**Методические рекомендации по ведению telegram-канала.**

 **Спортивно- танцевальной студии «Аэробик-Дэнс»**

**Telegram-канал  — это средство оперативного информирования читателей, коллег и детей об основных событиях. Посты могут быть разной направленности. Данные методические рекомендации подготовлены на основе опыта по ведению методического Telegram-канала спортивно-танцевальной студии «Аэробик-Дэнс»**

**Цель:**

- Информирование читателей об интересной, увлекательной и многогранной жизни и деятельности нашей студии;

- Направлен на привлечение большего числа подписчиков, которые интересуются направлением аэробика, фитнес.

**Наши первые шаги ведения Телеграм канала студии**

Спортивно- танцевальная студия «Аэробик-Дэнс» делится на направленности

* Танцевальное искусство
* Спортивная аэробика
* Фитнес аэробика
* Основы акробатики

- Создали творческую группу для ведения страницы в которую вошли обучающиеся, родители, педагог.

- Определили нашу целевую аудиторию. Вначале работы это были родители детей обучающихся.

- Обсудили каким должно быть название и логотип страницы группы в Телеграм канале;

- Определили тип контента (содержания): информационный.

- Получили согласие родителей на фото- и видеосъемку детей с последующим использованием на сайте и в социальных сетях в форме их личных письменных заявлений.

Родители положительно откликнулись на наши посты, видеоматериалы, которые мы публиковали с соревнований, конкурсов, фестивалей, концертов, в которых участвовали. Это нас вдохновляло.

Было принято решение расширить целевую аудиторию, ввести в практику разработку контент-плана на 2 недели, разнообразить направления контента.

Мы структурировали контент наших постов по направлениям.

Направления контента:

 - рекламный

 - информационный

 - познавательно-образовательный

 – развлекательно-досуговый

Начали разрабатывать контент-планы на 2 недели.

Так как наша цель - поддержка устойчивого интереса подписчиков, привлечение новых постоянных читателей, важно, чтобы излагаемая информация носила системный характер, была разноплановой, систематичной.

Поэтому при планировании контента мы начали чередование рекламных постов, обучающего видео, викторин и других форматов.

**РЕКЛАМНЫЙ КОНТЕНТ**

Анонсы мероприятий, событий, нового набора детей, информации Учреждения.

Важно, чтобы рекламная информация была краткой и конкретной в изложении, адресной, датированной с указанием ссылок на более подробную информацию.

Рекламные анонсы необходимо повторять и при необходимости не один раз.

**ИНФОРМАЦИОННЫЙ КОНТЕНТ**

Этот контент наполняется нами информацией о событиях в студии, Учреждении:

* о результативности участия обучающихся в соревнованиях, конкурсах, фестивалях разного уровня;
* о выступлениях ребят в концертных программах на разных площадках города, района и Учреждения;
* о сдаче обучающимися нормативов КМС и на разряды, о присвоение звания кандидата в мастера спорта.

**ПОЗНАВАТЕЛЬНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КОНТЕНТ**

**Этот контент наполняем:**

* информацией, разъясняющей ребенку как правильно выполнять то или иное упражнение, в чем его полезность для жизнедеятельности организма человека;
* обучающими постами;
* подборками с познавательной информацией по актуальной теме;
* советами, рекомендациями, пояснениями как правильно делать;
* заданиями для занятий самостоятельно дома;
* викторинами на закрепление понятий, тестами;
* рекомендациями, разъяснениями и советами на разные темы и по запросу.

**РАЗВЛЕКАТЕЛЬНО-ДОСУГОВЫЙ КОНТЕНТ**

Высокую активность участия в развлекательно-досуговом контенте проявляют как дети так и взрослые.

 Розыгрыши, флешмобы, тренды,конкурсы, приколы, интерактивные игры, путешествия и экскурсии проводятся с целью увеличения охвата читателей, поддерживания их устойчивого интереса к нашей страничке, а также привлечения новых подписчиков.

**НАШИ ПЛАНЫ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ КОНТЕНТА СТРАНИЦЫ ГРУППЫ**

***1. Ведение рубрики о нашем Центре:***

- история создания;

- о здании, которое для многих детей стало вторым домом, традициях, образе жизни и работы;

- о педагогических работниках и сотрудниках, которые наполняют Учреждение интересной, многогранной жизнью, так востребованной детьми и взрослыми, вспомогательном персонале, создающем благоприятные и безопасные условия для обучения, развития и воспитания детей и взрослых.

**2. Введение рубрики**

 ***«Обратная связь. Вы спрашиваете – мы отвечаем».***

Обратная связь с читателями в форме отзывов, комментариев, оценок контента постов с одной стороны эффективно влияют на репутацию Телеграм канала студии, вызывают доверие, интерес к теме у подписчиков и читателей, а с другой – дает нам понимание правильности, актуальности, целесообразности предложенных постов, корректировки их контента.

 Ответы, на задаваемые подписчиками вопросы, наши советы родителям – это значимые аспекты во взаимодействии с целевой аудиторией.

 Введение рубрики «Обратная связь. Вы спрашиваете – мы отвечаем», продолжение мониторинга и анализа обратной связи – будут одной из приоритетных сторон нашей работы, что позволит держать пульс на обеспечении эффективности и интереса к контенту Телеграм канала студии, увеличению числа подписчиков.

* Расширение целевой аудитории, актуальность, системность, многогранность, регулярность контент-плана и его реализации позволили увеличить число подписчиков до 300 человек. Это положительный показатель. Значит, наша стратегия и тактика работы верна.
* Мониторинг и анализ обратной связи – это одна из приоритетных сторон нашей работы, что позволяет держать пульс на обеспечении
эффективности и интереса к контенту Телеграм канала студии, увеличению числа подписчиков, а в итоге решения проблемы нового набора обучающихся на образовательные программы спортивно-танцевальной студии «Аэробик-Дэнс».

**Общие Рекомендации по ведению Telegram-канала**

Для первоначальной раскрутки канала воспользуйтесь личными контактами (друзья, родители, группы по интересам, в которых состоите вы или ваши знакомые)

Тема сообщения должна давать возможность для обсуждения и заинтересовать читателя

Интересны посты разнообразных форматов: фото, видео, коллажи, подборки, опросы. Можно добавить возможность комментировать. Наблюдайте, какие темы или вопросы находят наибольший отклик.

Создайте свой медиа план. Распланируйте, что и когда вы будете выкладывать. Подготовьте посты заранее, создайте шаблон - это сэкономит вам время.

Не перегружайте пост буквами и картинками. Фотографии отбирайте внимательно, избегайте лишней информации.

Определите частоту выхода постов.