

Руководство по составлению контент-плана для блога и соцсетей

Если вы составляете план для себя, то можно пользоваться Excel, если же работать по нему будете не только вы, то я рекомендую Google.Docs.

Добавьте графу для темы материала. Это может быть как полноценный заголовок, так и просто тема. Не забывайте делать примечания к темам, чтобы потом не забыть, что хотели написать. Хорошо будет, если вы сразу решите, какого типа это будет контент: видео, текст, инфографика и так далее. Ключи лучше тоже записывать сразу.

137 универсальных идей для корпоративного блога: пожизненный контент-план

Дальше, если у вас несколько исполнителей, оставьте отдельную графу. Дедлайн и дата публикации обязательны. Если у вас очень много исполнителей, добавляйте либо ссылку на их страницу в соц. сети, либо адрес электронной почты. Ссылка на готовый или опубликованный материал тоже будет кстати, если вы захотите все перепроверить.

Получается примерно такой контент-план:

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	№	Тема	Примечание	Ключи	Тип контента	Исполнитель	Дедлайн	Дата публикации	Опубликовано
2	1	ТОП-5 кукол для секса	Какие критерии выбора, конкретные марки, модели, вкусовщина и так далее.	как выбрать надувную куклу, купить куклу для секса	Статья	Света	07.02.2018	13.02.2018	Готово
3	2	Латекс или кожа?	Рассказать об ощущениях, упомянуть об аллергии.	латексные костюмы, кожаные костюмы, ролевые игры	Инфографика	Олег	13.02.2018	16.02.2018	Правки
4	3	ТОП-10 лубрикантов	Цена/качество, ощущения, основа – предупредить, что для презервативов можно брать только с водной основой.	смазка для секса, лубриканты для анального секса	Статья	Игорь	18.02.2018	20.02.2018	Пишется
5	4	Военные костюмы для ролевых игр	Статья в честь праздника	Ролевые игры, как откосить от армии	Статья	Света	21.02.2018	23.02.2018	
6	5	Обзор фаллоимитаторов	Можно наглядно	товары для дома и семьи, как выбрать фаллоимитатор	Видео	Олег	25.02.2018	27.02.2018	
7	6	Хотите пожёстче?	Рассказать об ассортименте нашего магазина для BDSM	как разнообразить семейную жизнь, подарок на годовщину свадьбы	Статья	Олег	28.02.2018	02.03.2018	
8	7	А вы уже купили подарок своей девушке?	В честь праздника	Что купить девушке на 8 марта, необычный подарок девушке	Статья	Света	03.02.2018	06.02.2018	

Подходит почти для любого проекта

Разным площадкам – разные контент-планы: для рассылки, для блога, для карточек, для социальных сетей. Даже если все от одной компании.

Это все минимальные требования к составлению удобного контент-плана, а теперь перейдем к конкретным примерам.

Блог фрилансера или агентства

Разве мог я начать с кого-то, кроме меня?

	A	B	C	D	E	F
1	№	Тема	Пояснение	Состояние	Дата публикации	
2	1	Чтение по диагонали	Как написать текст, который можно понять, читая кусками.	Опубликовано	10.02.2018	Опубликовано
3	2	Зачем специалисту блог	Зачем писать, если ты специалист в какой-то теме. Нужно ли писать, если ты уже работаешь на постоянной, или это нужно только фрилансерам, чтобы пропиариться.	Опубликовано	11.02.2018	Готово к публикации
4	3	Контент, за который не стыдно	Как создавать контент: сколько времени уходит, как долго нужно редактировать и т. д.	Опубликовано	12.02.2018	Пишется
5	4	Как выбрать тему для статьи, если обо всё уже написано	О чём писать, если обо всём уже написано.	Опубликовано	13.02.2018	Обдумывается
6	5	Как не стать жертвой предрассудков	Что делать, если натыкаешься на противоречивую информацию? Как найти нить в этом лабиринте минотавра?	Опубликовано	15.02.2018	
7	6	Почему я не беру оплату за объём, хотя мог бы получать 1000 рублей за 1000 символов	Как пострадает текст, если брать оплату за объём. Сокращения, вода, долгие вступления, клише и прочее.	Опубликовано	16.02.2018	
8	7	Социальные группы	Почему люди приравнивают себя к социальным группам, вешают ярлыки и как это использовать.	Опубликовано	17.02.2018	
9	8	Поиск вдохновения в быту	Во время готовки, походов по магазинам и т. д.	Опубликовано	18.02.2018	
10	9	Рерайт	Почему я его ненавижу	Опубликовано	19.02.2018	
11	10	Что делать с ленью	Мне было лень писать эту статью	Опубликовано	20.02.2018	
12	11	Мастерская гениальных решений, или Как ходить, чтобы не падала корона	Про высокое самомнение всех творческих людей	Опубликовано	21.02.2018	

Минималистично и сумбурно

Это тот случай, когда вы составляете план для себя и особо не беспокоитесь о понятности – все равно смотреть будете только вы.

