

КОНТЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ

Алена Коурова, руководитель SMM-агентства и идейный вдохновитель
[@smm_capsule](#)

Создание контентной стратегии

- На стадии создания контентной стратегии у вас должно быть:
 1. Сформировано УТП
 2. Анализ конкурентов
 3. Портреты ЦА
 4. Воронка продаж
 5. Стратегия ведения и продвижения

Создание контентной стратегии

- Исходя из проанализированных данных мы строим контент.

Мыслите стратегически: как создавать контент, который работает на вас?

Сегодня контент для блога — это целая система, где важно каждый день работать над качеством постов и сторис!

Вся стратегия строится вокруг определенного действия (купить товар/услугу, записаться на курс и т.д.)

Создание контентной стратегии

1. Контент план

2. Сторис

3. IGTV

4. Прямые эфиры



Плэйсменты:

- 1.Лента
- 2.Сторис
- 3. IGTV
- 4. Прямые эфиры

Лента

- Лента помогает выстраивать позиционирование для новых подписчиков, а так же знакомит с ассортиментом товаров и услуг.
- Лента отлично подходит для рекламы. Чаще всего у постов охват на много выше, чем у сторис.
 - Пост можно сохранить и вернуться к нему.
 - Три вида контента для ленты:
 - -Фото
 - -Видео
 - -Карусель

Сторис

- Это более легкая форма коммуникации с подписчиками. И на данный момент – один из основных каналов продаж в Instagram.
- Крайне важно максимально использовать возможности сторис для взаимодействия с аудиторией!
 - личное (делиться своей жизнью, эмоциями, событиями, вовлечь в обсуждение)
 - подводки (запускаются в день продажных постов. Разогрев аудитории перед продажей продукта)
 - сторителлинг (рассказ о личном, событии и тд с созданием интриги и вовлечением в просмотры)
 - интерактив (опросы, вопросы, рубрика вопрос-ответ)

Хотите вовлечь с помощью сторис - готовьтесь тратить время и придумывать сюжеты!

IGTV: зачем, о чем снимать

Создание канала на IGTV позволит бренду привлечь бóльшую аудиторию, заинтересовать ее и дать массу интересной и полезной информации, связанной с компанией или со своей личностью

О чем снимать:

Записи онлайн трансляций, вопросы-ответы, интервью, обучающие ролики, демонстрации товара, рецепты и другие темы, релевантные вашему бизнесу.

ВАЖНО!

Свяжите IGTV и основной контент в аккаунте. Выкладывайте новые ролики, относящиеся к актуальным или недавним постам. Не забывайте анонсировать их в сторис. Главное – единый сюжет.

Прямые эфиры

- По сути – это бесплатная площадка для проведения вебинаров.

Но вы можете использовать этот плейсмент для:

- Прямые эфиры с мероприятий
- рубрика вопрос-ответ
- трансляции во время процесса работы
- Интервью
- Закрытый контент.

При анонсе эфира сообщите, что будете давать в прямом эфире полезный закрытый контент, которого не будет в ленте в открытом доступе, предупредите об этом подписчиков, чтобы они не относились к эфиру, как к очередному потоковому видео. Это увеличит доходимость аудитории до трансляции.

Прямые эфиры

- Live-гайд
- Подписчик в эфире.
- Скидки и новинки в эфире.
- Вопросы вашим сотрудникам.
- Live-экскурсия
- Успехи и провалы.
- Нестандартное использование продукта и т.д.

Идеальное сочетание плейсментов:

- 3-4 поста в неделю
- Ежедневно сторис
- Раз в неделю IGTV и прямой эфир.

Контент-план

- Рубрикатор контента должен включать в себя: информационный, экспертный, вовлекающий и продающий контент.

