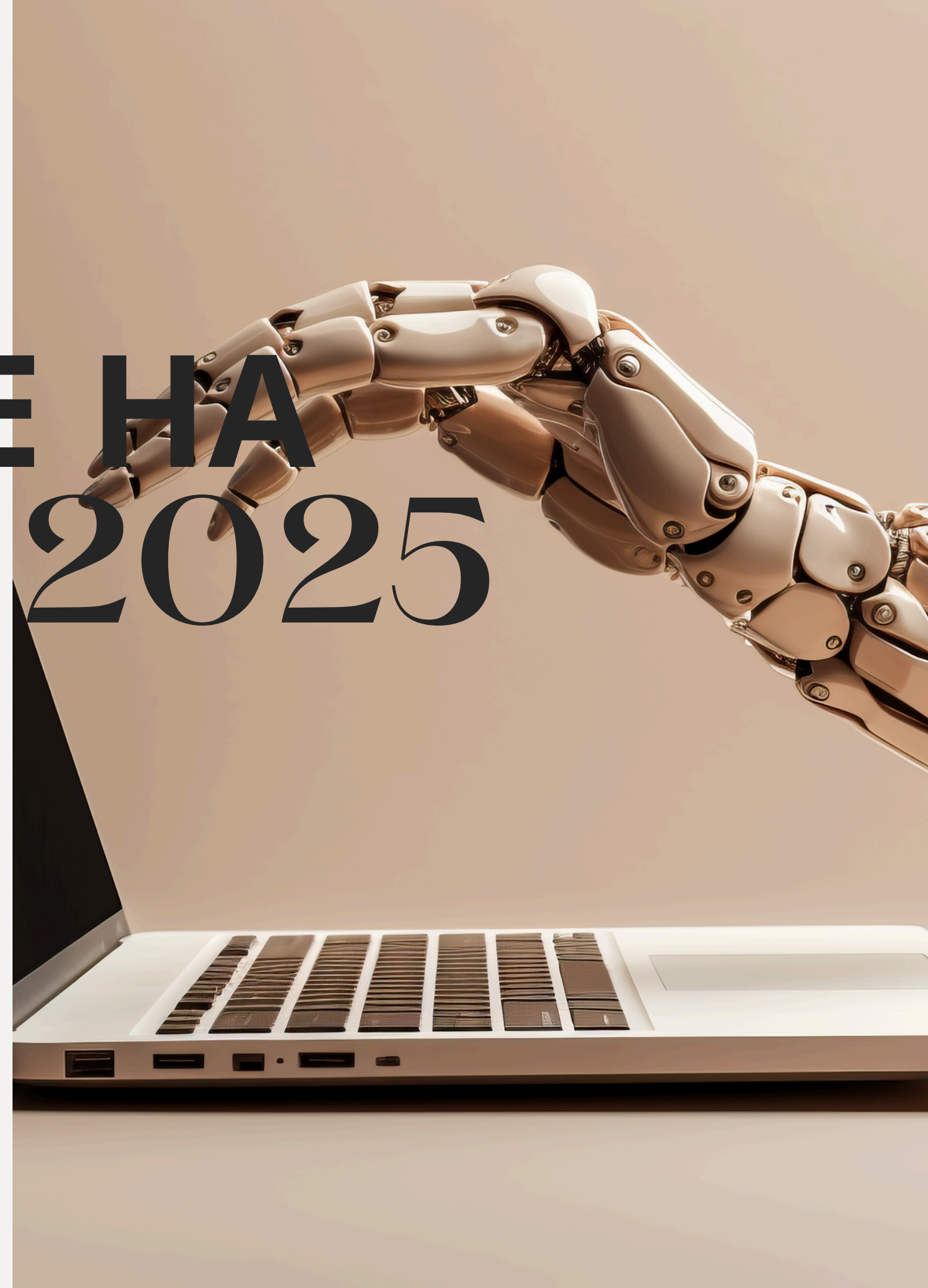


STEFANI NIKOLOVA

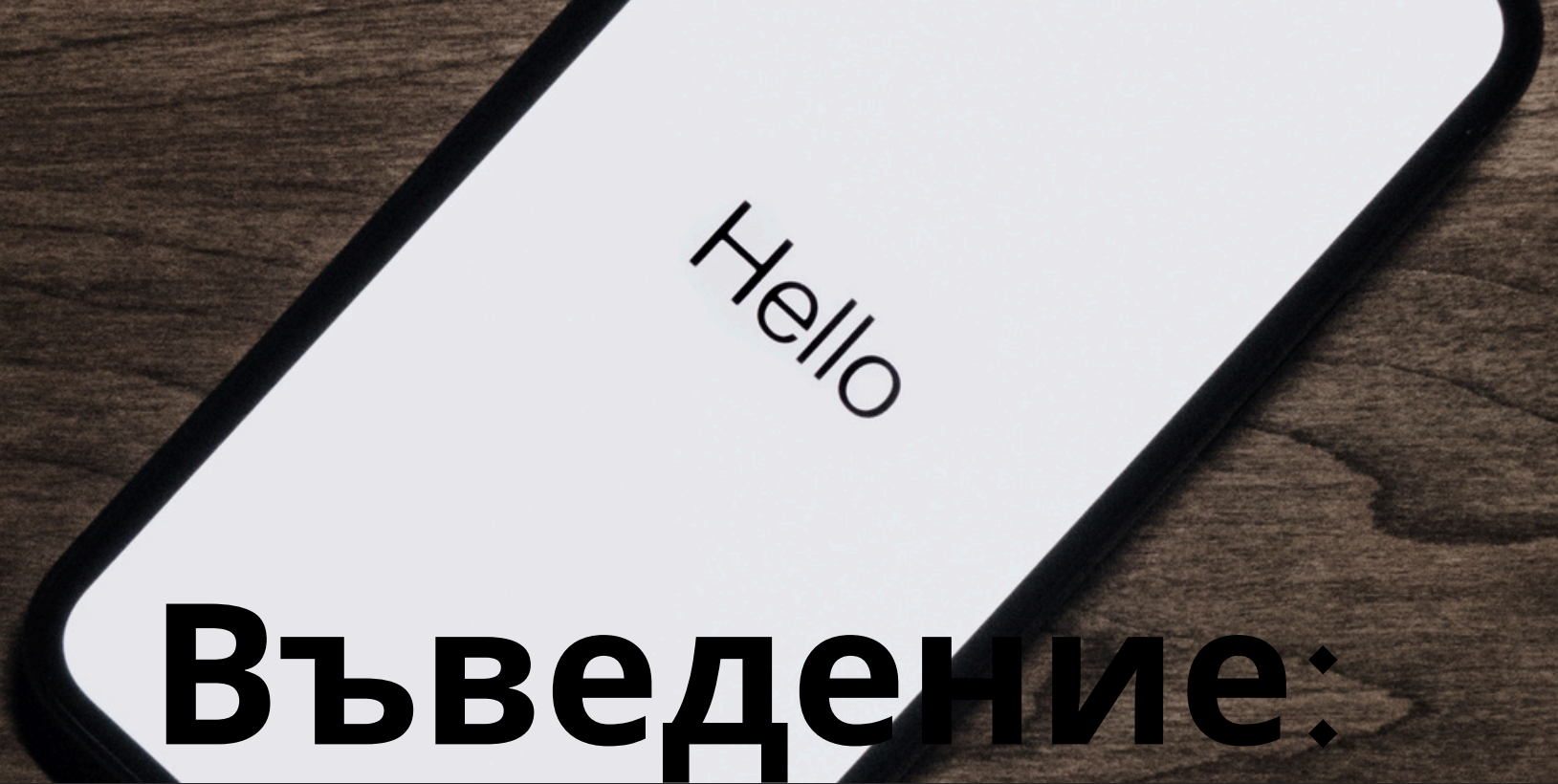
ДЕШИФРИРАНЕ НА АЛГОРИТМИТЕ 2025

ТАЙНИТЕ, СЛУХОВЕТЕ И
ЕКСПЕРИМЕНТИТЕ, КОИТО
СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ (МОЖЕ БИ)
НЕ ИСКАТ ДА ЗНАЕТЕ.





