

СЪЗДАВАНЕ НА АКАУНТИ В СОЦИАЛНИ МЕДИИ, СЪЗДАВАНЕ НА ГРУПИ И СОЦИАЛНИ ФЕН СТРАНИЦИ

СЦЕНАРИЙ



Съфинансирано от Европейския съюз





IAPTHbOPI





Съдържание

І ОБЩА ИНФОРМАЦИЯ	3
• Продължителност на занятията	
• Получатели на класовете	
• Брой участници	
• Методи/техники на работа	
• Материали, необходими за провеждане на занятията	
• Цел на семинара	
II Въведение	6
• Представяне на лектор/преподаватели	
• Установяване на правила в група	
III СЪДЪРЖАНИЕ	10
• Запознаване с програмата	
• Мини-лекция	
• 10 работни листа	
•10 задачи	
IV КРАЙ НА СЕМИНАРА	59
V ОБРАЗЕЦ НА СЕРТИФИКАТА	60
VI АНКЕТА ЗА ОЦЕНКА	62

Финансирано от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения обаче принадлежат изцяло на техния(ите) автор(и) и не отразяват непременно възгледите и мненията на Европейския съюз или на Европейската изпълнителна агенция за образование и култура (EACEA). За тях не носи отговорност нито Европейският съюз, нито EACEA.

I Обща информация



Продължителност на часовете:

5 часовникови часа Лекция за най-използваните социални медийни платформи през 2022 г. (2ч.) Създаване на Facebook акаунт (1ч) Създаване на акаунт в Instagram (1ч) Създаване на акаунт в LinkedIn (1 ч)

Получатели на класовете:

Участниците в работилниците са възрастни хора на възраст 45-70 години, които са членове на клубове за възрастни хора, библиотеки, читалища, тематични кръжоци или други места, свързани с възрастни хора. Сценарият може да се използва от възрастни хора, които често имат бариери пред показването на емоции и творческо поведение, както и от всички хора, свързани с образованието за възрастни.

Брой участници:

Групата на работилницата е от 10 човека от двата пола. Можете също така да проведете уъркшоп в по-малка група от минимум 6 човека, в зависимост от помещението, но не повече от 14 човека.

Предлагани техники/методи на работа:

- Беседа,
- презентация,
- практически упражнения,
- обяснения,
- наблюдение,
- дискусия.

Основна информация

Използвано оборудване/съоръжения:

- Телефон,
- приложение Facebook,
- приложение Instagram,
- приложение LinkedIn,
- компютърно оборудване /лаптоп,
- проектор и интернет.



Цел на занятията

При завършване на занятията участникът трябва:

-Да може да знае кои социални медийни мрежи отговарят най-вече на неговите/нейните нужди

-Можете да създадете акаунт във Facebook, Instagram и LinkedIn -Можете да правите разлика между Facebook профил, група и страница -Можете да конфигурирате акаунт във Facebook, Instagram и LinkedIn -Да могат да добавят профилна снимка към своите акаунти във Facebook, Instagram и LinkedIn

-Можете да добавите фонова снимка във Facebook, Instagram и LinkedIn -Можете да търсите приятели и да ги добавяте към техния акаунт във Facebook, Instagram и LinkedIn

-Можете да добавяте публикации във Facebook, Instagram и LinkedIn



П ВЪВЕДЕНИЕ

Стил на работа

Участниците сядат в полукръг и водещият заема място пред групата. Задачата на обучителя е предварително да подготви местата за участниците в обучението.



Дигитални компетенции на 45-годишен + участник:

- Разбиране на социалните медии;
- Грамотност в социалните медии;
- Познаване на медийното разнообразие;
- Използване на приложения, които улесняват функционирането в живота на възрастните;
- Добавяне на снимки;
- Създаване на публикации;
- Поддържане на връзка с други чрез социални медии (Facebook, Instagram и LinkedIn);
- Способност за съзнателно изграждане на своя имидж в мрежата, като същевременно запазва поверителността;
- Възможност за използване на инструменти, позволяващи видео разговор, чат, гласови съобщения с цел поддържане на взаимоотношения и изграждане на активни форми на комуникация;
- Способност за установяване на връзки и общуване онлайн, като се грижи за собствената си поверителност и сигурност.



Ходът на семинара

1. 1. Представяне на обучителя/обучителите. Поздрав (5 мин.)

- Име, фамилия,
- образование,
- опит,
- интереси.

2. Представяне на участниците в обучението (15 мин.)

Написване на името на лепяща бележка и залепване върху видимата част на дрехите. След това всеки от участниците накратко – в едно изречение, представя своите очаквания относно обучението.

3. Правила на групата (25 мин.)

Обучителят изготвя мисловна карта, озаглавена с темата на обучението. Той създава 4 основни клона от основната тема:

- ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО
- ОЧАКВАНИЯ
- ПРАВИЛА
- ОЦЕНКА НА ОБУЧЕНИЕТО. СЪВЕТИ ЗА БЪДЕЩЕТО

(идентифициране на аспекти на обучението, които могат да бъдат подобрени в бъдеще).

Обучителят окачва подготвената мисловна карта в стаята за обучение, така че да се вижда от всеки от участниците.



Етапи на представяне на мисловна карта:

- Представяне на основните цели на обучението, записани върху предварително изготвена мисловна карта.
- 2. Фасилитаторът пита участниците за техните очаквания по отношение на обучението и ги записва на мисловна карта, използвайки активиращия метод: мозъчна атака.
- Инструкторът определя 3-те най-важни правила, които се прилагат по време на обучението. Освен това инструкторът подчертава възможността за прилагане на 1 принцип, предложен от участниците в обучението.
- 4. Последната точка от мисловната карта е част от оценката на обучението. След семинара обучителят пита участниците как оценяват обучението и записва техните коментари върху мисловна карта.



III. Лекция за социалните медии

Обучителят представя лекцията по-долу за най-използваните медийни платформи през 2022 г. и акцентира върху възрастта и интересите на аудиторията на потребителите.

Платформи за социални медии през 2022 г

Тъй като всеки ден се появяват нови приложения, може да бъде предизвикателство да разберете кои социални медийни платформи ще бъдат най-ценни за инвестиране на времето на възрастните обучаеми . По-долу ще намерите резюме на 8-те социални медийни мрежи, които са най-използваните през 2022 г. Снабдени с тази информация, възрастните обучаеми ще могат да решат кои платформи ще бъдат най-удобни за тях и техните нужди

1. Instagram

Instagram има повече от 1 милиард потребители месечно, което не е изненада, като се има предвид как приложението съчетава личното и професионалното с всяка нова функция.

Кой използва Instagram?

Отдавна дом на влиятелни хора, артисти, малки и големи марки и всички между тях, Instagram се превърна в една от най-популярните социални медийни платформи специално за тийнейджъри и по-млади възрастни, особено в САЩ. Използването на приложението постепенно намалява с възрастта, но остава постоянна за всички полове.

Какъв вид съдържание трябва да публикувате в Instagram?

Разнообразието с последователност царува върховно в Instagram; богата фотография, умно използване на тенденциите и видеоклипове в стил селфи.

Защо трябва да създадете акаунт в Instagram?

Трябва да дадете приоритет на Instagram, ако вашата целева аудитория е на възраст под 40 години.



2.YouTube

YouTube се отличава с това, че в момента е втората най-популярна търсачка в света, веднага след Google (неговата компания майка). Ако ce интересувате от създаване на уроци за марки, рецензии на продукти, съдържание с инструкции или интервюта с гости, тогава тази социална медийна платформа е задължителна. Можете да монетизирате дейността си в YouTube. като създавате съдържание. Печалбата на компанията достига повече от 2 милиарда месечни потребители.

Кой използва YouTube?

