

100 идей для постов в сообществе ВКонтакте

Гайд будет полезен всем, кто ведёт сообщество ВКонтакте. Поделимся идеями, которые помогут вам разнообразить контент-план, привлечь внимание подписчиков и подготовить интересные посты для них. Если вы недавно начали вести сообщество, советуем начать с материала [«Как создавать продающий контент в сообществе»](#): в нём мы рассказали о типах контента, которые стоит попробовать бизнесу, и поделились примерами для вдохновения. Для удобства мы разделили все идеи на тематические блоки.

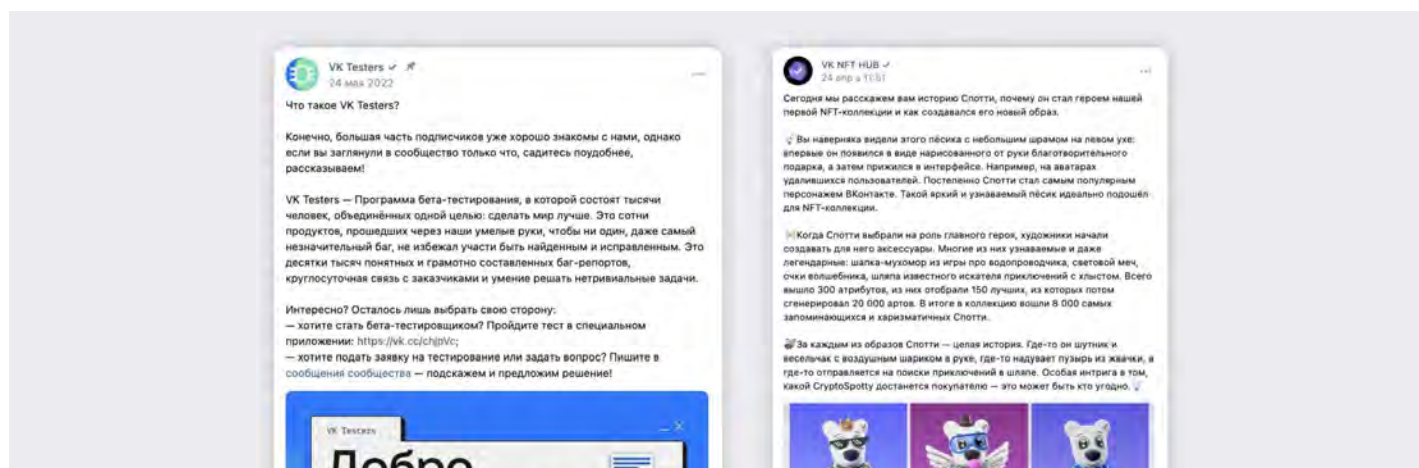
Для знакомства аудитории с компанией

01 Пост-приветствие

В нём можно:

- рассказать о компании, её товарах, услугах, сервисах и так далее;
- написать, чем будете делиться в сообществе;
- разместить полезные ссылки;
- ответить на частые вопросы.

Такую запись лучше закрепить — чтобы её точно не пропустили новые подписчики.

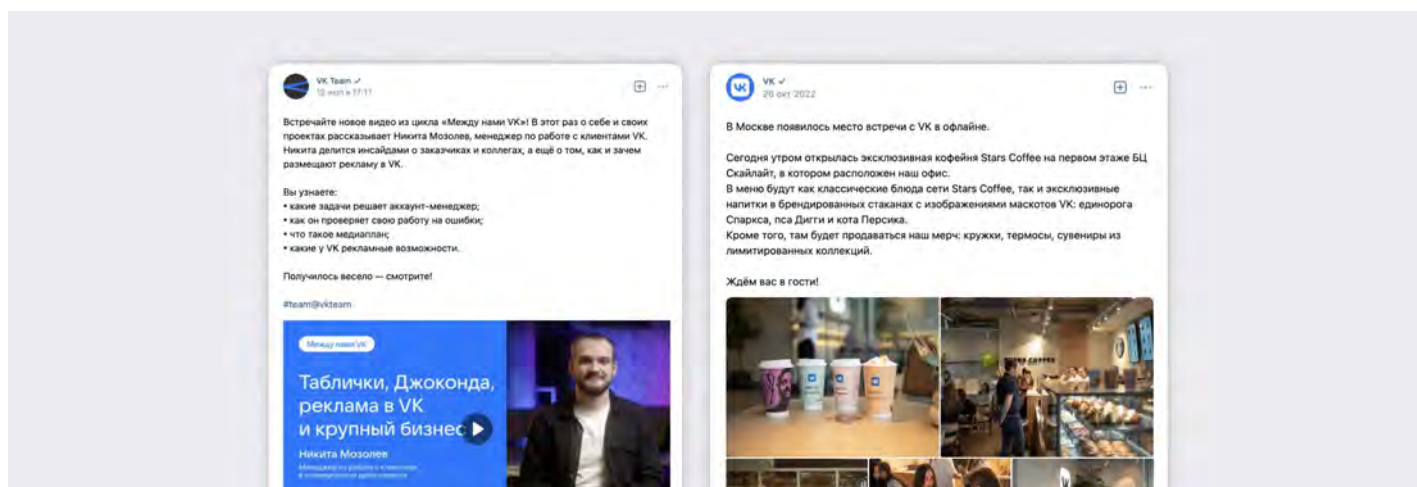


02. Пост с историей

Рассказать историю — это отличный вариант, чтобы стать ближе к пользователям. Например, можно рассказать, как вы:

- создавали свои товары;
- разрабатывали игру, приложение, сайт;
- придумывали mascota (персонажа-талисмана, который олицетворяет компанию).

Расскажите о своих достижениях и трудностях, с которыми столкнулись, поделитесь интересными и забавными фактами.



03. Познакомьте подписчиков с командой.

Например, с помощью интервью. Ваши коллеги могут не только рассказать о себе и рабочих задачах, но и поделиться полезными советами.

04. Расскажите о своём рабочем месте, магазине, кафе и так далее.

Например, этот вариант отлично подойдёт для:

- Частных мастеров, которые продают товары ручной работы. Можно показать своё рабочее место и рассказать о творческом процессе, показать, с какой заботой и любовью вы делаете свои товары.
- Магазинов, кафе, ресторанов. Словом, для любого места, где всегда рады гостям и клиентам. Подготовьте качественные видео и фотографии, чтобы показать, что у вас уютно, красиво и просто классно.

Для привлечения внимания к компании, её товарам или услугам

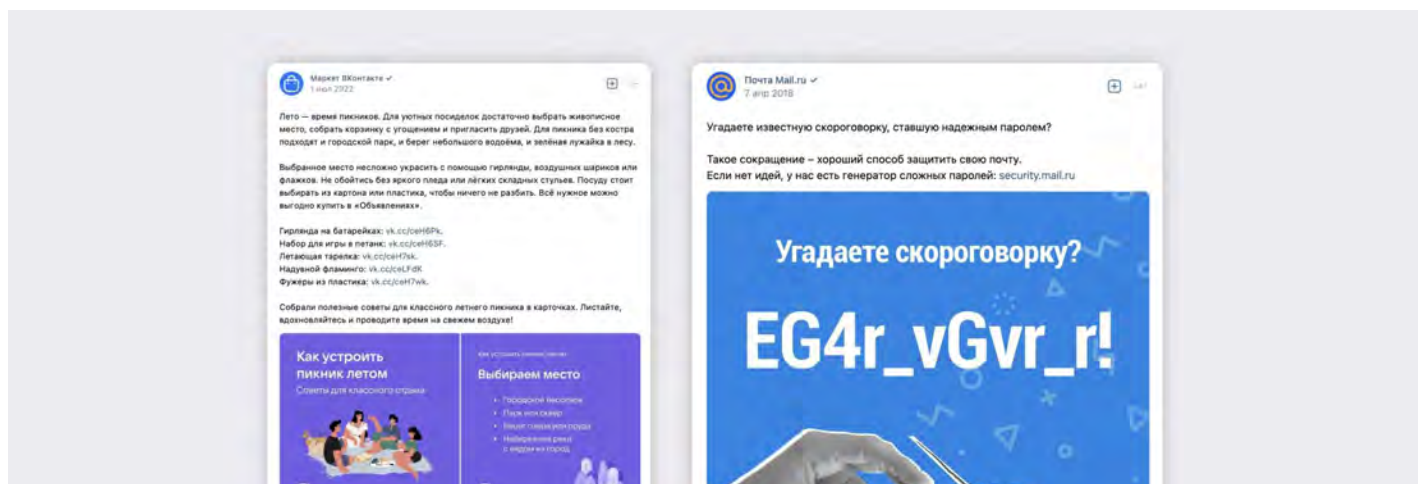
Если у вас есть Магазин ВКонтакте, предлагаем прочитать гайд [«Оформление карточек товаров и услуг: советы продавцам»](#). В нём мы рассказали, как привлечь внимание покупателей к вашему Магазину и его ассортименту.

05 Совмещайте полезный контент с продающим.

Например, если делитесь с подписчиками полезными советами, подумайте, как ненавязчиво и к месту упомянуть в тексте ваши товары или услуги.

06 Рассказывайте о ваших предложениях в интересном формате:

например, в виде викторин или загадок.



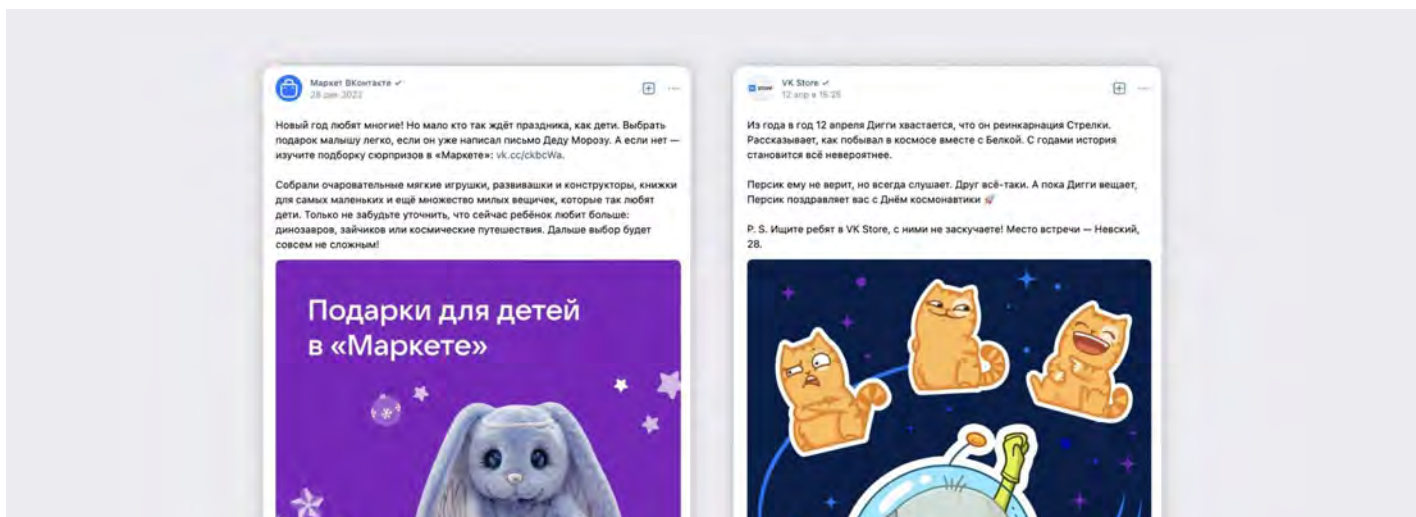
07 Делитесь обновлениями.

Например:

- рассказывайте, какие новые возможности появились в ваших сервисах или приложениях;
- презентуйте новые товары или услуги.

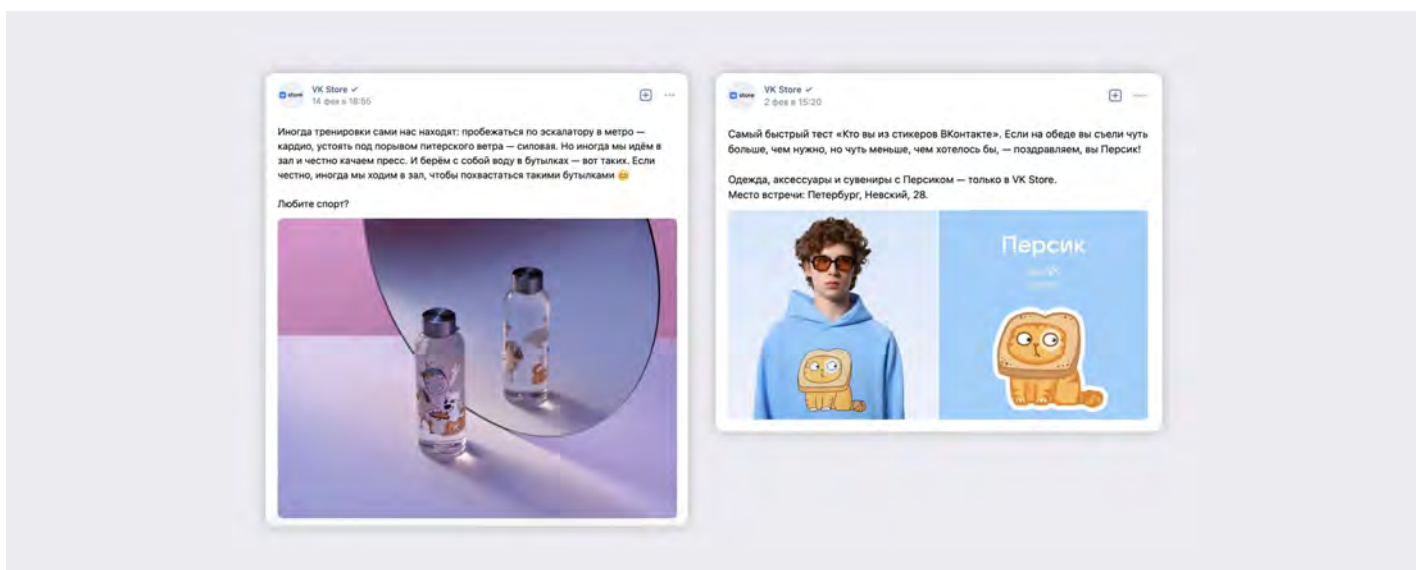
08 Используйте инфоповоды, чтобы напомнить людям о своих товарах или услугах.

Особенно актуально использовать этот совет в праздники, когда все в поиске подарков.



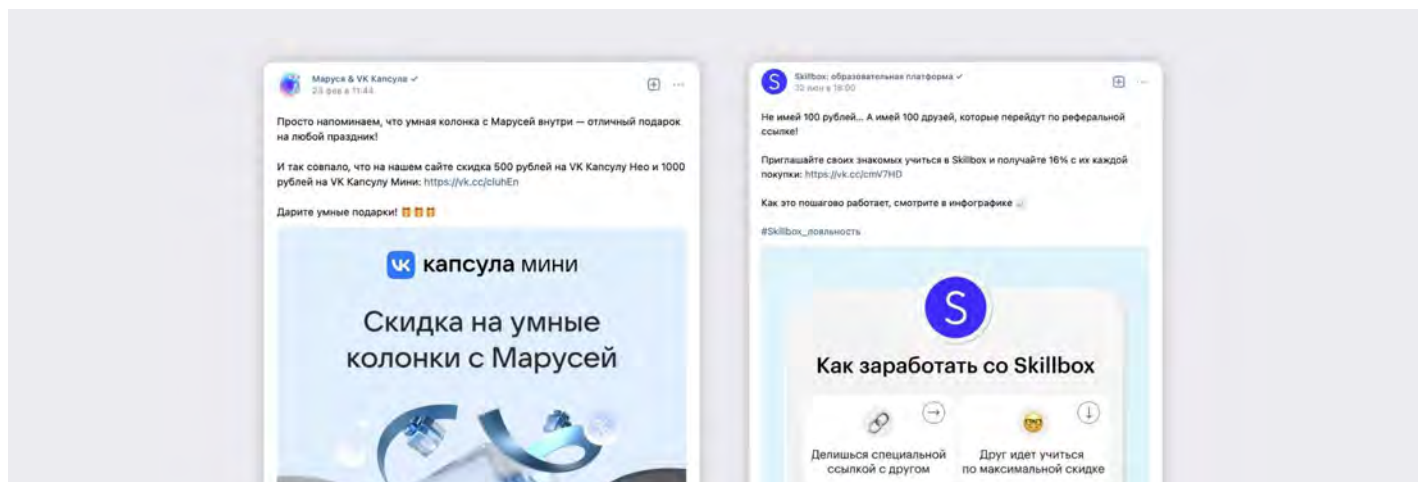
09 Напоминайте о товарах или услугах и без привязки к инфоповодам.

- Поработайте над текстом: сделайте его лёгким и приятным.
- Подготовьте качественные фотографии, изображения или видео.
- Продумайте график публикаций и постарайтесь чередовать продающие посты с другими типами контента: полезным, развлекательным и так далее. Главное — не переборщить и не быть навязчивыми.



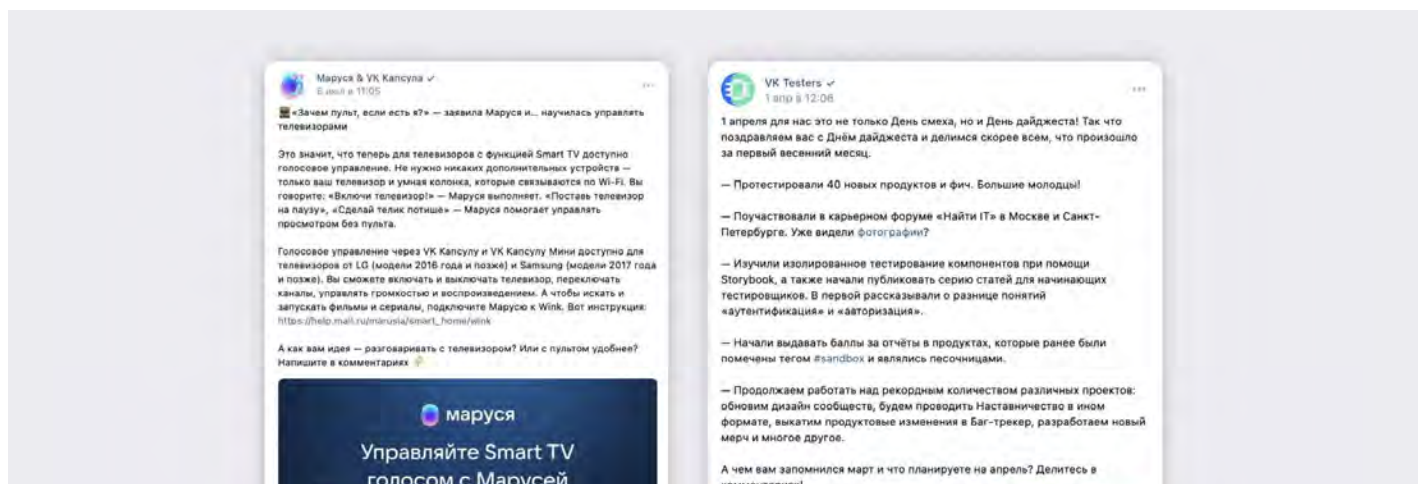
10 Рассказывайте об акциях, скидках или реферальных программах.

