

На сегодняшний день в современном обществе студент не привязан ни к преподавателю, ни к своей учебной системе. Цифровые коммуникационные технологии дают возможность выбирать, где и чему учиться, в какой образовательной и не только среде развиваться, в какую деятельность включаться.

В нашей работе в соцсетях цифровой след — это индивидуальный цифровой профиль интересов студента и его творческое электронное портфолио, которое может изменяться, адаптироваться, так как приобретаются новые знания и меняются вкусы.

Главная задача цифрового следа— расширение возможностей для каждого студента персональных направлений его развития. Он помогает определить потенциальные интересы, активность и таланты в различных областях студентов.

Алгоритм поиска и работы студента в соцсетях зависит от самой соцсети: что в ней представлено (какая информация публикуется и освещается) и почему он подписан (для чего).

Предлагаю рассмотреть наши соцсети, опираясь на ручной подсчет и анализ подписчиков, а также их интернет-активность и покажем, как цифровой след помог нам составить это мини-исследование.

ВК

Главная площадка для подачи информации - ВКонтакте.

- интерес посещения подписчиков и просто пользователей данной соцсети влияет на календарную дату (памятное событие), которое закрепляется хештегом для удобного поиска. На основе этих интересов разрабатывается контент-план.

- около 7% подписалось на новые уведомления о записях в сообществе. Делаем вывод, что подписчики хотя получать новости о выходе публикаций напрямую и им интересна страница ВК.

- в разделе «Сообщения» студент задает вопросы. Онлайн общение даёт возможность оперативно ответить студенту на интересующий вопрос и правильно его направить в поиске информации. Также подключён чат-бот на основные ключевые вопросы. Это позволяет сразу получить ответ, независимо от времени суток.

По часто задаваемым вопросам в разделе «Сообщения» установлен виджет для быстрой навигации по странице ВК и по основному сайту БИК. Также подключён чат-бот на основные ключевые вопросы. Это позволяет сразу получить ответ, независимо от времени суток и подписчику ещё легче ориентироваться в интернет-сообществах Финуниверситета.

Такую настройку сайта мы сделали благодаря анализу следов посещения и правильно оформили, и распределили поиск информации.

- периодически публикуем опросы, связанные с услугами, сервисами БИК; опросы, которые расскажут о потребностях студента и помогут разобраться как стать ближе к студенту и быть полезным при формировании контент-плана.

- ВК удобная площадка для размещения медиа-контента: привлечение студентов к записи видео, участие в озвучке, оно является важнейшей мотивацией, так как связано с учебным процессом. Поощрение студентов преподавателями осуществляется в виде оценок, баллов за проделанную ими внеаудиторную работу.

Telegram

Telegram-канал открыт для распределения нагрузки информации соцсетей.

В нём публикуется информация по электронным ресурсам, вебинарам БИК и не только, которые интересны студентам и НПР, а также новости Финуниверситета.

Делаем небольшие опросы, так как этот канал удобен для оповещения быстрых вопросов-ответов.

Публикации выходят стабильно и пополняются новостной лентой, которая постоянно отслеживается.

Instagram

Соцсеть познавательно-развлекательного характера. Здесь важен небольшой объём информации, обязательное фото к данному посту и доходчивость написания. Быстрый контент, который можно пролистать и прочитать «на бегу».

Также, как и в Телеграм-канале Инстаграм несёт свою тематику публикаций, где закрепились свои рубрики, которые не дублируются на других страницах БИК.

Большинство подписчиков — это другие библиотеки (около 15%) и студенты, которые не подписаны на страницу ВК (около 10%).

На наш взгляд, библиотеки подписываются, скорее всего, для отслеживания тем, которые освещаются на этой площадке, и чтобы взять на заметку для своей дальнейшей работы.

Удобный формат лайков и комментариев сразу показывает заинтересованность в публикации, которая вышла. Это как лакмусовая бумага - от каких тем стоит отказаться, а какие темы стоит продолжать (например, сделать постоянную рубрику).

Делая вывод, можно сказать, что по цифровому следу можно проследить активность подписчика, проанализировать интересы.

Распределить информацию и формат подачи на разных площадках соцсетей. Даёт возможность направить студента/целевую аудиторию конкретно на тот ресурс, который ему полезен и интересен.

Контент во всех соцсетях уникален, не повторяется. Везде есть обратная связь.

Мониторинг аудитории проводится регулярно, на основании которого и строится работа в дальнейшем.

Цифровой след помогает подобрать ключик в продвижении соцсетей, быть интересными и современными для своего читателя. И конечно же можно проследить «взросление» читателя, его изменение вкуса.