По-голямата част от възрастните американци – 74%, за да бъдем точни – съобщават, че редовно използват YouTube, с голяма концентрация във възрастовия диапазон от 15 до 35 години. YouTube е широко популярен сред всички полове, въпреки че съотношението между мъжете и жените потребители е 11 : 9.

Какъв вид съдържание трябва да публикувате в YouTube?

YouTube е платформа само за видео съдържание. В зависимост от вашия тип интерес, бизнес и каква е вашата потребителска демография, публикуването както на дълго, така и на кратко видео съдържание може да работи добре на тази платформа. Повечето зрители се настройват за комбинация от образование и забавление.

Защо трябва да създадете акаунт в Youtube?

Трябва да създавате съдържание за YouTube, ако аудиторията ви е на възраст под 50 години и ако абонатите ви консумират видеосъдържание по различни причини – като образование или забавление.



3. Фейсбук

С близо 3 милиарда потребители месечно, Facebook безспорно е най-голямата и най-популярна платформа за социални медии в света. Въпреки че това ниво на разпространение гарантира, че поне част от аудиторията ви ще използва редовно тази платформа и ще приема вашето съдържание, Facebook си създаде донякъде негативна репутация сред по-младите потребители, които все повече се обръщат към алтернативни сайтове.

Кой използва Facebook?

Мнозинството възрастните ОТ американци приблизително 68% - съобщават, че използват Facebook редовно, като 51% са активни в сайта няколко пъти на ден. Общата употреба е разпределена равномерно между всички полове и повечето потребители са склонни да стават поактивни с напредването на възрастта си - особено след 40-годишна възраст.

Какъв вид съдържание трябва да публикувате във Facebook?

Facebook е всичко за започване на разговор. Найангажиращото съдържание може да бъде и найполяризиращото, като по този начин е по-вероятно сайта. Фокусирайте да стане вирусно на производството на съдържание върху кратки видеоклипове И удебелени заглавия, за да привлечете аудитория. За групите във Facebook общите съдържание интерактивното И преживявания са правилният начин; помислете за потоци на живо и анкети, за да накарате хората да се интересуват от това, което предлагате.

Защо трябва да създадете акаунт във Facebook?

Регистрирайте се във Facebook, ако целта ви е да достигнете до възрастна аудитория и да създадете онлайн общност около вашата марка или теми, свързани с вашия бизнес.



4.Twitter

Докато броят на месечните активни потребители на Twitter постоянно се движи около 345 милиона през по-голямата част от тази година (2022 г.), 40% от тези потребители са активни на сайта няколко пъти дневно. Популярността на този социален медиен сайт остава най-висока сред технически разбиращите потребители и е особено популярна във B2B вертикалите, свързани С бизнеса, маркетинга и политиката.

Кой използва Twitter?

63% от потребителите на Twitter са на възраст между 35 и 65 години, като мъжете съставляват близо две трети от тази аудитория. Само Съединените щати имат 81 милиона активни потребители на Twitter, приблизително една четвърт от населението на страната.

Какъв вид съдържание трябва да публикувате в Twitter?

Twitter се превърна в популярна среда за съобщаване на извънредни новини, смилане на малко съдържание и общуване директно с вашата аудитория в реално време. Навременният или особено интелигентен туит върши чудеса, ако следите тенденциозните теми и можете да уловите духа на времето.

Защо трябва да създадете акаунт в Twitter?

Twitter трябва да бъде основата на вашата маркетингова стратегия за съдържание, ако сте насочени към мъже на възраст от 30 до 60 години.



5.TİKTOK

TikTok е достъпен по целия свят от 2018 г. и в момента събира над 1 милиард изтегляния на тяхното видео базирано приложение през първата им година на работа. Днес TikTok постоянно има над 1 милиард потребители месечно, което естествено го поставя сред най-добре представящите се социални медийни платформи в света.

Кой използва TikTok?

Над половината от американската аудитория на TikTok е на възраст под 35 години; 48% от американските потребители на TikTok са на възраст между 10 и 29 години. TikTok има предимство в насърчаването на бъдещи творци, тъй като по-младите потребители могат да изтеглят и имат достъп до това приложение по-лесно, отколкото със сайтове като Facebook, които първоначално са създадени с ограничен възрастов диапазон на място.

Какъв вид съдържание трябва да публикувате в TikTok? Видеосъдържанието в кратка форма е единственият вид съдържание в TikTok, така че помага да следвате тенденциите за това, което е най-гледано и найангажирано, и да се придържате към тези формати, докато не можете да развиете свой собствен глас, специфичен за платформата. Мислете за забавно. закачливо съдържание, което може да бъде възпроизведено въз основа на това, което искате да знае вашата база от последователи.

Защо трябва да създадете акаунт в TikTok?

Може би сте се чудили дали TikTok е за вас; дали си струва да отделите време да се присъедините. Само за да знаете, популярността му нараства не само сред тийнейджърите, но и сред комедиантите, спортистите, музикантите, знаменитостите и марките.

Много изключително популярни инфлуенсъри започнаха успешните си кариери, след като станаха вирусни в TikTok. Един пример е Чарли Д'Амелио, която е била състезателна танцьорка повече от 10 години, преди да започне кариерата си в социалните медии. Сега, с 80 милиона фенове, 17-годишното момиче е най-следваният творец в TikTok.

TikTok работи чудесно за всеки с креативен ум. Така че, ако можете да измислите забавни, занимателни идеи и знаете как да задържите аудиторията си ангажирана, тази платформа е за вас.

СЦЕНАРИЙ IV | СЪЗДАВАНЕ НА АКАУНТИ В СОЦИАЛНИ МЕДИИ, СЪЗДАВАНЕ НА ГРУПИ И СОЦИАЛНИ ФЕН СТРАНИЦИ



TikTo



llowing Followe



Make You

6. Pinterest

Pinterest е социална медийна платформа, която действа като инструмент за отметки за запазване на идеи и намиране на творческо вдъхновение за домашни проекти "Направи си сам", рецепти, модели за шиене, планове за пътуване, интериорен дизайн, маркетинг на марката и всичко между тях. Тази платформа често се цитира като решаваща част от пътуването за откриване на продукти за клиенти на много различни марки.

Кой използва Pinterest?

С над 433 милиона потребители месечно, Pinterest може да се похвали с една от най-концентрираните аудитории от жени във всички сайтове за социални медии. Близо 80% от техните редовни потребители са жени, с доста равномерно разпределение във 18-29 възрастовите диапазони (32% ОТ потребителите), 30-49 (34% от потребителите) и 50-69 (38% от потребителите).

Какъв вид съдържание трябва да публикувате в Pinterest?

Вертикално форматираните изображения са норма в Pinterest, до голяма степен поради стила на оформлението на емисиите на платформата и изживяването на потребителите при сърфиране. Полираните визуализации с ясно копие, които предават директно това, което потребителят ще види, ако кликне, като цяло се представят найдобре, особено ако са в съответствие с общи ключови думи и популярни думи за търсене. Списъците и цитатите трябва да играят роля във вашата стратегия, тъй като тези видове публикации са най-лесни за смилане и споделяне.

Защо трябва да създадете акаунт в Pinterest?

Планирайте да се запознаете с Pinterest, ако аудиторията ви се състои предимно от възрастни жени и ако интересите ви са свързани предимно със съвети за начина на живот, модата и личния стил, декорирането или културата на "Направи си сам".

СЦЕНАРИЙ IV | СЪЗДАВАНЕ НА АКАУНТИ В СОЦИАЛНИ МЕДИИ, СЪЗДАВАНЕ НА ГРУПИ И СОЦИАЛНИ ФЕН СТРАНИЦИ

Login

7. Snapchat

Въпреки че губи позиции пред конкурентни платформи като Instagram и TikTok, Snapchat остава едно от най-използваните приложения сред хората под 25 години – отбелязвайки почти 494 милиона потребители месечно през 2022 г. Потребителите на Snapchat често посещават приложението, за да споделят актуализации от живота си и да общуват с приятели и семейство чрез изображения и видео съобщения, които имат 24-часов жизнен цикъл.