Напомните о выгоде — это может привлечь новых покупателей или мотивировать текущих клиентов сделать заказ.



11 Готовьте дайджесты.

Когда у вас будет несколько новостей, можно сделать дайджест. Это хороший способ, чтобы поделиться достижениями и напомнить людям о том, что они могут попробовать или купить.

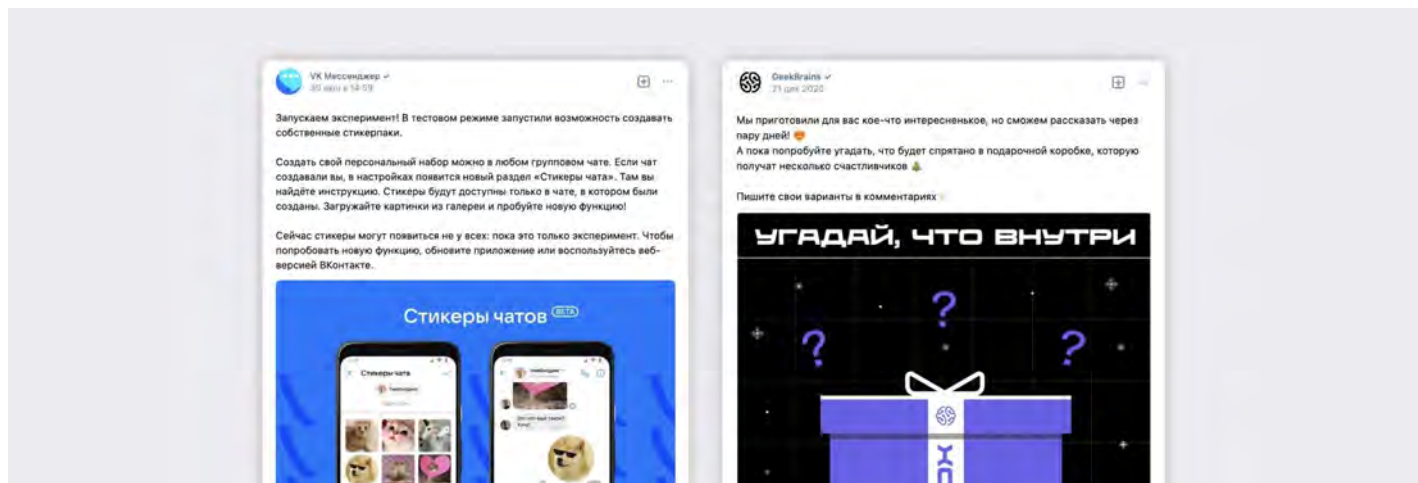


12 Рассказывайте об экспериментах и тестах.

Этот вариант особенно подойдёт сообществам, посвящённым онлайн-сервисам, мобильным приложениям, интернет-магазинам. Так подписчики будут в курсе и смогут первыми протестировать новые возможности.

13 Подогревайте интерес подписчиков к будущим релизам, презентациям новых товаров или услуг.

Можно сделать публикацию и рассказать о планах. Такую механику хорошо совмещать со скидками или акциями — чтобы увеличить продажи.



14 Составляйте календари активностей и делитесь ими в постах.

Этот вариант подойдёт компаниям, которые регулярно проводят много мероприятий.

15 Делитесь новостями о запусках новых каналов.

Например, можно сообщить о:

- появлении рассылки;
- создании своего мини-приложения ВКонтакте;
- запуске канала в Дзене;
- других сообществах компании ВКонтакте: например, если есть сообщества, посвящённые вашим отдельным продуктам или сервисам.

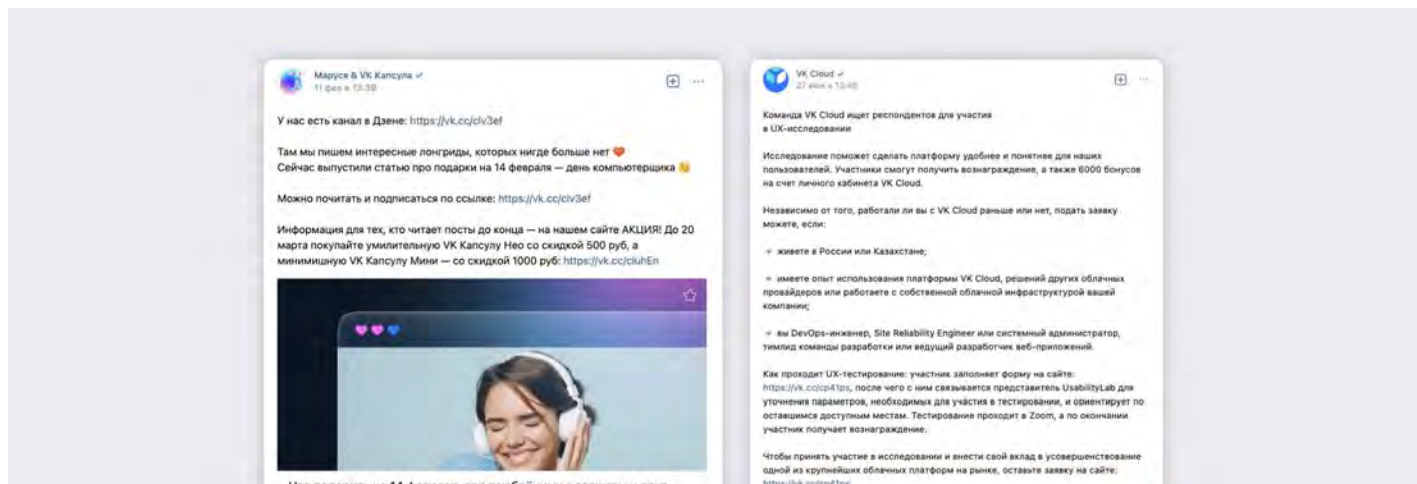
16 Делитесь статистикой.

С её помощью можно:

- рассказать об успехах;
- показать, как растёт ваш бизнес;
- поделиться трендами.

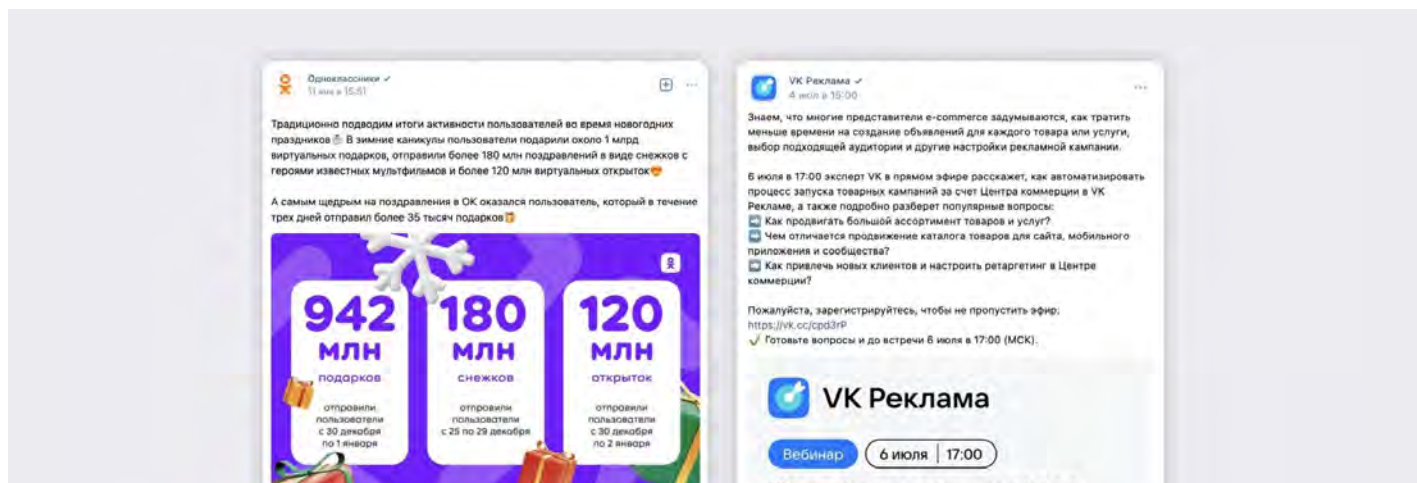
17 Ищите респондентов для исследований и интервью.

Подписчики уже знают о вашей компании, её продуктах или услугах. Среди них есть и ваши клиенты. Поэтому подписчики будут отличными респондентами и могут поделиться ценными идеями и советами.



18 Анонсируйте свои онлайн- и офлайн-мероприятия.

Например, вебинары, мастер-классы, конференции, митапы. Анонс поможет найти новых участников.



19 Размещайте отзывы.

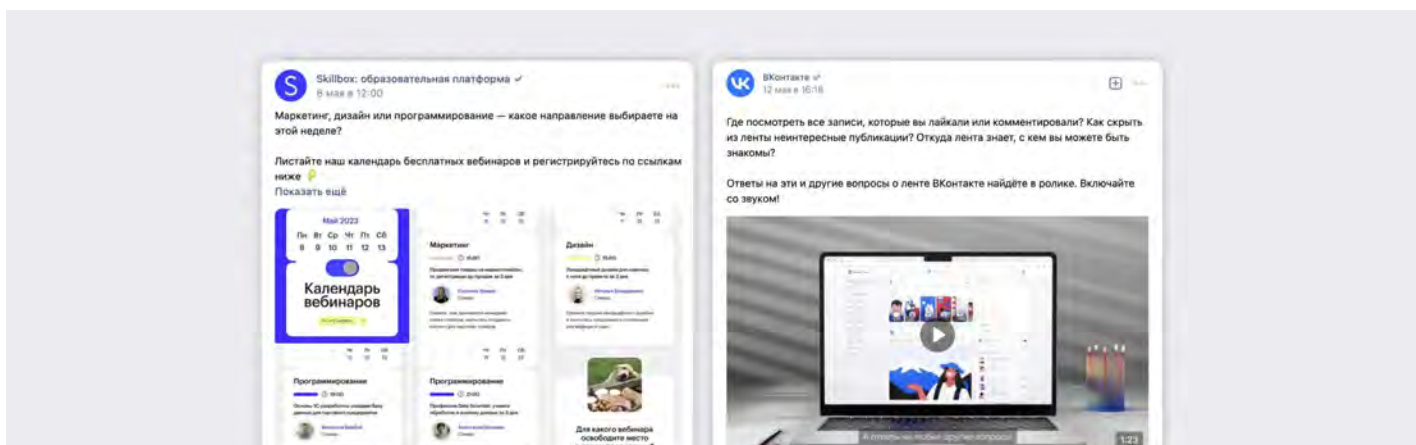
Эта информация будет полезна потенциальным клиентам. Текстовый отзыв можно дополнить фотографиями или видео, чтобы он был наглядным.

20 Отвечайте на частые вопросы клиентов.

Можно:

- написать ответы прямо в посте;
- подготовить текстовый или видеоматериал.

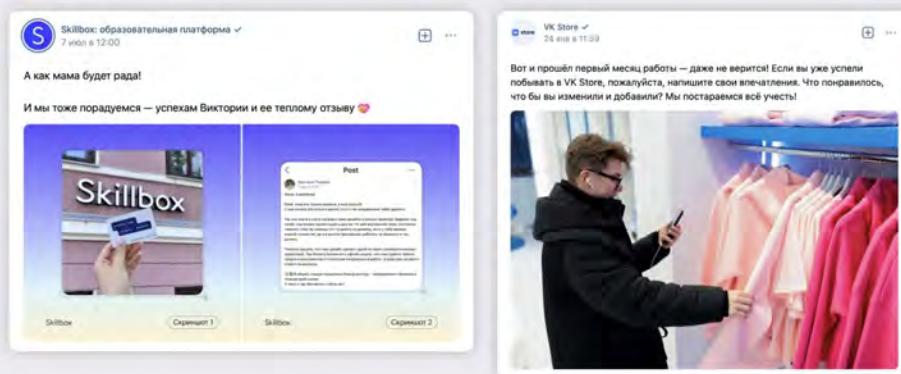
Ответы на частые вопросы помогут снизить нагрузку на службу поддержки и покажут вашу заботу о клиентах.



21 Задавайте клиентам вопросы о ваших сервисах, товарах или услугах.

Это поможет найти ценные идеи для развития бизнеса. Например, можно спросить:

- каких функций и возможностей людям не хватает в мобильном приложении или онлайн-сервисе;
- какие товары они хотят видеть в вашем магазине;
- какие услуги в вашем салоне будут им интересны.



22 Делайте сравнительные обзоры.

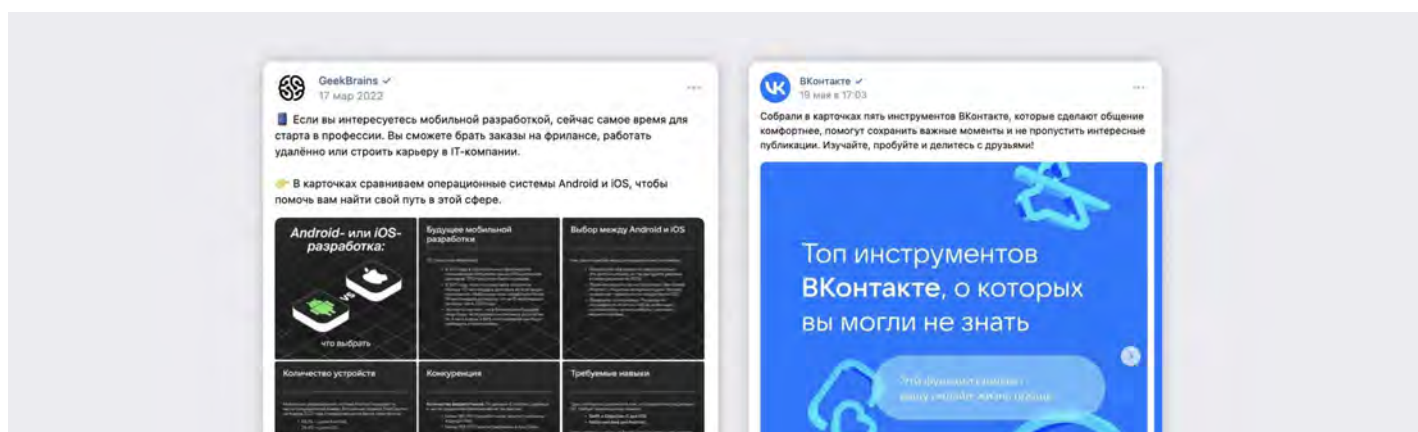
Например:

- У вас онлайн-сервис и два тарифа: бесплатный и платный. Расскажите в посте, чем они отличаются друг от друга.
- Вы продаёте ноутбуки. Объясните, какие из них подойдут для работы, какие — для игр, а какие — для учёбы.
- У вас своя кондитерская лавка. Поделитесь в обзоре, какие сладости придутся по вкусу детям, а какие — взрослым.

23 Придумайте рубрику «Вы могли не знать»

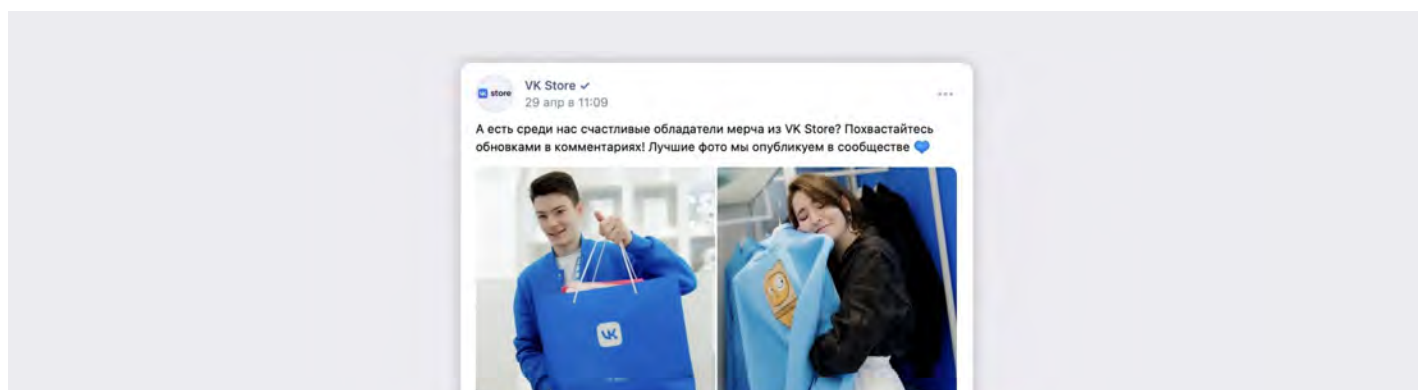
и рассказывайте в ней:

- о полезных инструментах и функциях в ваших сервисах или приложениях;
- об уникальных свойствах ваших товаров.



24 Попросите клиентов делиться фотографиями ваших товаров.

Так вы получите готовый брендированный контент для публикаций в сообществе.



Идеи для экспертных постов

Такие записи в сообществе помогут поддерживать имидж профессионалов и делиться уникальным и полезным контентом.

