**Помогаем в социальных сетях**

Павел Геннадьевич Шахов - начальник территориального отделения

Узнавайте, все ли меры социальной поддержки получает ваша семья - миссия работы соцзащиты в Ужурском районе и ЗАТО п. Солнечный в социальных сетях. Основная задача такой работы – информирование граждан, формирование лояльности к учреждению и оперативное взаимодействие, обеспечение открытости отрасли.

Соцсети стали привычными не только для молодежи, но и для пожилых граждан. Поэтому с января 2019 года присутствуем в популярных соцсетях: ВКонтакте, Одноклассники и с 2023 года в Телеграм. Граждане привыкли, что в соцсетях можно найти ответ на любой вопрос, мы же рассказываем достоверную информацию «человеческим» языком.

Группа в соцсетях должна быть удобной и полезной.

Удобство достигается через оформление группы — именная ссылка, обложка, аватар, описание группы, настройки фильтров, приложений, виджетов, меню, кнопки действий, дополнительной информации, разделов, в том числе услуг, сообщений, в том числе приветственного, стиль картинок и тон публикаций. Как все это сделать, каким должно быть оформление, разбирался обучаясь на специальных курсах.

Поэтому группа называется соцзащита, а не ТО КГКУ УСЗН. На обложке фото узнаваемого здания и контакты, а аватар напоминает, что читает пользователь. Настроены фильтры нецензурных и оскорбительных выражений, открыты сообщения, есть описание работы, меню с важной информацией и раздел с массовыми социально значимыми государственными услугами. Приветственное сообщение предлагает подписчикам изложить проблему, а соцзащита подберет помощь.

Как искали подписчиков? Помогла пандемия, когда люди оказались заперты в домах и искала информацию в интернете. Кроме того, ссылка на группу соцзащиты рассылалась по электронной почте на организации. Объявления с qr-кодами размещались в местах массового скопления граждан. Запускали и рекламную кампанию в соцсетях, первая из которых принесла 150 подписчиков за 2 дня. Этого удалось достичь, публикуя полезную для граждан информацию, которая решает проблемы предлагая пути решения. За 4 года в группы соцзащиты включилось около 4000 представителей домохозяйств преимущественно из Ужурского района и ЗАТО п. Солнечный.

Целевой аудиторией для нас являются:

Молодые люди, у которых нет семьи, но интересующиеся помощью от государства, в том числе для родителей;

Молодые семьи без детей;

Семьи с детьми;

Семьи и граждане, попавшие в трудную жизненную ситуацию;

Пенсионеры.

Исходя из интересов представителей целевой аудитории формируется контент-план. При этом всех интересует – чем может помочь соцзащита, какую несет пользу. Поэтому постоянным разделом контент-плана является информирование о правилах получения помощи от соцзащиты: меры социальной поддержки, материальная помощь, социальное обслуживание, пособия и выплаты. При этом такую информацию нужно давать ежегодно и по мере изменения правил. Мы предоставляем около 70 услуг, поэтому на один пост в неделю всегда есть материал.

В контент плане есть рубрика «Вопрос-ответ». В сообщения группы пользователи задают вопросы, получают ответы. Такой пост выходит в двух исполнениях: короткий ответ и развернутая консультация.

Помогая пользователям подавать заявления через Госуслуги пишем подробные инструкции по последовательности действия для подачи заявления. В таких статьях с картинками рассказываем, где что нажать, какую ставить отметку, куда прикреплять какие документы.

Отдельные темы для постов появляются при обработке заявлений, поступивших через Госуслуги, когда граждане делают ошибки в заявлениях. Вот описание правил подачи заявлений без ошибок и есть тема для поста.

Через соцсети сообщаем планы: где и когда будет проходить встреча, мероприятие, на которых можно получить консультации работников соцзащиты при личном общении.

Даже вопросы по темам, которые не относятся к нашим услугам становятся темами для постов. Например, 450 000 рублей для многодетных на погашение ипотеки, предоставление земельных участков, правила поведения на воде, профилактика пожаров и другие.

Большим откликом пользуются посты-предупреждения о видах мошенничества. Инструкциям о том, как избежать мошенников, всегда делают много репостов.

Прямые эфиры по вопросам предоставления мер поддержки помогают получить оперативную обратную связь о работе, о проблемах, которые возникают у граждан и требуют разъяснений или вмешательства. Но для такой работы необходима хорошая техническая оснащенность и готовность спикера.

И конечно нужны посты, которые активизируют подписчиков: опросы, конкурсы, эмоциональные посты. Поздравления, конкурсы, опросы, фотографии мероприятий вовлекают подписчиков. Публикации об окончании срока приема заявлений есть хороший повод для активизации подписчиков. Логика соцсетей простая – человек реагирует на публикации в группах, поэтому нужно показывать ему больше публикаций от такой группы. Участникам таких активностей будут показаны и другие посты нашей группы.

Структура публикации стандартная – вовлекающий заголовок, описание, для кого информация, суть публикации, контакты для консультаций, картинка в едином стиле. Контакты — это ссылка на сообщения в группе и номера телефонов для звонков. Текст публикации структурирован на абзацы, выделено главное.

Эффективность публикации показывает реакция подписчиков: лайки, репосты, комментарии. Комментарии бывают и негативные. Работа с негативом требует внимания. Ответ на негатив должен быть оперативный, содержательный, по существу. Если негатив не может быть отработан по существу, предлагаем комментатору изложить свою проблему подробнее в сообщениях группы. Любителей писать оскорбления сразу отправляем в черный список.

Справедливый негатив отрабатываем так же публично. Жалуются, что не могут дозвониться, долго стоят в очереди, не могут подать документы через Госуслуги – это вопросы, на которые ждут быстрый и содержательный ответ. Уточнить телефон гражданина и перезвонить, рекомендовать время для посещения, когда очередей нет, разъяснить, что делать на Госуслугах. Такой подход показывает заботу о гражданах формирует лояльность подписчиков.

Какие эффекты дает ведение соцсетей? Мы формируем образ соцзащиты как организации, которая рядом, в телефоне, и куда обращаются, если возникла проблема. При появлении новых мер поддержки разъясняем правила такой помощи, отвечаем на вопросы и помогаем подать заявление и документы без ошибок и в срок. Формируем уверенность семей, у которых запланировано или неожиданно случилась беременность, что поможем, что ребенка нужно сохранять.

Во время пандемии и появления выплат на детей от 3 до 7 лет, количество уникальных посетителей групп достигало 250 в день, до 10 сообщений в группу и десятки комментариев к постам. После передачи больших детских пособий в Социальный фонд и практически ликвидации возможности обратиться в соцзащиту через региональный портал предоставления государственных услуг, активность в сообществах соцзащиты снизилась. Но есть выплаты по социальному контракту, сохранились традиционные меры поддержки граждан, появились меры для участников специальной военной операции и их семей.

И конечно работа в соцсетях основана на активности специалистов соцзащиты, которые готовы оперативно искать ответы на нетипичные вопросы, звонить гражданам, решать проблемы и выслушивать не всегда благодарности.

За это время стал полуфиналистом всероссийских конкурсов «ТопБлог» и «Лидеры интернет-коммуникаций», а результаты работы признаны лучшими во всероссийском отборе практик «Активное долголетие».

Мы продолжаем быть полезными для жителей, публикуем информацию, которая решает проблемы и дает уверенность.

Смотрите на нашу группу в ВКонтакте по ссылке <https://vk.com/usznsun_uzhur>