ИНСТРУКЦИЯ

КАК ОФОРМИТЬ ПРОДАЮЩЕЕ СООБЩЕСТВО ВКОНТАКТЕ В 2026?





ОБО МНЕ

Екатерина

Маркетолог
специалист по
соцсетям

Занимаюсь ведением
аккаунтов ВКонтакте
и Запретграм

Опыт работы в маркетинге
от **15** лет, в соцсетях – от **7** лет

Увеличиваю выручку клиентов
в **2** раза

Прошла обучение в
Германии, Англии и России

katya_marketolog

12 ПРОСТЫХ ШАГОВ

которые помогут вам провести аудит сообщества Вашего бизнеса ВКонтакте.

**Используйте мои рекомендации,
и Вы получите новых подписчиков и клиентов!**

НАЗВАНИЕ СООБЩЕСТВА

Должно быть доступным для восприятия и максимально отражать Вашу деятельности или продукт. Общий алгоритм для названия сообщества можно выразить так:
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ + СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ + ГЕО
ВАЖНО, чтобы название визуально привлекательно выглядело и полностью убиралось (как в настольной версии соцсети, так и в мобильной). Пишите русскими буквами.

АВАТАР

Не стоит в аватар пытаться уместить всё и сразу. Он должен соответствовать Вашей нише, быть понятным и привлекательным Вашей целевой аудитории, быть ярким, заметным и сочетаться с общим визуалом профиля. Важно, чтобы изображение было читабельным, как в настольной, так и в мобильной версии. Если есть текст, он должен быть не мелкий, читаемый. Для экспертов идеальный вариант - ваше фото!

СТАТУС СООБЩЕСТВА

Должен быть максимально информативным, ёмким (1 предложение – не более) и без пространных формулировок.
Что можно вынести в статус сообщества:
- Актуальная акция
- Короткое и яркое описание продукта/услуги
- Бонус при покупке
- Результат, который Вы обещаете клиенту

katya_marketolog

12 ПРОСТЫХ ШАГОВ

которые помогут вам провести аудит сообщества Вашего бизнеса ВКонтакте.

ОПИСАНИЕ СООБЩЕСТВА

Откажитесь от написания «простыни»!

Постарайтесь рассказать о Вашем товаре/услуге в 3-4 абзацах по 2-3 предложения в каждом.

Деление на абзацы важно, как воздух, в описании. Оно поможет осмыслить читающему всё прочитанное.

Не пишите весь текст капслоком – используйте его для выделения ОСНОВНЫХ МОМЕНТОВ. Добавьте ссылки на отзывы, товары, услуги.

Обязательно используйте в тексте ключевые слова – именно по ним алгоритмы ВКонтакте будут рекомендовать Ваше сообщество. Но делайте это гармонично, вплетая «ключевики» в текст.

РАЗДЕЛЫ СООБЩЕСТВА

Чтобы правильно добавить блоки в разделы, необходимо понять, что в Вашем случае ведёт к продажам. Это может быть что угодно, но всё-таки самым универсальным инструментом является блок ТОВАРЫ (или Услуги). Его в последствии очень удобно продвигать через таргетированную рекламу ВК.

МЕНЮ

Не делайте меню слишком объёмным. Достаточно будет нескольких разделов, которые ведут в Вашей нише к продажам: О Вас, Отзывы, Акции, Консультация и т.д. Но обязательно сделайте его, это еще одна точка контакта с аудиторией!

Помните! У вашего профиля **ровно 3 секунды**, чтобы произвести первое впечатление на потенциального подписчика!

katya_marketolog

12 ПРОСТЫХ ШАГОВ

которые помогут вам провести аудит сообщества Вашего бизнеса ВКонтакте.

