацией о вас, вашем опыте и что ждет человека на вашем канале.
5. Выложить пост о вас, ваших услугах или продуктах (те же посты, что мы прописывали и закрепляли в Инстаграме) и закрепить их здесь на верхней панели, чтобы заходя на ваш канал, человек сразу видел их и мог быстро найти всю нужную информацию.

