Возможности социальной сети Google+ для привлечения иностранных студентов

Социальные сети стали неотъемлемой частью жизни, как обычных пользователей, так и бизнес сообщества. Соцсети продолжают активно развиваться и наращивают число своих пользователей. Согласно данным за 2016 год в число наиболее популярных сосцсетей и мессенджеров входят (Рис.1.):

Рис.1. Наиболее популярные сосцсети и мессенджеры, по даным статистики с сайта http://www.pro-smm.com/populyarnye-socialnye-seti/

Популярность этих социальных сетей растет с каждым годом. Большинство абитуриентов и студентов не только проводит свободное время в социальных сетях, там же они ищут информацию. Соцсети стали глобальными площадками для безбарьерного общения. Сегодня социальные сети, такие как Google+, это перспективный канал взаимодействия между потребителями и поставщиками образовательных услуг. Именно поэтому для вузов, перед которыми стоит задача привлечь иностранных абитуриентов на свои образовательные программы, социальные сети должны стать одним из инструментов SMM.

Google+ (plus.google.com) – социальная сеть, разработанная и принадлежащая Google Inc. Сервис был запущен 28 июня 2011 года.

Основой Google+ является возможность создания так называемых кругов общения (или групп по интересам). Соцсеть также позволяет проводить видео-встречи, общаться в онлайн-чате и через мобильное приложение. Сервис также может быть полезен пользователям, которые в силу специфики своей профессиональной деятельности, могут и хотят делиться своим продуктом/ услугами с потенциальными потребителями.

Круги Google+ облегчают пользователям защиту их конфиденциальности и сегментированного совместного доступа, предоставляя возможность выбора круга, в котором пользователь хочет размещать или получать контент. Например, потенциальные студенты могут создать круг «Выбор вуза», чтобы следить за интересующими их университетами. В то же время университеты также могут создавать отдельные круги для абитуриентов, студентов, выпускников или сотрудников приемных комиссий для обмена информацией, представляющей интерес для сегментированной группы пользователей. По

сути, Google+ – это способ объединить вместе все сервисы и возможности, что может предложить Google, так, чтобы пользователям было удобно.

Статистика социальной сети Google+ неразрывно связана с прочими сервисами компании, потому прямые сравнения с Facebook или другими популярными соцсетями делать сложно. Поисковый гигант сообщает, что в её веб-продуктах каждый пользователь проводит более часа в день, причём большая часть посетителей Google+ заходят на сервис с мобильных аппаратов. В среднем каждый из 250 млн. пользователей проводит в социальной сети около 12 минут в день. По официальным данным компании Google на сентябрь 2012 года аудитория сайта составляла 400 млн. пользователей, а активная ежемесячная аудитория достигала 135 млн. человек. Однако в сторонних источниках данные статистики существенно разнятся. Некоторые исследователи приводят данные о низкой посещаемости Google+ [10]. Также, интересно отметить, что Google+ не получила большого внимания в США, хотя пользуется популярностью в других странах мира.

По данным «Higher Education Marketing» опросы показывают, что только 9 процентов сотрудников маркетинговых служб и приемных комиссий вузов приняли решение использовать социальную платформу Google+. Для многих вузов нужны дополнительные аргументы и доводы для создания своего аккаунта в Google+ [1]. В настоящее время в комплекс SMM[1] (Social Media Marketing) вузов входит большой набор инструментов, таких как аккаунты в Facebook, Twitter, LinkedIn и других социальных сетях и платформах. Это формирует тенденцию, когда вузы берут паузу, чтобы определиться с необходимостью добавления еще одного тактического канала в их маркетинг-микс. Возможно, поэтому соцсеть Google+ по-прежнему в значительной степени недооценивается.

Принимая решение о создании аккаунта вуза в Google+ не стоит рассчитывать на быстрый рост числа лайков, репостов и откликов пользователей, которые можно получить в Twitter или Facebook. Ознакомившись со статистикой посещаемости и использования Google+ может показаться, что большинство пользователей на самом деле не используют данную соцсеть. Однако нельзя игнорировать нахождение Google+ в десятке самых крупных социальных платформ. При том, что примерно 20% идентифицируют себя как студентов [1].

