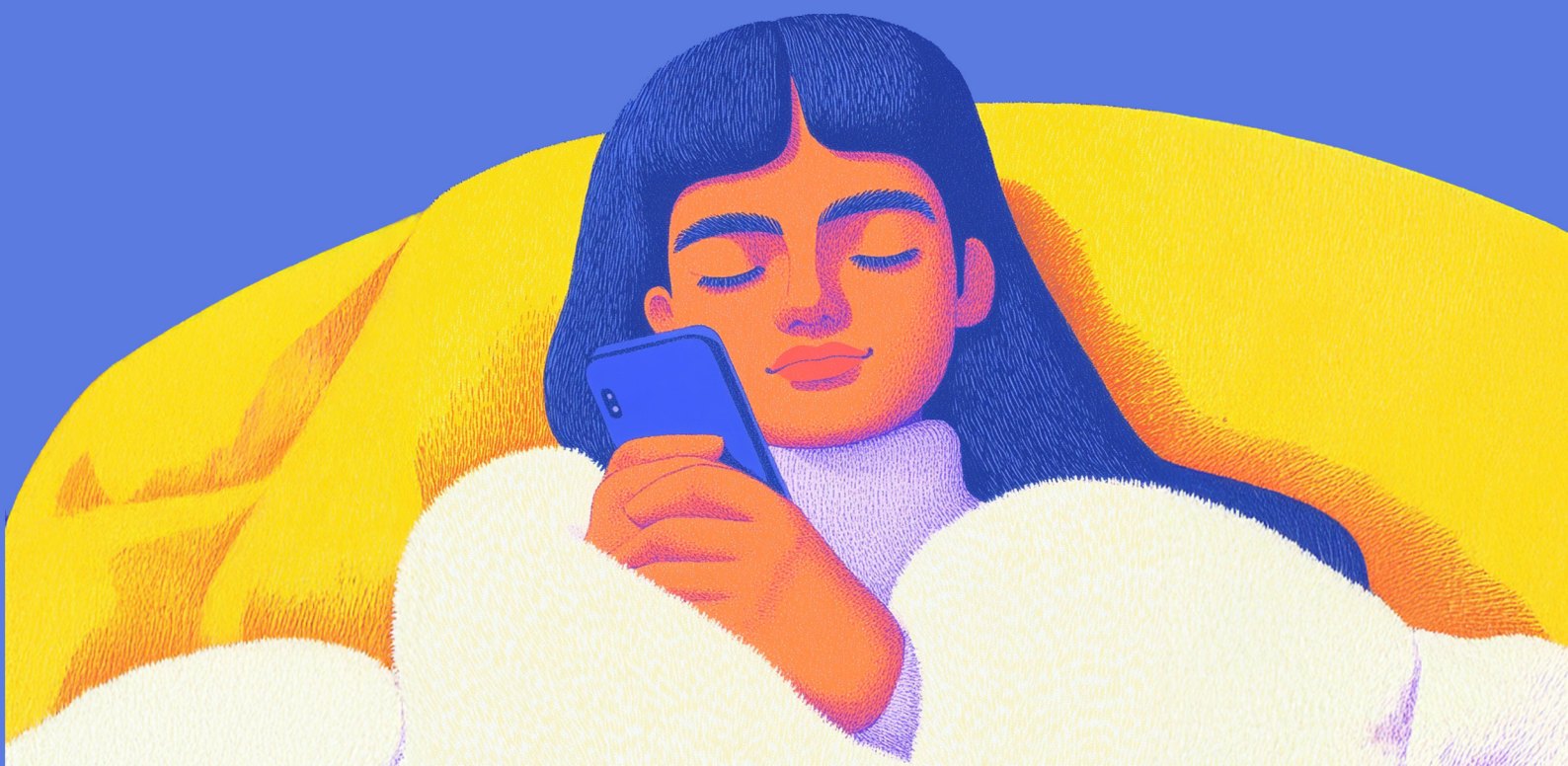


ЧЕКЛІСТ:

ПИСЬМЕННИК І СОЦМЕРЕЖІ: ЯК ПРОСУВАТИ СЕБЕ ТА СВОЮ КНИЖКУ



За шість років роботи «Методу» в Україні та два роки діяльності видавничого дому «ОРЛАНДО» ми ще не зустрічали авторів і авторок, які були б у захваті від просування себе в соцмережах. Здебільшого небажання вести сторінки пов'язане з внутрішнім спротивом, розгубленістю, браком часу або нерозумінням, як проявлятися без вигорання.

Якщо ви також не знаєте, із чого почати, або відчуваєте опір до самопросування, ситуацію можна змінити буквально за одну консультацію з Наталі Скориковою — викладачкою, письменницею та засновницею видавництва, яке спеціалізується на підтримці дебютантів. Наталі пройшла шлях від повного заперечення соцмереж до створення власного бренду й активної спільноти, яка стежить за її творчістю та проектами.

Обирайте зручну дату через форму на сайті — і дайте світові дізнатися про вас!

Тут ми зібрали сім кроків, які допоможуть покращити ваші соцмережі й дадуть зрозумілий напрям, як зробити так, щоб про вашу книжку дізналися й захотіли її придбати.