День недели	Время	Площадка	Стиль поста	Описание поста	Картинка	Текстовое наполнение	Хэштег	Геопозиция
понедельник	с 11 до 13	сторис	развлекательный					
	с 17 до 20	лента	информативный					
вторник	с 11 до 13	лента	продающий					
	с 12 до 15	сторис	вовлекающий					
	с 17 до 20	лента	информативный					
среда	с 17 до 20	лента	развлекательный					
	с 21 до 23	сторис	вовлекающий					
четверг	с 11 до 13	лента	вовлекающий					
	с 12 до 15	сторис	развлекательный					
	с 17 до 20	лента	информативный					
пятница	с 11 до 13	сторис	вовлекающий					
	с 17 до 20	лента	продающий					
суббота	с 11 до 13	лента	информативный					
	с 17 до 20	сторис	информативный					
воскресенье	с 11 до 13	сторис	развлекательный					
	с 17 до 20	сторис	продающий					
	с 21 до 23	лента	вовлекающий					

Планирование контента позволяет:

- - правильно и качественно вести подогрев аудитории.
 - - увеличивать лояльность аудитории
 - - подтверждать свою экспертность
- !!! ВАЖНО!!! Грамотно составленный контент-план поможет избежать наличия в ленте «витрины магазина» или «сборника цитат великих людей».
- Используйте все виды вида контента в блоге: вовлекающий, экспертный, на лояльность и конечно продажи.

Контент на вовлечение — это контент, который вызывает интерес, эмоциональные реакции, который люди хотят пересмотреть, повзаимодействовать с ним (написать комментарий, ответить) на историю, проголосовать в опросе и тд.

Что вовлекает:

Все интересное

Все новое

Значимые события

Эмоциональные качели

Что затрагивает боли аудитории?

Взаимодействие с контентом (перемотки туда-сюда, интерактив)

Юмор

Экспертный контент

- Экспертный контент должен показывать то, что вы разбираетесь в темах, про которые говорите в блоге. Это не обязательно скучные посты, сторис, прямые эфиры про вашу экспертность.
- Это может быть любой формат, любая информация, которая дает пользу и понимание, что вам можно доверять.

Кейсы

Отзывы

Образование

Ваша востребованность

Уровень жизни, доход

Новости по теме

Опыт работы

Авторские методики

Публикации

Процесс работы



Вовлекающий контент

- Контент на лояльность — это все, что сближает с аудиторией, что позволяет подписчикам считать вас своим другом. Именно такой контент выстраивает эмоциональную связь с аудиторией.



Вовлекающий контент

Все эмоции

Проблемы, страхи

Сторителлинг, пройденный путь

Ощущение «своего»

Цели, стремление

Образ жизни

Интересы, вкусы, занятия

Ценности, мировоззрение, миссия

Где вы живете

Ваше окружение

Любая откровенность

Продающий контент

- Здесь все просто – вы продаете свои услуги/товары.
 - - реклама продукта/услуги
 - - рассказ о т/у
- - анонс акций, спец предложений, розыгрышей ваших п/у.

С помощью разных типов контента можно
создать «объемный» образ.
А именно это и должен делать контент

Пропорции видов контента

Коммерческий аккаунт

- Продажа – 30%
- Экспертность – 30%
- Информативный – 30%
- Вовлекающий – 10%

Личный бренд

- Личность – 30%
- Экспертность – 30%
- Информативный – 30%
- Вовлекающий – 10%

Визуал

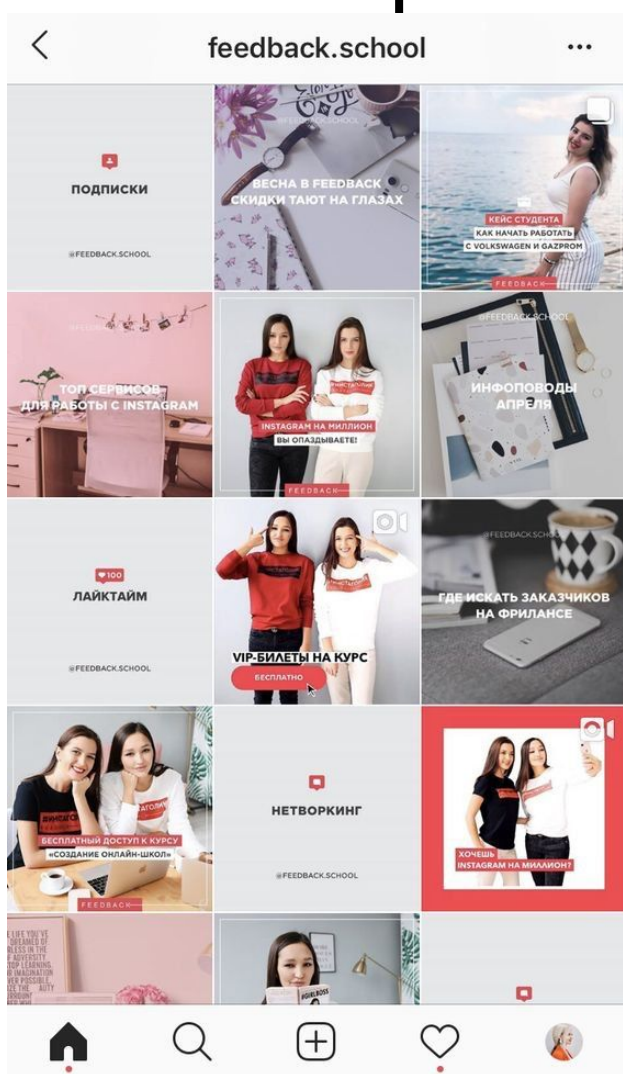
- Оформление вашего профиля – это одна из главных составляющих его успеха. Ваш блог, так же как и вас «встречают по одежке».
- Не стоит забывать что Instagram – это социальная сеть, где люди привыкли, в первую очередь смотреть красивые картинки. И во вторую – читать.
 - Здесь на помощь вам придет Визуальная концепция блога.
 - Это принцип построения и создания визуала.
- Если грубо - это о том, как из цветов, форм и поз на фото выстроить красивую гармоничную ленту, притягательную для глаз.

