



ЗАЕДНО

● за устойчива заетост

„Работа в социални мрежи,
онлайн етикет, копирайтинг,
изграждане на организационна
репутация“



Въвеждаща презентация
15.05.2025г.



Академия
за меки умения



Съфинансирано от
Европейския съюз

Проект „Заедно за устойчива заетост“, ДБФ №BG05SFPR002-1.005-0002-C01 е финансиран от Програма „Развитие на човешките ресурси“ 2021-2027, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейски социален фонд плюс



БЪЛГАРСКА
СТОПАНСКА
КАМАРА



МИНИСТЕРСТВО НА ТРУДА
И СОЦИАЛНАТА ПОЛИТИКА



Въведение



- Коя е най-важната битка на 21 век?
- „Епохата на свързаността“ обещавахе свобода и достъп до информация на хората от целия свят – така ли е и днес?
- Какъв инструмент са социалните мрежи? Как образуват пазарната си стойност?
- Как да поддържаеме „Медийна грамотност“
- Социална медия - „Аз медия“

Ключови цели на обучението

- Да предостави разбиране за процесите на взаимодействие в социалните мрежи и информация за подходите за ефективно управление на процеса на комуникация в онлайн среда, за онлайн етикета и за поддържане на онлайн репутация
- Да предостави основни подходи и начини за създаване на ангажиращо съдържание и оценяване на ефективността

Какво ще научите в този е-курс?

3



Работа в социални мрежи

„Социални медии“ и „Социални мрежи“. Ключови въпроси за комуникация в социални мрежи: Кой води? Как искаме да ни възприемат? Каква е аудиторията? Коя мрежа? Предимства и принципи на комуникацията в социалните мрежи .

Стратегии за ефективно присъствие в мрежите.

Кои са нашите потребители? Кои са заинтересованите страни? Коя е подходящата социална мрежа? Групи публики. Поколенчески профили на аудиторията
Лидери на мнение.

Обучението ще предостави и допълни знанията ви за успешни начини на работа в социалните мрежи, за предимствата и «подводните камъни» в онлайн комуникацията, за значението на онлайн етикета, за начините на изграждане на онлайн репутация. Ще ви помогне да подобрите отношенията и активните ежедневни контакти с аудиторията, да подобрите уменията си за повишаване на видимостта на посланията към потребителите, за обединяването на общността в организацията, за управление на репутацията.

За ваше улеснение и практическа полза в е-курса са включени обобщения, казуси, задачи, тест.

Онлайн етикет, онлайн репутация.

Онлайн етикет: начини и граници за подходящо поведение. Значение и принципи. Ключови правила. Онлайн репутация – съставни елементи на репутацията. Комуникационен менджмънт. Стратегии за поддържане на репутация . Кризисна комуникация.

Копирайтинг за социални мрежи

Контент писане. Стъпки в създаване на текстове за социални мрежи. Копирайтинг - ключови характеристики. Как да разкажем история? Три фактора за успех : качествено съдържание, взаимодействие, анализ и тестване.

Комуникацията - ключов процес, на който се базира медийното въздействие в социалните мрежи



Интернет платформите дават възможност на участниците да обменят информация, знания, подкрепа и т.н. Те позволяват общности от хора да споделят своите ценности, нагласи, предпочитания, съпричастност и професионализъм.

Културата на отношенията между хората определя вида на общуване в социалните мрежи. С културния си профил организацията привлича хора и групи, които имат сходни характеристики.

Истинското общуване във всички канали на комуникация се осъществява от хората с техните ценности, познания, емоции, професионализъм.



Ефективното управление на комуникацията в социалните мрежи „помага на организацията да създава привлекателни образи пред своите заинтересовани групи, да изгражда силен корпоративен бранд и да развива репутационния си капитал. За да се постигнат тези цели, всички форми на комуникация на една организация трябва да бъдат организирани в едно цяло и да бъдат разработени критерии за успех, които позволяват да се измери влиянието на комуникациите в организацията върху нейната репутация и стойност“. *(Van Riel, 2007).

Предимства на комуникацията в социалните мрежи за организацията



По-ефективна
комуникация



Обединяване на
общността в
организацията



Повишаване на
видимостта на
посланията на
организацията



Активно
управление на
репутацията



Маркетингови
цели

Начинът на комуникация в социалните мрежи, определен от създадените алгоритми и от особеностите на човешката психика, водят до някои социални ефекти, които оказват влияние на мненията, емоциите, поведението на хората. Важно е да ги познаваме.

Ефект „Филтърен балон“ - Когато уебсайт или алгоритъм на социална мрежа избира информацията, която да покаже на потребителя, въз основа на предпочитания, интереси, история на търсенията и местоположение. Като резултат потребителят вижда предимно информация, която е в съответствие с неговите възгледи, а противоположни мнения и аргументи остават скрити.

Ефект „Стаден менталитет“- Хората в социалните мрежи се влияят силно от мнението на другите и не винаги следят за качеството на информацията. „Действащият механизъм следва логиката, че ако всички мислят и реагират по един и същи начин, най-вероятно са прави“. (Thaler, Sunstein 2008: 22-39).

Ефект „Пост истина“- Хората предпочитат да приемат за истина, това което им допада, независимо че това може да не е обективна истина, те не желаят да възприемат повече лоши новини, особено в ситуации на криза.



Особености на човешкото възприятие при комуникацията в социалните мрежи

Различни видове послания в социалните мрежи оказват предсказуемо въздействие, което се базира на специфични отклонения на човешкото възприятие /когнитивни отклонения/. Този тип реакции се използват за насочване на социалното мнение и поведение.

Защо е важно е да ги познаваме?

- **Погрешна свръх генерализация** /доказателство с пример /
Склонност да приемаме, че дадено твърдение е вярно, защото е подкрепено с един или два примера в негова полза и това се счита за достатъчно, за да го докаже.
- **Черно-бяло мислене (« Всичко или нищо»)**
Приемане на крайности, абсолютизиране на нещата като «добро или лошо» или «всичко или нищо», без нюанси, без колебания и без да търсим допълнителна информация.
- **Неотложност**
Чувството, че трябва веднага да реагираме на даден стимул възпрепятства и блокира критичното мислене и води до необмислени действия, основани на недостатъчно информация и проверени факти.
- **Приписване на вина**
Приписване на първата, видима причина за конкретно събитие на база вярвания или убеждения



Три фактора за успеха на публикациите в социалните мрежи

Качество и релевантност на съдържанието

Предлагайте разнообразно, интересно и полезно съдържание, за да поддържате интереса на аудиторията жив.

Взаимодействие

Отговаряйте на коментарите и съобщенията под публикациите, задавайте въпроси, провокирайте дискусии за да изградите отношения с аудиторията.

Тестване

Анализирайте и изучавайте аудиторията. Изпробвайте различни подходи, стилове и формати, за да откриете какво работи най-добре за вашата аудитория.

Приятна работа и успех в електронното обучение!
Благодаря за вниманието!



Светлана Георгиева
Специалист обучение и развитие