У меня публикации каждый день, кроме праздников. Вы же можете заранее придумать праздничные публикации.

Пабрики с большой аудиторией

Со временем аудитория сообществ разрастается, поэтому одного поста в день становится недостаточно.

№	Тема	Тип	Публикация						
			Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
Неделя 1 (22-28.01.2018)									
1	История группы ДДТ	Пост	10:00						
2	Редкое фото рок-звезд	Картинка	16:00						
3	Фестиваль Вудсток	Пост		10:00					
4	Стенограмма интервью с Куртом Кобейном	Пост			10:00				
5	Jimi Hendrix - Red House	Видео		16:00					
6	Эволюция русского рока	Пост				10:00			
7	Клуб 27	Пост					10:00		
8	Фотографии с концертов Nirvana	Картинка			16:00				
9	Мем с Высоцким	Картинка						10:00	
10	MTV Unplugged Placebo	Видео							10:00
11	Гражданская оборона	Плейлист				16:00			
12	Мем с AC/DC	Картинка					16:00		
13	Реклама курсов игры на гитаре	Видео						16:00	
14	Мем с Metallica	Картинка							16:00
Неделя 2 (26.01.2018-04.02.2018)									
			Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
1	Наутилус Помпилиус	Пост	10:00						
2	Мем о цензуре в СССР	Картинка	16:00						

Не хватает алюминиевых огурцов на брезентовом поле

Публикации расписаны не только по дням, но и по часам. В выходные становится больше развлекательного контента.

SEO-статьи

Писать статьи исключительно для поисковой оптимизации – гиблое дело. Но даже для такого контента нужен план.

№	Заголовок	Ключи	Дата публикации
1	Купить сидр в Москве	Купить сидр в Город, купить сидр с доставкой, заказать сидр, где купить сидр в Город	01.02.2018
2	Купить сидр в Питере	Купить сидр в Город, купить сидр с доставкой, заказать сидр, где купить сидр в Город	02.02.2018
3	Купить сидр в Орехово-Зуево	Купить сидр в Город, купить сидр с доставкой, заказать сидр, где купить сидр в Город	03.02.2018
4	Купить сидр в Ростове	Купить сидр в Город, купить сидр с доставкой, заказать сидр, где купить сидр в Город	04.02.2018
5	Купить сидр в Туле	Купить сидр в Город, купить сидр с доставкой, заказать сидр, где купить сидр в Город	05.02.2018

Дешево и сердито

Карточки товаров

Интернет-магазинам лучше заполнять карточки товаров по мере их поступления. Начали продавать простыни – сразу же заполняйте карточку для страницы.

№	Товар	Ключи	Дата публикации
1	iPhone 1	Купить айфон, купить iPhone, iPhone цена, айфон цена	2007
2	iPhone 3G	Купить айфон, купить iPhone, iPhone цена, айфон цена	2008
3	iPhone 3G s	Купить айфон, купить iPhone, iPhone цена, айфон цена	2009
4	iPhone 4	Купить айфон, купить iPhone, iPhone цена, айфон цена	2010
5	iPhone 4 S	Купить айфон, купить iPhone, iPhone цена, айфон цена	2011
6	iPhone 5	Купить айфон, купить iPhone, iPhone цена, айфон цена	2012
7	iPhone 5 S	Купить айфон, купить iPhone, iPhone цена, айфон цена	2013
8	iPhone 5 C	Купить айфон, купить iPhone, iPhone цена, айфон цена	2013
9	iPhone 6	Купить айфон, купить iPhone, iPhone цена, айфон цена	2014
10	iPhone 6 Plus	Купить айфон, купить iPhone, iPhone цена, айфон цена	2014
11	iPhone 6 S	Купить айфон, купить iPhone, iPhone цена, айфон цена	2015
12	iPhone 6 S Plus	Купить айфон, купить iPhone, iPhone цена, айфон цена	2015
13	iPhone SE	Купить айфон, купить iPhone, iPhone цена, айфон цена	2016

Дорого и сердито

Видеоконтент

Если у вас трудится несколько человек над одним материалом, вы можете сделать для них либо общий дедлайн, либо отдельный.