Кой използва Snapchat?

Възрастните между 18 и 29 години съставляват 65% от активната потребителска база на Snapchat, участвайки в над 14 милиарда гледания на видеоклипове на ден на платформата. Полът на средния потребител се изкривява малко повече към жените, като тези 56% мнозинство имат достъп до приложението ежедневно.

Какъв вид съдържание трябва да публикувате в Snapchat?

Разказването на истории, управлявано от видео, е в основата на Snapchat. Ако имате умение да създавате завладяващо видео съдържание с кратка форма, което може да забавлява или образова помлада аудитория, тогава Snapchat ще бъде от съществено значение за формирането на връзки с вашите клиенти.

Защо трябва да настроите акаунт в Snapchat?

Snapchat трябва да работи за вас, ако целта ви е да достигнете до тийнейджърска и млада аудитория с малко видео съдържание. Въпреки това – подобно на TikTok – не очаквайте да включите камерата си и да говорите за продуктите си до гадене, тъй като повечето потребители на Snapchat са там, за да се забавляват, а не да им се чете лекция.



8.LinkedIn

С 810 милиона потребители в световен мащаб, сайтът за професионални мрежи LinkedIn затвърди репутацията си на ресурс от най-високо ниво за възможности за работа, връзки с марки и напредък в кариерата сред сайтовете за социални медии на пазара днес.

Кой използва LinkedIn?

Възрастните между 25 и 34 години съставляват близо 60% от потребителската база на LinkedIn, като 57% от потребителите се идентифицират като мъже и 43% като жени. Платформата е на първо място, когато става въпрос за генериране на потенциални клиенти от B2B, така че очаквайте висока степен на ангажираност между марките, както и с тяхната клиентела.

Какъв вид съдържание трябва да публикувате в LinkedIn?

LinkedIn. Публикациите в които съдържат изображения, удвояват ангажираността в сравнение обикновените текстови публикации. С Всяка публикация, която създавате, е по същество билборд за вашата марка, така че поддържайте нещата последователни, ясни и съобразени с това, от което се нуждае вашата аудитория, и не се страхувайте да добавите някои ярки графики, за да привлечете хората във вашия свят.

Защо трябва да създадете акаунт в LinkedIn?

LinkedIn трябва да вземе голямо значение във вашата маркетингова стратегия, ако търсите общност с други собственици на бизнес и мрежова база за достигане до потенциални клиенти, които са гладни за нови възможности.



Какво e Facebook?

Facebook е сайт за социални мрежи, който ви улеснява да се свързвате и споделяте със семейството и приятелите онлайн. Първоначално създаден за студенти, Facebook е създаден през 2004 г. от Марк Зукърбърг, докато той е записан в Харвардския университет. До 2006 г. всеки над 13-годишна възраст с валиден имейл адрес можеше да се присъедини към Facebook. Днес Facebook е най-голямата социална мрежа в света с повече от 1 милиард потребители по целия свят.



Работен лист № 1 Как да създадете Facebook акаунт?

Толкова е лесно да се регистрирате във Facebook. Ето как да започнете. Facebook е сайт за социални мрежи, който е супер лесен за регистрация и използване. Facebook може да се използва за публикуване на снимки, споделяне на статии, присъединяване към групи и свързване с приятели. Процесът на настройка се различава леко в зависимост от това дали правите това на настолен компютър или чрез мобилно приложение, но ние ще изложим и двете.

Следвайте тези стъпки, за да създадете акаунт във Facebook.

ЗАБЕЛЕЖКИ:

	Email or Phone Number
facebook	Password
Connect with friends and the world around you on Facebook.	Log In
	Forgot Password?
	Create New Account
	Create a Page for a celebrity, band or business.
СЛЕДВАЙТЕ ТЕЗИ МНОГО ЛЕСНИ СТЪПКИ, ЗА ДА СЪЗДАДЕТЕ СІ КРЕЛИТ: ЕКРАННА СНИМКА: БА	ВОЙ СОБСТВЕН АКАУНТ ВЪВ FACEBOOK. СЕВООК

Как да създадете Facebook акаунт на настолен компютър:

1. Отидете на уебсайта на Facebook - https://www.facebook.com/

2. Изберете "Създаване на нов акаунт"

Email or I	Phone Number	
Password	1	
	Log In	
	Forgot Password?	
	Create New Account	

ИЗБЕРЕТЕ "СЪЗДАВАНЕ НА НОВ АКАУНТ", ЗА ДА ЗАПОЧНЕТЕ ДА СЪЗДАВАТЕ СВОЯ АКАУНТ ВЪВ FACEBOOK. КРЕДИТ: ЕКРАННА СНИМКА: FACEBOOK

3. Въведете вашата информация и изберете "Регистрация"

First name	Э		Last na	ime	
Mobile nu	mber or	email			
New pass	word				
Birthday 🕜					
Sep	~	7	~	2021	~
Gender 🚱					
Female	0	Male	0	Custom	0

ВЪВЕДЕТЕ ВАШАТА ИНФОРМАЦИЯ И ИЗБЕРЕТЕ "РЕГИСТРАЦИЯ", ЗА ДА СЪЗДАДЕТЕ СВОЯ FACEBOOK АКАУНТ. КРЕДИТ: ЕКРАННА СНИМКА: FACEBOOK

4. Facebook ще ви изпрати текстово съобщение или имейл, за да потвърди акаунта ви

5. Потвърдете акаунта си, като кликнете върху връзката, до която Facebook ви е изпратил съобщение или имейл

Как да създадете Facebook акаунт в приложението Facebook:

- 1. Изтеглете и отворете приложението Facebook на iOS или Android
- 2. Изберете "Създаване на акаунт"



ИЗБЕРЕТЕ "СЪЗДАВАНЕ НА АКАУНТ", ЗА ДА ЗАПОЧНЕТЕ ДА СЪЗДАВАТЕ СВОЯ АКАУНТ ВЪВ FACEBOOK. КРЕДИТ: ЕКРАННА СНИМКА: FACEBOOK

3. Въведете вашето име и фамилия

First name	Last name
Using your real nam	ne makes it easier for friends to
re	cognize you.

Already have an account?
ВЪВЕДЕТЕ ВАШЕТО ИМЕ И ФАМИЛИЯ. КРЕДИТ: ЕКРАННА С
4. Въведете рождения си ден

- 5. Въведете вашия пол
- 6. Въведете телефонния си номер и потвърдете акаунта си чрез текста,
- който Facebook ви изпраща
- 7. Създайте вашата парола
- 8. Изберете "Регистрация"

ЕТО ГО! ВЕЧЕ СТЕ ГОТОВИ ДА ЗАПОЧНЕТЕ ДА НАМИРАТЕ ХОРА, КОИТО МОЖЕ БИ ПОЗНАВАТЕ ВЪВ FACEBOOK.

Разлики между профили, страници и групи във Facebook

профили

Профилът е място във Facebook, където можете да споделяте информация за себе си, като вашите интереси, снимки, видеоклипове, настоящ град и роден град.

Профилите също могат да бъдат места, където създателите се свързват с феновете си, като включат професионален режим. Когато създател включи професионален режим, всеки може да следва неговия профил и да вижда публичното съдържание на създателя в своя канал. Ако сте творец с професионален режим в профила си, пак можете да споделяте информация и публикации само с приятелите си или с публична аудитория. За да видите своя профил, кликнете или докоснете вашето име или профилна снимка в горната част на Facebook.

СТРАНИЦИ

Трябва да имате профил, за да създадете страница или да помогнете в управлението на такава. Страниците са места във Facebook, където артисти, обществени личности, фирми, марки, организации и нестопански организации могат да се свързват със своите фенове или клиенти. Когато някой хареса или последва страница във Facebook, той може да започне да вижда актуализации от тази страница в своя канал.