ТОВАРЫ (УСЛУГИ) СООБЩЕСТВА

Пожалуй, это один из главных разделов Вашего сообщества.
Фото должны быть качественные и максимально передавать свойства товара/услуги. Это позволит свести к минимуму возвраты/отказы.
Опыт показывает, что более 75% клиентов охотнее покупает товары, если цены не скрыты.
Если в цене на товар/услугу есть «разбег», то можно указать стоимость «от/до».
В ВК есть отличная функция, позволяющая прописывать товары со скидкой.
Чем более грамотно выполнены карточки товара/услуги (фото, описание и т.д.), тем выше вероятность покупки. Тем более, что сейчас в алгоритме ВК прекрасно работает автопродвижение товаров.

ОБСУЖДЕНИЯ

Рекомендую вести одновременно не более 3-4 тем с обсуждениями, чтобы Вы могли оперативно следить за обновлениями, отвечать на вопросы клиентов. Универсальными можно назвать такие обсуждения как: отзывы, вопрос-ответ, акции, доставка и оплата, как нас найти и т.д. Главное, следите, чтобы темы были актуальными, не было неотвеченных вопросов от подписчиков!

ССЫЛКИ

Не злоупотребляйте внешними ссылками, чтобы не «растерять» тех клиентов, которые уже зашли к Вам. Своим клиентам я рекомендую аккумулировать всё внутри сообщества и вынести в ссылки контакты, отзывы и т.д. Проверьте, чтобы ссылки работали!

Помните! У вашего профиля **ровно 3 секунды**, чтобы произвести первое впечатление на потенциального подписчика!

katya_marketolog

12 ПРОСТЫХ ШАГОВ

которые помогут вам провести аудит сообщества Вашего бизнеса ВКонтакте.

КОНТАКТЫ СООБЩЕСТВА

Зачастую пользователи заходят на страницы тех, кто указан как контактное лицо. Поэтому рекомендую указывать в контактах тех людей, которые действительно компетентны в продаже Вашего товара/услуги, смогут помочь, ответить на дополнительные вопросы.

СООБЩЕНИЯ СООБЩЕСТВА

Проверьте в настройках, что сообщения в сообществе включены, иначе вам не смогут написать! Рекомендую тщательно проработать приветственное сообщение. Клиенту проще начать с Вами диалог, если с Вашей стороны уже есть приветствие и какое-то интересное предложение (акция, скидка на первый заказ и т.д.). На сообщения отвечайте в течение 1-3 часов

ПОСТЫ

Шаблон поста должен быть приведён в единообразие с остальным визуалом.

На что стоит обратить внимание:

- Цветовая гамма - единая с остальным наполнением сообщества
- Фон и текст должны быть контрастными, легко читаться
- В текстах лучше отказать от использования специфичных, специальных слов и оборотов, чтобы быть понятными ЛЮБОМУ потенциальному клиенту.
- Есть «железное» правило: один пост – одна мысль.

Последнюю строчку можно использовать, как призыв к действию (например, «Оставьте заявку на консультацию!»).

Обязательно сделайте закрепленный пост - лучше видео, здесь необходимо написать, кто вы, почему нужно взаимодействовать с вами, ссылки на отзывы, кейсы, призыв к действию!

Помните! У вашего профиля **ровно 3 секунды**, чтобы произвести первое впечатление на потенциального подписчика!

katya_marketolog

12 ПРОСТЫХ ШАГОВ

которые помогут вам провести аудит сообщества Вашего бизнеса ВКонтакте.

Закреплённый пост - пост, который всегда находится первым в ленте. Это пост-знакомство, развернутый ответ на вопрос «Почему нужно купить именно у Вас».
Возможно, с первого раза не получится написать идеальный пост, который будет унитарным для всех клиентов, который будет ПРОДАВАТЬ.

ОБЛОЖКИ СООБЩЕСТВА

Важно сделать две обложки - для компьютерной (горизонтальная) и мобильной версии (вертикальная). Проверьте, чтобы все было видно и ничего не пропало. Расскажите о себе, своей компании, чем вы занимаетесь, и не забудьте про логотип! Это ваша визитная карточка, поэтому сделайте ее максимально привлекательной.

Большинство пользователей просматривают ВК через мобильные устройства. Поэтому рекомендую создать вертикальную обложку — это может быть фотография высокого разрешения (например, 1080×1920 пикселей) либо короткое видео. Обязательно убедитесь, что текст на обложке не перекрывается вашей аватаркой!

