

# КОНЦЕПЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕТЕВОГО СООБЩЕСТВА НОСИТЕЛЕЙ ЛУЧШИХ ПРАКТИК



## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
<b>1. ОПИСАНИЕ ЦЕЛИ (ЗАДАЧ) И ЦЕЛЕВОЙ ГРУППЫ УЧАСТНИКОВ</b> .....	4
<b>2. ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ДЛЯ СОЗДАНИЯ СЕТЕВОГО СООБЩЕСТВА</b> .....	6
<b>3. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ФОРМИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СООБЩЕСТВА, ИНСТРУМЕНТОВ КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТА, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ УЧАСТНИКОВ (ПОДПИСЧИКОВ) И СТИМУЛИРОВАНИЯ ИХ АКТИВНОСТИ</b> .....	7
<b>4. ФОРМИРОВАНИЕ КОНТЕНТ-ПЛАНА, С УКАЗАНИЕМ ИСТОЧНИКОВ ПОСТУПЛЕНИЯ КОНТЕНТА</b> .....	13
<b>5. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ РАБОТЫ СООБЩЕСТВА</b> .....	15

## ВВЕДЕНИЕ

В последнее десятилетие сетевые сообщества – это новая форма организации профессиональной деятельности по интересам. В сети создаются профессиональные сообщества, которые помогают группе людей, территориально удалённых друг от друга, оперативно обсуждать и решать многие проблемы, вопросы в определённой области профессиональной деятельности, обмениваться опытом, общаться друг с другом, используя современные средства коммуникации.

Формирование сетевых сообществ позволяет собрать на одной интернет-платформе большое количество единомышленников для реализации и продвижения, например, образовательных стратегий, инициатив, проектов. Таким образом, сетевое сообщество носителей лучших практик позволит в рамках одного информационно-методического пространства обсудить лучшие практики применения инструментов национальной системы квалификаций в подготовке кадров, взаимодействия бизнеса и образования, позитивные решения тех или иных проблем, стоящие сегодня перед системой подготовки кадров и рынка труда, которые уже содержатся в [Базе данных лучших практик Базового центра подготовки кадров](#). Сообщество дает возможность получить «обратную связь» от потенциальных пользователей, тем самым найти системные решения повышения эффективности использования практик, поддержать их внедрение.

В Концепции администраторы, модераторы и пользователи сетевого сообщества найдут для себя информацию:

- о целях создания и целевых группах участников,
- о причинах выбора социальной сети для создания сообщества,
- о принципах формирования и деятельности сообщества, инструментах комьюнити-менеджмента, используемых для привлечения участников (подписчиков) и стимулирования их активности,
- о контент-плане, с указанием источников поступления контента,
- о подходах к оценке результатов работы сообщества.

# 1. ЦЕЛИ (ЗАДАЧИ) И ЦЕЛЕВОЙ ГРУППЫ УЧАСТНИКОВ

## ЦЕЛИ СЕТЕВОГО СООБЩЕСТВА ЛУЧШИХ ПРАКТИК

**01** ТИРАЖИРОВАНИЕ ЛУЧШИХ ПРАКТИК (ПРОЕКТОВ)

**02** КОНСУЛЬТАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА НОСИТЕЛЕЙ ЛУЧШИХ ПРАКТИК, УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТОВ, РЕГИОНАЛЬНЫХ ПАРТНЕРОВ БАЗОВОГО ЦЕНТРА

**03** ОПЕРАТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ, ОБМЕН ОПЫТОМ НОСИТЕЛЕЙ ЛУЧШИХ ПРАКТИК, РЕГИОНАЛЬНЫХ ПАРТНЕРОВ, УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТОВ БЦ

**04** ПРИВЛЕЧЕНИЕ НОВЫХ УЧАСТНИКОВ



# ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА УЧАСТНИКОВ СЕТЕВОГО СООБЩЕСТВА ЛУЧШИХ ПРАКТИК

**ПРЕДСТАВИТЕЛИ СИСТЕМЫ  
ПОДГОТОВКИ КАДРОВ**



**МОЛОДЕЖЬ**



**РАБОТОДАТЕЛИ**



## 2. ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ДЛЯ СОЗДАНИЯ СЕТЕВОГО СООБЩЕСТВА

Создание Сетевого сообщества в социальных сетях дает новые возможности для взаимодействия, формирования и продвижения лучших практик Базового центра. Для того, чтобы работа на платформе была эффективной, необходимо серьезно подойти к выбору социальной сети. Наибольшей популярностью сегодня среди представителей образования, бизнеса, молодежи пользуется сеть facebook. Почему именно она? Ниже представлены ее преимущества.