ГРУПИ

Трябва да имате профил, за да създадете група или да помогнете в управлението на такава. Групите са място за общуване относно споделени интереси с определени хора. Можете да създадете група за всичко – вашето семейно събиране, вашия спортен екип след работа, вашия клуб за книги– и да персонализирате настройките за поверителност на групата в зависимост от това кой искате да може да се присъедини и да вижда групата. Когато се присъедините към група във Facebook, започвате да виждате съдържание от тази група във вашия канал.



Работен лист № 2 Как да създадете Facebook група?

Facebook групите са чудесен начин за разрастване на общност и намиране на съмишленици.

Как да създадете Facebook група

- 1. Отидете на страницата Групи във Facebook
- 2. Кликнете върху "Създаване на група"
- 3. Дайте име на вашата група
- 4. Добавете някои хора към вашата група
- 5. Изберете Поверителност
- 6. Изберете дали групата да е скрита или не
- 7. Кликнете върху Създаване на група
- 8. Изберете корична снимка
- 9.Добавете описание
- 10. Редактирайте настройките на групата
- 11.Добавете членове
- 12. Създайте общност и насърчете ангажираността

NOTES:

			•••••
	•••••••••••••••••••••••••••••••••••••••	•••••••••••••••••••••••••••••••••••••••	•••••
			•••••
			•••••
	•••••••••••••••••••••••••••••••••••••••		•••••
			•••••
			•••••
•••••••••••••••••••••••••••••••••••••••	•••••••••••••••••••••••••••••••••••••••	•••••••••••••••••	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •

Ето тези стъпки с екранни снимки:

1. Отидете на страницата Групи във Facebook



2. Кликнете върху "Създаване на група"



3. Дайте име на вашата група



УВЕРЕТЕ СЕ, ЧЕ ИМЕТО НА ВАШАТА ГРУПА Е НЕЩО ОПИСАТЕЛНО, ТАКА ЧЕ ХОРАТА ДА МОГАТ ДА Я НАМЕРЯТ ЧРЕЗ ТЪРСЕНЕ.

4. Добавете няколко хора към вашата група

Creat	e New Group	×
F	Groups are great for getting things done and staying just the people you want. Share photos and videos, conversations, make plans and more.	i in touch with have
Name	your group	
Add s	ome people	_
Selec	t privacy Learn more abo	ut group privacy
	Private Only members can see who's in the group and what they post	-
Hide	group	
0	Visible Anyone can find this group	-

Можете да пропуснете тази стъпка, ако не искате да добавяте хора точно сега.

5. Изберете Поверителност

Create New	Group	×
kä,	Groups are great for getting things done and staying just the people you want. Share photos and videos, h conversations, make plans and more.	in touch with have
Name your g	llonb	
Add some p	eople	
Enter names	or email addresses	
Select priva	cy Learn more about	t group privacy
Only me	embers can see who's in the group and what they post	×
Pub Anyo	lic ne can see who's in the group and what they post	
✓	ate members can see who's in the group and what post	
Pin to Short	cuts	Create

Можете да изберете вашата група да бъде публична или частна. За публичните групи всеки може да види кой е в групата и какво публикува. За частни групи само членовете могат да видят кой е в групата и какво публикува.

Частните групи обикновено имат по-добра общност и ангажираност, тъй като има много хора във Facebook, които не искат техните приятели и семейство да виждат коментарите им, направени в публична група.

6. Изберете дали групата да е скрита или не

Hide group				
•	/isible			
√ ()	Visible Anyone can find this group			
Ø	Hidden Only members can find this group			

Видими групи означава, че всеки може да намери групата.

Скрити групи означава, че само членовете могат да намерят групата и хората могат да се присъединят само чрез покана.

Ако искате да развиете голяма Facebook група, препоръчително е да изберете Visible.

7. Кликнете върху Създаване на група



8. Изберете снимка за корицата

Did you Pic	Personalize know that you can a ck one that shows off	e Your Group dd a photo or illustration here? your group's personality.	
	Upload Photo	Choose Photo 🔻	
		Choose From Group Photos	
		Choose From My Photos	
		Choose Illustration	

Можете да качите снимка или да изберете шаблонна илюстрация.

9. Добавете описание

About		
Members		Joined 🗸 🗸 Notifications 🏕 Share 🛛 … More
Events Watch Party		About This Group
Moderate Group		Description
Group Quality		Add a Description
Search this group	Q	Only members can see who's in the group and what they post
Shortcuts		VISIDIE Anyone can find this group
OneUp	15	쁂 General

Добавете повече информация за вашата група тук. За кого е вашата група? Каква е целта на вашата група? Ако имате групови правила, можете да ги добавите и тук.

10. Редактирайте настройките на групата



Веднъж в настройките на групата, ще имате възможност да персонализирате много настройки според вашите предпочитания.

	Group on Facebook
Group Type	General Change
Description	6
	Potential members can see the description unless your group is hidden.
Location	This can help people find your group more easily if they're looking for groups in your area. Add Location
Tags	Write up to 5 tags (ex: soccer)
	Tags help people find groups they might be interested in joining. You can change these at any time. Learn mo
	Tools and features offered by other businesses. Learn More
Apps	Add Apps
Apps Linked Pages	Add Apps Give your business, brand or organization a voice on Facebook and connect with the right people. Learn More Link Your Page Create New Linked Page

Елементи, които можете да промените:

- Име на групата
- Тип група
- Описание
- Местоположение Това може да помогне на хората да намерят вашата група полесно, ако търсят групи във вашия район.
- Етикети Етикети помагат на хората да намерят групи, към които може да им е интересно да се присъединят. Можете да ги промените по всяко време.
- Приложения Инструменти и функции, предлагани от други фирми.
- Свързани страници дайте глас на вашия бизнес, марка или организация във Facebook и се свържете с правилните хора.
- Цвят
- Уеб адрес Персонализирайте информацията за контакт на вашата група, за да можете бързо да споделите връзка към вашата група.
- Настройките за поверителност
- Скриване на групата
- Баджове Позволете на членовете да печелят баджове, за да насърчат участието.
- Публикувайте теми Организирайте публикации, като добавяте подходящи теми към тях
- Предварителни одобрения за членство Искате ли да позволите на всеки да добавя членове или само вие трябва да можете?
- Заявки за членство Научете повече за хората, които искат да се присъединят към вашата група, като им зададете някои въпроси. Можете да зададете до 3 въпроса и само администраторите и модераторите ще видят отговорите.
- Заявки за членство от страници
- Разрешения за публикуване Тук можете да решите дали само администраторите могат да публикуват или членовете могат също
- Одобрение на публикация можете да изисквате всички публикации да бъдат одобрени от администратор, преди да бъдат пуснати на живо
- Сигнали за ключови думи Сигналите за ключови думи ви казват, когато членовете използват определени думи или фрази във вашата група.

След като сте готови, кликнете върху "Запазване".

11. Добавете членове

Сега вашата група се нуждае от няколко членове. Добавете няколко приятели, които смятате, че може да са заинтересовани да се присъединят към вашата група.

12. Създайте общност и насърчете ангажираността

Всички добри Facebook групи изискват администратор, който добавя стойност към групата и започва добри дискусии. Останете активни в групата и публикувайте често, тъй като групата се разраства.

Facebook обича да популяризира активните групи, така че ако искате повече хора да намерят вашата група, създавайте нова публикация поне няколко пъти седмично.



Работен лист № 3 Как да създадете Facebook страница?

- 1. Регистрирайте се
- 2. Добавяне на снимки
- 3. Създайте вашето потребителско име
- 4. Добавете вашите бизнес подробности
- 5. Създайте първата си публикация
- 6. Поканете публиката си!