АДРЕС СООБЩЕСТВА

Замените автоматическую цифровую ссылку на сообщество на текстовую. Это улучшает продвижение страницы и повышает доверие среди пользователей. Это можно сделать в настройках сообщества

Тестируйте, пробуйте и находите точки соприкосновения со своими клиентами!

Помните! У вашего профиля **ровно 3 секунды**, чтобы произвести первое впечатление на потенциального подписчика!

katya_marketolog

ВКОНТАКТЕ

КАК СЕЙЧАС РАБОТАЕТ АЛГОРИТМ ВКОНТАКТЕ?

— С лета 2025 года алгоритм стал другой: посты собирают охват не сразу, а волнами. Часто пик приходится на 2–4 день после публикации.
— В первый день охват может быть низким — это нормально.
Не удаляйте пост из-за маленького числа просмотров в первые 24 часа.
— Всегда помните: алгоритм смотрит не только лайки. Он учитывает, как долго люди читают, сохраняют, кликают по ссылкам, а также взаимодействуют с постом в целом.

ВАЖНО! У алгоритма ВК есть внутренный режим Relax: пост не идёт в ленту немедленно, лежит в буфере и может появиться позже.
Платформа словно говорит: «отдохни; вернёмся, если найдётся место».
Раньше Relax включался, если пост не набрал интереса в первые часы.
С июня 2025 года всё наоборот: алгоритм может отложить показ сразу, даже если пост хороший.

КАК ТЕПЕРЬ НАБИРАЕТСЯ ОХВАТ

— Охват растет волнами: большой пик может прийти не в первый день, а через 2–4 дня.
— В первые сутки пост может «поспать» и увидеться позже — Relax-режим помогает этому. Вы можете увидеть, что пост потом начнет набирать просмотры.

ВАЖНО: алгоритм оценивает потенциал поста и может временно задержать старт, даже если пост хороший. Он смотрит на общую активность аудитории и наличие свежих тем.

ИТОГОВЫЙ ГАЙД ПО АЛГОРИТМАМ ВКОНТАКТЕ

ПОЧЕМУ ТАК ПРОИСХОДИТ?

Внутренний режим Relax: алгоритм не сразу продвигает пост, а «отлеживает» его и смотрит, как он зацепит людей.
Он проверяет несколько факторов:
— сколько ваших публикаций было за последнее время;
— не устала ли ваша аудитория от вас;
— не переключились ли люди на другие темы или авторов;
— не стоит ли показать что-то другое и поновее.
Пост может стартовать позже просто потому, что так работает система и лучше понять реальный интерес аудитории.

КАК АЛГОРИТМ ВЫБИРАЕТ АУДИТОРИЮ:

Алгоритм показывает пост тем людям, которым он может быть полезен или интересен.
Он учитывает:
— что пользователь обычно смотрит и ставит лайк;
— с какими авторами он взаимодействует;
— какие темы ему нравятся.
Если ваш подписчик комментирует пост, алгоритм может показать его друзьям этого подписчика. Это помогает новому людям обнаруживать ваш контент.

Важные сигналы: время чтения, сохранения, клики по ссылкам. Даже если человек просто мельком остановился на посте — это сигнал, и он учитывается.

katya_marketolog

ИТОГОВЫЙ ГАЙД ПО АЛГОРИТМАМ ВКОНТАКТЕ

КАК VK ОПРЕДЕЛЯЕТ ПОПУЛЯРНОСТЬ ПОСТА

— Пост считается популярным, если люди реагируют на него. Если реакции нет — охват ниже.
— Алгоритм смотрит на взаимодействия, чтобы понять, интересен ли пост.

ЧТО СЧИТАЕТСЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ (ТО, ЧТО ПОДНИМАЕТ ОХВАТ):

— Лайки
— Комментарии
— Репосты (в том числе пересылка в личку)
— Полное прочтение поста
— Клики по ссылкам в посте
— Клик по имени автора
— Сохранение поста в закладки

ВАЖНО: свои собственные лайки не учитываются. Просто ставить эмодзи тоже не считается.