Рассмотрим подробнее возможности работы с Google+.

Регистрация в Google+ начинается с создания аккаунта в общей системе Google и заполнения регистрационной формы соответствующей информацией. Аккаунт необходимо заполнить актуальной информацией максимально полно.

При регистрации у пользователя появляется возможность выбора типа аккаунта, а также возможность пользоваться другими сервисами Google без дополнительной регистрации. Google предоставляет создать как личный профиль (страница пользователя социальной сети), так и страницу бренда. Основные отличия страницы бренда от профиля:

Страница бренда позволяет [2]:

- создавать записи
- добавлять отметки «+1»
- создавать подборки
- создавать сообщества и присоединяться к ним

1 SMM – (от англ. Social Media Marketing – маркетинг в социальных сетях) – процесс привлечения трафика или внимания к бренду или продукту через социальные платформы. Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач. Основа SMM – создание контента, которым пользователи социальных сетей или платформ будут делиться со своими друзьями самостоятельно. Сообщения, передаваемые по социальным сетям, вызывают у клиентов больше доверия, и тем самым формируют лояльное отношение аудитории к бренду.

- подписываться на другие профили Google+ и +страницы
- управлять аккаунтом бренда совместно с другими пользователями с помощью аккаунтов Google (не нужен отдельный пароль или имя пользователя)
- у аккаунта бренда может быть несколько владельцев, администраторов и менеджеров.

В аккаунте бренда можно использовать следующие сервисы Google, с помощью которых можно продвигать свою организацию (бренд):

- Google+
- Google Мой бизнес
- Google Фото
- Spaces
- YouTube.

Личный профиль:

- генерируется автоматически при создании почтового ящика Gmail
- имеет единственного владельца, кто может администрировать профиль
- показывает только количество просмотров профиля
- может ставить отметки «+1» другим страницам или записям.

Вузам целесообразнее создавать страницу бренда. Во-первых, данный тип аккаунта более соответствует статусу организации, формирует доверительное отношение и воспринимается пользователями соцсети более положительно. Во-вторых, при необходимости, администрировать аккаунт в Google+ могут несколько модераторов. Например, ведение общения с пользователями из круга по вопросам поступления в вуз может осуществляться сотрудниками приемной комиссии вуза.

Управление аккаунтом: Google+ позволяет настроить оформление созданного аккаунта, добавлять фотографии, сделать его более уникальным и узнаваемым за счет добавления цветов и элементов фирменного стиля вуза, а также его фотографии.

Создание и управление кругами: в созданном аккаунте можно создать круги для общения по интересам. По умолчанию Google+ предоставляет 4 вида категорий кругов – «Семья», «Друзья», «Знакомые» и «Подписка». Данные названия можно переименовать, а также добавлять новые круги при необходимости. Также можно изменить графическое оформление кругов, разнообразить их, сделать более яркими и привлекающими внимание. Помимо этого, есть возможность отследить в каком из кругов вы состоите у других пользователей.

В аккаунте есть функция управления опросами среди участников кругов, которая позволяет опрашивать их участников и сегментировать их в соответствии с интересами, а при необходимости перемещать в другие круги.

Добавление друзей в Google+ осуществляется путем их поиска по фамилии и имени в поиске. Существует возможность найти знакомых и коллег по определенным критериям поиска, например, в определенной сфере деятельности или по конкретным жизненным событиям, учебе в определенной школе или вузе и т.д.

Также для удобства пользователей в Google+ создана функция импорта контактов из других сервисов, что позволяет быстро пополнить круги друзей.

Важно отметить, что для правильного продвижения аккаунта в Google+ необходимы реальные «живые» подписчики, которые будут активно взаимодействовать с вашей страницей: ставить «+1», делиться постами со своими друзьями. Активность подписчиков будет положительно влиять на ранжирование сайта в результатах поиска Google.

Увеличивать число подписчиков можно также за счет уникального контента, размещаемого в аккаунте, а также распространения актуальной и интересной информации в тематических сообществах социальной сети Google+.