Важно: Информацията в този
наръчник е базирана на наблюдения,
потребителски експерименти и
неофициални източници.
Социалните мрежи рядко разкриват
пълните детайли на своите
алгоритми. Използвайте тази
информация с критично мислене и
тествайте я за вашата конкретна
аудитория.



Hello

Въведение: В Тъмната Кутия на Алгоритмите

Всяка година се носят слухове за промени в алгоритмите на социалните мрежи. Какво наистина работи? Какво е загубило силата си? В този наръчник събрахме шепот от ъндърграунда на SMM, както и резултати от смели експерименти, които може да ви дадат предимство... или поне да ви накарат да се замислите.

Глава 1: Instagram – Кралят (Все Още?) и Неговите Капризи

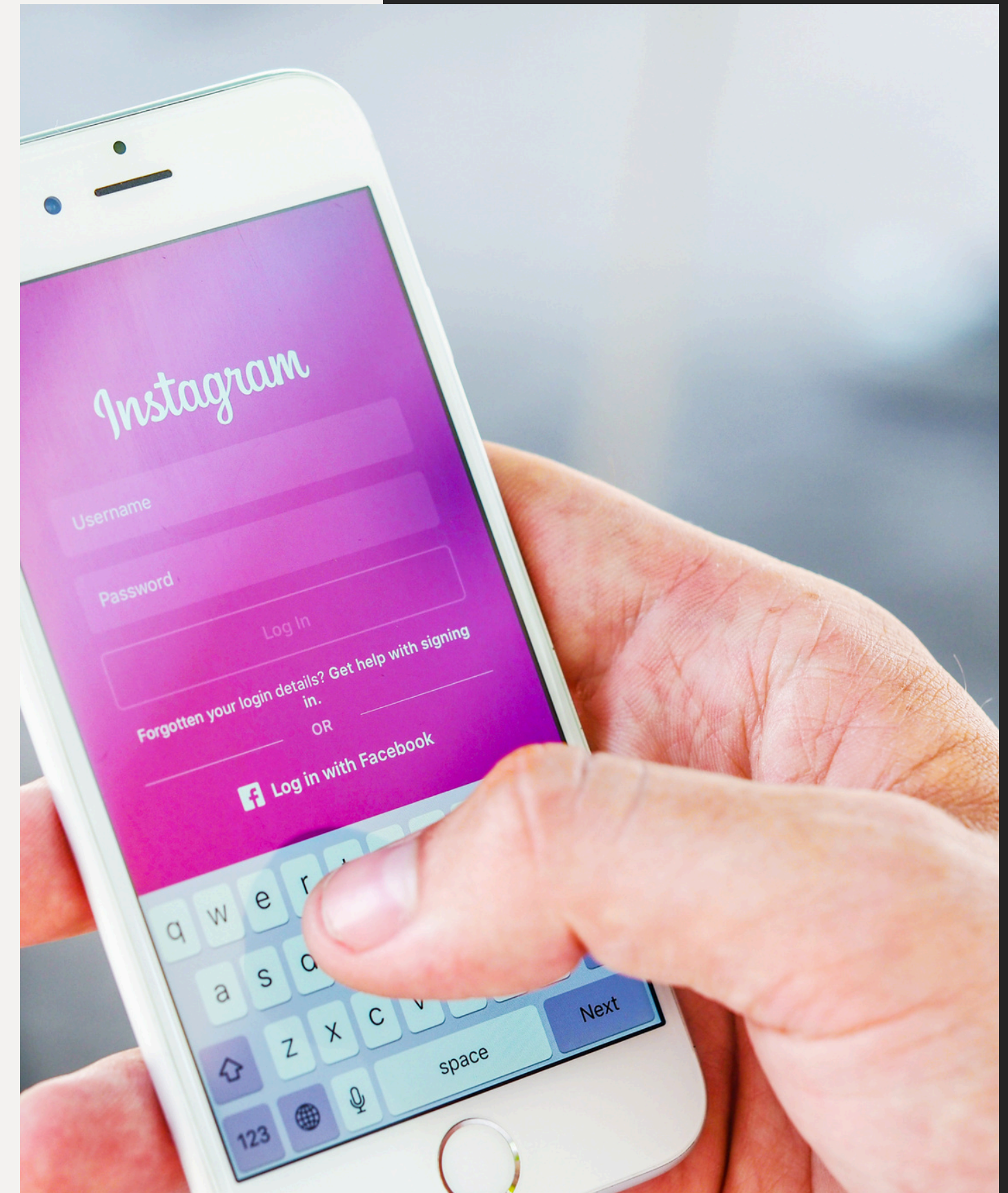
Слух #1: "Каруселът е новият любимец."