ИТОГОВЫЙ ГАЙД ПО АЛГОРИТМАМ ВКОНТАКТЕ

УПРОЩЕННАЯ СХЕМА РАБОТЫ АЛГОРИТМА ВК:

1) Таргет = ожидаемое действие. Пост нацелен на конкретное поведение у конкретного пользователя (лайк, прочтение, репост, подписка и т. д.).
2) Буст = толчок в показах. Если часть аудитории дала нужную реакцию, пост получают больше охвата внутри сообщества, у похожих интересов и в рекомендациях.
3) Сброс = обнуление накопленного импульса. Если реакций мало, если пост застрял в Relax, если таргетпоменялся — импульс снижается. Иногда пост возвращается в ленту с новым таргетом, иногда — нет.

ЕЩЕ НЕМНОГО ТЕОРИИ, ЧТОБЫ ПОНЯТЬ МЕХАНИЗМ:

— Когда выходит новый пост, сначала он набирает 50–200 просмотров. Это ваши лояльные читатели, те, кто постоянно смотрит ваши материалы.
— Ваши друзья ставят лайки и пишут комментарии. Если это видят их друзья, то видят охват людей, которым тема интересна.
— Скорость реакции на пост влияет на дальнейшее продвижение. Экспериментируйте с временем выхода постов.
—Несколько постов в день редко работают: у ВК есть механизм показа нового поста и постепенного продвижения предыдущих.

katya_marketolog

ИТОГОВЫЙ ГАЙД ПО АЛГОРИТМАМ ВКОНТАКТЕ

ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУ СТРАНИЦАМИ

— Если у вас несколько страниц, взаимные лайки между ними не помогают — алгоритм их распознаёт и не учитывает.

НАКРУТКА И ЧАТЫ

— Не используйте сервисы накрутки и чаты для искусственной активности. Если это идёт не от вашей реальной аудитории, это приведёт к формальным лайкам и просмотрам, но не к продажам и клиентам.

НЕГАТИВНЫЕ РЕАКЦИИ

— Негативные реакции не вредят посту сами по себе — главное общее количество взаимодействий.

ПОЧЕМУ ВЫ НЕ ВИДИТЕ ПОСТЫ АВТОРОВ В ЛЕНТЕ?

ВК специально сортирует ленту: чтобы не перегружать вас одним источником, показывать разнообразный контент и растягивать интересное на несколько сессий.
Иногда показывает пост позже — даже если вы активно взаимодействуете с автором.

КАК ПОПРОСИТЬ ЛЮДЕЙ ПОМОГАТЬ ВАШЕМУ ПОСТУ?

Просите подписчиков сохранять посты и делиться ими. Это поднимает вовлечённость и помогает алгоритму лучше показывать ваш контент.

katya_marketolog

ИТОГОВЫЙ ГАЙД ПО АЛГОРИТМАМ ВКОНТАКТЕ

О ЧЕМ НЕ ЗАБЫВАТЬ

— Не стоит накручивать лайки и комментарии — алгоритм это заметит и может снизить охват.
— Лучше работать с реальной аудиторией и с теми, кто действительно интересуется вашим контентом.

ПОЧЕМУ ВДРУГ ПРИХОДЯТ КОММЕНТАРИИ К ПОСТАМ ГОДОВОЙ ДАВНОСТИ?

Это не случайность, а сигнал. Кто-то из новой аудитории нашёл тему через рекомендации или общий интерес и начал обсуждать. Комментарии могут появляться после пересылок, новых подписок или когда близкие вам люди обсуждают тему.

КАК ЭТИМ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ?

Ответьте на новые комментарии, задавайте вопросы, стимулируйте обсуждение. Подумайте над повторной публикацией в обновлённом формате: новая версия поста, добавленный комментарий, короткое видео на ту же тему.