ЗАБЕЛЕЖКИ:

	•••••
	•••••
•••••••••••••••••••••••••••••••••••••••	•••••
	•••••
	•••••
	•••••
•••••••••••••••••••••••••••••••••••••••	•••••

Стъпка 1: Регистрирайте се

Посетете страницата "Създаване на акаунт"

(https://www.facebook.com/pages/create). След това Facebook ще ви даде възможност да изберете типа страница, която искате да създадете: бизнес и марка или общност и публична личност. Тъй като настройваме акаунта за бизнес цели, продължете и кликнете върху бутона "Започнете" за тази опция.



Следващата стъпка е въвеждане на вашата бизнес информация. Въведете името на вашия бизнес или името, което хората най-вероятно ще използват, за да търсят вашия бизнес.

Под категория въведете една или две думи, които най-добре описват вашата компания и Facebook ще ви предостави няколко предложения. Изберете опцията, която най-добре описва вашия бизнес и тази, която е най-вероятно клиентите да търсят. Можете да добавите още категории покъсно, което ще покажем в следващите стъпки.

re	eate a Page
nn	ect your business, yourself or your cause to the worldwide commu
в	usiness or Brand
P	age name
	Sally's Nail Studio
С	ategory
	Nail salon
ŀ	Nail Salon Local Service
L	Shopping & Retail
	Sports & Recreation
	Real Estate
	Legal
	Destaurant

изберете вашата бизнес категория, ще бъдете помолени да попълните допълнителна информация, като вашия адрес и телефонен номер. Имате избор да запазите тази информация поверителна, за да я вижда само вашият регион, или да я направите публична, за да я виждат всички. След като сте доволни от това, което сте попълнили, кликнете върху "Продължи".

Стъпка 2: Добавете снимки

Сега ще трябва да добавите профил и корична снимка за страницата си във Facebook. Вашата профилна снимка ще бъде визуално представяне на вашата марка, така че не забравяйте да изберете снимка, която е в съответствие с вашата марка и е лесно разпознаваема за вашия бизнес.

Вашата профилна снимка може да бъде логото на вашата компания или, ако нямате лого, популярно изображение, което е свързано с вашата компания. Вашата профилна снимка се показва в горния ляв ъгъл на страницата ви във Facebook и е изрязана в кръг, така че се уверете, че не оставяте важни подробности в ъглите.

Изображението на вашия профил ще бъде 170 х 170 пиксела на настолен компютър и 128 х 128 пиксела на мобилно устройство, така че изберете изображение, което е по-голямо от това, за да не загуби качество при качване. След като сте доволни от снимката, която сте избрали, кликнете върху "Качване на профилна снимка". Заглавната снимка заема повече място на вашата Facebook страница, така че е по-забележима за някой, който се намира на вашата страница. Това трябва да е изображение, което улавя същността на вашата марка и грабва вниманието на потребителя. Качва се с 820 х 312 пиксела на десктоп и 640 х 360 на мобилно устройство. Отново, след като сте доволни от вашето изображение, кликнете върху "Качване на снимка на корицата".



Ето го, току-що направихте своя бизнес страница във Facebook. Разбира се, това е само скелетът на вашата страница и трябва да се добави много към нея, преди да я споделите с бъдещи клиенти и клиенти. Не се притеснявайте, на този етап вашата страница е само с предварителен изглед, така че никой друг не може да я види, докато страницата не стане публична.

Стъпка 3: Създайте вашето потребителско име

Вашето потребителско име е начинът, по който хората ви намират във Facebook, така че е важно да го направите възможно най-просто и очевидно. Обикновено най-доброто е името на вашия бизнес или негов близък вариант. Започнете, като кликнете върху "Създаване на страница @потребителско име" в лявото меню, за да създадете вашето потребителско име.

Create Page Username	×
It's easier for people to find your Page in sea username. Pages with usernames can also c quickly visit and message them.	rch when it has a unique reate custom URLs that let people
Surgers Paper Doucket	
Username	16 / 50
Contraction de	~
Need help? Get tips on choosing a username.	
	Cancel Create Username

След като въведете вашето потребителско име, щракнете върху "Създаване на потребителско име" за да го направя. Ще се появи поле, показващо връзките, които хората могат да използват, за да се свържат с вашия бизнес във Facebook и Messenger.

You	're all set!
The username	has been created for
It's now easier for peop People can also visit you and send your Page me	ple to find your Page in search. ur Page at fb.me/ ssages at m.me/

Стъпка 4: Добавете вашите бизнес детайли

Вашата Facebook страница обикновено е първото място, където вашите клиенти ще дойдат, за да получат необходимата им информация за вашия бизнес. Започнете да попълвате данните за вашия бизнес, като кликнете върху "Редактиране на информация за страницата" в горното меню. Можете да попълните цялата си важна бизнес информация, която искате да споделите с клиентите си.



Това трябва да е кратко описание на вашия бизнес, което ще се появи в резултатите от търсенето. Уверете се, че сте кратки и прости. Тук можете да добавите допълнителни категории (от стъпка 1), за да сте сигурни, че вашата страница достига до всички правилни хора.

След това ще искате да попълните цялата допълнителна информация за вашия бизнес:

- Информация за връзка
- Местоположения
- Работно време
- Всякаква допълнителна информация

Кликнете върху "Запазване на промените", за да се уверите, че информацията Ви се запазва на страницата Ви, докато продължавате.

Стъпка 5: Създайте първата си публикация

Преди да започнете да каните хора да харесат страницата Ви във Facebook, важно е там да имате ценно и четливо съдържание. Първата публикация, която вашите клиенти ще видят, ще зададе тона и темата на вашата бизнес страница във Facebook и това, което вашата компания може да предложи, така че се уверете, че е завладяваща, която ще накара читателите да искат да се върнат на вашата страница.

Стъпка 6: Поканете публиката си!

Честито! Вече сте горд собственик на бизнес страница във Facebook. Сега можете да започнете да каните съществуващите си приятели във Facebook да харесат страницата Ви.



ЗАДАЧИ ЗА FACEBOOK:

ТЕКСТ ЗА ОБУЧИТЕЛЯ:

Уважаеми възрастни обучаеми, за да усвоите по-добре новите знания за Facebook, трябва да изпълните следните задачи:

- 1. Настройте Facebook акаунт.
- 2. Качете снимката си във вашия Facebook акаунт.
- 3. Напишете публикация във Facebook.
- 4. Добавете нови връзки във Facebook.
- 5. Създайте Facebook страница.
- 6. Поканете приятели да следват страницата ви във Facebook
- 7. Поканете приятели да се присъединят към вашата Facebook група
- 8. Разговаряйте с приятел във Facebook messenger.
- 9. Присъединете се към Facebook група.
- 10. Абонирайте се за Facebook страница.
- 11. Напишете коментар за публикация във Facebook.



Какво е Instagram?

Instagram е безплатно приложение за споделяне на снимки и видео, достъпно за iPhone и Android. Хората могат да качват снимки или видеоклипове в нашата услуга и да ги споделят със своите последователи или с избрана група приятели. Те също могат да преглеждат, коментират и харесват публикации, споделени от техните приятели в Instagram. Всеки на 13 и повече години може да създаде акаунт, като регистрира имейл адрес и избере потребителско име.

КАК ДА СЪЗДАДЕТЕ АКАУНТ В INSTAGRAM?

ИМА ТРИ ВАРИАНТА:

- ПРИЛОЖЕНИЕ INSTAGRAM ЗА ANDROID И IPHONE;
- INSTAGRAM.COM ЗА КОМПЮТЪР;
- INSTAGRAM.COM ОТ МОБИЛЕН БРАУЗЪР.



