

## Создайте бизнес-сообщество и получите эффективный канал продаж бесплатно

- **Доступ к аудитории из 88 млн человек,**  
каждый из которых может стать вашим клиентом
- **Полноценный интернет-магазин**  
с полезными инструментами для развития вашего бизнеса
- **Нативные продажи через контент**  
с разносторонними форматами постинга  
Так ваши подписчики превратятся в покупателей
- **Возможность развивать ваш бренд**  
и управлять его репутацией вместе с бизнес-сообществом

### Дополнительные возможности бизнес-сообщества для предпринимателей:

#### **Лояльная база подписчиков**

Лояльные подписчики — ваша тёплая аудитория, которую легко превратить в покупателей

#### **Для старта нужно 0 Р**

Сообщество не требует вложений — просто разместите услуги и регулярно публикуйте контент. Никакой комиссии за продажи и дополнительных платежей

## Пошаговый гид как завести бизнес-сообщество ВКонтакте

### Шаг 1: Создание страницы

На десктопе нужно зайти в раздел «Сообщества» и нажать на кнопку [«Создать сообщество»](#). В мобильном приложении ВКонтакте похожий алгоритм: открыть вкладку

«Сервисы», перейти в раздел «Сообщества» и нажать на значок плюса в правом верхнем углу экрана. Из предлагаемых целей сообщества нужно выбрать «Развивать бизнес».

## Какая у вас цель?

Монетизация, продвижение и другие возможности сообществ доступны в любом случае



### Делиться контентом и общаться

Вести блог, городское сообщество, творческий проект, группу по интересам



### Развивать бизнес

Продавать товары, оказывать услуги, продвигать организацию или бренд



### Организовать мероприятие

Провести концерт, лекцию, вечеринку, мастер-класс или конференцию

При создании сообщества важно указать:

- Название, которое объяснит, чем занимается компания или предприниматель. К названию бренда (если он есть) можно добавить род деятельности или город — это повысит вероятность того, что пользователи перейдут в сообщество. Например: [St.Friday Socks. Вдохновляющие носки](#)
- Тематику сообщества — категорию товаров или услуг, на которой специализируется бизнес. Можно выбрать подходящий вариант из списка или ввести ключевое слово.
- Описание: короткий рассказ о компании, о том, чем она занимается, и о ее преимуществах для клиентов.

- Контакты — чтобы быть на связи с подписчиками и клиентами. Хороший вариант — указать номер телефона, по которому принимаются заказы. Он будет отображаться на странице сообщества.
- Ссылку на сайт, если он есть. Подписчики увидят ее в сообществе и смогут по ней перейти.

Также нелишним будет пригласить первых подписчиков в сообщество из списка друзей. Чем больше их будет, тем больше людей увидят публикации сообщества в ленте.

Есть еще несколько способов найти и привлечь первых подписчиков — о них речь пойдет ниже.

## Создайте сообщество для вашего бизнеса

ЧТО НАПИСАТЬ В ОПИСАНИИ?

Расскажите об уникальных преимуществах вашей компании, чтобы клиенты понимали, чем вы занимаетесь.

- Российский бренд мебели со своим производством в Москве. Изготовление мебели для кухни, спальни и гостиной. Бесплатная доставка по всей России
- Мы мебельный магазин



Укажите название \*

Фабрика кухонь LOFT Kitchen

Тематика \*

Мебель

Описание

181 / 4000

Известный бренд из Санкт-Петербурга. Занимаемся изготовлением мебели более 15 лет. И теперь предлагаем уникальные кухни по индивидуальным проектам. Бесплатная доставка по всей России

Создать сообщество

Шаг 1 из 2

## Укажите контактную информацию

КАКОЙ НОМЕР ТЕЛЕФОНА УКАЗАТЬ?

Укажите номер телефона, по которому хотите принимать заказы. Этот номер будет отображаться на странице сообщества.