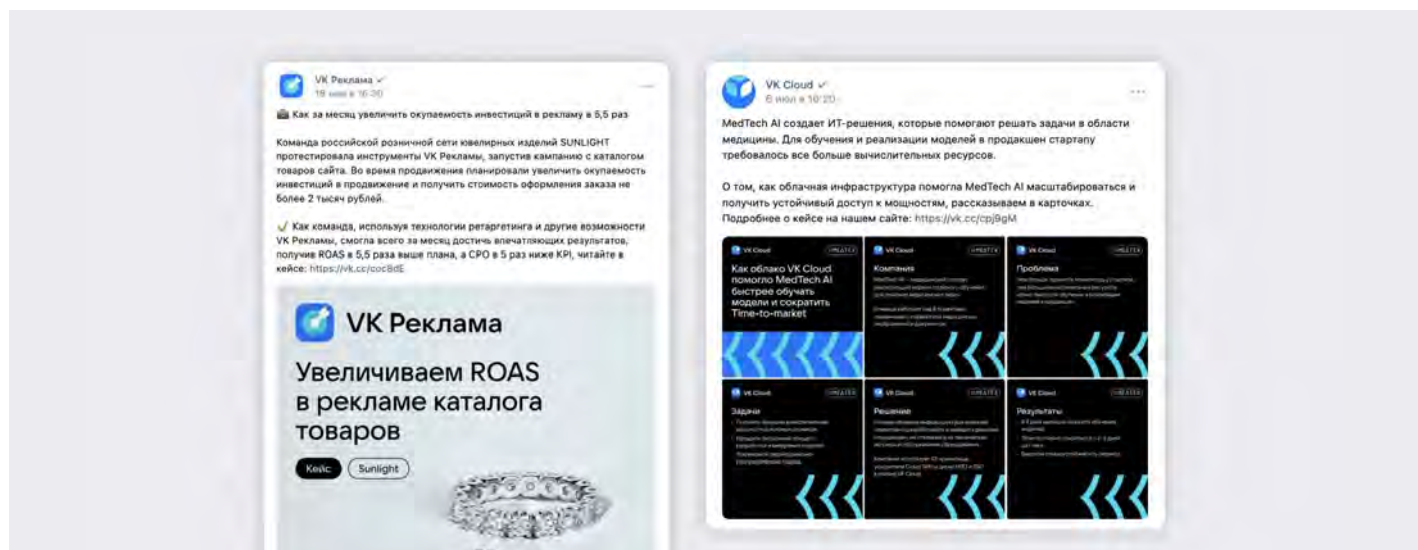
25 Готовьте кейсы.

Кейс — это история успеха, а ещё возможность показать, как ваши сервисы или продукты помогают справляться с реальными задачами. У кейсов две основные цели:

- помочь текущим клиентам найти идеи для тестов, экспериментов и повышения эффективности;
- привлечь новых клиентов.

Вариантов много, можно:

- разместить кейс на своём сайте, а в посте сделать анонс и поделиться ссылкой на него;
- оформить кейс в виде наглядных карточек и разместить их в посте;
- подготовить видеокейс или презентацию, а потом прикрепить их к посту.

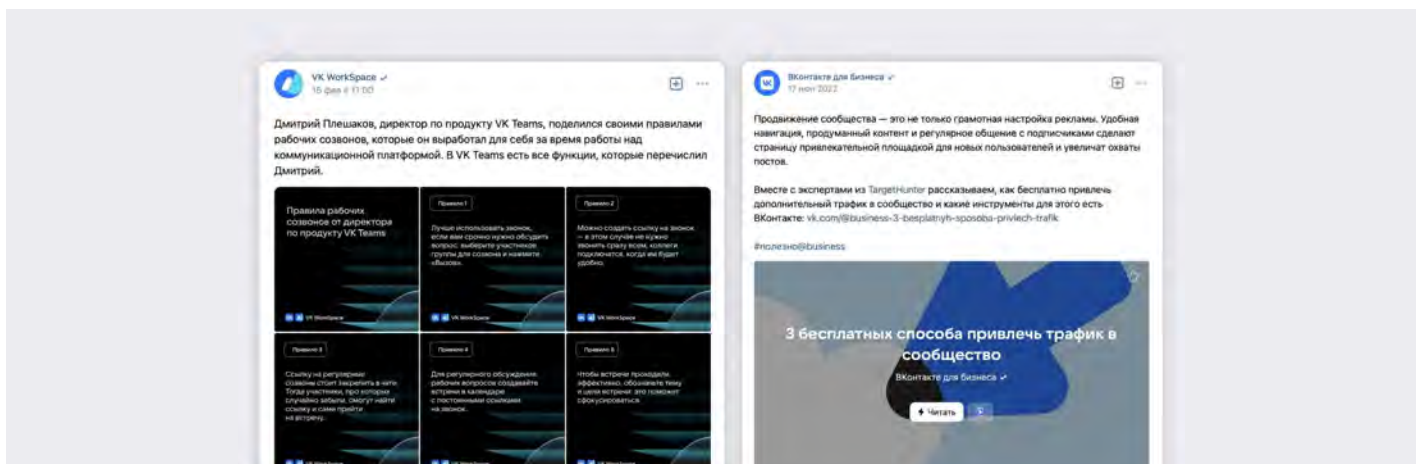


26 Привлекайте сотрудников к подготовке публикаций.

Уверены, что среди ваших коллег много людей, которым есть чем поделиться с аудиторией. Их опыт и знания — бесконечный источник идей для полезных постов в сообществе.

27 Готовьте публикации совместно с приглашёнными экспертами.

Это может быть как пост, так и большие форматы (статьи, гайды, инструкции), ссылками на которые вы поделитесь в сообществе.



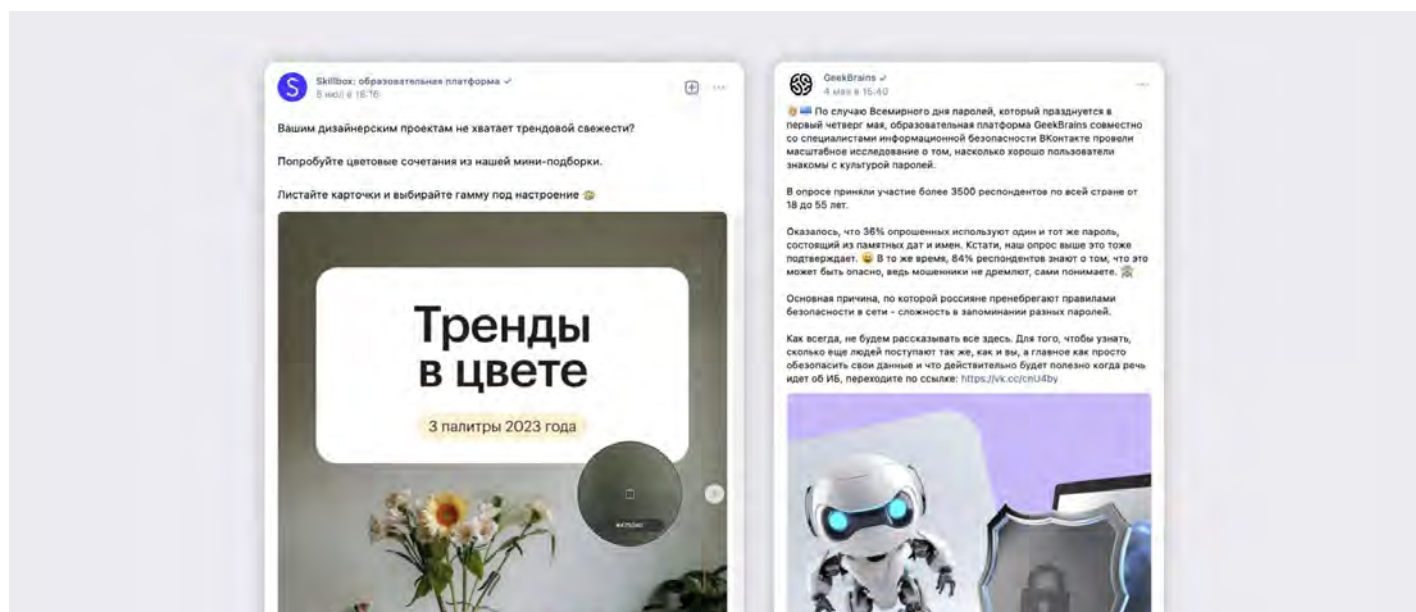
28 Рассказывайте о трендах в вашей сфере.

Такой контент поможет подписчикам найти идеи для экспериментов и тестов.

29 Проводите исследования и делитесь выводами.

Есть два варианта:

- подготовить собственное исследование;
- проанализировать исследование из авторитетных источников.

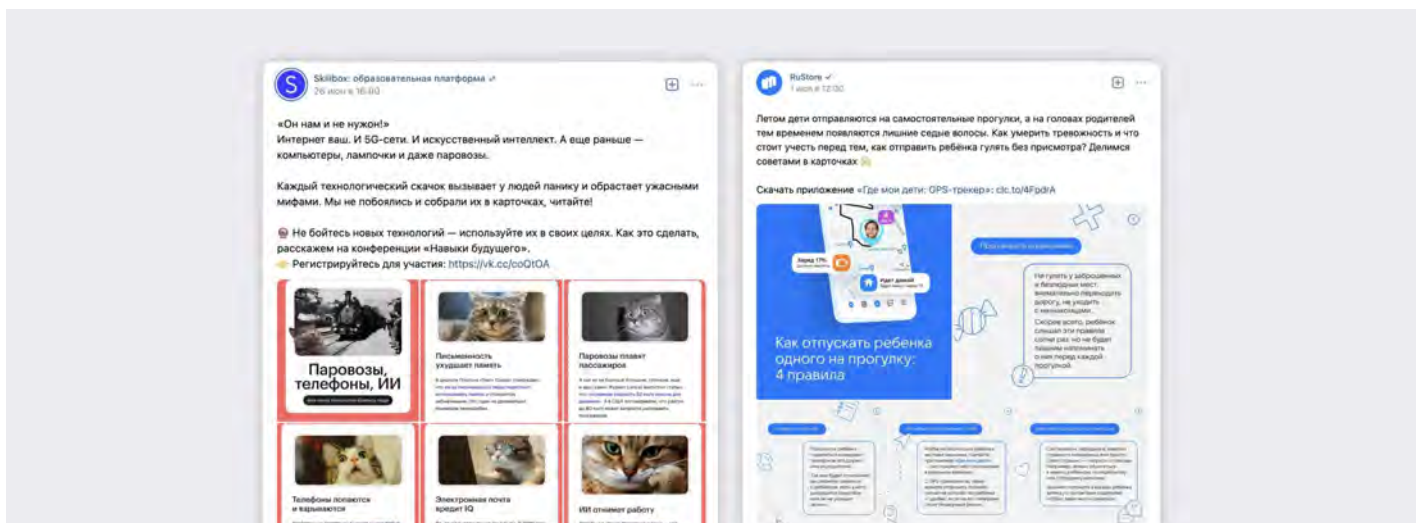


30 Развешивайте мифы.

В каждой сфере есть мифы, которые приводят к ошибочным суждениям и влияют на выбор клиентов. Проанализируйте мифы, популярные у вашей аудитории, и подготовьте пост-опровержение.

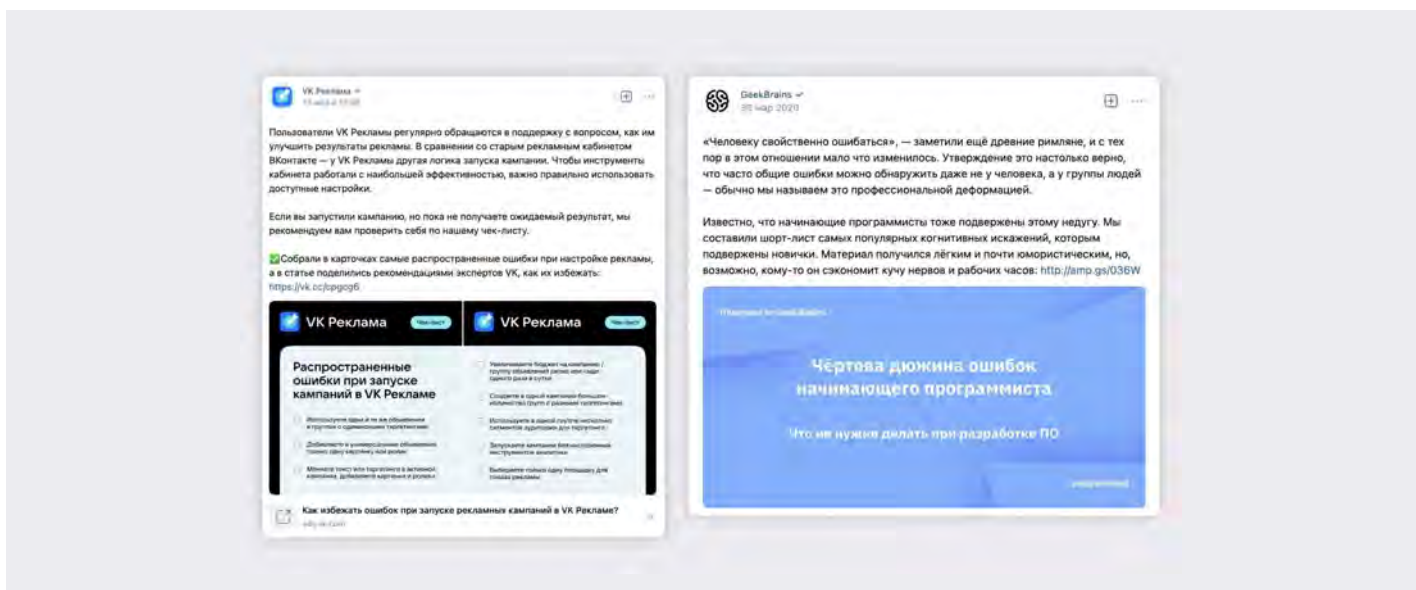
31 Делитесь с подписчиками полезными советами.

Это может быть любой контент, который поможет пользователям решить задачу, справиться с проблемой, научиться чему-то новому.



32 Рассказывайте о распространённых ошибках и помогайте людям их избегать.

Это может быть как пост, так и большой формат: статья, лонгрид, гайд и так далее.



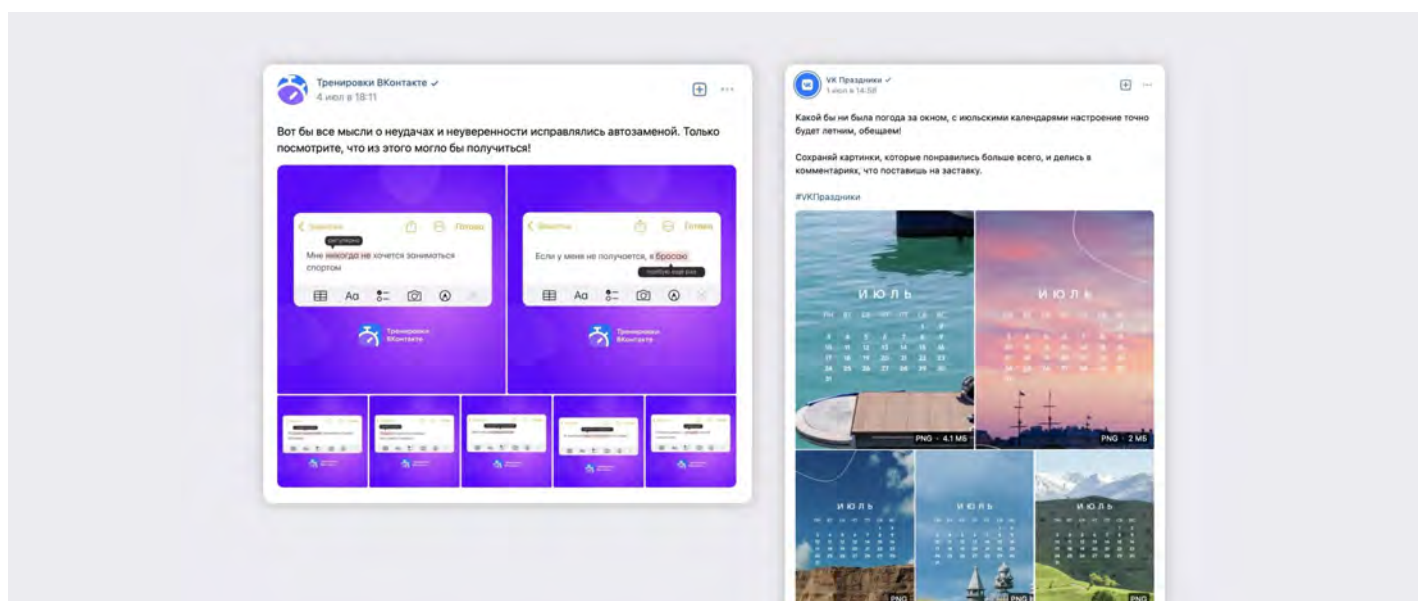
33 Делайте мотивационные публикации.

Размещайте в сообществе посты, которые помогут подписчикам найти мотивацию и не бросить дело на полпути. Например, такие публикации будут полезны в спортивных и образовательных сообществах.

34 Дарите небольшие электронные подарки.

Получать подарки всегда приятно, а ещё это поможет повысить лояльность подписчиков. Например, можно подготовить:

- календари;
- шаблоны отчётов, контент-планов и так далее;
- электронные книги.



35 Выражайте благодарность.