Приложение Instagram за Android и iPhone

- 1. Изтеглете приложението Instagram от App Store (iPhone) или Google Play Store (Android).
- 2. След като приложението е инсталирано, докоснете, 🞯 за да го отворите.
- 3. Докоснете Регистрирайте се с имейл или телефонен номер (Android) или Създайте нов акаунт (iPhone), след това въведете своя имейл адрес или телефонен номер (за който ще е необходим код за потвърждение) и докоснете Напред. Можете също да докоснете Вход с Facebook, за да се регистрирате с вашия Facebook акаунт.
- 4. Ако се регистрирате с вашия имейл или телефонен номер, създайте потребителско име и парола, попълнете информацията за вашия профил и след това докоснете Напред. Ако се регистрирате във Facebook, ще бъдете подканени да влезете във вашия акаунт във Facebook, ако в момента сте излезли.

ЗАБЕЛЕЖКИ:

Instagram.com за компютър

- 1. Отидете на instagram.com.
- 2. Кликнете върху Регистрация, въведете своя имейл адрес, създайте потребителско име и парола или кликнете върху Вход с Facebook, за да се регистрирате с вашия акаунт във Facebook.
- 3. Ако се регистрирате с имейл, кликнете върху Регистрация . Ако се регистрирате във Facebook, ще бъдете подканени да влезете във вашия акаунт във Facebook, ако в момента сте излезли.

ЗАБЕЛЕЖКИ:

Instagram.com от мобилен браузър

Ако се регистрирате с имейл, уверете се, че сте въвели имейл адреса си правилно и изберете имейл адрес, до който само вие имате достъп. Ако излезете и забравите паролата си, ще трябва да имате достъп до имейла си, за да влезете отново в акаунта си в Instagram.

Имайте предвид, че ако сте създали своя акаунт наскоро, хората в Instagram може да видят, че имате нов акаунт.

ЗАБЕЛЕЖКИ:

 ••
 •••
 •••
••
 •••

ЗАДАЧИ ЗА INSTAGRAM:

ТЕКСТ ЗА ОБУЧИТЕЛЯ:

Уважаеми възрастни обучаеми, за да придобиете по-добре новите знания за Instagram, трябва да изпълните следните задачи:

- 1. Настройте акаунт в Instagram.
- 2. Качете снимката си във вашия Instagram акаунт.
- 3. Напишете публикация в Instagram.
- 4. Добавете нови връзки в Instagram.
- 5.Чат с връзка в Instagram.



Какво e LinkedIn?

LinkedIn е най-голямата в света професионална мрежа в интернет. Можете да използвате LinkedIn, за да намерите подходящата работа или стаж, да свържете и укрепите професионалните взаимоотношения и да научите уменията, от които се нуждаете, за да успеете в кариерата си. Можете да получите достъп до LinkedIn от настолен компютър, мобилно приложение LinkedIn, мобилно уеб изживяване или мобилното приложение LinkedIn Lite за Android.

Пълният профил в LinkedIn може да Ви помогне да се свържете с възможности, като демонстрирате вашата уникална професионална история чрез опит, умения и образование.

Можете също да използвате LinkedIn, за да организирате офлайн събития, да се присъедините към групи, да пишете статии, да публикувате снимки и видеоклипове и др.

Защо да се присъедините към LinkedIn?

LinkedIn е платформа за всеки, който иска да напредне в кариерата си. Това може да включва хора от различни професионални среди, като собственици на малък бизнес, студенти и търсещи работа. Членовете на LinkedIn могат да използват LinkedIn, за да се докоснат до мрежа от професионалисти, компании и групи в и извън тяхната индустрия.



Как да създадете акаунт в LinkedIn?

Първо отворете вашия уеб браузър и въведете linkedin.com в адресната лента. Трябва да видите нещо подобно:

Linked in	Email		Password	Sign in
			Forgot password?	-
	Be grea Get	at at what you do started - it's free.		
	Last name		- 2	F
	Email			
	Password (6 or more c By clicking Join now, yo Privace	haracters) ou agree to LinkedIn's User A Policy, and Cookie Policy	greement.	
all a		Join now	- 7	
Find a colleague:	First name	Last name	Sea	irch
Linkedin member directory			V X Y Z More Browse by	country -

Регистрирайте се за LinkedIn: Първи стъпки

За да се регистрирате в LinkedIn, ще трябва да въведете следните данни:

- Първо име
- Фамилия
- Имейл адрес
- Парола с шест или повече знака.

Как да създадете акаунт в LinkedIn?

Ще използвате своя имейл адрес и парола, за да влезете в LinkedIn. LinkedIn ще използва вашия имейл адрес, за да потвърди акаунта Ви по време на процеса на регистрация и ще Ви изпрати известия и други съобщения по-късно.

Имейл адресът, използван за регистрация в LinkedIn, ще стане част от вашия профил в LinkedIn. Въпреки че е възможно да го промените по всяко време, можете да опростите нещата, като използвате професионален имейл адрес сега. Вероятно не бихте искали да поставите "doglover91@aol.com" в автобиографията си, така че има смисъл да го държите извън профила си в LinkedIn.

Ами ако нямате подходящ за бизнеса имейл адрес или не искате да използвате имейл домейна на вашия работодател? Помислете за създаване на безплатен акаунт в Gmail на gmail.com.

Въведете необходимите данни в съответните полета и кликнете върху връзката Присъединете се сега. Ще бъдете отведени до формуляр с искане за основна информация:

Country *	
United Dates	~
ZIP code (e.g. 94043) *	
Job title 🙏	
Job title 🐮 Company 📩	
Job title 🐮 Company 📩	
ob title *	

Как да създадете акаунт в LinkedIn?

Вашият профил в LinkedIn е ключов за всичко, което правите на уебсайта. Без профил не можете да правите връзки, да търсите работа или да се присъединявате към групи.

Поради тази причина LinkedIn иска да започне да попълва информация във вашия профил веднага. Въведете вашата държава, пощенски код, длъжност, компания и индустрия. LinkedIn ще използва тази информация, за да предложи потенциални работодатели, хора, с които да се свържете, и есета от лидери във вашата индустрия или област.

След като въведете необходимата информация, кликнете върху Създайте своя профил и ще бъдете попитани за какво възнамерявате да използвате LinkedIn:

Wha We'll u	at's the main thing you want to do use this info to personalize your experience. (Don't wor	with LinkedIn? rry, we'll keep it private.)
	Stay up-to-date with my industry	>
	Keep in touch with my contacts	>
	Build my professional network	>
	Find a job	>
	Not sure yet. I'm open!	>

Ако не знаете за какво искате да използвате LinkedIn. Така че трябва да изберете Още не съм сигурен.

Следващата стъпка включва импортиране на вашата имейл адресна книга. Това ще Ви позволи да намерите някои от професионалистите, които вече познавате в LinkedIn, без да е необходимо да ги търсите.

Съгласно политиката за поверителност на социалната медийна мрежа, LinkedIn ще използва само данните във вашата адресна книга, за да управлява и използва вашите контакти, които са членове на LinkedIn. LinkedIn ще ви помогне да развиете мрежата си, като предложи професионалисти, които може да познавате, но все още не сте свързани с уебсайта.

Забележка : Можете да премахнете качените адресни данни, когато пожелаете. Въпреки това, тъй като свързването с адресна книга не е необходимо за регистрация — и ако нямате адресна книга — трябва да кликнете върху Пропускане.

Как да създадете акаунт в LinkedIn?

На този етап трябва да потвърдите своя имейл акаунт, за да продължите. LinkedIn Ви изпрати имейл за потвърждение на адреса, който сте въвели при започване на процеса на регистрация. След като получите този имейл и кликнете върху връзката за потвърждение, ще се окажете на екран, който изглежда така:



Ако търсите нова работа или мислите, че може да искате да го направите в бъдеще, можете да изберете компании, които Ви интересуват на тази страница. Ако не планирате търсене на работа — или не виждате компании, които намирате за привлекателни — можете да кликнете върху Пропусни.

В този момент алгоритмите на LinkedIn се включват и предлагат работни места, които може да са подходящи:



Как да създадете акаунт в LinkedIn?