Номер телефона

Сайт

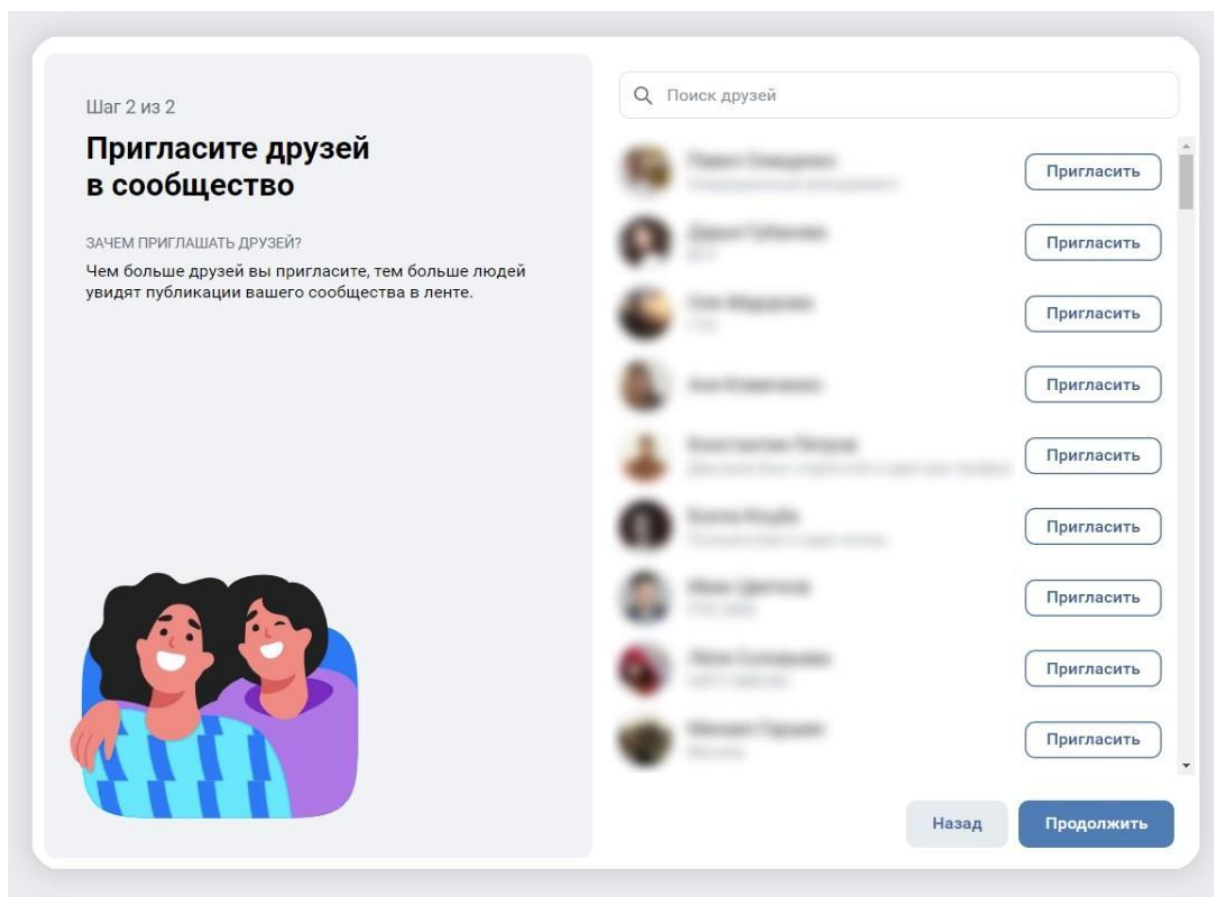
https://

Город

Москва

Адрес

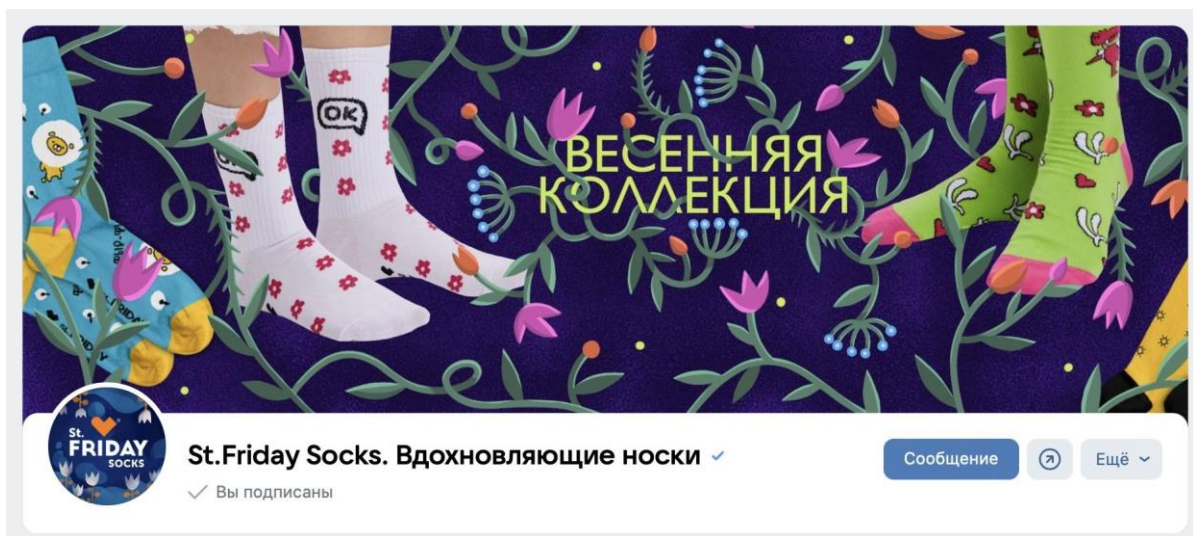
Продолжить



## Шаг 2: Загрузка аватара

После того, как сообщество заведено, его нужно оформить. Первым делом необходимо загрузить фотографию сообщества (аватар). Это может быть логотип бренда, если его нет — название магазина или тематическая картинка. Изображение можно загрузить в форматах JPG, GIF или PNG. Минимальный размер аватара — 400x400 пикселей. Важно учитывать, что миниатюра аватара будет круглой — соответственно, нужно выбирать изображение, которое будет выглядеть презентабельно в таком формате.

*Мы не советуем добавлять на аватар много текста, деталей и тонких линий. Кроме того, ВКонтакте есть темная и светлая тема; в идеале аватар должен выглядеть презентабельно в любой из них.*