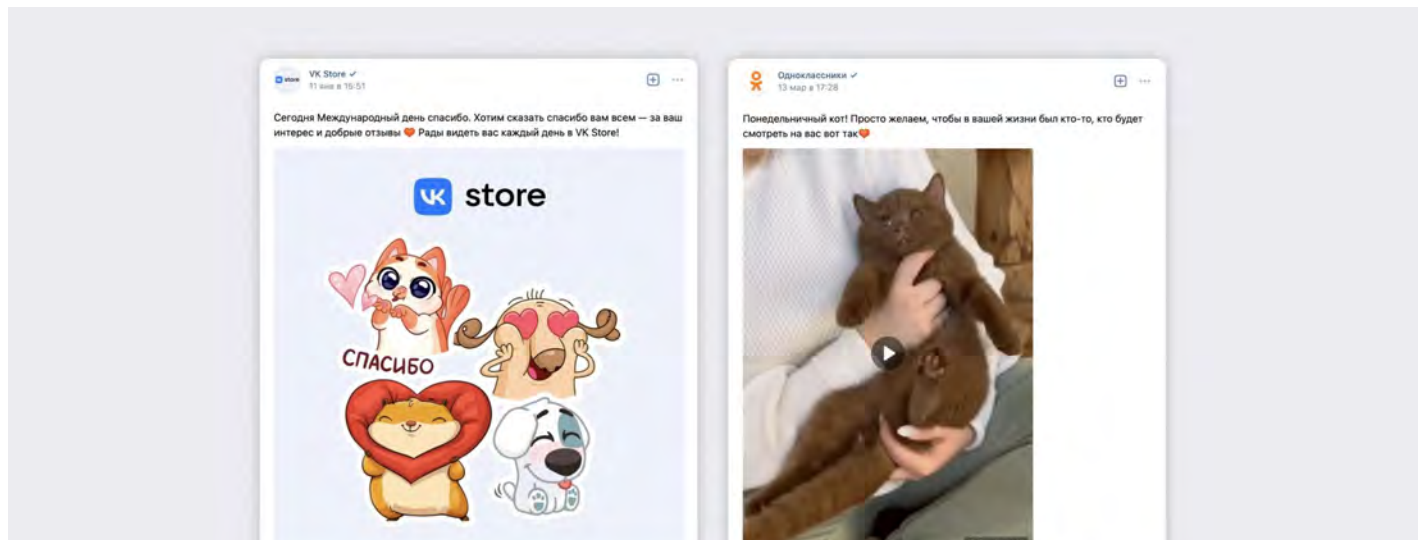
Всегда найдётся повод, чтобы сказать спасибо своим подписчикам: за их идеи, советы, предложения, просто за то, что они с вами.

36 Делитесь шутками и анекдотами.

Это хороший вариант, чтобы развеселить подписчиков, но важно не переборщить с юмором и убедиться, что вы с ними «на одной волне».

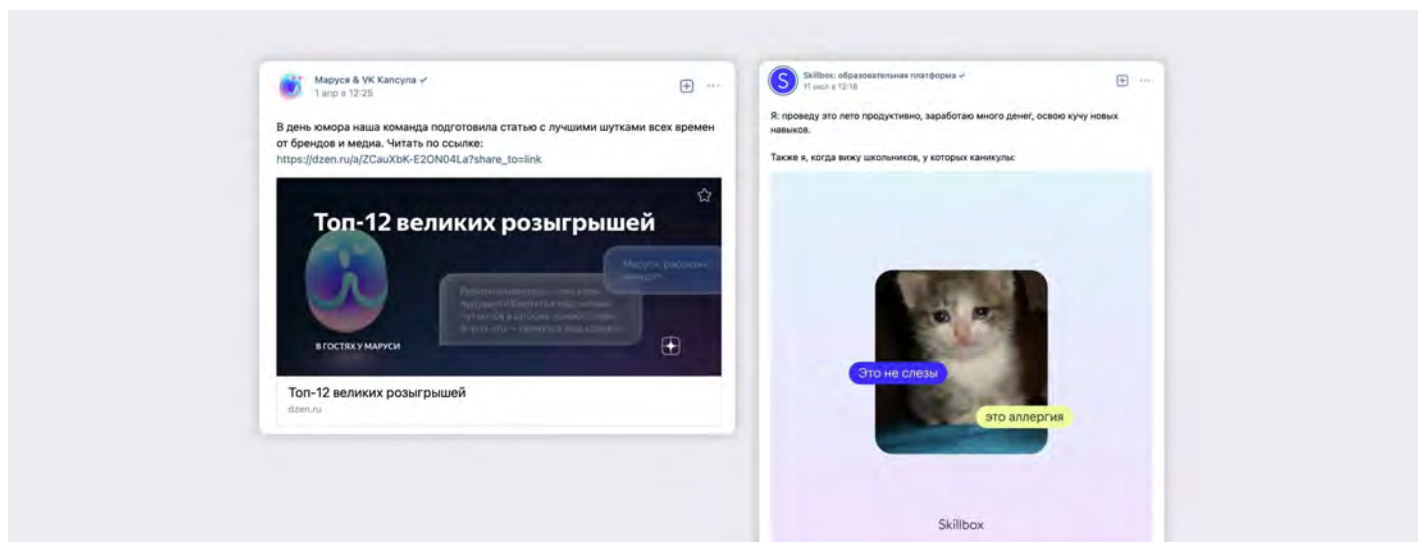
37 Желайте доброго утра, отличного дня или продуктивной рабочей недели.

Просто подарите людям повод улыбнуться.



38 Публикуйте мемы.

Они могут вызвать улыбку или мотивировать что-то сделать.

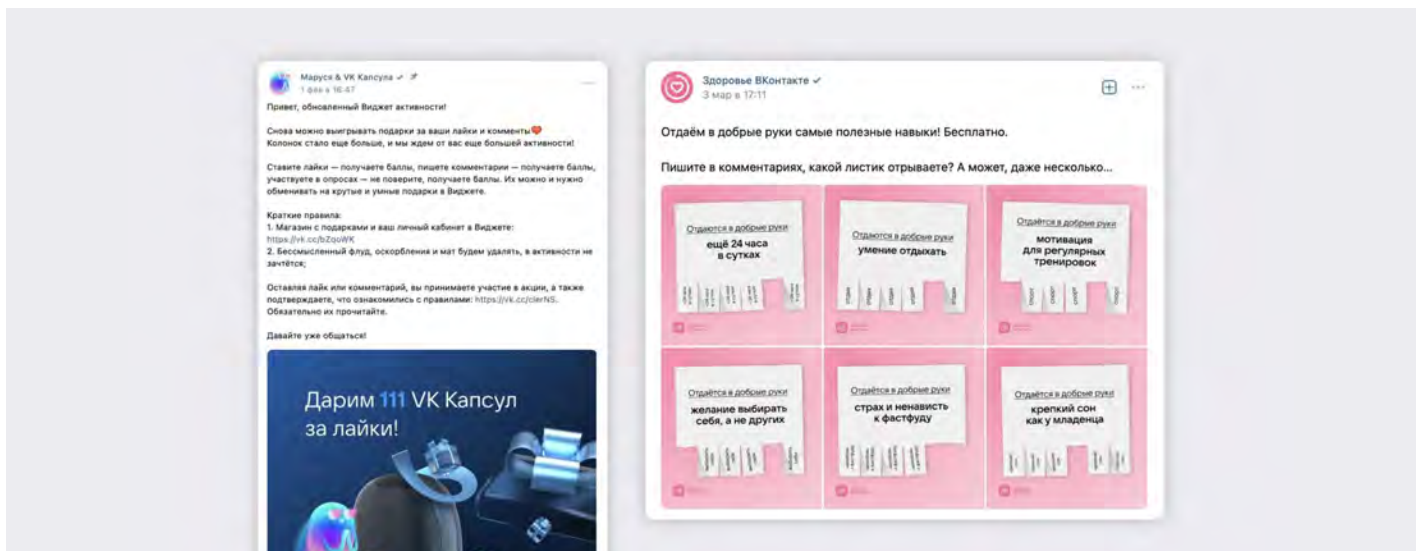


39 Расскажите, если у вас предусмотрены бонусы за активность в сообществе.

Это мотивирует подписчиков чаще читать ваши посты и делиться своим мнением.

40 Подготовьте забавные карточки, которые поднимут людям настроение.

Придумайте креативную идею, чтобы подписчики охотно сохраняли такие публикации в закладки и делились ими на своей странице.

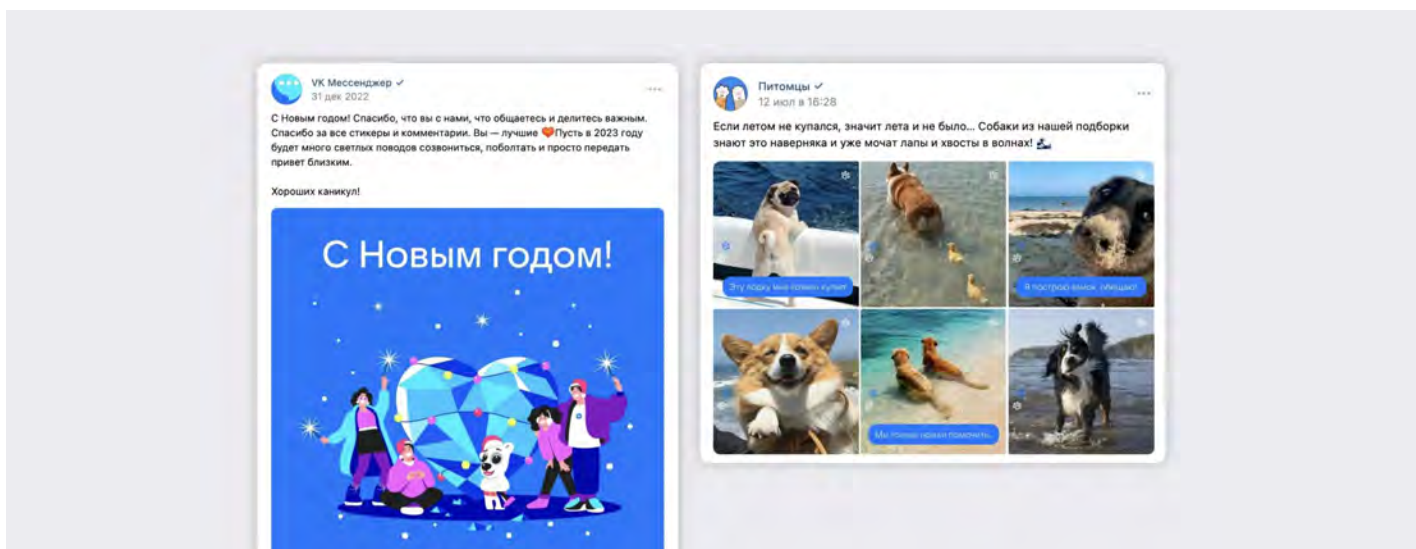


41 Поздравляйте подписчиков с праздниками.

Это ещё один повод подарить частичку тепла.

42 Делитесь милыми и приятными подборками фото или изображений.

Им так и хочется поставить отметку «Нравится». Подумайте, какая тематика будет подходящей для вашего сообщества, и подготовьте подборку.



Для развлечения и общения

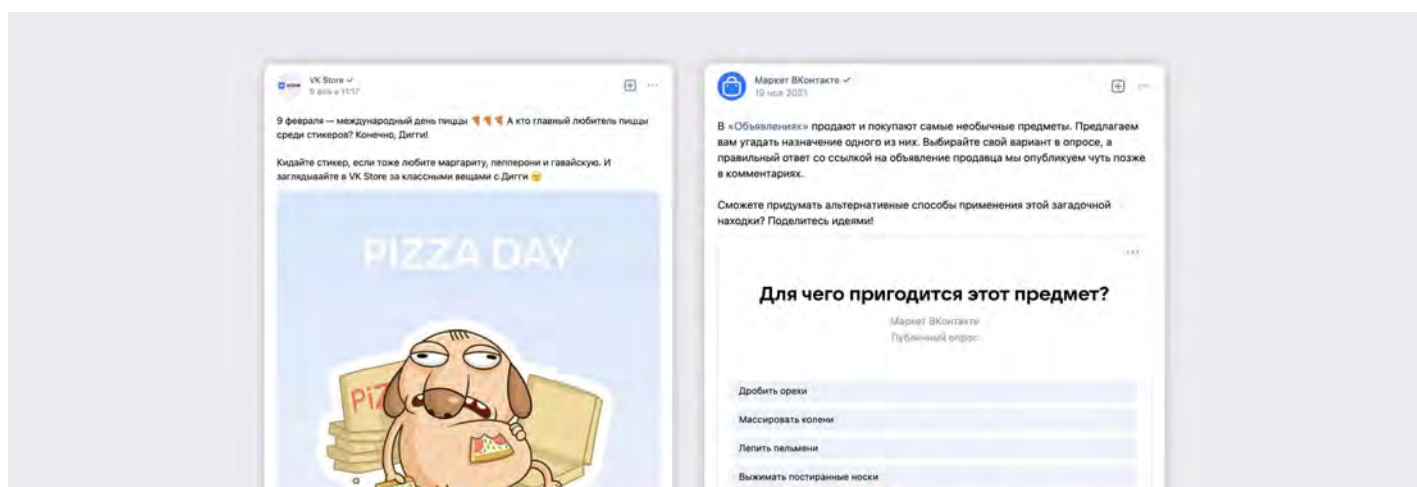
Расскажем о распространённых механиках, которые помогут развлечь подписчиков. Такие посты могут быть как чисто развлекательными, так и с нативной рекламой, если вы аккуратно добавите в них информацию о своих товарах или услугах.

43 Механика «Если вы тоже».

Уверены, что эта механика уже вам знакома: «Оставляйте комментарий, если вы тоже...», «Ставьте отметку "Нравится", если вы тоже...», «Кидайте стикер, если вы тоже...». Основная цель такого поста — увеличить активность подписчиков в сообществе.

44 Механика «Найдите применение».

Есть такое распространённое задание на проверку креативности: берут самый обычный предмет (например, шариковую ручку или листок бумаги) и предлагают человеку придумать 10 способов применения этой вещи. Такую механику можно использовать и в сообществе ВКонтакте.



45 Механика «Отгадайте слово».

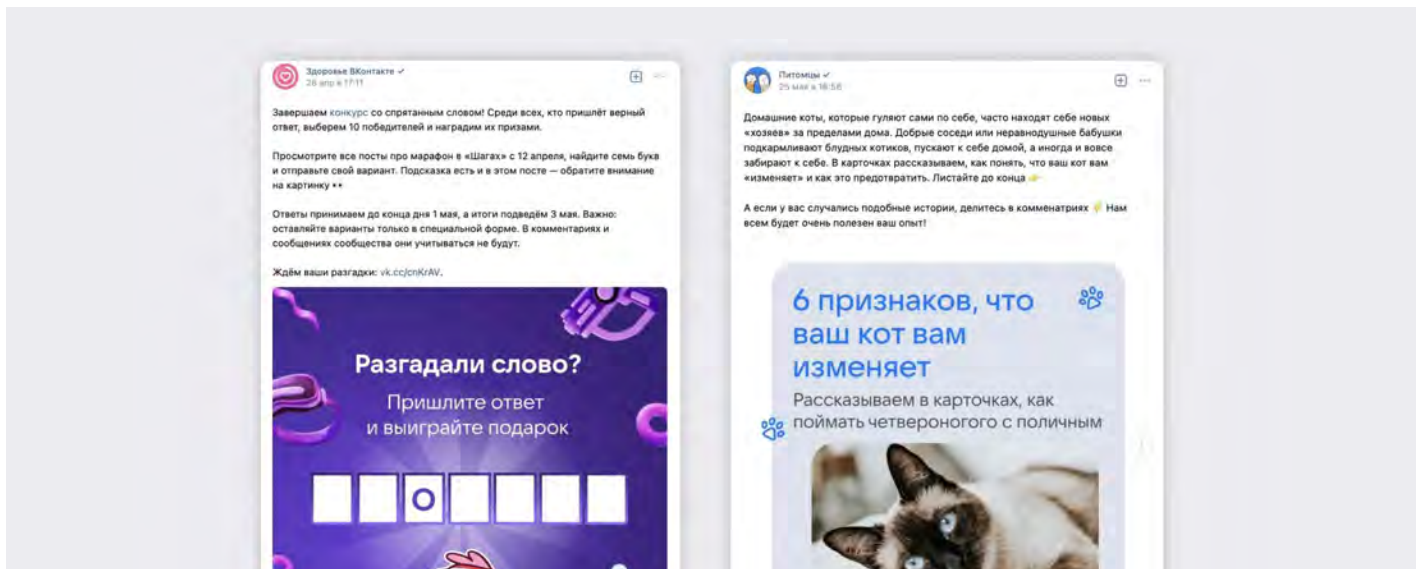
Вы загадываете слово, пишете подсказки, а подписчики ищут правильный ответ.

46 Механика «Угадайте число».

Устроено всё так: вы составляете математические примеры или ряд чисел, а подписчики угадывают, какое число идёт следующим.

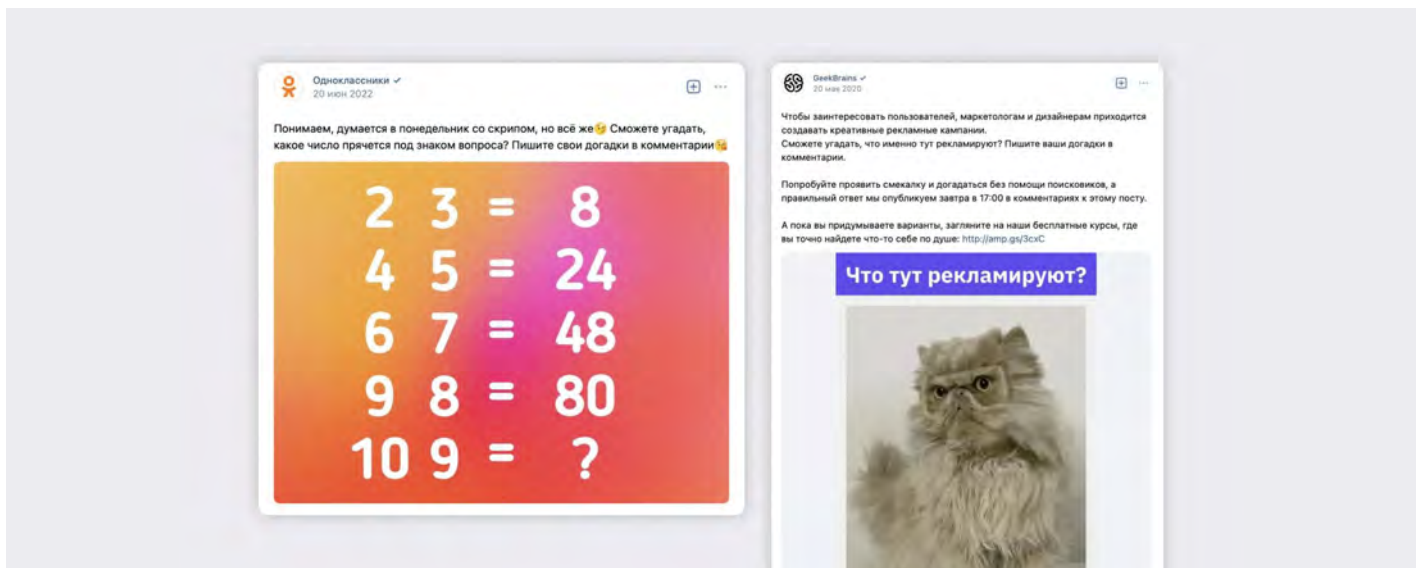
47 Механика «Поделитесь опытом в комментариях».