Ако искате да виждате актуализации на вашата мрежова емисия на началната страница, когато компании публикуват подобни работни места, можете да изберете няколко, които да следвате. В противен случай изберете *Пропускане* и продължете напред. След като бъдете подканени да изпробвате мобилните приложения на LinkedIn, сте готови!

Регистрацията в LinkedIn е завършена: Сега какво?

Честито! Регистрирахте се успешно за Linkedin. Можете да започнете да се свързвате с други професионалисти, да се присъединявате към групи, да участвате в дискусии, да търсите работа, да публикувате актуализации, да качвате снимки и презентации и др.

Първо отделете няколко минути, за да попълните останалата част от основната информация в профила си. Мислете за това като за обличане: не бихте излезли от къщата без дрехите и обувките си, нали? Нито трябва да започвате пътуването си в LinkedIn с гол профил:



Как да се присъедините към групи в LinkedIn

Можете да се присъедините към група в LinkedIn, като кликнете върху "Заявка за присъединяване" на началната страница или страницата на профила на групата.



Вашата заявка отива директно до Администраторите на групата, които оценяват годността Ви за групата.

Ако връзка Ви покани да се присъедините към група, просто кликне върху "Приемам" върху поканата от входящата Ви кутия или екрана с известия, точно както бихте направили при стандартна заявка за връзка.

Къде са моите групи в LinkedIn?

Можете да намерите групите, към които принадлежите, като кликнете върху мрежата "Работа" на лентата за навигация или посетите linkedin.com/groups.



Как да се присъедините към групи в LinkedIn

Групите на LinkedIn оказват влияние върху външния вид на вашия LinkedIn профил по няколко начина.

Както споменахме, хората, които гледат Групи, могат да видят кои от техните връзки вече са членове. Както се вижда в примера по-долу.

	9 A	2	99	+10
his group	Report Friday,	100,100	and 15 other	connections are in

Освен това секцията "Интереси" в долната част на вашия профил показва вашите интереси, което включва членството Ви в група.

Interest	ts	×
Compan	Groups Schools	
10	1,707 members	
	Z.440 members	
des.	1,981,815 members	

Ако сте били в LinkedIn за известно време, може да имате някои остарели или неактивни членства в група. Можете да управлявате това, което се показва във вашия профил, като напуснете групи, които вече не Ви интересуват.

Искате ли да продължите да получавате съобщения от определени групи, но не искате те да се показват в профила ви? Има функция за това.

На страницата, в която са изброени всички ваши връзки с групата, кликнете върху трите точки вдясно от който и да е списък с групи и изберете "Актуализиране на вашите настройки".

350 members	
	o ^O Copy link to group
3,745 members	Update your setting
	C+ Leave this group
1,411 members	A second s

Settings for Group	
Messaging Choose whether group members in your extended network can message you. Yes	
Display group on profile This is a standard group. Choose whether this group will appear on your profile for non group members. Learn more No	

След като стигнете до тази страница, превключете "Показване на група в профила" на "Не", което запазва членството ви, но го скрива от секцията "Интереси" на вашия профил.

Това гарантира, че само други членове или хора, търсещи директно тази група, могат потенциално да видят вашата принадлежност.

Скритите групи, от друга страна, не могат да се търсят публично и няма да се показват във вашия профил, освен за други членове на групата. Потенциалните членове могат да виждат или имат достъп до групата само след като получат покана от настоящ член или администратор.



Тази стъпка отнема само няколко кликвания и е възможна от всеки профил в LinkedIn . За да създадете група в LinkedIn, просто

- Кликнете върху раздела "групи", наличен в лявата колона на вашата начална страница
- След това кликнете върху бутона "Създаване на група" и
- Попълнете информация като име на групата, описание, сектор и накрая правилата

Когато създавате група в LinkedIn, можете да изберете правилата за видимост, свързани с вашата група. Чрез активиране на бутона "излъчване" групата ще се показва при търсене или ще се вижда директно от профила на членовете. Ако, от друга страна, изберете да активирате бутона "не е в списъка", групата няма да се показва в търсенията или от профила на членовете на групата. С други думи, вашата група ще бъде скрита.

От Вас също зависи да управлявате разрешенията на записите в групата. Например

- Като деактивирате опцията "разрешаване на членовете да канят своите контакти", това означава, че само администраторите могат да добавят членове. Последният може да добавя само контакти от първо ниво от съответната им мрежа.
- Ако бутонът "изискване на администраторите да преглеждат публикациите" е активиран, всяка публикация ще трябва да бъде одобрена или не в рамките на 14 дни.



Как да създадете фирмена страница в LinkedIn?



Намерете връзката за създаване на фирмена страница в LinkedIn под Работа в дясната страна на горната лента с менюта и в долната част на менюто. Обърнете внимание, че понастоящем фирмените страници в LinkedIn могат да се създават само на работния плот, а не на мобилното им приложение. За щастие процесът на създаване на фирмена страница в LinkedIn е супер лесен, след като намерите правилната връзка. След като го намерите, следвайте тези стъпки.

Как да създадете фирмена страница в LinkedIn?

СТЪПКА 1: ИЗБЕРЕТЕ КАТЕГОРИЯ НА ВАШАТА ФИРМЕНА СТРАНИЦА



След като кликнете върху връзката, ще трябва да изберете категория за вашата фирмена страница в LinkedIn. Изборът на правилната категория помага на LinkedIn да попълни правилните опции за вашата компания. Те предлагат четири основни категории фирмени страници на LinkedIn.

- Малък бизнес (по-малко от 200 служители): Обикновено това са магазини за мама и поп или доставчици на професионални услуги с едно местоположение или може би няколко по-малки в конкретна географска област.
- Среден до голям бизнес (повече от 200 служители): Тук имате много голям набор от размери на компании. Това могат да бъдат малки регионални вериги до мултинационални корпорации. Интересно е, че няма по-подробни класификации по размер.
- Показваща страница това са подстраници, свързани с текуща фирмена страница и следователно извън обхвата на тази публикация, но процесът е по-лесен, тъй като са необходими по-малко подробности за демонстрационна страница, тъй като те вече са включени във вашата фирмена страница.
- Образователна институция: LinkedIn класифицира образователната институция като обхващаща институции за обучение за всяка възраст, ниво на способности или тип. С други думи, това може да е предучилищна градина, основно училище, център за професионално обучение, колеж или нещо друго, където се преподава.

Процесът за всяка от страниците е доста подобен, но ще използваме малки предприятия като пример за тази публикация в блога. Това е така, защото категорията малък бизнес е лесна за разбиране, а другите категории се основават на този тип. След като изберете вашата категория, ще можете да настроите и стартирате страницата си на следващия екран, където ще трябва да следвате следващите стъпки.

Как да създадете фирмена страница в LinkedIn?

СТЪПКА 2: ЗАДАЙТЕ САМОЛИЧНОСТТА НА ВАШАТА СТРАНИЦА

Let's get started with a few details about yo	our small business.						
* indicates required							
Page identity		Page previe	we				
Name*				Compo			
				Industry	ny name		
Linkedin public URL* @			8	Tagline			
linkedin.com/company/							
Website							
Begin with http:// or https:// or www.							
This is a link to your external website.							
Company details							
Industry*							

След това искате да кажете на LinkedIn коя компания искате да идентифицирате. Това са полета, които ще се покажат на завършената страница, така че е важно да сте сигурни, че всичко е точно и коригирано. Първо, включете името на компанията. Това може да бъде "правене на бизнес като (DBA)" или всяко дъщерно дружество на по-голяма компания. Важното е името на компанията да е това, по което хората ще Ви разпознаят.

След това задавате URL адреса на фирмената страница. В този случай Вие правите персонализиран URL адрес на LinkedIn, който е подобен на тези, достъпни за отделни лица. Обикновено искате да използвате лесно разпознаваема версия на името на вашата компания. Все пак може да се наложи да проявите малко креативност, ако други компании имат подобни имена и вече са заявили URL адрес.