№	Тема	Тип работы	Ответственный	Дата сдачи	Дата публикации
1	Скетч: Упырь на распродаже	Сценарий	Василий	01.02.2018	10.02.2018
		Подготовка	Пётр	03.02.2018	
		Репетиция	Пётр	06.02.2018	
		Съёмки	Иван	08.02.2018	
		Монтаж	Иван	09.02.2018	
2	Обзор: Книга "Оно" Стивена Кинга	Сценарий	Илья	14.02.2018	17.02.2018
		Подготовка			
		Репетиция			
		Съёмки			
		Монтаж			
3	Скетч: Армия хомячков (к празднику)	Сценарий	Василий	14.02.2018	24.02.2018
		Подготовка	Пётр	16.02.2018	
		Репетиция	Пётр	19.02.2018	
		Съёмки	Иван	21.02.2018	
		Монтаж	Иван	22.02.2018	
4	Обзор: Фильм "Оно" + версия 1990 года	Сценарий	Илья	28.02.2018	03.03.2018
		Подготовка			
		Репетиция			
		Съёмки			
		Монтаж			

У всех есть время на отдых, а публикации выходят вовремя

Наполнение контент-плана

Теперь, когда вы знаете, как будет оформлен план, можно заняться его наполнением. Первое, что нужно сделать – проанализировать аудиторию. Что ей интересно? Какой контент ей нужен? Какого контента мало в сети?

Информацию можно собирать в тематических пабликах, форумах, сайтах конкурентов и так далее. Также хорошо работает прямой контакт с представителем ЦА. Например, в студенческие годы я завел новых друзей, которые любили активный отдых. Больше всего мы играли в настольный теннис. И когда мне пришлось работать над блогом теннисной тематики, я не постеснялся узнать, что было бы интересно прочесть моим друзьям.

Нельзя основываться только на аудитории – ваши возможности тоже нужно учитывать. Иначе вы либо совсем не сможете выпускать материалы, либо они будут низкого качества.

Выбор рубрик и форматов

Когда у вас появится портрет ЦА и ее интересов, начинайте придумывать рубрики и форматы. Для музыкального паблика, рубрики могут быть такими:

- История музыки.
- Музыкальные инструменты.
- Музыкальные группы.

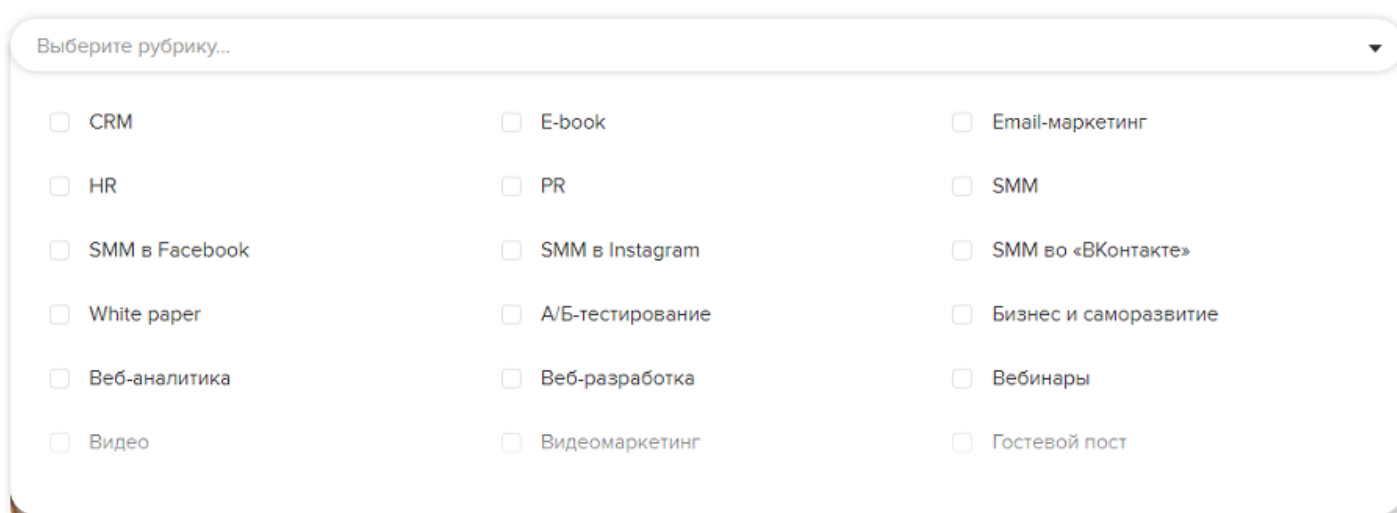
- Сольные исполнители.
- Композиции.