УДАЛЕНИЕ «МЕРТВЫХ» ПОДПИСЧИКОВ НЕ УВЕЛИЧИВАЕТ ОХВАТ

— Очистка не гарантирует прироста охвата.
— Лучше работать над качеством контента и форматов, которые удерживают внимание и вызывают реакцию.
— Действие: фокус на тематике и повторяемых форматах, которые приводят к активной реакции.

katya_marketolog

ИТОГОВЫЙ ГАЙД ПО АЛГОРИТМАМ ВКОНТАКТЕ

В КАКОЕ ВРЕМЯ ПУБЛИКОВАТЬ КОНТЕНТ?

Время публикации утратило ведущую роль: эффективный пост способен обеспечить показы и позже. Ранее существовала корреляция между временем публикации, охватом и вовлечённостью, что подтверждает исследование LiveDune. Однако учитывая тот факт, что режим Relaxзапускается немедленно, неизвестно, в какой день и время материал будет показан целевой аудитории. Следовательно, главным становится уровень цепкости и привлекательности контента.

ВНЕШНИЕ ССЫЛКИ В ТЕКСТЕ СНИЖАЮТ ОХВАТ

Если вставлять много ссылок, алгоритм может снизить охват.
Действие: используйте ссылки разумно, переносите важные ссылки в комментарии или в профиль, а посты делайте без лишних внешних кликов.

КАК ВЕРНУТЬ ОХВАТЫ, ЕСЛИ ОНИ УПАЛИ?

— Работайте с теми подписчиками, которые вас любят и хотят видеть в ленте. Задавайте вопросы, делитесь важным, просите лайкнуть. Сообщайте о новом посте в закрытых чатах.
— Разнообразьте контент. Лучше работают страницы, на которых есть текст, фото, рилс, видео, сторис и эфиры — разный формат держит внимание.
— Подключайте простой SEO в тексты. Наполняйте посты ключевыми словами, которые цепляют читателя: например «как выбрать инструмент», «почему это важно для вас», «что вы получите от этого». Формулируйте темы под свою нишу.
— Повышайте качество материалов. Людям интересно не столько про вас лично, сколько полезная или расслабляющая информация. Делайте тексты понятными, фото и видео качественными.

katya_marketolog

ИТОГОВЫЙ ГАЙД ПО АЛГОРИТМАМ ВКОНТАКТЕ

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ:

1) Не удаляйте пост в первые часы/сутки, если охват небольшой. Ждите как минимум неделю, чтобы увидеть настоящую реакцию. Важнее удержание и вовлечение.
2) Делайте контент цепляющим: интересная идея, понятное оформление, призыв к действию. Делайте контент, который будет полезен долгое время. Чтобы через год вас нашли по старым постам.
3) Добавляйте четкие призывы к сохранению и к обмену постом с коллегами или друзьями. В каждом посте ставьте ясный призыв к действию: посмотрите сторис, сохраните, поделитесь, напишите комментарий. Пример призыва: «Сохраните, чтобы вернуть позже» или «Поделитесь с теми, кому это точно поможет».
4) Не используйте накрутку — работайте с теми, кто реально заинтересован в вашей теме.
5) Помните: частота публикаций сама по себе не режет охват, если качество остаётся высоким. Публикуйте регулярно, но не слишком часто. Лучше 2–3 поста в неделю и 1–3 Истории в день.
6) Работайте с темами и форматом:
- Публикуйте то, что ваша целевая аудитория чаще смотрит и что обычно вызывает ответы.
- Пробуйте разные форматы: короткий текст + фото/картинка, карусель, короткое видео.
7) Делайте заголовок цепляющим, первые 1–2 строки — максимально понятными.
8) Разбивайте большой текст на карточки или короткие абзацы.
9) Добавляйте визуал, видео, инфографику, кнопки призыва к действию.

katya_marketolog

ИТОГОВЫЙ ГАЙД ПО АЛГОРИТМАМ ВКОНТАКТЕ

Главное — качественный контент, который реально нужен людям. Хорошие материалы найдут свою аудиторию, даже если сначала увидят немногие. Алгоритм любит не только лайки, но и сохранения, обсуждения и длительное чтение. Так вы строите устойчивое присутствие и привлекаете клиентов!.



katya_marketolog

СЕРВИС АНАЛИТИКИ **LIVEDUNE** СДЕЛАЛ ИССЛЕДОВАНИЕ, В КОТОРОМ ВЫЯВИЛ ТЕНДЕНЦИЮ НА ПОДДЕРЖКУ АВТОРСКОГО КОНТЕНТА В ВК.