Визуальная концепция

- Выбирая и выстраивая визуал, ответьте на вопросы:
 - 1. О чем ваш блог?
 - - Какой образ вы хотите транслировать аудитории?
 - - При помощи каких картинок и цветов вы хотите это донести?
- 2. Что должен почувствовать человек, впервые зашедший на вашу страницу?
 - - Какой характер у вашего профиля и у вас?
 - - Какое впечатление вы хотите произвести?



Как строить концепцию:



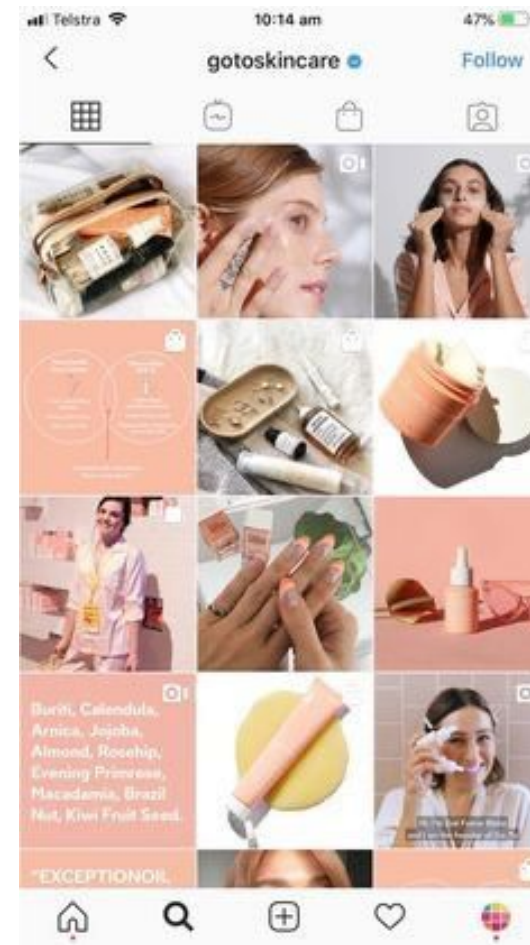
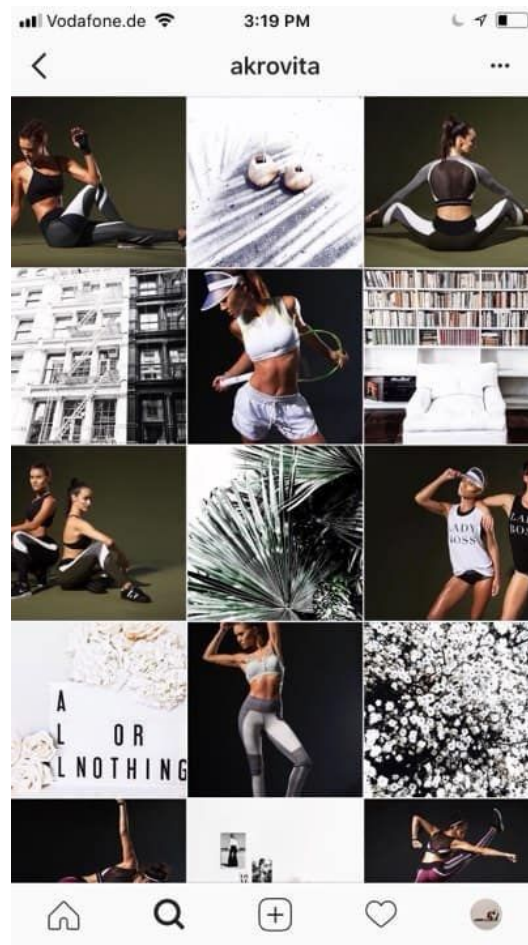
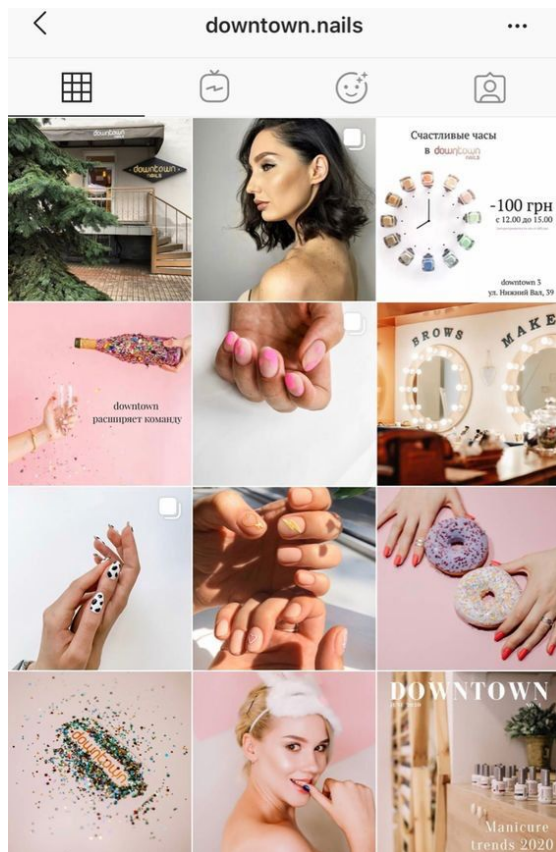
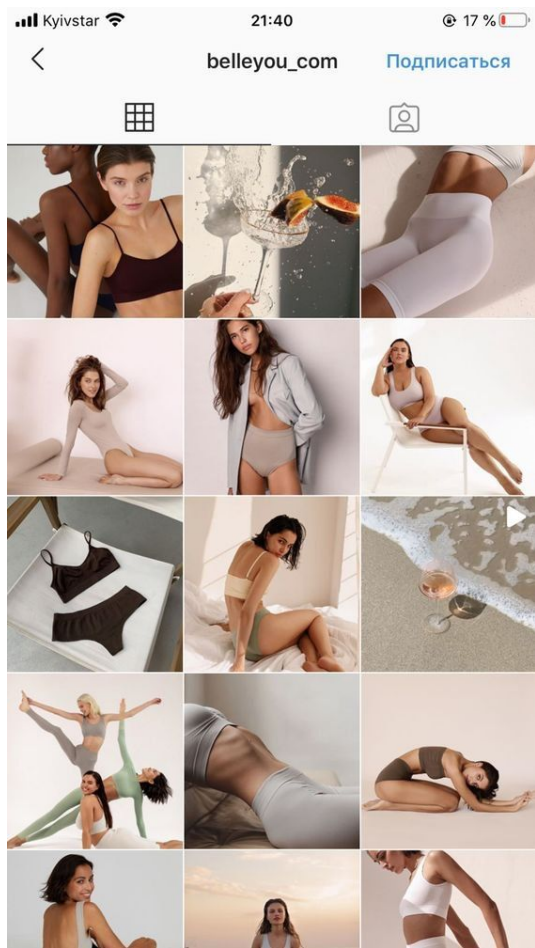
- Референсы – примеры для будущих фотографий (позы, цвета, сюжет, характер)
- Мудборд – стратегия (какие оттенки или цвета будут преобладать в ленте, наличие креативных элементов, шаблонов, ракурсы и тд)