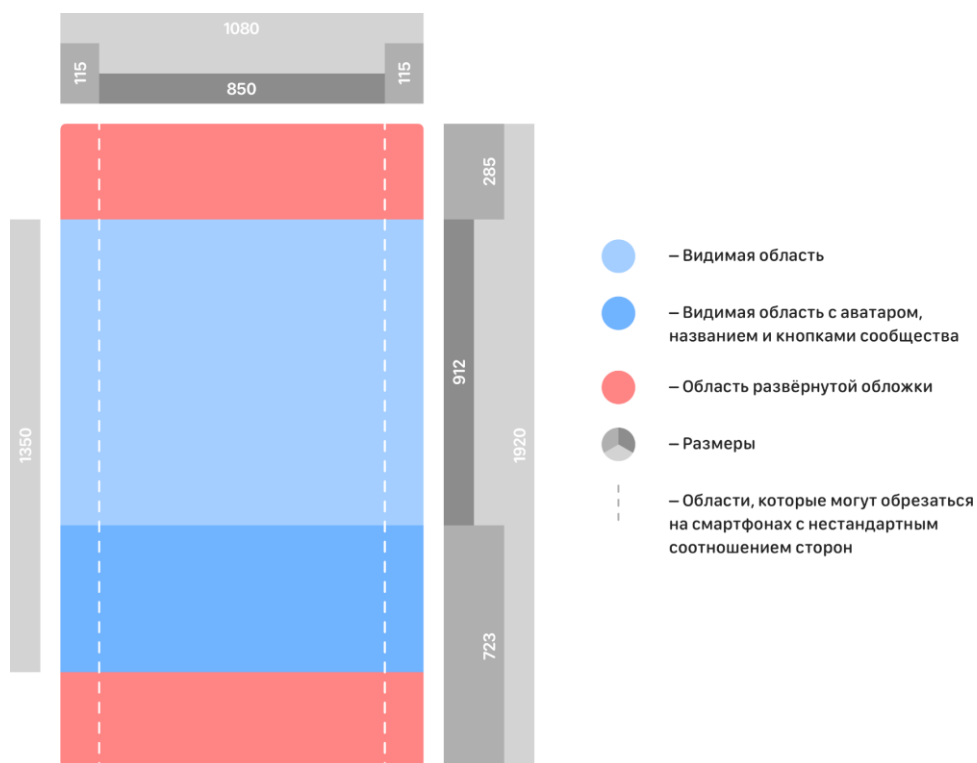


### Шаг 3: Выбор обложки

Обложка — это изображение в шапке группы. Она работает как витрина сообщества, на которой можно разместить информацию о самых актуальных товарах, услугах или акциях.

Обложку можно загрузить в форматах PNG, JPG или GIF. Минимальный размер — 960×384 пикселя, рекомендуемый — 1822×728 пикселей. При загрузке изображения система предложит выбрать подходящую по размеру область.

Дополнить основную обложку может живая — до пяти вертикальных изображений с соотношением сторон 16:9 или до пяти видео продолжительностью до 30 секунд размером до 20 Мбайт, которые сменяются автоматически. Живая обложка отображается только в мобильном приложении ВКонтакте.