Вы задаёте подписчикам вопрос, а они делятся опытом и советами.



48 Механика «Что должно быть на месте пропуска».

Использовать механику можно по-разному: замаскировать слово в тексте, объект на изображении, слово в песни, элемент в рекламном объявлении. Задача людей — понять, что пропущено.

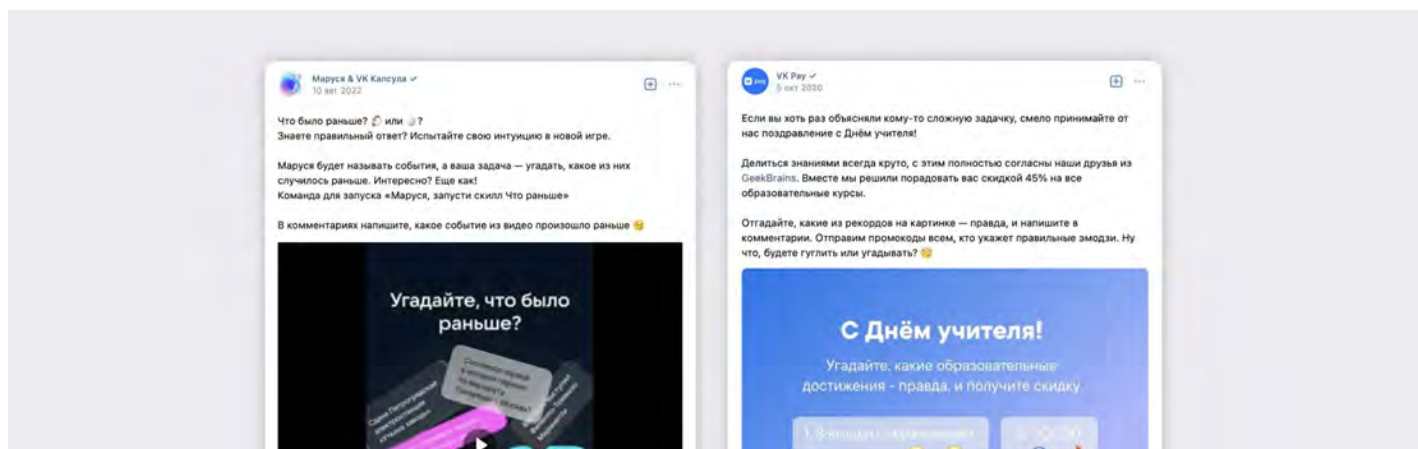


49 Механика «Что было раньше».

Вы называете несколько событий, а подписчики расставляют их в хронологическом порядке.

50 Механика «Правда или ложь».

Вы перечисляете утверждения, а аудитория определяет, что из этого правда, а что — вымысел.

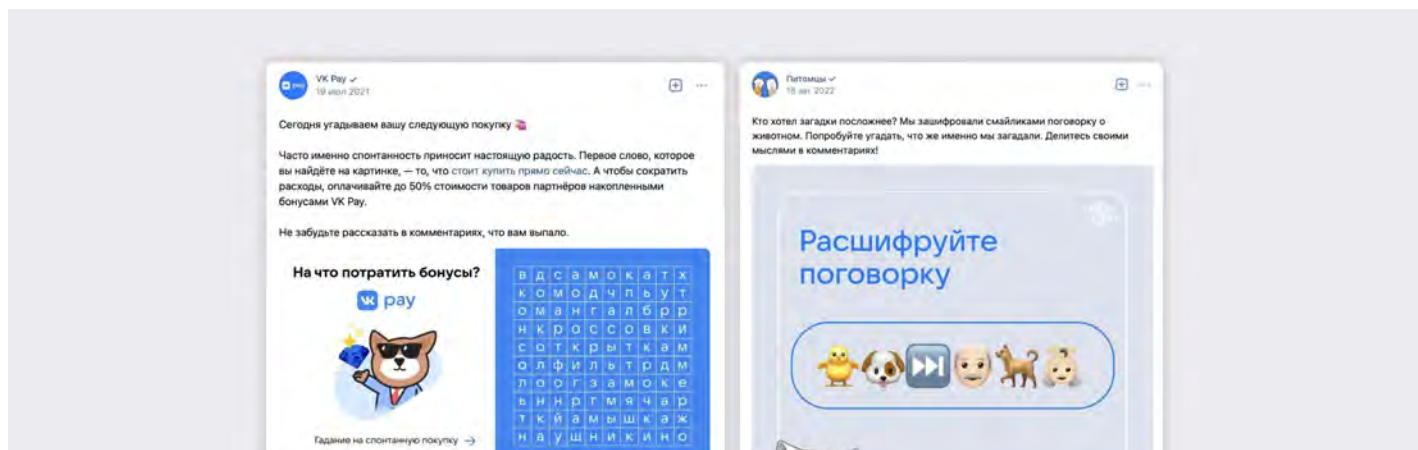


51 Механика «Первое слово».

Вы готовите изображение из списка букв, в котором зашифрованы слова. Пользователи пишут, какое слово они увидели первым.

52 Механика «Угадайте по эмодзи».

Всё очень просто: вы описываете с помощью эмодзи популярные фильмы, книги, поговорки и так далее, а в комментариях стараются их отгадать.

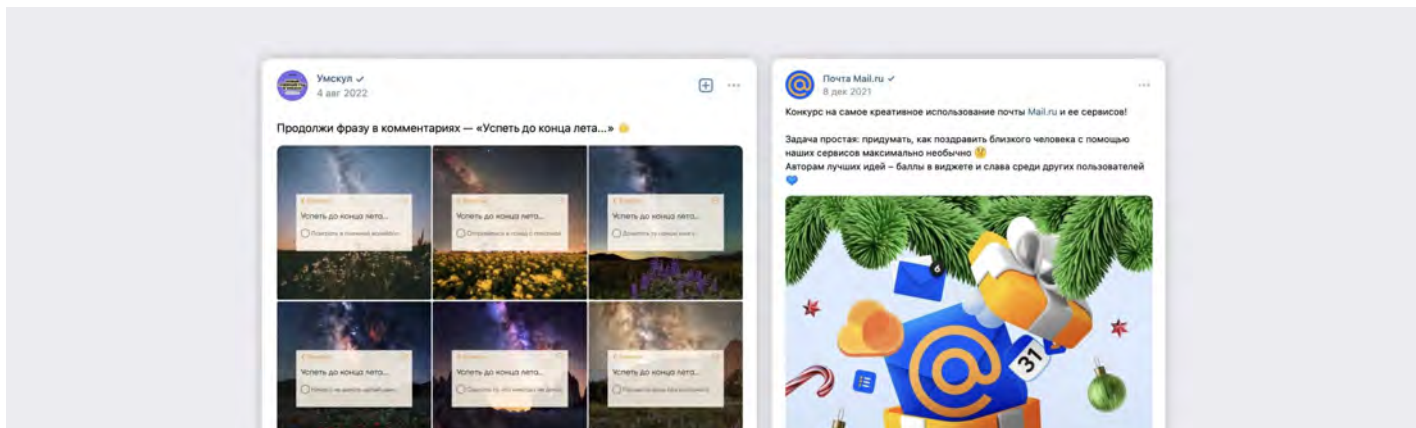


53 Механика «Продолжите фразу в комментариях».

Вы пишете начало фразы, а люди — её продолжение. Механику можно усложнить: например, предложить подписчикам совместно сочинить стихотворение.

54 Конкурсные механики.

Конкурс — это возможность порадовать подписчиков призами и привлечь новых людей в сообщество. Подробно о конкурсных механиках мы рассказали в статье [«Как провести конкурс ВКонтакте»](#).

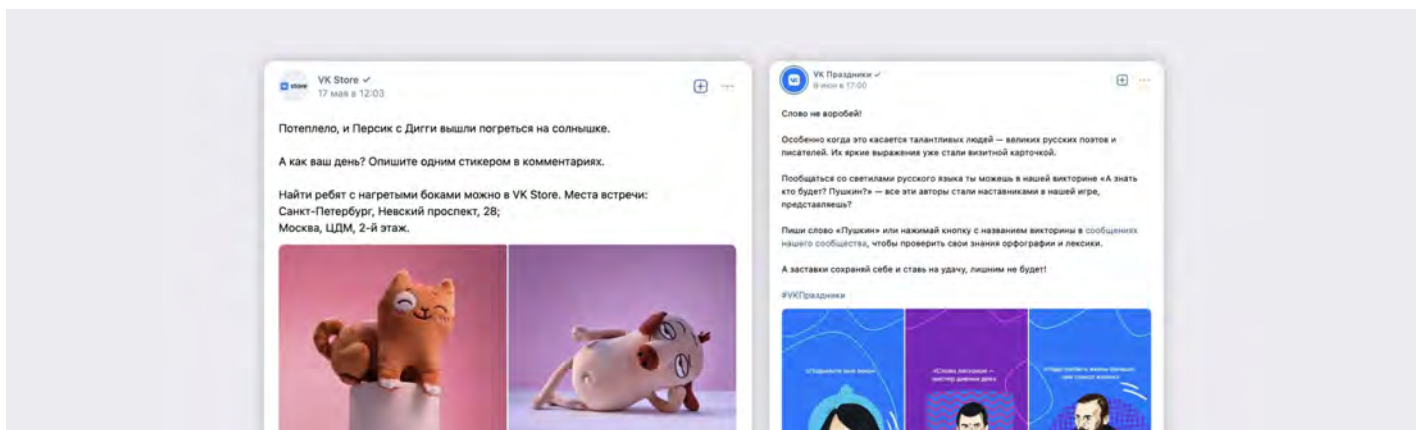


55 Механика «Опишите свой день».

Устроено это так: вы предлагаете людям описать их день одним словом, эмодзи или стикером.

56 Интерактивные механики.

Например, к ним относятся игры и викторины. Можно сделать их шуточными и забавными, чтобы порадовать подписчиков.

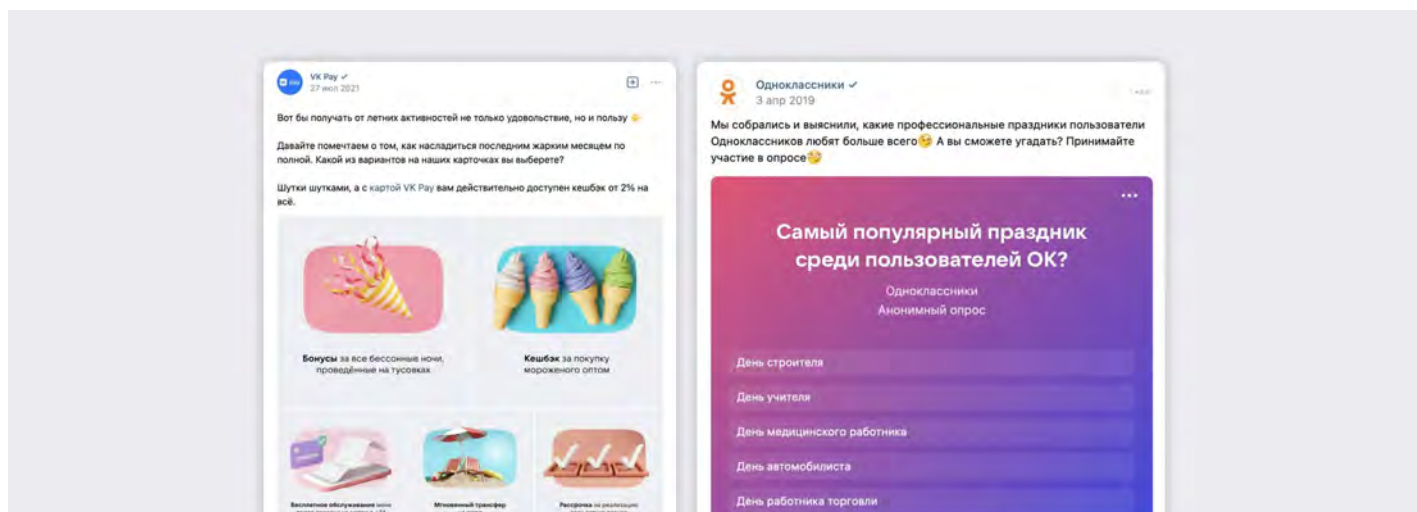


57 Механика «Давайте помечтаем».

Предложите подписчикам поделиться мечтами в комментариях. Конечно, они как-то должны быть связаны с вашими предложениями: товарами, услугами или сервисами.

58 Механика «Что популярнее».

Механику можно привязать к вашим товарам или услугам: перечислите несколько из них и предложите пользователям угадать наиболее популярные.



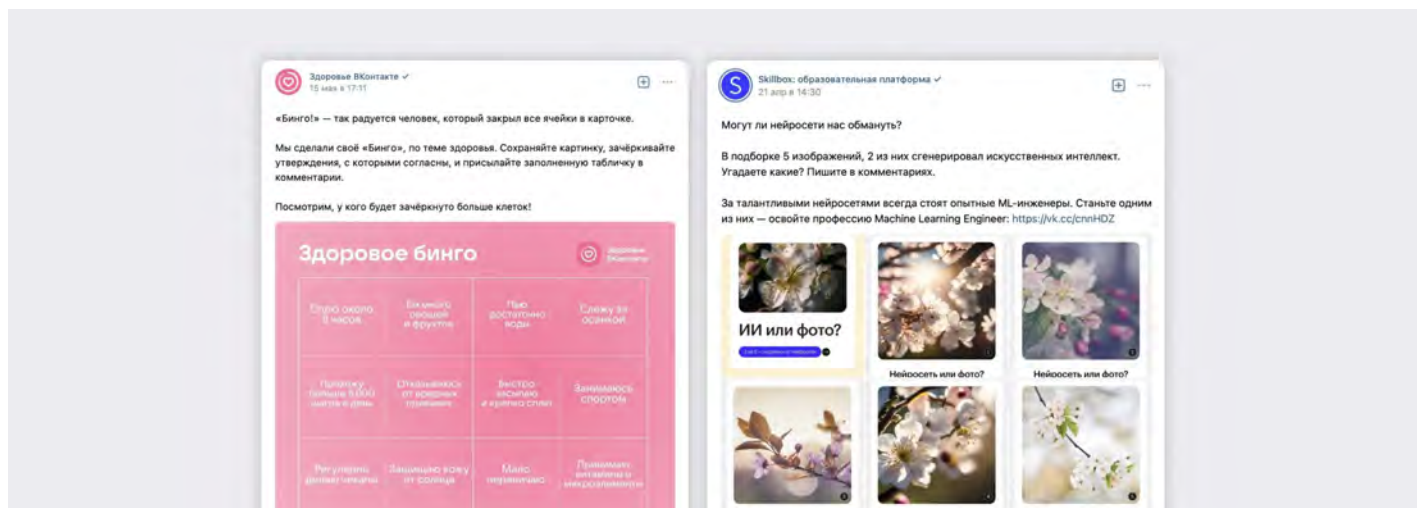
59 Игра «Бинго».

Сделайте свою версию популярной игры, ориентируясь на тематику вашего сообщества.

60 Механика с нейросетями.

План такой:

- Подготовьте несколько изображений самостоятельно, а другие изображения сгенерируйте с помощью нейросети.
- Предложите подписчикам угадать, какие картинки сделала нейросеть, а какие — человек.

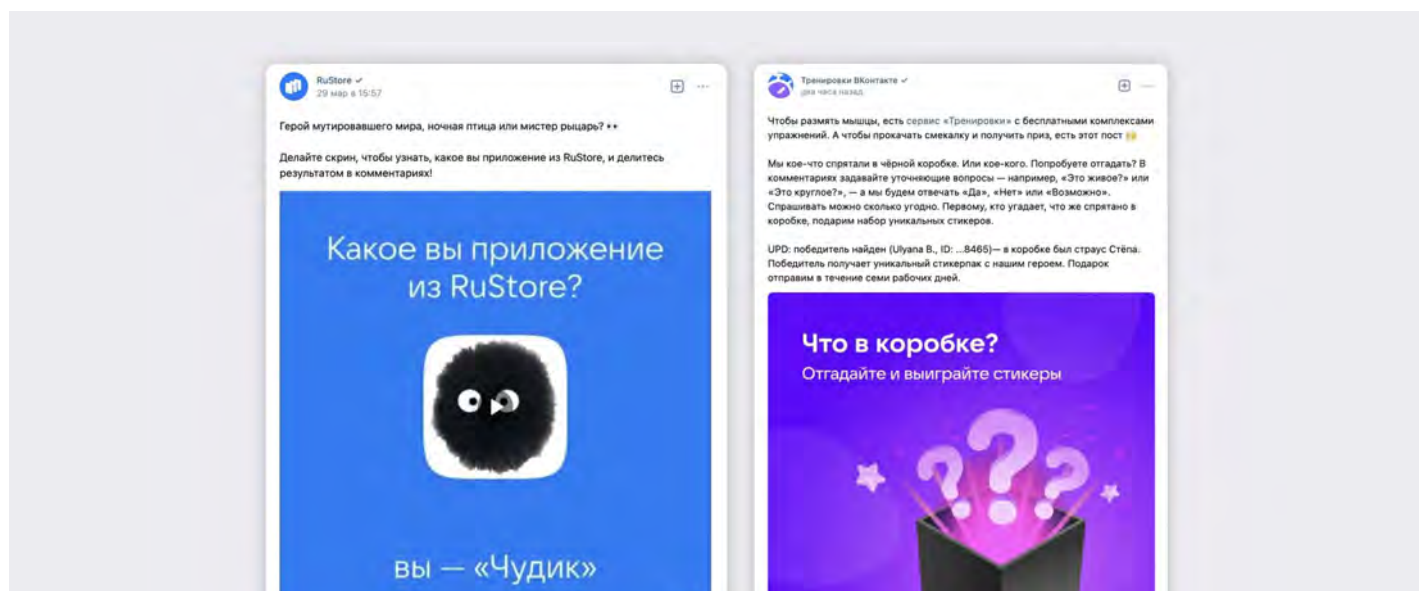


61 Механика «Кто вы».

