

# 37 универсальных идей для корпоративного блога: пожизненный контент-план

Сколько бы ни писали на тему, хороший корпоративный блог — редкость. В рунете такие можно пересчитать по пальцам. Это дорого. Только у «Модульбанка» «Дело» обходится почти в миллион рублей каждый месяц. Если померить амбиции, не создавать СМИ, никому не платить, а писать и верстать самому, появится упущенная выгода и полностью исчезнет свободное время. Но это все случается позже, когда блог, пусть еще и хромой на обе ноги, но уже существует. Первая проблема блога у большинства компаний — непонятно, о чем писать.

Чтобы вы не мучились, я постарался собрать в одной статье сразу 137 тем для блога. Даже не тем, а идей, из которых можно придумать в 2-3-10 раз больше тем, опираясь на конкретику вашего дела или отрасли. В качестве бонуса — небольшая шпаргалка, как бесконечно придумывать новые темы для блога. Делайте репосты, печатайте, держите под рукой и результат не будет зависеть от вдохновения!

В этой подборке нет мути вроде «расскажите, что вы едите на завтрак», «напишите пост от руки, а потом сделайте скриншот» или «опишите рецепты продуктивности». Это идеи для блога компании, которая выпускает продукт или предоставляет услугу.

## О компании

### 1. Интервью:

- С основателем или руководителем.
- С командой или одним из ее членов. Если у вас много отделов, можно сделать регулярную рубрику и периодически выпускать интервью с разработчиками, продавцами, поддержкой и остальными отделами компании.
- С одним из партнеров компании.
- С лидером мнений, которого знают все.

- Со сторонним специалистом или экспертом в отрасли, которому доверяете.

Не обязательно гоняться за звездами ради интервью. Опыт «с земли» зачастую полезнее и интереснее, чем прописные истины, которыми вещают публичные личности. Полчаса наедине с каменщиком расскажут вам куда больше, чем десяток брифингов с маркетологом компании.

1. Кейсы из практики. Кейсы — удел не только диджитал-крутяков. Расскажите, как быстро построили дом на сыпучих грунтах, как вернули туриста из Доминиканы, когда разразился ураган, как помогли найти пропавшее платье арендодателю. В любой сфере есть, чем поделиться.
2. Расскажите историю компании.
3. Поделитесь миссией. Расскажите о ценностях компании и ее принципах.
4. Снимите имиджевый фильм или ролик о компании. Сделайте презентацию.
5. Расскажите историю из жизни.

Если вам удастся заинтересовать полезным контентом, читателю рано или поздно захочется узнать, кто же там по ту сторону экрана такой крутой. Только старайтесь, чтобы количество такой вот личной информации не превышало 5–10 %.

- О праздниках в компании.
- Днях рождения.
- Совместных мероприятиях.
- Походах на конференции и обучающие курсы.

1. Покажите, как это делают другие. Как похожие компании работают в других странах. Снимите видео или опишите, как работают конкуренты в России. Без треша и прямого восхваления себя.
2. Новости. Сам Бог велел освещать в блоге:
  - Новости компании.
  - Новости отрасли.
  - Новости конкурентов.
  - Новости смежных отраслей, которые влияют на вас.

3. Отношение к случившемуся. Отношение к тому, что фигурирует в новостях. Публикуйте:
  - Новость и просто мнение.
  - Новость и аналитический прогноз, что будет дальше.
  - Новость и ретроспектива.

Когда все рассказывали, как страшно бушует вирус Коксаки в Турции, мы провели исследование и выяснили, что на курортах каждый год происходит одно и то же, и причин для паники нет, а все сообщения — раздутый инфопузырь.