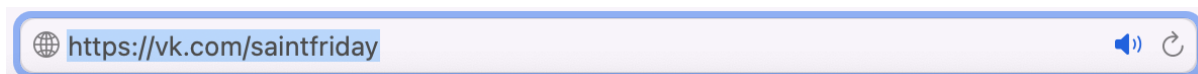


Основные размеры живой обложки

#### Шаг 4: Создание короткой ссылки

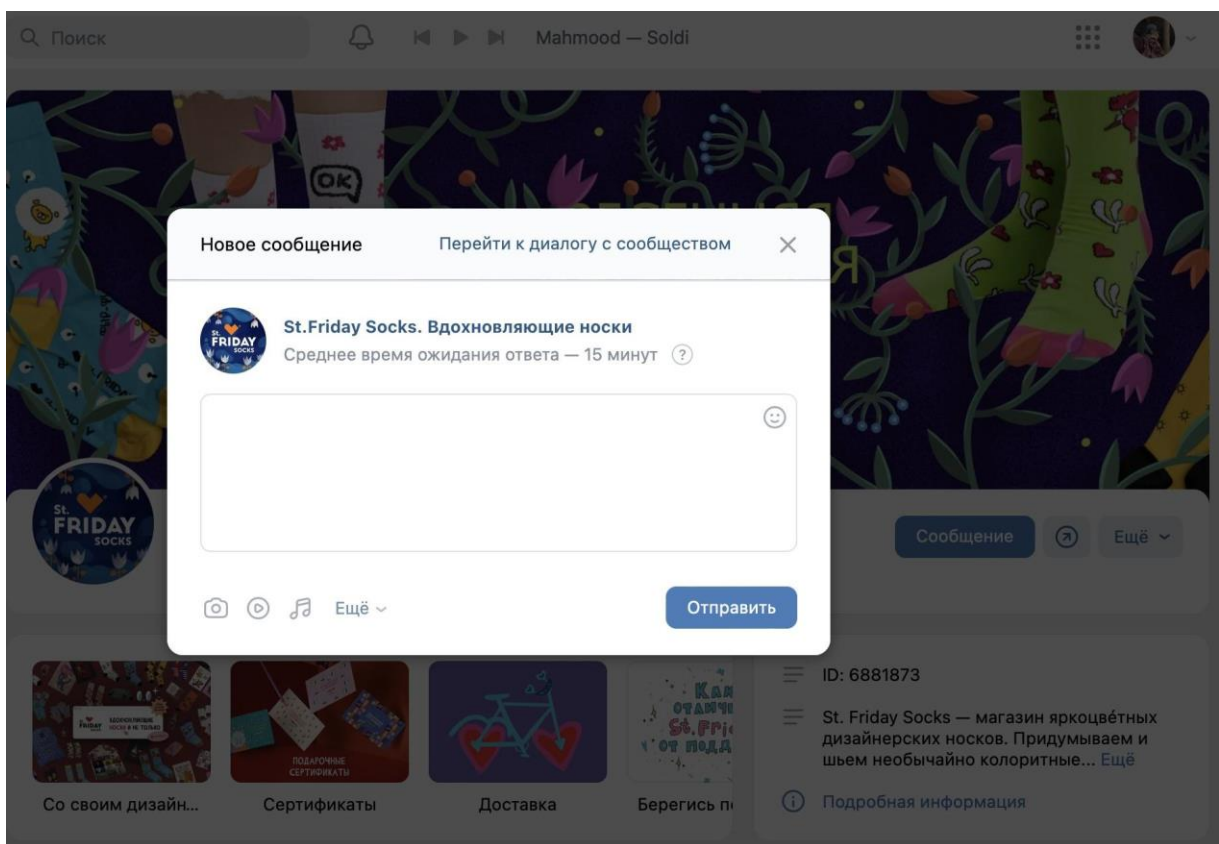
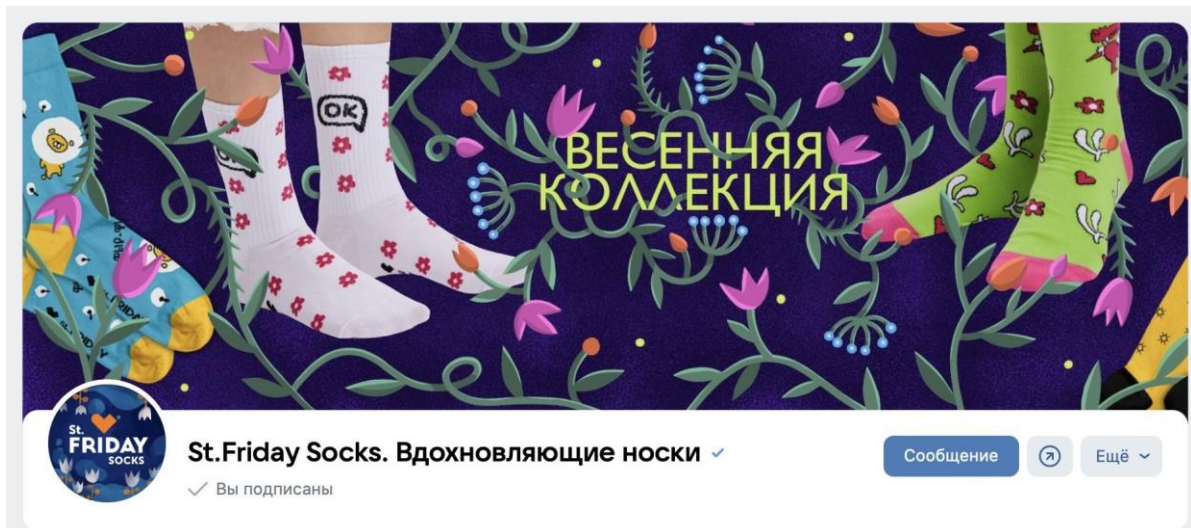
При создании сообщества ему автоматически присваивается адрес — уникальный набор цифр и букв. Его можно заменить на другой вариант, благодаря которому сообщество будет легче запомнить и найти. Примеры коротких ссылок: <https://vk.com/business>, <https://vk.com/smartbot>.

*Ссылки индексируют поисковики — это важно. Можно добавить в ссылку ключевые слова, которых нет в названии сообщества.*



#### Шаг 5: Добавление кнопки действия

На главный экран сообщества можно добавить кнопку, которая будет побуждать к целевому действию. При выборе текста для кнопки откроется окно, где нужно ввести информацию: адрес рабочей почты, номер телефона — или выбрать администратора, который будет отвечать на звонки.