Как всё устроено: вы придумываете креативную идею и готовите видео или GIF-изображение, в котором быстро меняются картинки. Пользователи останавливают GIF или видео в произвольном месте и делятся изображением, которое им выпало.

62 Механика «Отгадайте, задавая уточняющие вопросы».

Правила такие: вы что-то загадываете, а подписчики — отгадывают, задавая вам вопросы. Чтобы игра не закончилась слишком быстро, отвечать лучше без подробностей: только «Да» или «Нет». А для привлечения участников можно предусмотреть небольшие призы.



63 Механика «Покажите в комментариях».

Вы придумываете тему и просите людей поделиться фотографиями, скриншотами или изображениями.

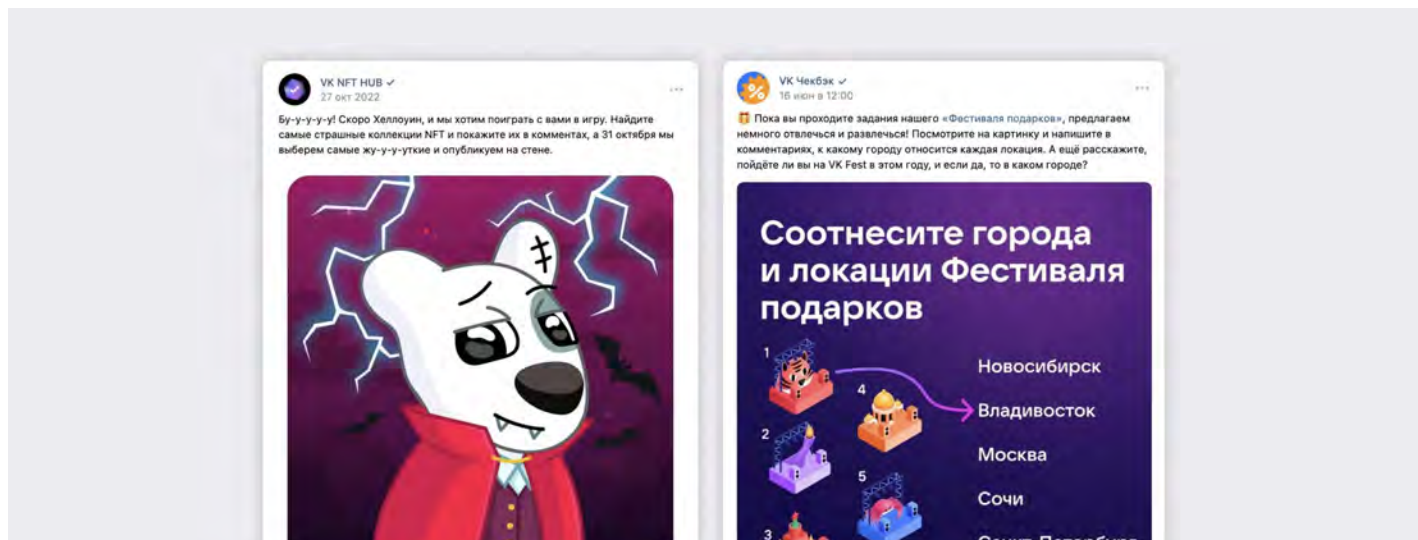
64 Механика «Найдите 10 отличий»

Эту знакомую механику можно использовать и в соцсетях: подготовьте изображения или видео (кстати, их можно сделать брендированными), разместите их в сообществе и пригласите подписчиков поиграть.

65 Механика «Угадайте город»

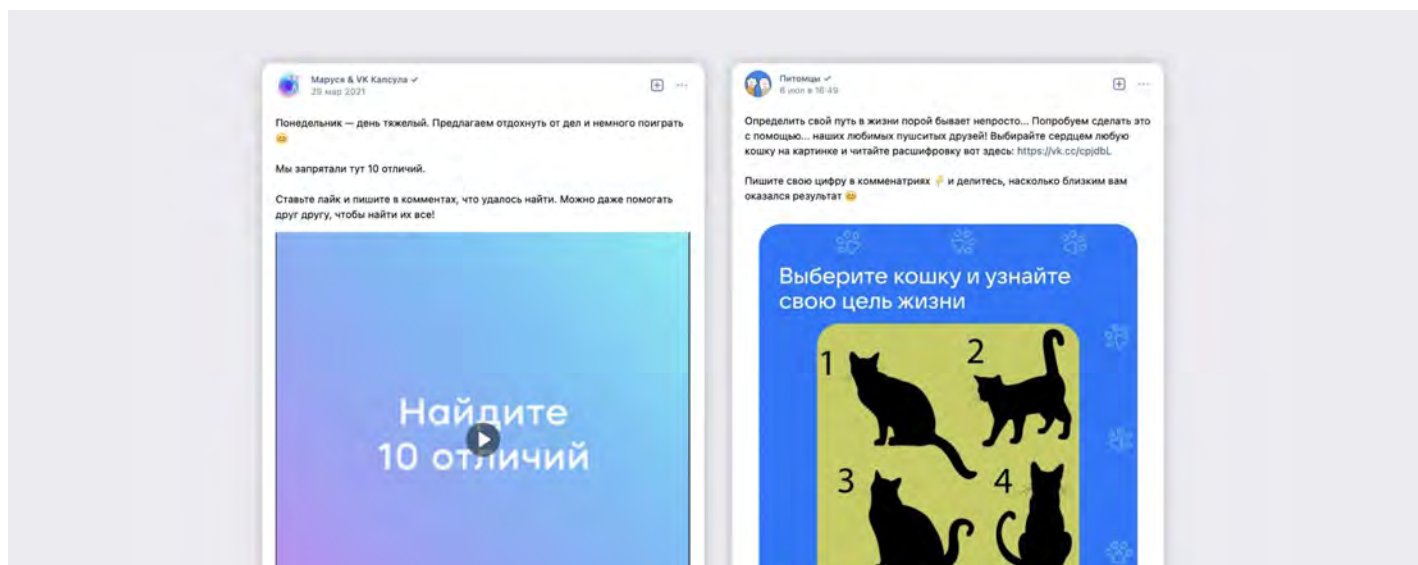
Здесь могут быть разные варианты, например:

- угадать город по описанию;
- соотнести достопримечательности с городами, в которых они находятся;
- вспомнить как можно больше городов, названия которых начинаются на определённую букву.



66 Механика «Выберите изображение».

Немного напоминает психологический тест: вы предлагаете пользователю выбрать изображение, которое ему ближе всего, и рассказываете, что означает его выбор.



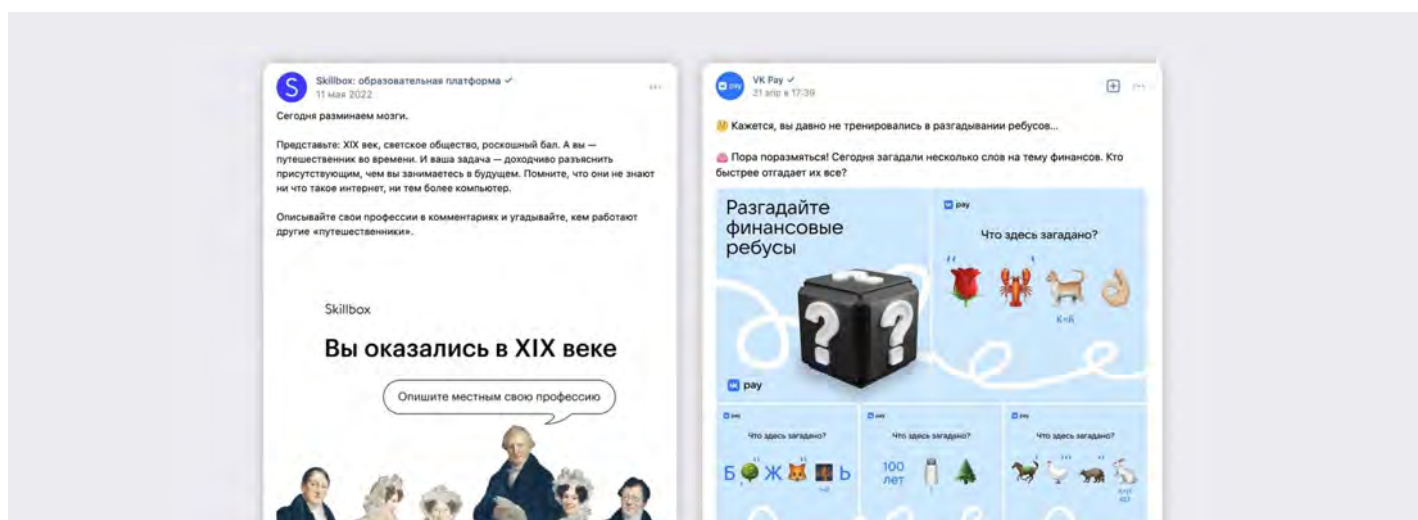
67 Механика «Назад в прошлое».

Ещё одна интересная идея для активности в сообществе — предложить подписчикам описать что-то современное, но так, чтобы это понял человек из XIX или XVIII века. Например, можно попросить описать:

- свою профессию;
- гаджеты;
- современные товары.

68 Ребусы.

Любимая многими активность, которая хорошо прижилась в онлайн.



Дополнительные идеи

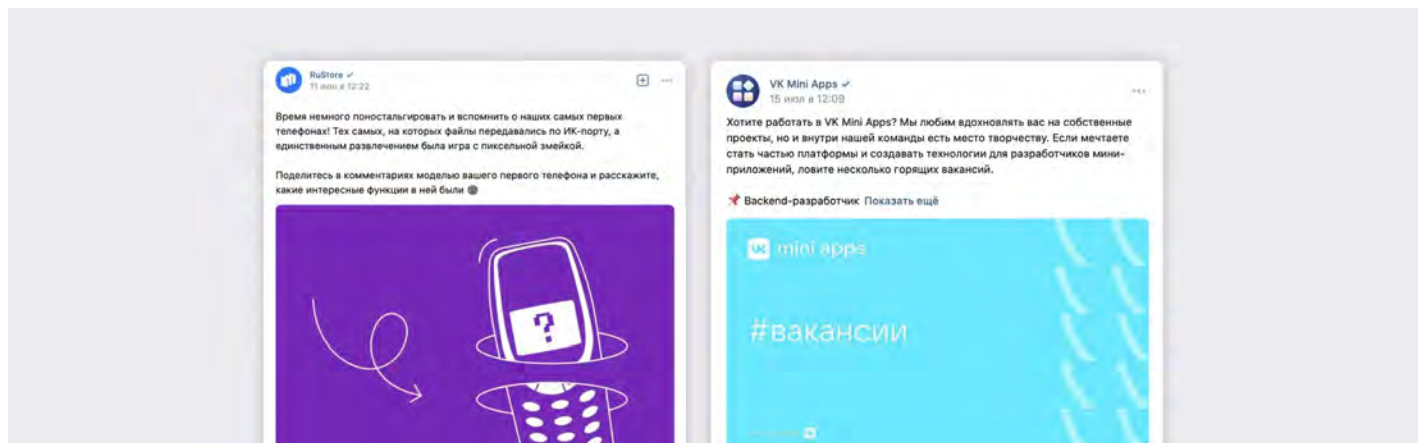
69 Предложите подписчикам поностальгировать и поделиться воспоминаниями.

Например:

- продаёте ноутбуки — спросите, какими были первые компьютеры ваших подписчиков;
- шьёте одежду на заказ — предложите вспомнить о том, что было в моде 10 лет назад;
- у вас магазин детских игрушек — попросите родителей написать, во что они играли, когда сами были детьми.

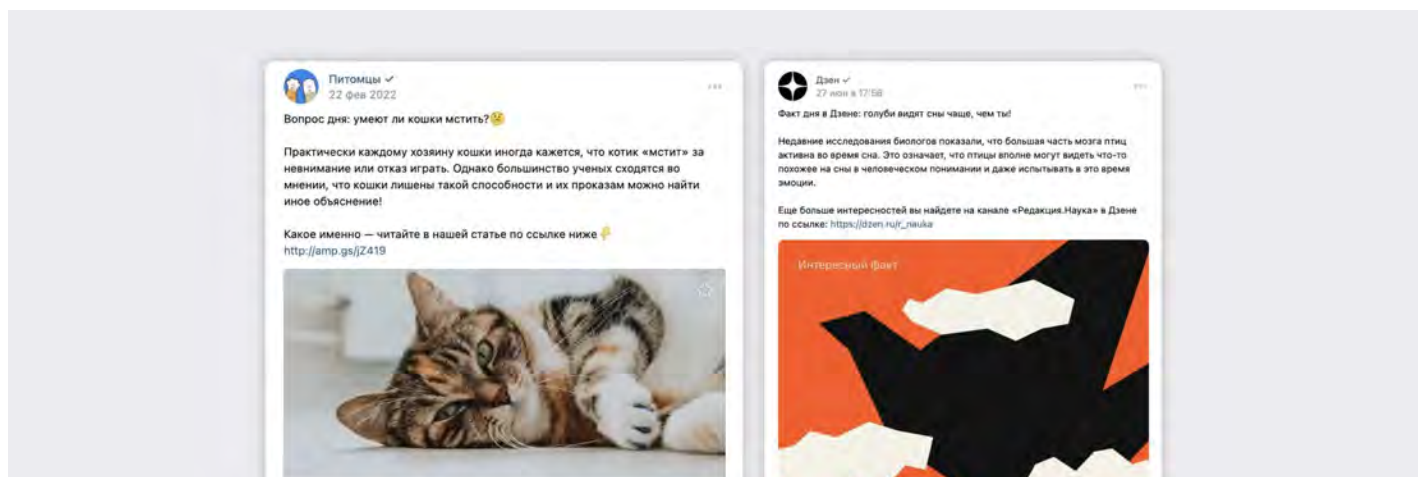
70 Делитесь вакансиями.

Возможно, среди ваших подписчиков есть сотрудники мечты, осталось только их найти. Конечно, если сообщество полностью не посвящено HR-целям, то публиковать вакансии часто не стоит.



71 Придумайте рубрику «Вопрос дня» или «Факт дня».

В ней вы сможете делиться с людьми интересной и полезной информацией. Не обязательно делать рубрику ежедневной, можно публиковать посты раз в неделю или месяц.

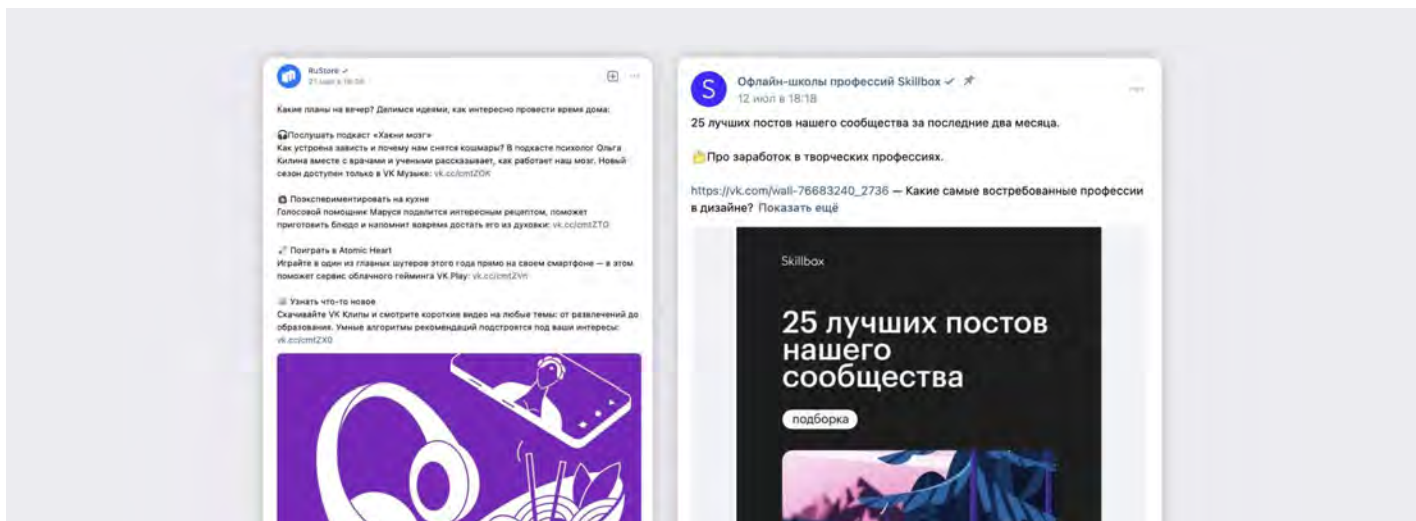


72 Попробуйте рубрику «Планы на день, вечер, выходные или праздники».

В рамках этой рубрики можно делиться советами, которые связаны с вашими сервисами, товарами или услугами.

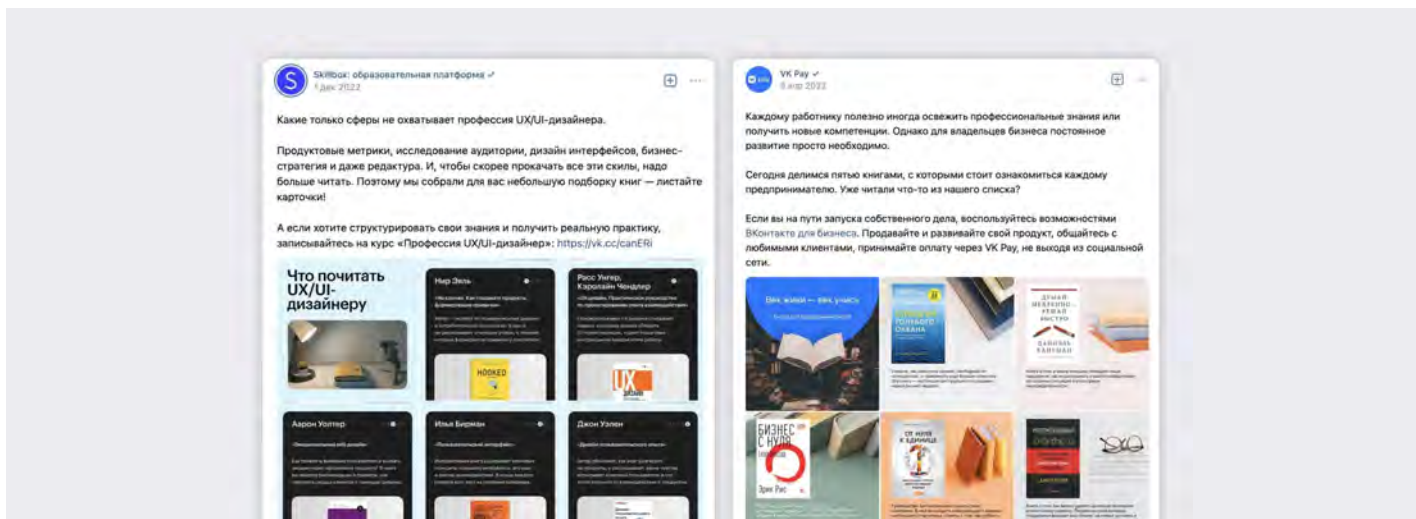
73 Делитесь популярными постами в сообществе.