Накрая трябва да добавите URL адреса на уебсайта на компанията. Поради честотата, с която се променят целевите страници, не използвайте такава за това поле. Вместо това използвайте началната си страница за показвания адрес. Винаги можете да използвате целеви страници в публикации в LinkedIn или друго съдържание. Как да създадете фирмена страница в LinkedIn?

СТЪПКА 3: ВЪВЕДЕТЕ ДАННИТЕ ЗА ВАШАТА КОМПАНИЯ



Друг важен аспект от това как да създадете фирмена страница в LinkedIn е овладяването на подробностите за компанията. Тук LinkedIn иска да "сортира" вашия бизнес в правилната категория: Какъв вид услуги предоставяте, колко голям е бизнесът и какъв вид компания? Тази информация е полезна и за потенциални клиенти и търсещи работа, особено ако имат предпочитания като размера на компанията.

В LinkedIn полетата, които се попълват, са индустрия, размер на компанията и тип компания. Индустрията се обяснява сама: ако поправяте автомобили или ако ги продавате, вие сте в автомобилната индустрия. Индивидуален автосервиз обаче може да има 20 служители и едно местоположение, докато много автокъщи са в корпорации с множество локации и може да отговарят на определението за "среден" за LinkedIn. Въпреки това можете да получите по-конкретни данни за размера на компанията, ако искате.

И накрая, има тип компания. Това не е толкова очевидно предварително, колкото другите две категории, но част от това как да създадете фирмена страница в LinkedIn е правилното посочване на вашия тип компания. За малкия бизнес това често е LLC или партньорство. По-големите компании обикновено са корпорации. Така че изберете този, който е най-подходящ за вашия бизнес.

Как да създадете фирмена страница в LinkedIn?



СТЪПКА 4: ПОПУЛЯРИЗИРАЙТЕ ВАШАТА МАРКА

След като приключите с основите, е време да добавите вашата марка към страницата на компанията в LinkedIn. Първата Ви задача е да добавите лого. Това трябва да бъде качено във форматите, приети в момента от LinkedIn, често jpeg. Като правило размерът 300×300 се препоръчва за повечето лога. По този начин вашето лого ще изглежда най-добре. След като логото бъде качено, добавете слогана или мотото на вашата компания. Правейки това, Вие едновременно ще популяризирате вашата марка и ще кажете на хората какво представлява вашата компания.

ЗАДАЧИ ЗА LINKEDIN:

ТЕКСТ ЗА ОБУЧИТЕЛЯ:

Уважаеми възрастни обучаеми, за да придобиете по-добре новите знания за LinkedIn, трябва да изпълните следните задачи:

- 1. Настройте акаунт в LinkedIn.
- 2. Качете снимката си във вашия акаунт в LinkedIn.
- 3. Напишете публикация в LinkedIn.
- 4. Добавете нови връзки в LinkedIn.
- 5. Създайте група във Facebook.
- 6. Чат с връзка в LinkedIn.



IV Край на семинара [20 мин.]

Фасилитаторът кара участниците да седнат в кръг и всеки да отговори на въпрос:

- Какво Ви хареса най-много в днешните работилници?
- Какво ще вземеш за себе си?
- Какво Ви изненада най-много и привлече вниманието ви?
- Как Ви повлияха работилниците?
- Какви неща ще промените в поведението си?

След като участниците приключат изказването си, фасилитаторът би искал да им благодари за участието им в работилниците и учителят ще Ви помоли да попълните оценъчни въпросници.

След попълване на въпросниците учителят ще раздаде дипломите.







АСЕРТИВЕН ОТКАЗ В ПРАКТИКАТА, ИЗРАЗЯВАНЕ НА ТРУДНИ ЕМОЦИИ И ПРИЕМАНЕ НА КРИТИКАТА

УВАЖАЕМИ УЧАСТНИКО,

НАДЯВАМЕ СЕ, ЧЕ РАБОТНИЛНИЦАТА Е БИЛА ИНТЕРЕСНА ЗА ВАС И МОЖЕ ДА ВИ НАУЧИ НА МНОГО ИНТЕРЕСНИ НЕЩА. БИХМЕ ИСКАЛИ ДА ПОЛУЧИМ ОБРАТНА ВРЪЗКА ОТ ВАС, ТАКА ЧЕ ЩЕ ВИ БЪДЕМ МНОГО БЛАГОДАРНИ ЗА ВАШЕТО ВРЕМЕ И ЗА ПОПЪЛВАНЕТО НА ВЪПРОСНИКА по-долу.

ВЪПРОСНИКЪТ Е АНОНИМЕН.

1.РАБОТИЛНИЦИТЕ ПОЗВОЛИХА ЛИ ВИ ДА ПОЛУЧИТЕ ОТГОВОРИ HA ВЪПРОСИТЕ, КОИТО СА ВЪЗНИКНАЛИ В ЖИВОТА ВИ?

ПО-СКОРО НЕ

п категорично да по-скоро да

2. СЕМИНАРЪТ ПРЕДОСТАВИ ЛИ ВИ ПОЛЕЗНИ СЪВЕТИ И ТЕХНИКИ ЗА СЪЗДАВАНЕ НА АКАУНТИ В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ, СЪЗДАВАНЕ НА ГРУПИ И СОЦИАЛНИ ФЕН СТРАНИЦИ?

КАТЕГОРИЧНО ДА ПО-СКОРО ДА ПО-СКОРО НЕ

КАТЕГОРИЧНО НЕ

П КАТЕГОРИЧНО НЕ

3. РАБОТИЛНИЦИТЕ ЛИ ВИ ПРЕДОСТАВИХА ПОЛЕЗНИ СЪВЕТИ, КОИТО МОЖЕ ДА ВИ ПОМОГНАТ ДА ПРЕВЪЗМОГНЕТЕ СЦЕНИЧНАТА ТРЕСКА, СВЪРЗАНА С КОНТАКТИТЕ ВИ С ГРУПАТА?

КАТЕГОРИЧНО ДА	ПО-СКОРО ДА	ПО-СКОРО НЕ	КАТЕГОРИЧНО НЕ

4. КОЯ ЧАСТ ОТ РАБОТИЛНИЦАТА ВИ ХАРЕСА НАЙ-МНОГО И ЗАЩО?

5. ИСКАТЕ ЛИ ДА УЧАСТВАТЕ В ДРУГИ ТЕМАТИЧНИ РАБОТИЛНИЦИ?

ДA HE П



6. АКО ДА, МОЛЯ, ИЗБРОЙТЕ ТЕМИТЕ, КОИТО ЩЕ ПРЕДСТАВЛЯВАТ ИНТЕРЕС ЗА ВАС.

.....

.....

7. СПОДЕЛЕТЕ ВАШИТЕ РАЗМИСЛИ И КОМЕНТАРИ

.....

.....

БЛАГОДАРЯ ВИ ЗА ВАШИЯ ПРИНОС.



СЕРТИФИКАТ

ПОТВЪРЖДАВА СЕ, ЧЕ

(ТРИ ИМЕНА)

ВЗЕ УЧАСТИЕ В РАБОТИЛНИЦАТА "СЪЗДАВАНЕ НА АКАУНТИ В СОЦИАЛНИ МЕДИИ, СЪЗДАВАНЕ НА ГРУПИ И СОЦИАЛНИ ФЕН СТРАНИЦИ"

РАЗВИВАЙТЕ КРЕАТИВНОСТТА СИ ЕРАЗЪМ + ПРОЕКТ С № 2020-1-PL01-KA227-ADU-095783

РЪКОВОДИТЕЛ НА РАБОТИЛНИЦАТА: МЯСТО: ДАТА:



Съфинансирано от Европейския съюз