Наблюдения сочат, че публикациите с няколко изображения или видеа (карусели) получават по-висок органичен обхват.

Възможно обяснение: задържат потребителите по-дълго на публикацията.

Експеримент, който да опитате:

Тествайте публикуване на карусели с различна дължина и съдържание спрямо единични изображения/видеа. Следете за разлика в reach и engagement.



Слух #2

"Автентичността над всичко... дори над перфектната визия." Нарастват сигнали, че по-необработено, "behind-the-scenes" съдържание може да бъде възнаградено. Алгоритъмът може би търси по-човешки и relatable връзки.

Експеримент, който да опитате:

Споделяйте по-спонтанни сторита и кратки видеа, показващи работния процес или лични моменти (ако е уместно за вашия бранд/профил).



Слух #3: "Външни линкове в биото? Внимателно!"

Някои потребители съобщават за спад в обхвата след чести промени на линка в биографията си. Възможно е алгоритъмът да го интерпретира като опит за "манипулация на трафик".

Експеримент, който да опитате:

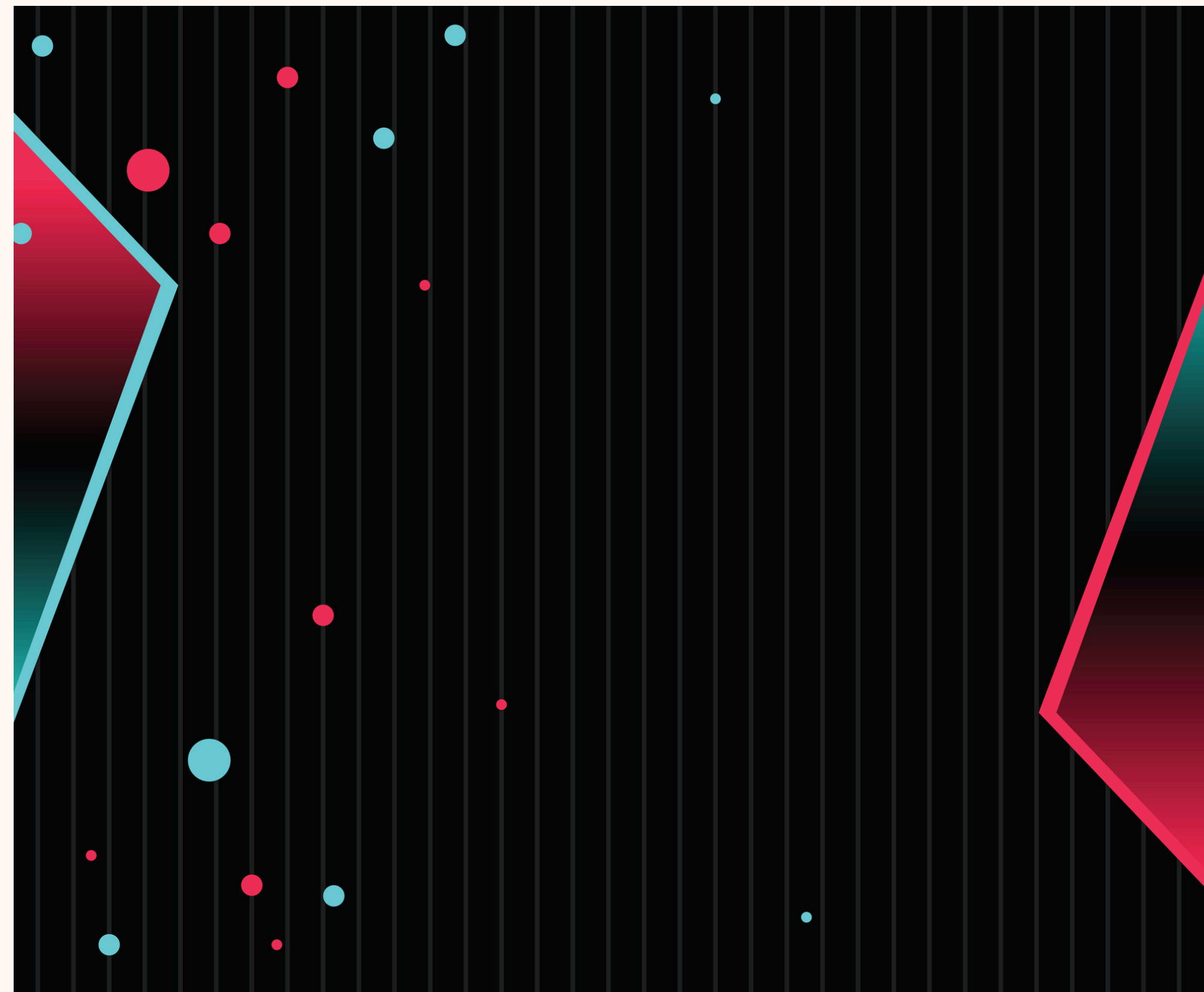
Ако често сменяте линка, опитайте да го оставите по-дълго време или използвайте Linktree/аналогичен инструмент. Следете за промени в обхвата на последните ви публикации.

Глава 2: TikTok – Кратките Форми и Бързите Промени

Слух #4: "Нишовото съдържание триумфира над общото." Въпреки че вирусните трендове са важни, изглежда, че TikTok все повече награждава създатели, които се фокусират върху конкретни ниши и изграждат лоялна аудитория в тях.

Експеримент, който да опитате:

Ако създавате разнообразно съдържание, опитайте да експериментирате с поредици или плейлисти, фокусирани върху една конкретна тема. Анализирайте представянето им.



Слух #5: "Времето за гледане е по-важно от лайковете."

Има индикации, че алгоритъмът на TikTok обръща все по-голямо внимание на това колко дълго потребителите гледат вашите видеа, а не само на броя на харесванията.

Експеримент, който да опитате:

Създавайте видеа, които ангажират зрителя от първата до последната секунда. Използвайте елементи, които ги карат да гледат повторно (loops, въпроси в края и т.н.).