По результатам обсуждения сотрудниками АНО НАРК, Базового центра подготовки кадров, региональными партнерами выбрано в качестве платформы для формирования и продвижения сетевого сообщества носителей лучших практик – социальная сеть FACEBOOK.COM

### ПОЧЕМУ FACEBOOK?



*Facebook - крупнейшая социальная сеть мира*



*Facebook - универсальная платформа для продвижения образовательных и бизнес-проектов с возможностью размещения нативной рекламы*



*Facebook обладает приятным интерфейсом, проста в управлении и размещении материалов*




*Facebook – идеальная платформа для раскрутки и продвижения сообщества*




*По данным Social Skinny, каждую минуту в Фейсбуке появляется 510 тысяч комментариев и загружается 136 тысяч изображений.*



*Facebook на своей платформе объединяет все категории пользователей: молодежь, бизнес, органы исполнительной власти, колледжи, вузы, региональные методические центры национальной системы квалификаций и т.д.*

 *Facebook позволяет оперативно размещать и находить информацию о каких-либо событиях из «первых рук»*

 *Facebook позволяет просто и быстро размещать видео-, фото- и иные графические материалы и моментально транслировать в аудиторию через «ленту новостей»*

### **3. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ФОРМИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СООБЩЕСТВА, ИНСТРУМЕНТОВ КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТА, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ УЧАСТНИКОВ (ПОДПИСЧИКОВ) И СТИМУЛИРОВАНИЯ ИХ АКТИВНОСТИ**

#### **ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕТЕВОГО СООБЩЕСТВА**



*Джон Дьюи в книге «Демократия и образование»: «Люди живут в сообществе благодаря тому общему, что есть между ними, а общение - тот способ, благодаря которому они обретают это общее...»*

## Принципы сетевого сообщества:



- *добровольность* участия в сообществе и свобода выхода из него (данное свойство обеспечивает свободный и мобильный характер коммуникации). Это позволит участникам сетевого сообщества носителей лучших практик чувствовать себя комфортно, ненавязчиво получать информацию, размещенную в группе сетевого сообщества;
- *открытость* – к участию в сообществе можно присоединиться в любое время. Все материалы сообщества, обсуждения, посты, лучшие практики, графические материалы находятся в открытом доступе и любой может с ними ознакомиться.
- *объединяющая цель* - наличие общего интереса и/или цели участников, обеспечивающих формирование и деятельность сообщества: поиск, отбор, поддержка, продвижение, внедрение лучших практик подготовки кадров, а также возможность найти и применить уже готовое пакетное решение или отдельные готовые эффективные механизмы для удовлетворения своих потребностей.
- *независимость членов* - участники сообщества имеют определенную степень свободы, достаточную для возможности расставлять приоритеты и определять свои «точки» интересов и мнений.
- *множественность уровней взаимодействия* – каждый участник сообщества может осуществлять контакты как с одним представителем сообщества, так и выносить множество вопросов на общественное обсуждение в формах создания рубрик для обсуждения, постов и т.д. Данный принцип позволяет до начала и в момент взаимодействия участников сообщества выделять приоритетные направления в профессиональном обмене знаниями и опытом, связанном с инновационными направлениями развития системы подготовки кадров, рынка труда..

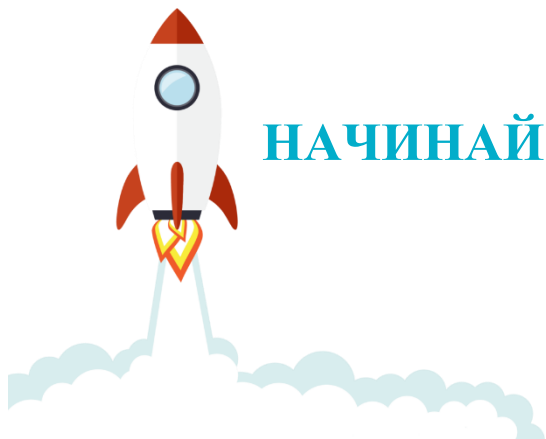
## ИНСТРУМЕНТЫ КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТА, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ УЧАСТНИКОВ (ПОДПИСЧИКОВ) И СТИМУЛИРОВАНИЯ ИХ АКТИВНОСТИ



Facebook - площадка, которая объединяет людей вокруг идеи, позволяет увлечь и повести за собой. Компетентный комьюнити-менеджер помогает решать эту задачу: погружается в профессиональное поле организации, идеи и выстраивает стратегию по развитию лояльного и активного сообщества.

*Комьюнити-менеджмент* - менеджмент добровольных сообществ, людей, занимающихся добровольным участием в чем-то: общении, деятельности (проектной, процессной, неважно).

**ИНСТРУМЕНТЫ** комьюнити-менеджера, которым рекомендуется следовать для привлечения участников (подписчиков) и стимулирования их активности *(по материалам интервью Федора Скуратовым, основателем Российской Ассоциации комьюнити-менеджеров (РСМА))*:



Долгое время (первые полгода) основным поставщиком контента должен быть основатель сообщества. Остальные со временем подтянутся.