И писать об этом можно в разных форматах. Например, вы можете сделать обзор на какой-нибудь инструмент, а можете просто описать, как он повлиял на развитие музыки. Для композиций подойдет формат ТОПов и подборок. Например, «Вы не знали, что эти песни каверы».

Рубрики для магазина сантехники:

- Унитазы.
- Ванны.
- Смесители и так далее.

Тут вы можете взять формат «Как сделать X» – «Как установить смеситель». Обзоры тоже хорошо подойдут.



Выберите рубрику...

<input type="checkbox"/> CRM	<input type="checkbox"/> E-book	<input type="checkbox"/> Email-маркетинг
<input type="checkbox"/> HR	<input type="checkbox"/> PR	<input type="checkbox"/> SMM
<input type="checkbox"/> SMM в Facebook	<input type="checkbox"/> SMM в Instagram	<input type="checkbox"/> SMM во «ВКонтакте»
<input type="checkbox"/> White paper	<input type="checkbox"/> A/B-тестирование	<input type="checkbox"/> Бизнес и саморазвитие
<input type="checkbox"/> Веб-аналитика	<input type="checkbox"/> Веб-разработка	<input type="checkbox"/> Вебинары
<input type="checkbox"/> Видео	<input type="checkbox"/> Видеомаркетинг	<input type="checkbox"/> Гостевой пост

Рубрики в блоге TechTerra

Рассчитайте, какие рубрики с какой частотой будут выходить. Это может зависеть от сложности и стоимости производства материала. Например, вы можете часто выпускать статьи о том, как правильно снимать фильмы – подробный разбор одной темы в одной статье. Но вот сами фильмы, даже короткометражные, часто выпускать не получится.

Если у вас есть сложные форматы, можете нанять для работы несколько человек – пока одни работают над небольшими материалами, другие готовят большие. Это позволит сохранить регулярность публикаций.

Причем желательно, чтобы снимали фильмы и учили их снимать одни и те же люди, иначе аудитория усомнится в компетентности тех или других. Если у вас достаточно большой коллектив, можете чередовать выпуск материалов: сначала одни снимают, а другие учат – потом меняются.

Подбор тем

Составлять план лучше на полгода вперед – этого достаточно, чтобы потом скорректировать план, но не слишком много, чтобы усилия по его составлению пропали даром, если проект окажется бесперспективным.

Пока можно добавлять в план вообще все, что приходит в голову: описание фишек, обзоры, картинки и так далее. Ничего не редактируйте и не убирайте – пусть будет столько тем, сколько вы придумали. Когда идеи кончатся, выпейте чаю, а потом повторите предыдущий шаг.

Как только вы уже не сможете ничего добавить, посчитайте, на какой срок можно растянуть эти публикации. Например, если вы собираетесь публиковать что-то каждый день, то вам нужно будет примерно 180 тем, чтобы составить план на полгода. Если два раза в неделю, то хватит и 48 тем.

Большинство осознает, что переоценило свои силы и на самом деле не может написать так много, как думало, потому что нет такого количества тем, в которых оно бы разбиралось.

Если создавать контент вы планировали в одиночку, то стоит отложить эту идею до тех пор, пока вы не сможете быть уверены, что у вас внезапно не кончатся темы в самый разгар активности аудитории. Коллективу же легче собрать необходимое количество тем, потому что каждый может сделать вклад в составление контент-плана.

Теперь еще один важный момент – проверьте придуманные темы:

- Нужны ли они вам в блоге?
- Как много вы можете о них сказать?
- Не слишком ли они избиты?
- Актуальна ли информация, которую вы хотите донести?
- Эта тема несет в себе хоть какую-нибудь пользу или досуг?

Задайте эти вопросы каждой теме, а потом удалите весь мусор. Если у вас все еще достаточно строчек в контент-плане, можете переходить к следующему шагу.

Сортировка тем

Уже подготовленные темы нужно отсортировать так, чтобы они органично смотрелись в блоге.

Допустим, вы пишете о программировании на C++. Будет логично, если в первой статье вы объясните, какие у языка преимущества и недостатки, кому и для каких целей его лучше использовать.

Во второй статье можете посоветовать среду и компилятор, подробно описав установку и настройку. В третьей – объясните простейшие функции и синтаксис.