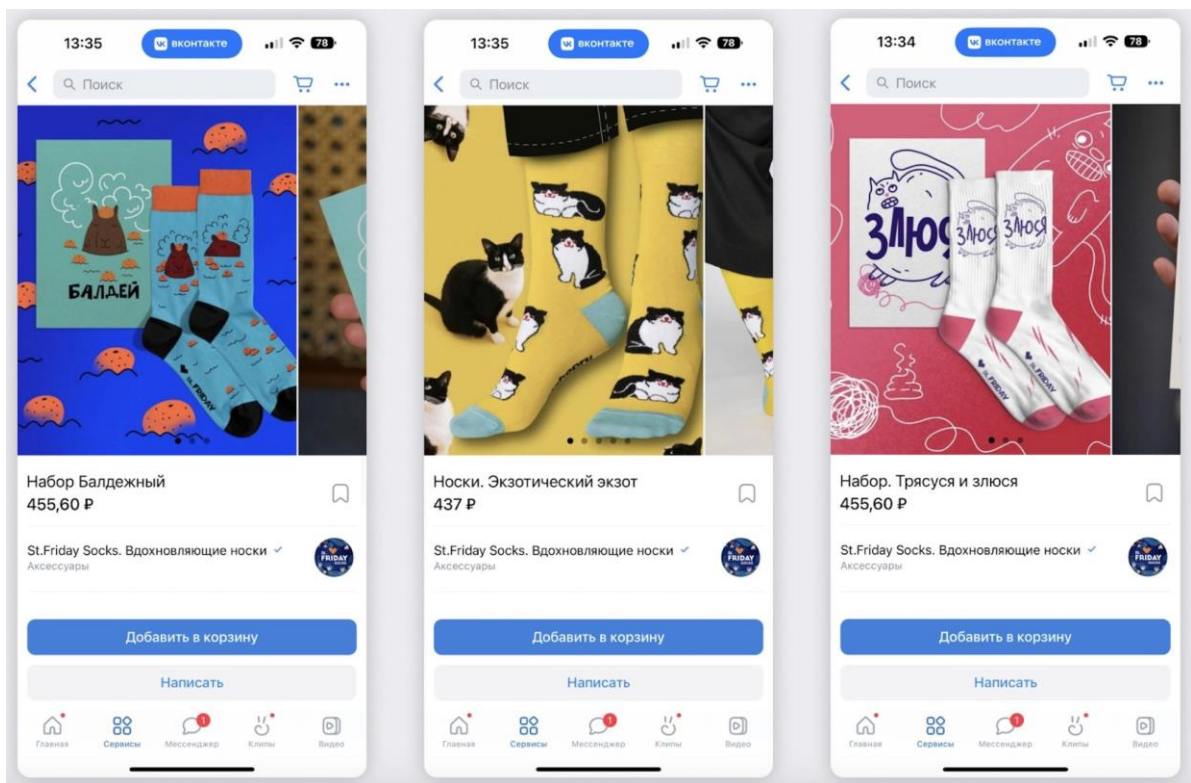
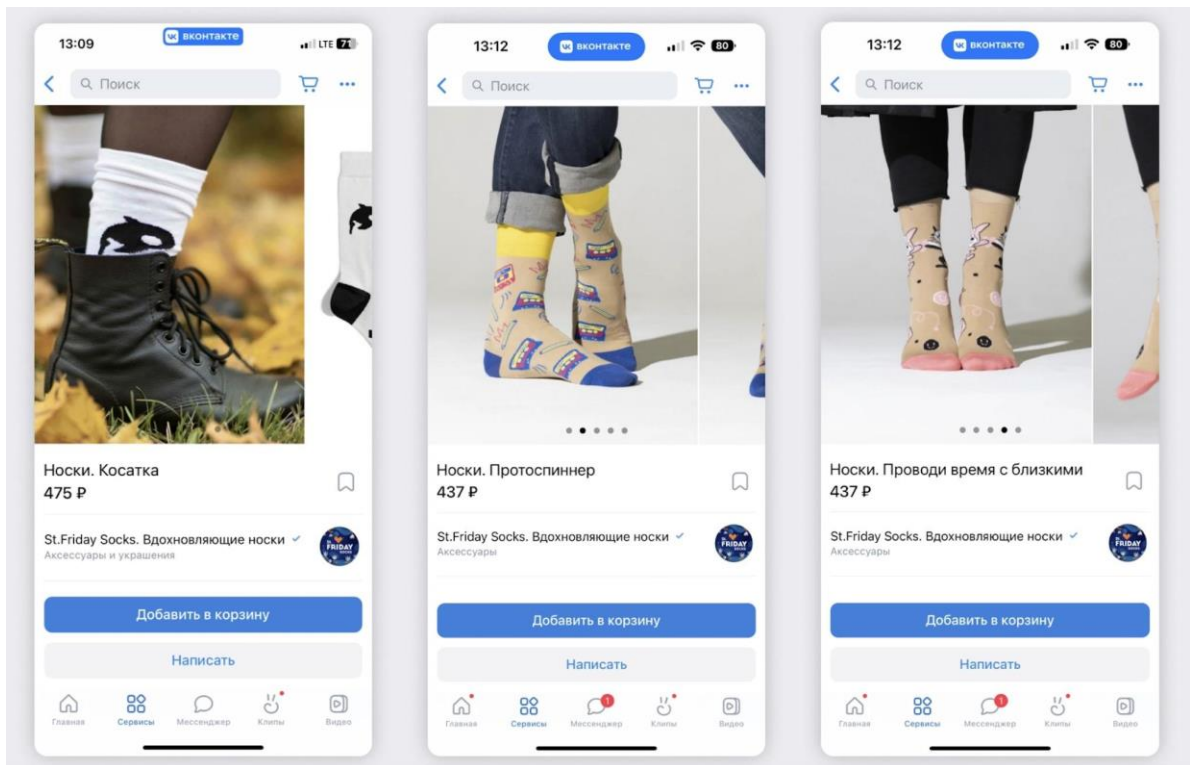