О хорошем контенте нужно напоминать. Например, раз в несколько месяцев можно делать подборку с вашими самыми популярными постами.



74 Делайте подборки с интересными книгами или фильмами.

Можно сделать подборку, ориентируясь на тематику вашего сообщества, или попросить коллег поделиться их любимыми книгами и фильмами.



75 Сделайте рубрику «Словарь»

В каждой сфере есть свои термины, которые можно объяснить новичкам. Это неплохой вариант для отдельной рубрики в сообществе ВКонтакте.

76 Рассказывайте об обновлениях в сообществе.

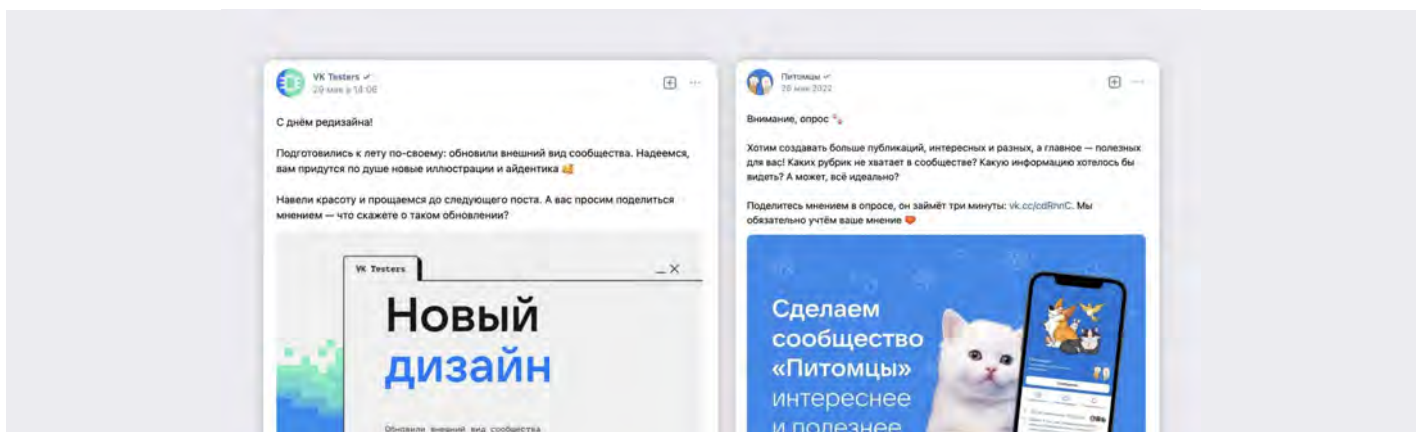
Например, если вы:

- обновили дизайн;
- придумали новую регулярную рубрику для постов;
- создали новые обсуждения.

Так вы обратите внимание аудитории на нововведения и сможете собрать обратную связь.

77 Спросите подписчиков, какой контент они хотели бы видеть в вашем сообществе.

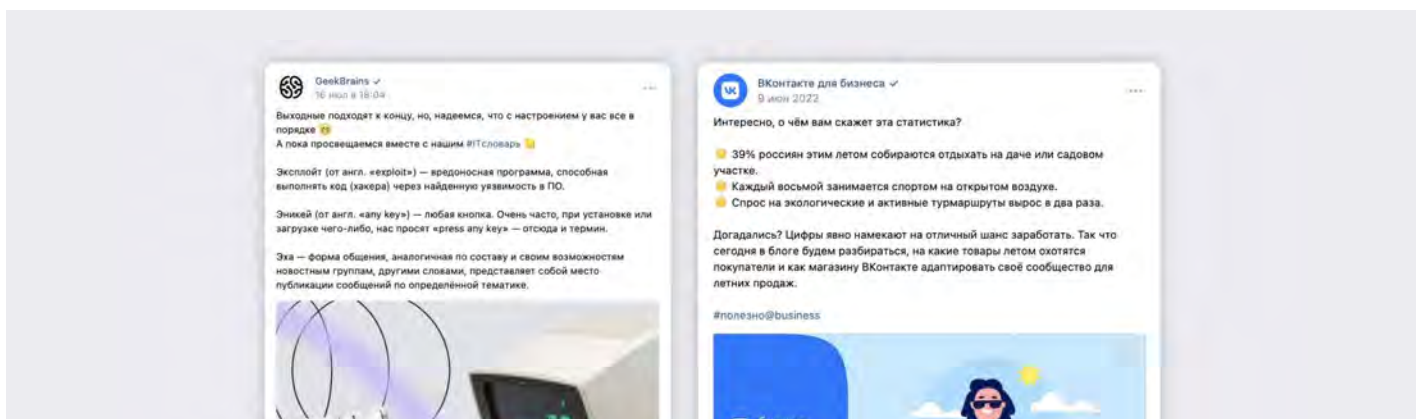
Это поможет найти новые идеи как для целых рубрик, так и для отдельных постов.



78 Делитесь с подписчиками идеями,

которые помогут сделать их жизнь лучше. Например, такой контент может помогать им:

- заботиться о здоровье;
- больше зарабатывать;
- изучать новое;
- хорошо отдыхать.



Как разнообразить посты в сообществе

Вы можете комбинировать идеи выше с советами, которые мы перечислим в этом блоке. Это поможет разнообразить контент в сообществе и сделать его ещё интереснее для подписчиков.

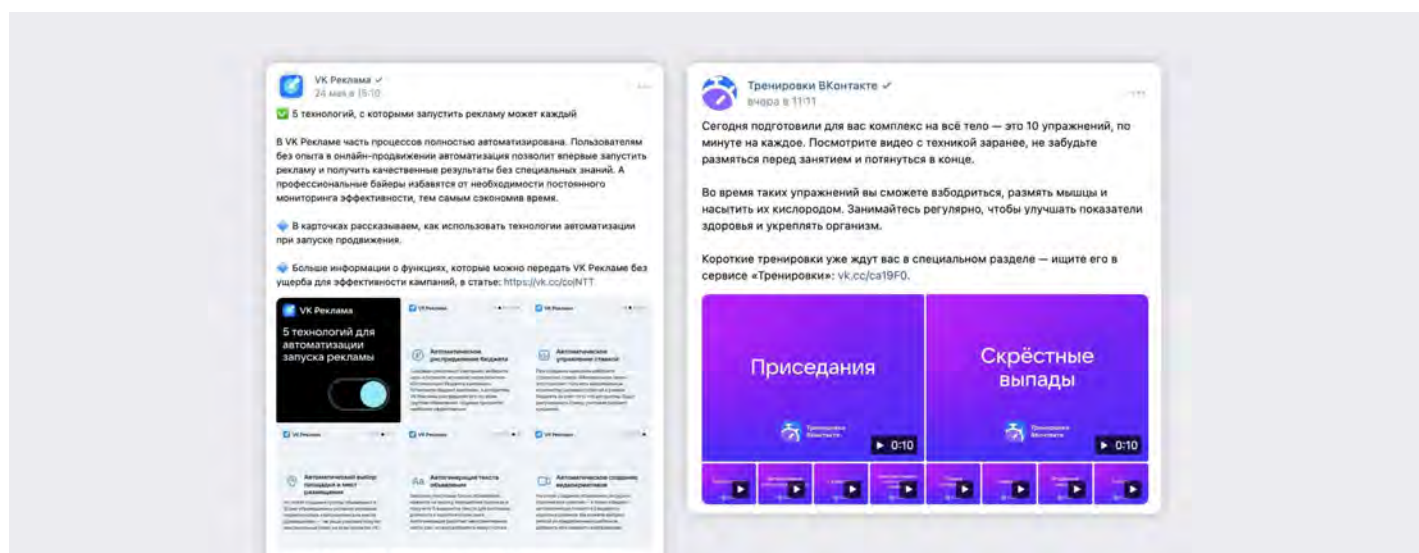
79 Используйте карточки.

Они помогут наглядно и компактно оформить текст и изображения, их удобно читать и приятно смотреть. Если информация сложная, то такой формат позволит «разложить её по полочкам».

80 Размещайте видео.

Короткие или длинные, одно или несколько — решаете вы. Например, можно поделиться:

- записью вебинара;
- видеоинструкцией;
- промороликом о товарах или услугах;
- видеозаписями, которые помогут пользователям научиться новому.



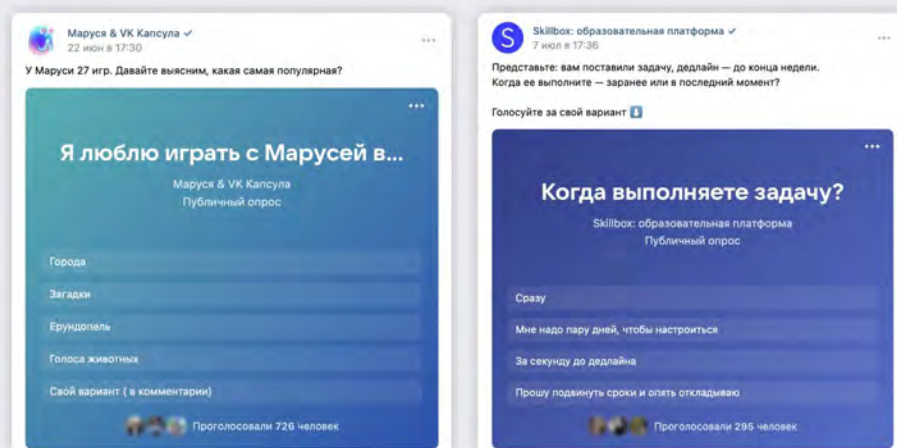
81 Размещайте инфографику.

В инфографике вы сможете совмещать текст, изображения, графики, схемы, эмодзи и другие элементы. Это отличный вариант, когда нужно поделиться статистикой.

82 Проводите опросы.

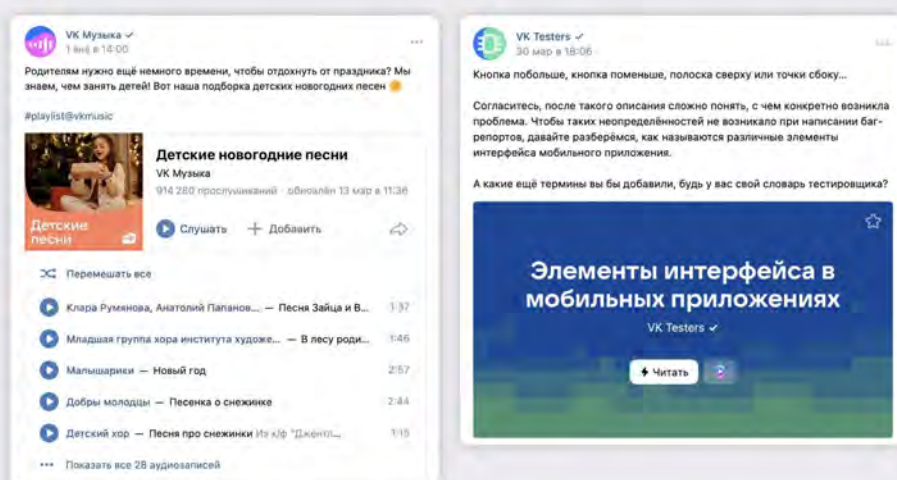
Вы можете:

- Связать их со своим бизнесом и задать вопрос о своих продуктах, товарах или услугах.
- Сделать опрос для повышения вовлечённости. В этом случае он может быть не связан с вашим бизнесом напрямую.



83 Размещайте анонсы статей.

Статью можно оформить и опубликовать в сообществе ВКонтакте, а потом прикрепить её к записи. Так подписчики своевременно узнают о выходе нового материала и смогут сразу прочитать его.



84 Делитесь отдельными аудиозаписями или целыми плейлистами.

Например:

- продаёте книги — поделитесь музыкой, которая вдохновляла писателей;
- продвигаете фитнес-клуб — прикрепите к записи плейлист для тренировок;
- делаете торты на заказ — разместите треки, посвящённые дню рождения.

Ещё вы можете делиться любимыми аудиозаписями коллег и составлять плейлисты к праздникам. Вариантов много.

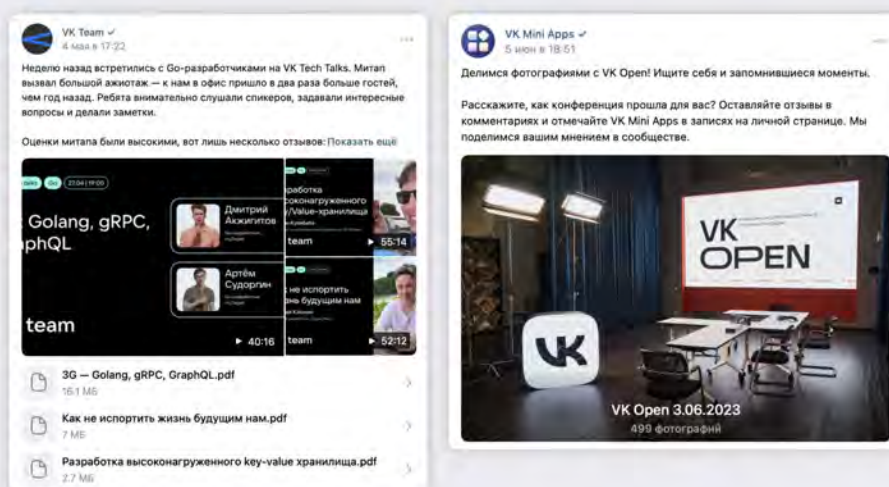
85 Прикрепляйте к записям файлы, которые будут полезны подписчикам.

Например:

- презентации спикеров с конференций;
- листовки о товарах или услугах;
- лонгриды, оформленные в виде файлов;
- подробные правила, если проводите конкурс в сообществе ВКонтакте.

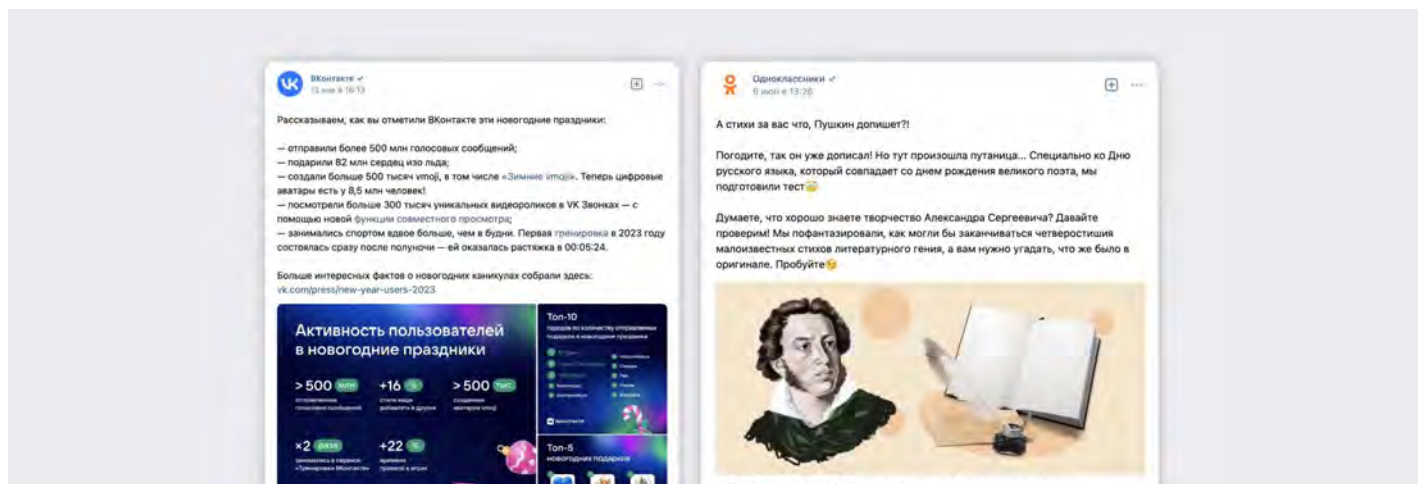
86 Делитесь фото.

К записи можно прикреплять отдельные фотографии или целые фотоальбомы. Например, возможность пригодится, если хотите разместить фото с мероприятия



87 Предлагайте пройти онлайн-тесты.