Основные элементы визуала

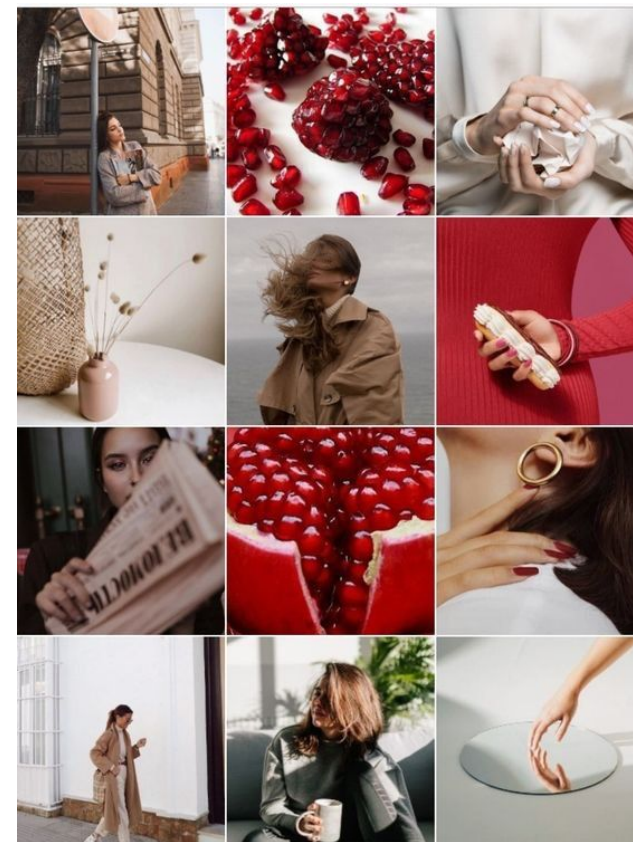
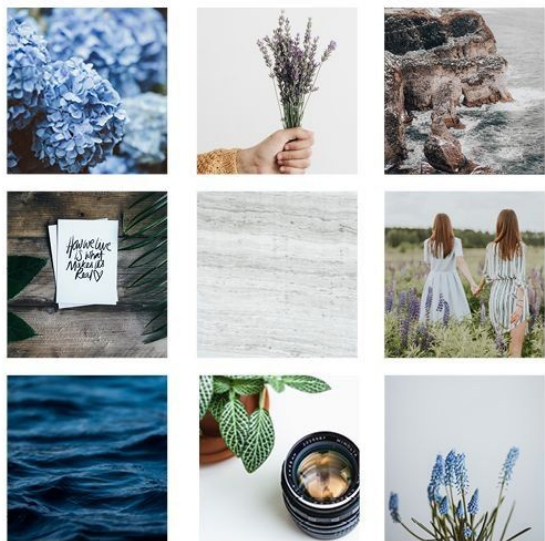
- 1.Цвет
- 2.Место съемки (любите спорт – фото в спортзале, любите кофе – фото с чашкой кофе итд)
 - 3. Флэтлей (предметная съемка)
 - 4.Сюжеты (не постановочные, «деревянные» фото!!!)
 - 5.принты/рисунки/коллажи
- 6. Заглушки (очень часто они бывают необходимы для бизнес – аккаунтов, но **НЕНДОПУСТИМЫ** для личных блогов)

•

Примеры раскладок



Референсы



Мудборд



Мои советы из опыта

- 1. Не мыслите шаблонами. Пробуйте, экспериментируйте
 - 2. Развивайте насмотренность (Pinterest)
- 3. Используйте СВОИ фото (стоки уже всем приелись и согласно опросам – вызывают раздражение).
 - 4. Создавайте контент поэтапно. Лучше начать с визуала, а закончить подбором темам и текстов к готовой ленте.
- 5. Прописывайте подробный контент план для всех плейсментов (особо тщательно для Сторис + сценарии)

Домашнее задание

- Создайте мудборд своей ленты и подберите референсы для раскладки на 9 постов.
- Соберите раскладку ленты на 9 постов (я люблю приложение UNUM)
 - На основании собранной ленты, составьте контент план с рубрикатором на 9 постов (2 из которых будут продающими ваш продукт)
- Составьте контент план для сторис на 9 дней.