Лента новостей в Google+ организована по аналогии с другими социальными сетями. Все происходящие события отражаются в ленте новостей. Возможности Google+ позволяют делиться новостями, оставлять отзывы, подписываться на новостные ресурсы в зависимости от интересов и круга общения. Возможность фильтрации новостей из определенных кругов позволяет быть в курсе событий только по интересующим темам для избегания перегруженности ленты.

Дополнительные возможности Google+ позволяют размещать на сайте вуза выдержки или полную ленту новостей из аккаунта соцсети. Также Google+ предоставляет возможность перевода всей ленты новостей или отдельных записей посредством «Google Translate for Google+».

Общение посредством Hangouts: это программный продукт, доступный из веб-браузеров и как мобильное приложение, для мгновенного обмена сообщениями и видеоконференций, выпущенное Google в мае 2013 года. Hangouts заменяет собой сразу три системы для мгновенного обмена сообщениями: Google Talk, Google+ (сервис видеочатов и видеовстреч), а также онлайн-трансляции через Youtube.

В Hangouts есть возможность обмена фотографиями, короткими сообщениями и проведения видеовстреч с одним или несколькими пользователями (до 100 человек), у которых есть аккаунт Google (при отсутствия аккаунта у пользователя, ему будет отправлен e-mail с приглашением о проведении видеовстречи). Варианты общения между пользователями, используя возможности Hangouts:

- чат (переписка)
- видеоконференция (при помощи веб-камеры)
- телефонные звонки
- короткие сообщения

Вузы могут использовать возможности Hangouts для проведения онлайн презентации своих образовательных программ или виртуальных дней открытых дверей, консультирования абитуриентов сотрудниками приемной комиссии, а также онлайн встреч с абитуриентами по вопросам поступления в вуз в формате вебинара.

Проводить онлайн встречи в формате вебинара в Hangouts позволяет функция «On Air». От обычной онлайн встречи в Hangout «On Air» отличается тем, что в ней есть точка организатора/модератора, а все остальные пользователи могут присоединяться в качестве зрителей. При этом, пользователи могут не только наблюдать за видеотрансляцией в прямом эфире, но и оставлять свои комментарии.

Запись вебинара можно выложить на YouTube, чтобы видео посмотрели пользователи, которые не успели увидеть его в прямом эфире. Также видеоматериалы, созданные в Hangouts, можно разместить на собственном сайте. Так, вуз может выложить видеозапись вебинара в разделе сайта, посвященном вопросам поступления в университет.

Фотографии: Google+ позволяет осуществлять автозагрузку и сохранение фотографий и видеороликов, снятые с помощью мобильного устройства или загруженных со стационарных компьютеров. Как правообладатель, он может установить запрет на скачивание фото- и видеофайлов из своего аккаунта, в этом случае снимки будут доступны только в режиме просмотра.

Хэштеги: Google+ заточена под применение хэштегов, она поддерживает их. С их помощью можно систематизировать контент, сообщения пользователей и их обсуждения, выделив из фонового шума нужные данные. Т.е поиск по хештегам – самый эффективный

в Гугл+. Google+ выдает все, где упоминается желаемый хештег. Хэштеги повышают видимость постов для пользователей, которые не входят в ваши круги. Благодаря этому увеличивается охват аудитории и база подписчиков.

Таким образом, если необходимо, чтобы пользователи в максимально короткое время нашли ваши сообщения необходимо добавлять хештеги. Добавлять хештеги в Google+ можно и к сообщениям, и к комментариям.

В Google+ существует только одно правило использования хэштегов – в них нельзя использовать пробелы.

Кнопка Google +1 (Plus One) – это своеобразный «лайк» придуманный для социальной сети Google+. С помощью кнопки «+1» (Plus One) посетители сайта вуза, могут выразить свое положительное отношение к размещенной информации или новости, а также показать эти информационные материалы своим друзьям в социальной сети Google+.

Учитывая охват Google, множество сервисов и их востребованность среди пользователей со всего мира, любое участие в проектах Google имеет положительное влияние на маркетинговую деятельность организации. Кнопка «+1» каждый день отображается на миллиардах веб-страниц [1]. Также отметки «+1», сделанные ппользователями, учитываются поисковой системой Google, при формировании поисковой выдачи. Так, из двух сайтов претендующих на первое место в поисковой выдаче по определенному запросу, первое место займёт сайт с большим количеством «+1», при прочих равных условиях. Таким образом, кнопка Google +1, помогает расширить аудиторию сайта и улучшить позиции сайта в поисковой выдаче [11].