Это сортировка от простого к сложному. Она эффективна, если темы взаимосвязаны или если это серия статей.

А теперь представьте, что вы писали о создании обучающейся программы на C++, а потом начали объяснять, что это за C++ такой. Получается слишком большой контраст, а аудитория подумает, что вы больше не можете ничего сказать по прошлой теме, поэтому решили написать хоть что-то.

Когда дополнять план

Если вы собрали достаточное количество тем, а потом начали их публиковать и они зашли аудитории, то проанализируйте реакцию читателей и приступайте к поиску новых тем.

В ходе анализа вы можете выяснить, какие темы были интересными, а какие не зашли совсем. Какие привели больше лидов, а какие отпугнули клиентов. Также вы можете узнать, какие рубрики и форматы были интересными. Если аудитории зашли мастер-классы, то их нужно делать больше. Если что-то не зашло, можно совсем отказаться или сократить количество подобных публикаций.

Естественно, нельзя анализировать ситуацию по одному опубликованному материалу каждого типа. Пусть выйдет хотя бы 3 статьи одного формата. Оцените их – может заголовок был недостаточно цепляющий, а может текст был ни о чем. Если с текстами беда, не спешите отказываться от рубрик – приложите больше усилий на создание качественного контента.

Если же контент качественнее некуда, то тогда можно быть уверенным, что проблема в рубрике или формате.

Частота публикаций

Этот фактор зависит от количества авторов и размера аудитории. В самом начале достаточно будет и двух публикаций в неделю. А потом нужно будет переходить на 2 публикации в день.

Если вы выкладываете что-то регулярно, то делайте это в одно и то же время или хотя бы в один и тот же день – каждые вторник и четверг в 09:45, например. Это поможет вашим постоянным читателям знать, когда следующая публикация. Следовательно, пик

просмотров будет сразу после публикации.

Хаотичный выбор времени может привести к тому, что аудитория просто не увидит ваших публикаций. Особенно это актуально, если вы продвигаетесь в социальных сетях.

Пользователь ждал ваш пост, но так и не дождался и лег спать, хотя в 23:55 вы все-таки его добавили. Потом в ленте этого поста никто не увидит – утром он затеряется среди новых публикации от других людей и пабликов.

И не стоит делать разные интервалы между новыми публикациями. Иначе постоянные читатели запутаются, и решат, что вы перестали создавать контент. Тогда вас ждет уменьшение аудитории, так как она решит от вас отписаться.

Для тех, кто получает основной трафик из социальных сетей и не рассчитывает на постоянного читателя, этот момент не так важен.

Также от частоты публикаций зависит их объем – нельзя каждый день писать качественные лонгриды. И нельзя раз в несколько недель публиковать пост на 500 символов – аудитории не будет хватать этой информации, и никто не удержит ее от того, чтобы поискать ее в другом месте.

Изменение плана

Вы можете двигать запланированные темы, если появилась важная новость. Например, статья про реформу на «Фейсбуке» была опубликована в срочном порядке. И не зря – сейчас у нее больше 19 000 репостов.

Будьте готовы, что от некоторых тем придется отказаться – вы собирались написать о кувалдах, но раскрыли всю информацию в статье о молотках. Другие темы могут устареть, а третьи перестанут вызывать интерес аудитории.

Может прийти в голову идея для статьи, которую нужно опубликовать срочно. Например, если ее нужно добавить в серию статей. Если спешки нет, можно поставить новую тему в конец.

Старайтесь делать большой разрыв во времени между сдачей и публикацией статьи, чтобы успеть подготовить новый материал в связи с изменениями плана.

Если вы в самом начале не показали себя как излишне серьезного человека или компанию, то вы можете добавлять эмоциональные статьи. Людям нравится читать о том, как у кого-то накопело злости по поводу какого-нибудь события. Разумеется, лучше писать об этом сразу, как только вас что-то задело. Только не лейте негатив в чистом виде – обоснуйте, почему событие вызвало такое сильное негодование с вашей стороны.

Заключение

Составление крутого контент-плана – не гарант успеха. Это лишь инструмент, помогающий добиться регулярности публикаций, которые будут интересны аудитории. Нужно позаботиться и о том, чтобы публикуемые материалы были отличного качества.

Только если вы не сомневаетесь в качестве материалов, можно делать выводы об эффективности контент-плана.

Версия #1

Seryak создал Wed, Sep 16, 2020 3:43 AM

Seryak обновил Wed, Sep 16, 2020 3:43 AM