Слух #6

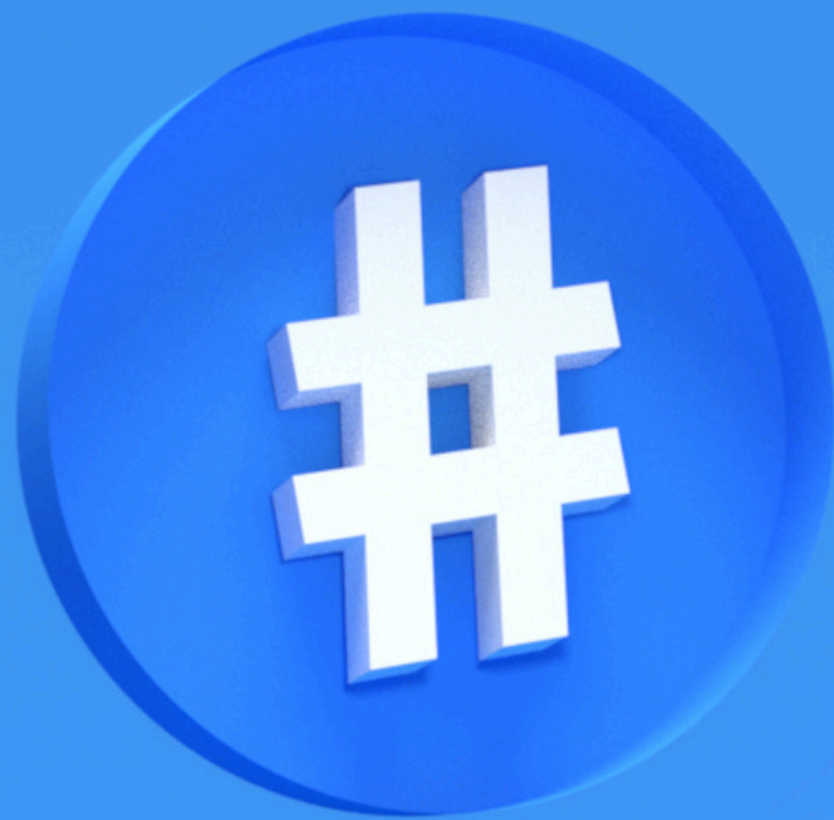


"Прекалено много външни линкове? Shadowban alert?"

Някои потребители съобщават за намалена видимост, когато често насочват трафик извън платформата. Възможно е TikTok да предпочита съдържание, което държи потребителите в приложението.

Експеримент, който да опитате:

Намалете честотата на пренасочване към външни сайтове в преките си видеа и вижте дали има промяна в reach-а.



Глава 3: Facebook – Завръщането на Общностите и Битката с Фалшивите Новини

Слух #7: "Групите са новото органично злато."

Наблюдава се тенденция към по-голям органичен обхват за съдържание, споделено в активни и ангажирани Facebook групи.

Експеримент, който да опитате:

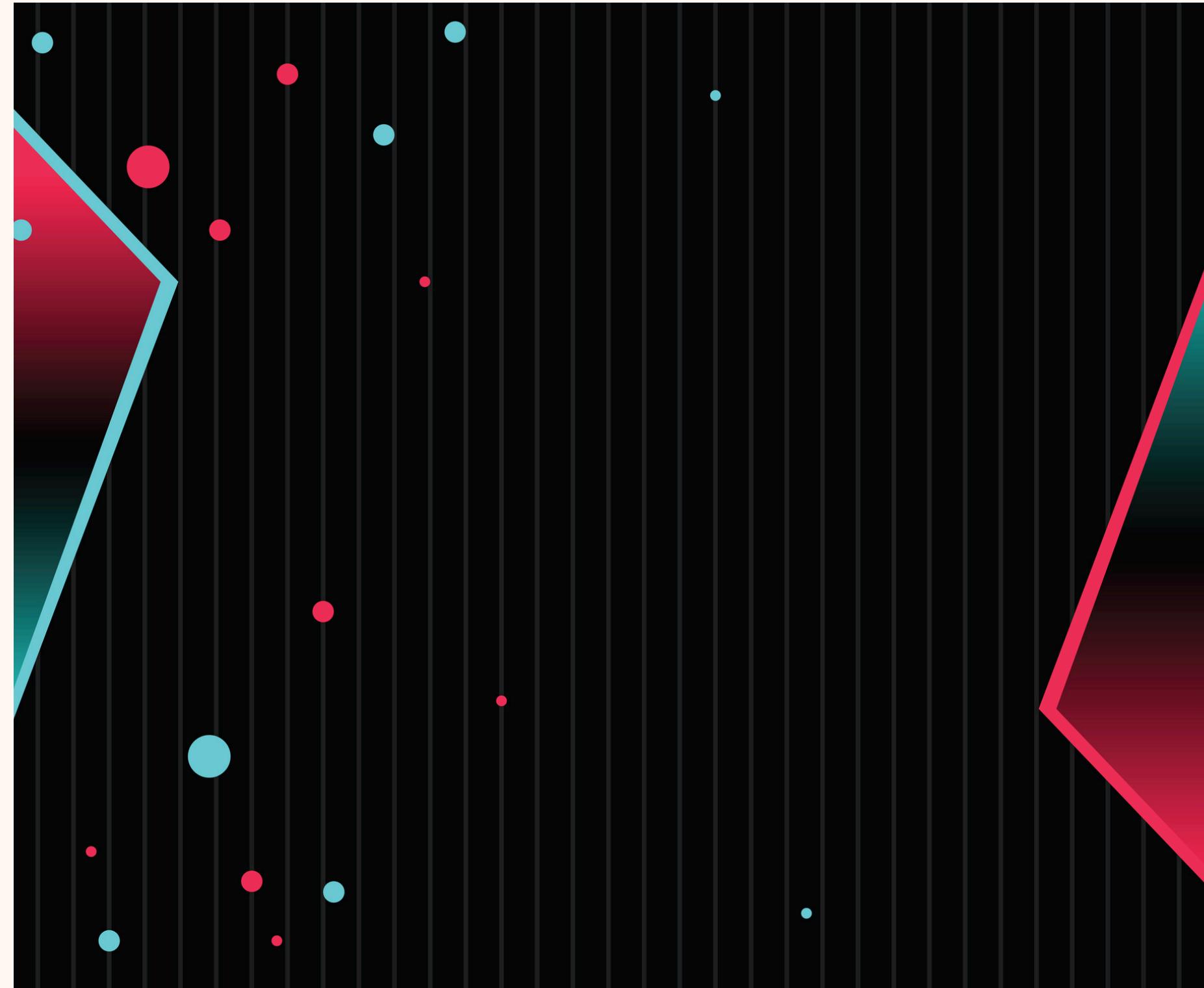
Ако все още нямате активна група, създайте такава около вашата ниша или бранд. Тествайте споделяне на съдържание както на страницата си, така и в групата.

Слух #8: "Алгоритъмът "наказва" прекалено "продажбаджийското" съдържание."

Има усещане, че Facebook все повече ограничава публикации, които директно промотират продукти или услуги, особено ако не носят стойност за потребителя.

Експеримент, който да опитате:

Балансирайте промоционалното си съдържание с такова, което е информативно, забавно или полезно за вашата аудитория. Следете за промени в ангажираността.



Слух #9: "Ангажирментът под формата на смислени коментари е по-ценен от емоджитата."

Смята се, че алгоритъмът обръща повече внимание на коментари, които съдържат текст и показват реална дискусия, отколкото на кратки емотикони.

Експеримент, който да опитате:

Задавайте въпроси в края на публикациите си, които насърчават потребителите да оставят смислени коментари. Отговаряйте на тях, за да стимулирате дискусията.

Важно Напомняне:

Социалните мрежи постоянно променят своите алгоритми. Това, което работи днес, може да не работи утре. Най-важното е да:

- Познавайте добре своята аудитория.
- Анализирате редовно своите резултати.
- Бъдете адаптивни и готови да експериментирате.

-

Не разчитайте единствено на органичен обхват – обмислете и платени стратегии.

**Заключение: Бъдете Любопитни,
Бъдете Смели !**



Няма универсална формула за "победа" над алгоритмите. Най-добрият подход е да бъдете информирани, да тествате нови идеи и да се учите от собствения си опит и опита на другите.

СТЕФАНИ НИКОЛОВА – СПЕЦИАЛИСТ МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА



Успех в дигиталната джунгла!

www.stefaninikolova.com