До 2025 года приоритет отдавался крупным пабликам, охваты часто зависели от размера базы подписчиков, а не от качества контента. Сейчас ситуация кардинально меняется. Алгоритм переориентируется на вовлеченность, дочитываемость и узнаваемость бренда.

Контент должен быть узнаваемым. Даже без подписи должно быть понятно, кто именно это опубликовал. Для этого используется либо конкретная личность (блогер или представитель компании), либо узнаваемый стиль оформления.

Как говорит сама ВКонтакте — изменение алгоритма должно давать преимущество авторам уникального и вовлекающего контента. Ведь он цепляет аудиторию, а значит должен получать и больше охватов.

Поэтому сейчас **в 2026 году в ВК важнее не размер сообщества, а уникальность контента и его интерес для аудитории!**

Новая реальность в ВК: необходимо использовать ленту для привлечения новой холодной аудитории, а для гарантированной доставки контента лояльному ядру задействовать дополнительные инструменты внутри соцсети, например, Каналы или Рассылки.

Также в ВК начали читать лонгриды (длинные посты, в том числе до 4500 символов.

ВКонтакте заметен переход к большей вирусности контента и большему приоритету в ленте для авторских сообществ.

СЕРВИС АНАЛИТИКИ **LIVEDUNE** СДЕЛАЛ ИССЛЕДОВАНИЕ, В КОТОРОМ ВЫЯВИЛ ТЕНДЕНЦИЮ НА ПОДДЕРЖКУ АВТОРСКОГО КОНТЕНТА В ВК.

Что это значит для нас, авторов?

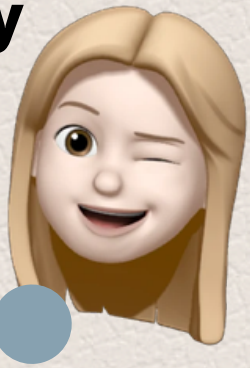
— Качество важнее количества. Больше не получится "прокатиться" на большой базе. Важно создавать контент, который действительно цепляет аудиторию.
— Длинная дистанция — ключ к успеху. Разовые вирусные публикации уже не гарантируют стабильный рост. Необходимо выстраивать узнаваемую систему контента и регулярно поддерживать интерес аудитории.
— ВКонтакте становится площадкой для личного бренда. Алгоритм ценит "лицо" бренда, поэтому важно показывать экспертность и выстраивать доверительные отношения с подписчиками.

Эти изменения – отличная новость для небольших авторских сообществ. Теперь у нас есть реальный шанс конкурировать с крупными пабликами и привлекать новую аудиторию, делая ставку на уникальность и качество контента.

В 2026 году ВКонтакте будет площадкой, где побеждает не размер, а талант и последовательность.

ВКонтакте

Хотите, чтобы я помогла Вам с рекомендациям по Вашему конкретному случаю?



ЗАПИСЫВАЙТЕСЬ НА **ПОЛНЫЙ РАЗБОР ПРОФИЛЯ** или **КОНСУЛЬТАЦИЮ**,
И Я ДАМ **ЧЁТКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ** ПО ДАЛЬНЕЙШЕМУ ВЕДЕНИЮ И ПРОДВИЖЕНИЮ АККАУНТА ВКОНТАКТЕ.

КАК **РЕЗУЛЬТАТ** - НОВЫЕ ПОДПИСЧИКИ И **КЛИЕНТЫ**.

katya_marketolog

89300706995

*Facebook и Instagram запрещены в России, Meta признана экстремистской организацией