1. Сфокусуйтеся на одній соцмережі

Замість того щоб розпорошувати зусилля на кілька платформ, оберіть одну — ту, де вам зручно й природно. Для авторів нині найкраще працюють інстаграм і тікток, але якщо у вас уже є активна аудиторія у фейсбуці або тредзі, зосередьтеся саме там. Подивіться, де читачі реагують активніше, і вкладайте сили в цю платформу. Якщо ви ніде активно не ведете свого акаунту, подумайте, якого віку, статі та роду занять ваша цільова аудиторія. Адже фейсбук обирають трохи старші користувачі, ніж інстаграм, і значно старші, ніж тікток і тредз. Також в інстаграмі набагато більше жінок, тоді як фейсбук читають і чоловіки, і жінки. Почитайте про кожну платформу, її можливості, формати дописів, які там заходять, зважте все й зробіть свій вибір. Поширене запитання: краще створити нову професійну письменницьку сторінку чи продовжувати на своїй? Різні фахівці ставляться до цього по-різному, але ми вважаємо, що краще додавати на свою сторінку все більше інформації про письменництво, адже ті підписники, що у вас вже є, і стануть вашими першими читачами.

2. Оформте шапку профілю

Біо — це короткий опис, який одразу має показати, хто ви та що

створюєте.

Наприклад: «Авторка психологічної прози», «Пишу історії про близькість».

Додайте посилання на книжку, курс, сайт або актуальний проєкт. Змініть аватарку, якщо це потрібно. Більше довіри викликають акаунти зі справжніми світлинами, де чітко видно обличчя. Якщо ви вже маєте видану книжку, буде класно зробити з нею портрет і використати його для фото профілю.

Ваша сторінка повинна мати охайний і зрозумілий вигляд: хто ви, що пропонуєте, як замовити.

3. Створіть контент-план

Контент-план допомагає тримати ритм і не зникати з поля зору аудиторії. Для авторів оптимально — вісім дописів і чотири-шість рилзів на місяць, тобто дві-три публікації щотижня. Пам'ятайте: краще зробити один допис, ніж не опублікувати жодного. Ви можете розповідати про процес написання, ділитися книжковими бажанками, відгуками, рекомендаціями, показувати своє життя поза письменництвом. Записуйте ідеї в таблицю або нотатник, плануйте хоча б на два тижні наперед. Це знімає паніку «що сьогодні постити» і створює відчуття контролю. Не чекайте, що перший же рилз залетить на мільйони переглядів, а допис продасть десять книжок. Робіть свої маленькі кроки та пам'ятайте, що нормальне залучення — це 10-15 % взаємодій від вашої аудиторії. Тобто якщо на вас підписано п'ятсот людей, то п'ятдесят лайків під дописом — це гарний показник для початку.

4. Публікуйте регулярно

Регулярність — це два дописи на тиждень і один рилз кожні сім-десять днів. Цього достатньо, щоб алгоритми бачили вашу активність, а читачі не втрачали інтересу. Якщо маєте натхнення, можна збільшити частоту до трьох публікацій на тиждень. Більше — уже розсіює увагу аудиторії.

Готуйте кілька дописів наперед, щоб не залежати від настрою. Краще бути стабільними, ніж з'являтися рідко, але спалахами. Люди запам'ятовують тих, хто присутній регулярно, — хай навіть з короткими неідеальними дописами.

5. Будьте собою

Справжність — це основа авторського бренду. Люди реагують не на глянцевість, успішний успіх і тексти із чату джипіті, а на життєвість і людяність. Не бійтеся показувати процес, сумніви, моменти пошуку. Пишіть так, як говорите та як думаєте.

6. Використовуйте допоміжні інструменти

Щоб не губитися в алгоритмах і трендах, підпишіться на есеємників або маркетологів книжкової сфери.

Користуйтеся безкоштовними сервісами:

- для оформлення — Canva, CapCut;
- для аналітики — професійна панель інстаграму або фейсбуку;
- для збереження ідей — Notion чи будь-який нотатник.

7. Не женіться за трендами, але стежте за оновленнями інстаграму та інших мереж

Вам не обов'язково танцювати під трендову музику, щоб про вас дізналися. Ба більше, інколи буває, що рилз залітає не на ту аудиторію, а автор контенту отримує купу підписників, які з ним не взаємодіють, бо не є його цільовою аудиторією. Краще рухатися у своєму темпі та поступово просувати свою сторінку. Щоб не витратити зайвих сил, стежте за оновленнями інстаграму й інших мереж: що тепер пропонує платформа, який контент вона просуває, як працюють оновлені алгоритми.

І наостанок. Будьте видимими.

Розповідайте про свій шлях, діліться фрагментами текстів, думками, моментами радості чи сумнівів. Саме такі історії створюють зв'язок із читачами. Розраховуйте лише на себе. Навіть якщо вашу книжку публікує видавництво, вам потрібен особистий бренд і впізнаваність, щоб її купували.

Якщо вам бракує структури або системи, запишіться на індивідуальну консультацію до Наталі. Вона допоможе вибудувати зрозумілу модель просування, яка відповідатиме вашому темпу й характеру.