---

Каждого участника надо приветствовать. Лучше — не сразу: через 1-2 дня после регистрации от сервиса приходит письмо от комьюнити-менеджера, который интересуется мнением о группе и предлагает ответить на вопросы. Само собой — это автоматические письмо. На Facebook можно добавить участника в друзья и написать ему ЛС.



**ПРИВЕТСТВУЙ**



## **ОБСУЖДАЙ**

Прикладная. Сообщество должно что-то создавать. Статья, встреча, сайт, заметки.

Внешняя. Материалы из сети, новости по теме и без нее и т.д.

Внутренняя. Все, что касается самого сообщества. Мемы, фото с семинаров, встреч и т.д.

## **ВОВЛЕКАЙ**

Вопросы в посте ничего не значат. Упоминания тех, кто может высказаться по теме, провокационные темы или радикальные взгляды — вот хорошие способы вовлечения. Их тысячи — и их надо комбинировать.

## **АКТИВИРУЙ**

Регулярно (раз в месяц, например) пишите **ЛИЧНО** всем неактивным участникам группы.



## **АНАЛИЗИРУЙ**

Аналитика — наше все. Не лишней будет и тема, в которой подписчики сообщества рассказывают о своем опыте.

## **СОЗДАВАЙ**

Каждые три месяца у сообщества должен быть большой совместный проект - общая встреча, мероприятие, статьи, сайт ...

Нет продукта — нет сообщества.

## **УСТУПАЙ**





В какой-то момент в сообществе станет больше контента от других участников, а может быть, появится новый гипер-активист.

Не надо «мочить» его активность, уступите лавры «контент-лидера» и погрузитесь в другие задачи.

## **ОБЪЕДИНЯЙ**








Сообщество должно иметь плотный внутренний граф (сетку связей). Устраивайте совместные встречи, наблюдайте за укреплением связей и помогайте людям знакомиться.

## ЧТО ДАСТ КАЧЕСТВЕННЫЙ КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТ СЕТЕВОМУ СООБЩЕСТВУ НОСИТЕЛЕЙ ЛУЧШИХ ПРАКТИК?

-  Эффективно выстроит общение в группе – диалог между участниками Сообщества и брендом Базового центра подготовки кадров, поможем понять их потребности и ожидания от погружения и участия в деятельности, проекты Базового центра.
-  Поможет определить задачи, которые должно решать комьюнити: формирование нужного имиджа, рост количества подписчиков и вовлеченности, привлечение участников к деятельности, участию в проектах, конкурсах лучших практик Базового центра.
-  Продвигает тематику сообщества за его пределами: мониторим появление упоминаний, даем по ним обратную связь.
-  Создаст цепляющий контент под вашу целевую аудиторию: создаем посты, не создаем контент «для галочки», прорабатываем каждую публикацию - подбираем подходящие форматы, яркие заголовки и анонсы.



## ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ СООБЩЕСТВА ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ:

-  Лучшие практики подготовки кадров Базового центра.
-  Конкурсы Базового центра подготовки кадров.
-  Кодекс Лучших практик (выдержки из него).
-  Зарубежная аналитика в формате коротких постов, статей.
-  Интересные посты региональных партнеров, связанных с участием и продвижением проектов Базового центра, реализацией повышения квалификации Базового центра, а также связанных с развитием и совершенствованием системы подготовки кадров и рынка труда.
-  Визиты на региональные площадки лучших практик.
-  Информация о проводимых конкурсах/мероприятиях БЦ, НАРК, партнеров.

## **Источники поступления контента:**

Базовый центр подготовки кадров - <http://bc-nark.ru/>

Национальное агентство развития квалификаций - <https://nark.ru/>

Кроме этого, источниками являются организации-носители лучших практик Базового центра, организации – участники проектов Базового центра, региональные площадки по внедрению лучших практик, например:

Региональный институт кадровой политики - <https://www.facebook.com/groups/113945375800456/about/>

ФГАОУ ВО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н.Ельцина» - <https://urfu.ru>

Донской учебно-методический центр профессионального образования - <http://donmetodist.ru/> и т.д.

## 5. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ РАБОТЫ СООБЩЕСТВА

Для объективного оценивания эффективности работы нужно отслеживать следующие параметры:



- ✓ динамика увеличения числа подписчиков;
- ✓ рост охвата аудитории (оценочный показатель, отображающий общее количество уникальных людей, которые видели ваш контент, связанный со страницей в социальных сетях);
- ✓ вовлеченность (лайки, комментарии, репосты, клики, чек-ины и т.д.)
- ✓ частота отклика (доля вопросов пользователей, на которые бренд дал ответ. Сюда можно еще добавить и Время реагирования ввиду того, что очень важно быстро отвечать пользователям в сообществе и решать их проблемы).