Связывание аккаунта Google+ с сайтом:

Дополнительные преимущества также дает связывание аккаунта в Google+ с собственным сайтом (привязка авторства). В этом случае, в поисковую выдачу Google для ваших подписчиков из Google+ будут подмешиваться записи из вашей новостной ленты, релевантные запросам пользователей. Они будут отображаться в результатах выдачи с фотографией автора статьи, т.е. в сниппете[2] вашего сайта появится аватар из аккаунта Google+. Такие вставки дополняю результаты поиска в Google, а не заменять места других сайтов.

Специалисты отмечают, что такие сниппеты привлекают большее внимание и имеют больший CTR[3] по сравнению с результатом без фото на том же месте [7]. Это изображение делает автора более узнаваемым и подтверждает авторство его статей и постов.

Авторство не только позволяет определить источник информационного материала, но также персонализировать результаты поисковой выдачи для подписчиков из Google+.

Google все активнее использует в алгоритмах ранжирования эти данные из своих сервисов. Таким образом, на позиции сайта в результатах поисковой выдачи теперь активно влияют и «+1», и авторство.

---

[2] Сниппет – краткое описание сайта, которое пользователь видит в результатах выдачи по поисковому запросу. Главная задача сниппета – максимально полное информирование пользователя о тематике и содержании сайта. Составлением снипета занимается сама поисковая машина по определенному алгоритму, однако за каждым веб-мастером остается право внести коррективы в сниппет. Данный элемент принимает непосредственное участие в продвижении сайта. При правильном подходе сниппет может существенно повысить конверсию сайта посредством увеличения количества уникальных переходов с поисковой системы на ресурс. В зависимости от поисковой системы, в которой продвигается сайт, существуют определенные правила, на которых базируется алгоритм создания сниппета. Наиболее важным является его длина: в Google – не более 160 символов для заголовка, в Яндекс – не более 240 символов.

[3] CTR – от англ. click-through rate – показатель кликабельности; CTR определяется как отношение числа кликов на ссылку, баннер или рекламное объявление к числу его показов, измеряется в процентах.

Автоматическая публикация постов в Google+:

Кросспостинг в Google+ возможен с помощью сторонних сервисов. С их помощью можно подключить аккаунт в Google+ к потоку RSS сайта. Т.е. при публикации новой записи (новости) на сайте, информация автоматически попадает в RSS ленту, а затем транслируется в новостную ленту аккаунта Google+. При этом, если аккаунт Google+ привязан к сайту, то в результатах выдачи появится аватарка вуза.

В функционал социальных сетей, в том числе и Google+, зашит целый набор инструментов для отслеживания эффективности работы с их пользователями, потенциальными абитуриентами. Интеграция Google+ с аналитическими сервисами Google позволяет дать оценку не только работе вуза в социальной сети, но и оценить трафик переходов на сайт вуза. Благодаря данной информации и ее анализу маркетинговые подразделения вуза могут планировать и корректировать маркетинговую деятельность по привлечению иностранных абитуриентов. Российским вузам необходимо активнее работать с социальными сетями и использовать их возможности по привлечению иностранных граждан на свои образовательные программы.

Используемые источники:

1. http://www.higher-education-marketing.com/blog/google-plus-recruitment
2. https://support.google.com/plus/answer/1710600?hl=ru
3. https://ru.wikipedia.org/wiki/Google%2B
4. http://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2011/10/European-Engagement-on-Entertainment-Sites-Grows-10-Percent-in-the-Past-Year?ashmanov&cs_edgescape_cc=RU
5. https://plugingroup.com/top-15-popular-social-media-sites-november-2016/
6. http://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/
7. http://goodseo.su/biznes-stranica-google-prodvizhenie-i-vozmozhnosti
8. http://www.webmeetings.ru/tags/GOOGLE_HANGOUTS/
9. http://www.pcworld.com/article/234825/sss.html
10. https://geektimes.ru/post/244642/
11. https://developers.google.com/+/web/+1button/