*Пример кнопки действия: «Сообщение»  
При нажатии на кнопку «Сообщение» открывается окно диалога*

## Шаг 6: Наполнение витрины

Чтобы сообщество работало как настоящий интернет-магазин, можно добавить раздел «Товары» и заполнить витрину. Поскольку в процессе онлайн-шопинга человек не может подержать товар в руках и оценить его свойства, задача продавца — добавить качественные и подробные фотографии или видео, которые помогут покупателю принять взвешенное решение о покупке.

В карточку товара ВКонтакте можно загрузить фото в форматах JPG, GIF или PNG. Размер — от 400 до 7000 пикселей по каждой из сторон.



Примеры заполненных карточек товаров

Рекомендации к изображениям товаров:

- Использовать фотографии в высоком разрешении (не менее 900 пикселей по меньшей стороне).
- Фотографии в разных ракурсах — чтобы покупатель мог рассмотреть товар со всех сторон.
- Хорошее освещение. Если нет возможности организовать профессиональную фотосъемку — лучше снимать при дневном свете.
- Нейтральный фон спокойных цветов: молочного, светло-серого, бежевого и т. д. Яркие и контрастные цвета нужно использовать с осторожностью.
- Товары стоит фотографировать в их естественном окружении, чтобы было понятно, как они будут смотреться в реальной жизни.
- Можно использовать различные детали, которые создадут настроение и разнообразят фотографии. Но это следует делать с осторожностью, чтобы не перегружать кадр и не отвлекать внимание от основного объекта.
- Фотографии рекомендуется делать в единой визуальной стилистике, чтобы они хорошо сочетались с остальным контентом сообщества.

### **Шаг 7: Привлечение первых подписчиков**

Самый простой способ найти первых подписчиков — рассказать о появлении сообщества ВКонтакте друзьям во всех соцсетях и попросить вступить в него.

Еще один вариант — если у бренда есть сайт, добавить на него [виджет ВКонтакте](#), чтобы гости могли подписаться, оставить комментарий или написать сообщение.

Компании, у которых есть офлайн-магазин, офис или салон, могут рассказать гостям, что они могут следить за ее новостями ВКонтакте. Самый простой и удобный способ — создать QR-код ВКонтакте со ссылкой на сообщество и разместить его на рекламных листовках или в меню.

\*\*\*

Оценить, правильно ли оформлено сообщество ВКонтакте и удобно ли в нем совершать покупки, помогает [Индекс качества](#). Предприниматели могут выполнять задания и улучшать свои показатели, чтобы получить доступ к бонусам: дополнительному бюджету на рекламу, приоритетному показу товаров в поиске и другим.