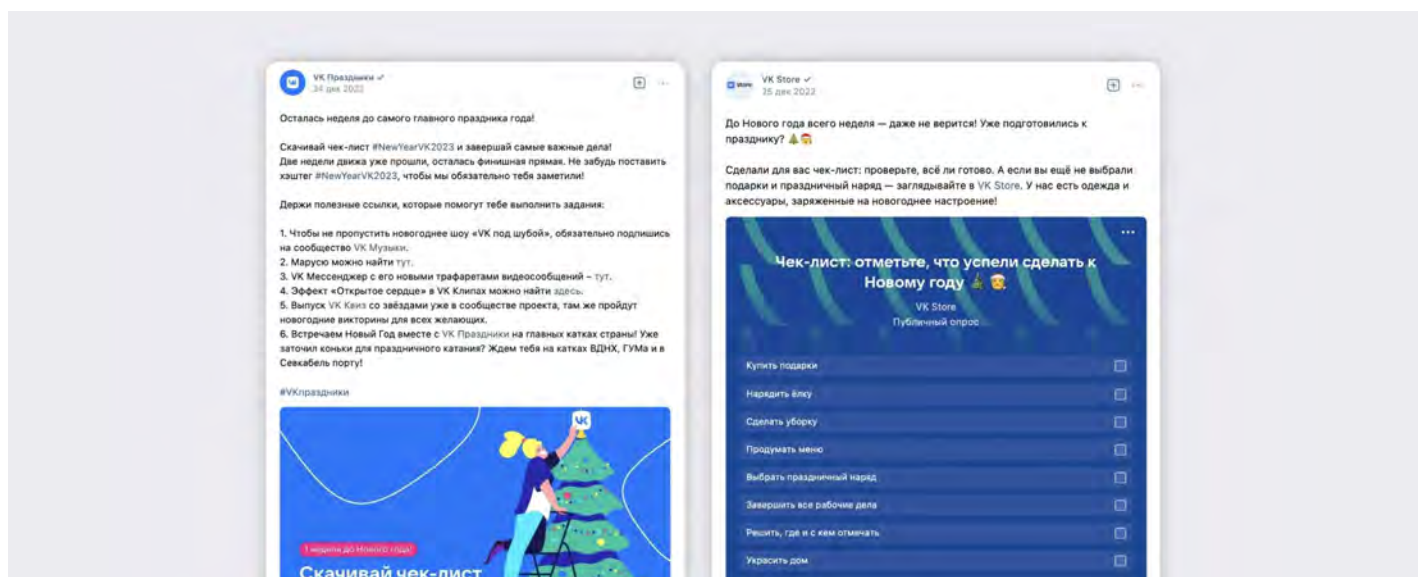
Сделайте их серьезными или забавными. Это интерактивный формат, который может развлекать пользователей или помогать им проверить свои знания.



88 Попробуйте чек-листы.

Чек-лист — это список пунктов, он помогает выполнить или проверить что-либо. Обычно это компактный и простой в использовании формат. Оформить его можно по-разному. Например, в виде:

- текста;
- изображения;
- карточек;
- файла;
- отдельного материала, ссылкой на который можно поделиться в посте.



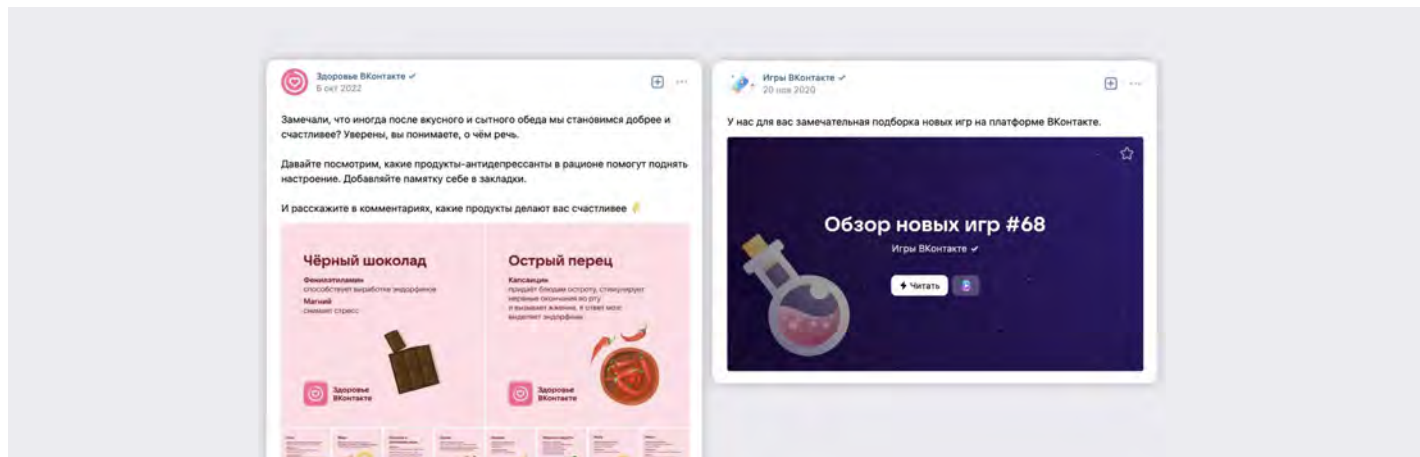
89 Оформляйте памятки.

Это компактный формат, который поможет людям не забыть о важном. Например:

- у вас онлайн-сервис или приложение — напишите в памятке, как использовать полезные функции;
- вы продаёте одежду — расскажите, как её правильно стирать;
- вы организуете экскурсии или походы — отметьте в памятке, что важно взять с собой.

90 Составляйте подборки.

Это отличный вариант, чтобы напомнить пользователям о новинках, последних релизах и так далее.



91 Делитесь рекомендациями.

Это всё то, что поможет клиентам. Например:

- у вас онлайн-сервис или мобильное приложение — расскажите о функциях, которые будут полезны пользователям;
- у вас студия маникюра — поделитесь рекомендациями для ухода за руками;
- вы продаёте комнатные растения — напишите, как правильно заботиться о них.

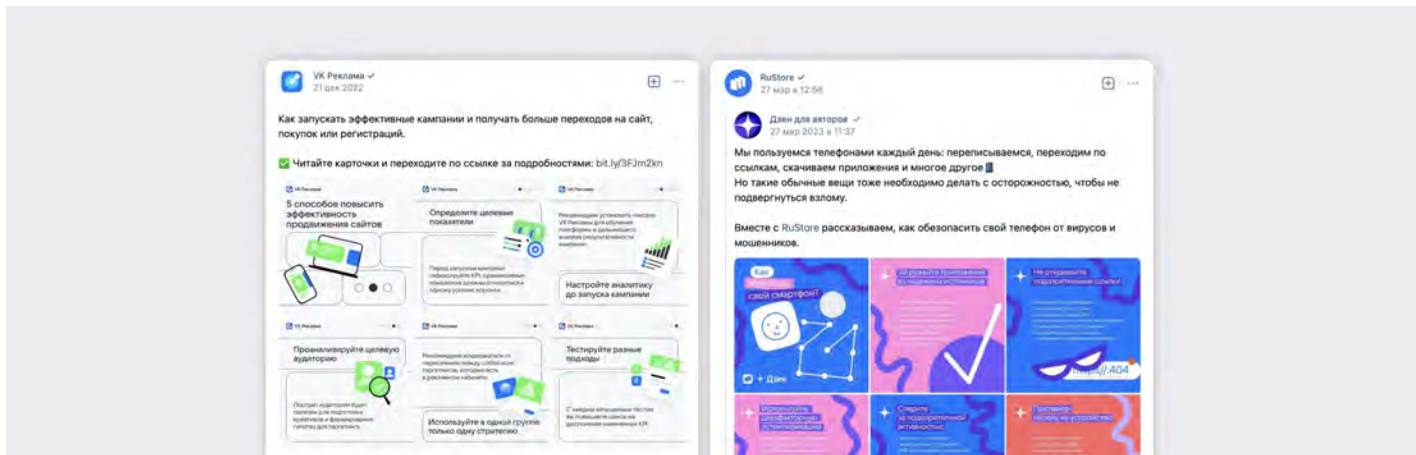
Формат напоминает памятку, но он более объёмный.

92 Подготовьте шпаргалки.

Формат напоминает памятку, но он более прикладной: например, содержит конкретные цифры или формулы, порядок действий. В шпаргалке очень важно оформление: она должна быть наглядной и простой, чтобы её можно было сохранить и возвращаться к ней по мере необходимости. Например, можно оформить шпаргалку в виде карточек.

93 Делайте репосты.

Важно не переборщить, так как подписчики хотят видеть уникальный контент. Но есть случаи, когда сделать репост уместно. Например, если о вас написали в другом сообществе или вы хотите поддержать хорошую инициативу.

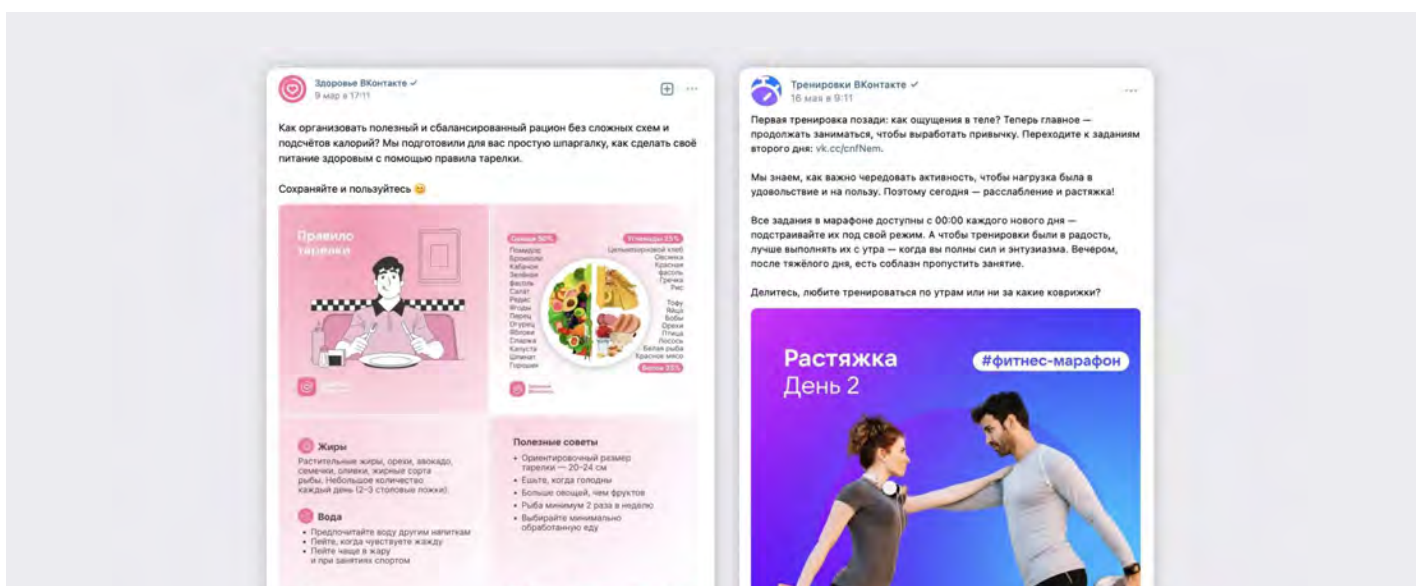


94 Запустите марафон.

Вариантов может быть много, например:

- спортивный марафон;
- кулинарное состязание;
- марафон креативных идей.

Сообщество ВКонтакте может стать отличной площадкой для этого: в нём вы сможете делиться заданиями и важной информацией, а подписчики — своими достижениями и вопросами. Ещё это отличный повод, чтобы мотивировать людей почаще заглядывать в ваше сообщество.

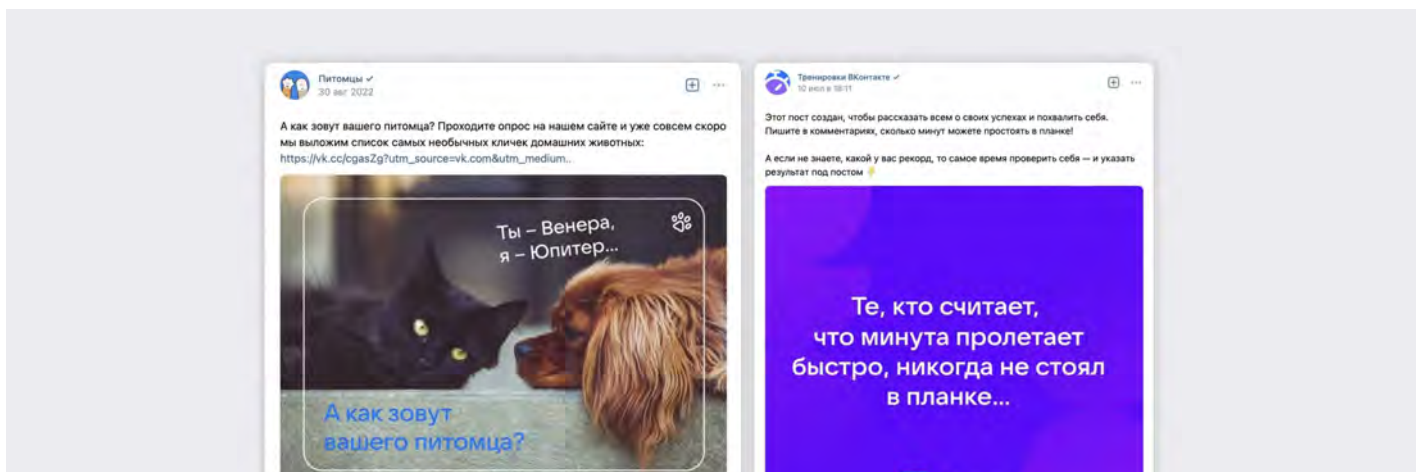


95 Привлекайте подписчиков к созданию контента.

Можно сделать публикацию с вопросом или просьбой на определённую тему. А потом на основе ответов подготовить серию постов или статью.

96 Размещайте цитаты.

Это ёмкие фразы, которые могут мотивировать, развлечь или научить чему-то новому.

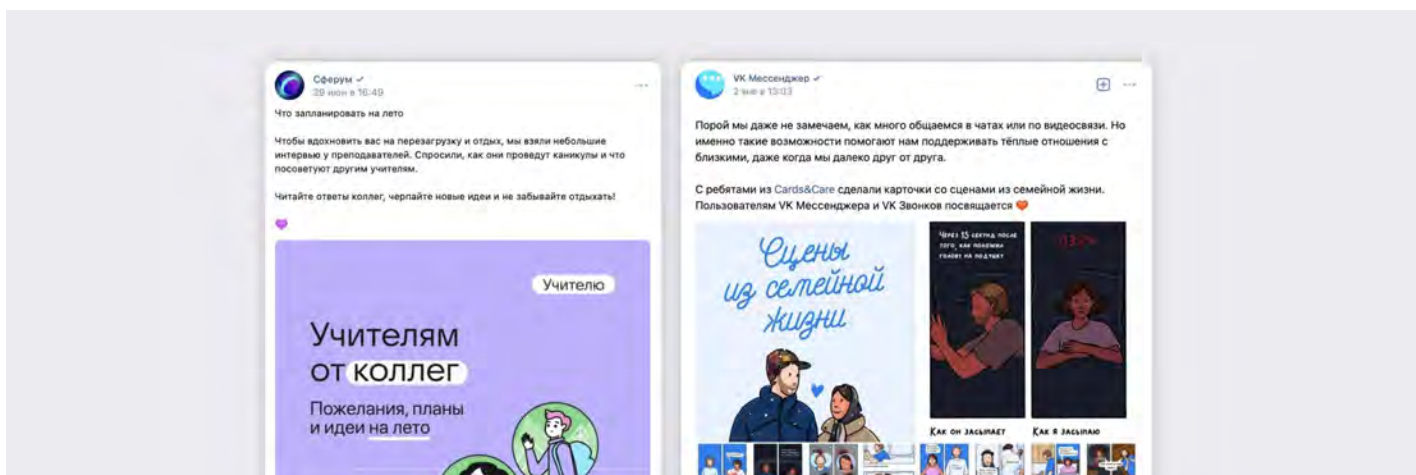


97 Готовьте интервью.

Например, с коллегами, клиентами или приглашёнными экспертами.

98 Делитесь контентом, который делаете совместно с партнёрами или другими сообществами.

В этом случае стоит договориться о репосте публикации — чтобы увеличить органический охват.

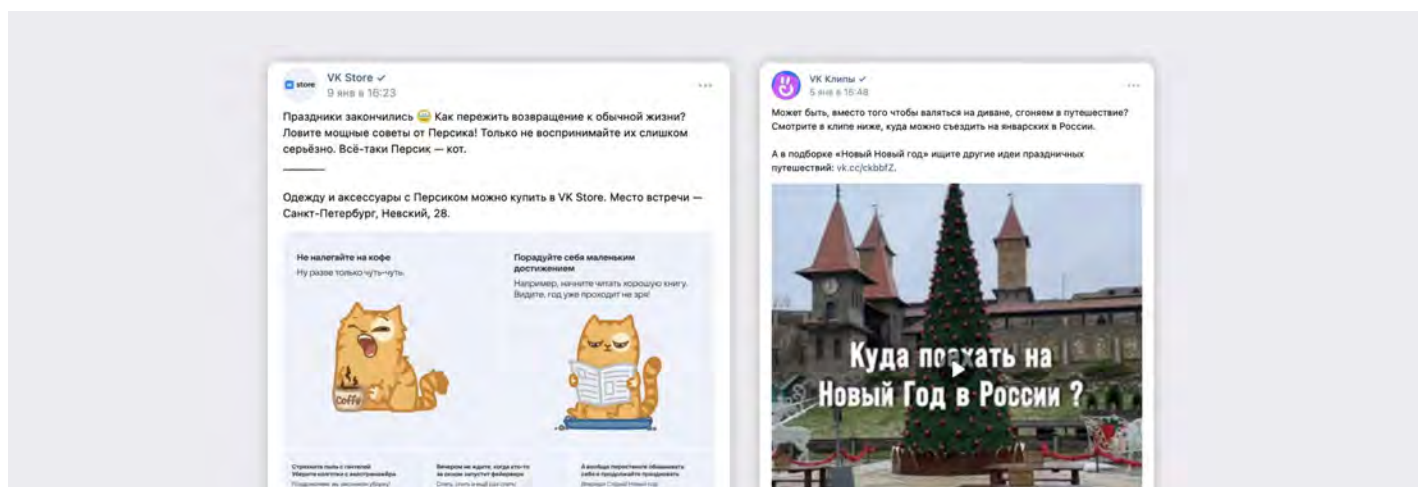


99 Используйте в постах маскота, если он у вас есть.

Напомним, что это персонаж-талисман, который ассоциируется с компанией, её продуктами или услугами. Он поможет сделать публикации сообщества узнаваемыми.

100 Размещайте клипы.

Выше мы уже писали о видео, теперь хотим рассказать о клипах — коротких вертикальных роликах. Это отличный вариант, если нужно подготовить небольшой развлекательный клип или быстро о чём-то рассказать.



Подводим итог

Как мы видим, идей для постов может быть очень много. Используйте советы из этого гайда или придумывайте новые механики на их основе. Главное:

- Соблюдать баланс: чередовать продающий контент с полезным, развлекательным и так далее.
- Помнить, что посты в сообществе должны быть интересны подписчикам и помогать вам решать бизнес-задачи.
- Не бояться экспериментировать и тестировать. Совмещайте ваши креативные идеи с возможностями и инструментами, которые предлагает ВКонтакте.