1. Отношения продавец-клиент. Например:
  - Как устроен личный кабинет.
  - Кто и как быстро обрабатывает заявки.
  - Как формируется заказ, когда его приняли и отправили в работу.
2. Истории успеха:
  - Публикации о компании в журналах и онлайн-ресурсах.
  - Достижения и награды.
  - Собственные внутренние рекорды.
3. Истории провала:
  - Полные фейлы и их причины.
  - Частичные разочарования в работе, технологиях, административных схемах или сотрудниках, которые удалось решить и больше не допускать.
  - Подборка из 5 ошибок, которые уже сделали, учли и исправили.
  - Обзор чужих фейлов с разбором, что сделали не так. С этим форматом аккуратнее, чтобы было этично, а не в виде «какие все вокруг криворукие».
4. Наш главный секрет успеха.
5. Обычный день из жизни компании или сотрудника.
6. Полезные ежегодные события в отрасли. Конференции, выставки, слеты специалистов.
7. Отчет о событиях, где побывали.

## О продукте или услуге

1. Стадии разработки продукта.
2. С чего начинается разработка? С чего начать строить дом, как начать водить машину, как начинать кодить или верстать?
3. Из чего делают продукт компании?

Расскажите, какая древесина идет на вашу мебель, сколько (и какой) щепы уходит на прессовку теколитовых блоков, как много часов приходится кодить программисту Васе в день и какими программами он для этого пользуется.

1. Откуда берутся материалы и почему именно их используем?
2. Контроль качества. Кто и как следит, чтобы все было «бест оф зе бест».
3. Рекорды. Больше всего продали дверных ручек. Подстригли максимум собачьих хвостов, вырастили самую большую тыкву в агрохолдинге.
4. Кто придумал ваш продукт? Когда он впервые появился?
5. Разжевываем для новичков, как пользоваться продуктом. С чего начать, где его можно купить.
6. Лайфхаки и фишки для продвинутых пользователей.

## 7. Обзор популярного продукта или нового образца.

- Текст.
- Презентация.
- Видео.

## 8. 100500 преимуществ продукта.

Как бы затерто это ни звучало, пишите в мире клиента и рассказывайте, насколько эффективнее продукт или услуга решают проблемы, а не то, насколько они абстрактно хороши.

1. 100500 недостатков. Если грамотно их преподнести, получится не хуже, чем с преимуществами.
2. Что вы не знаете о продукте. Раскрываем малоизвестные факты:
  - Об отрасли.
  - О технологии.
  - О конкретной услуге/продукте.
  - О модификации.
3. Умирающие технологии.
4. Новые технологии в отрасли.
5. Перевод топового материала по теме из зарубежных блогов.
6. PDF-книга о продукте.
7. Обзор на сопутствующий продукт.

Основной продукт моего заказчика — блоки из цемента и деревянной стружки. Вполне логично сделать обзор строительного инструмента и техники, раз в блоге пишем, как самому строить дом. Ищите неочевидные решения. Печете хлеб — расскажите о видах масла, джема и икры. Играете в пейнтбол или лазертаг — помогите выбрать правильные кроссовки или, для особо погруженных, берцы.

1. Уход за продуктом или инструментами.
2. Расскажите, почему остальные делают неправильно? В отличие от провалов и стратегических просчетов компании, здесь можно рассказать о том, что не так именно с продуктом или услугой. Можно без конкретики, а в стиле «смотрите как бывает и будьте осторожнее».
3. Что делать, когда все идет не по плану. Как предотвратить надвигающуюся Ж.
4. Автоматизация. Расскажите, как сделать что-то, не прилагая особенных усилий.

# О клиентах

1. Интервью с клиентом.
2. Отзыв клиента. Тестируйте форматы, которые лучше заходят:

- Текст.
  - Видео.
3. Ответы на комментарии и вопросы к статьям.
  4. Подготовьте заранее и регулярно обновляйте FAQ.
  5. История клиента, как продукт или услуга изменили (изменяют) его жизнь.
  6. Ответ на вопрос, который стыдно задать новичку.
  7. 5 привычек, которые должен внедрить пользователь продукта.
  8. Вопросы, которые мы задаем каждому клиенту, чтобы работать максимально круто.
  9. Что большинство клиентов не знает и не догадывается:
    - Об отрасли.
    - О продукте.
    - О технологии.
  10. Задайте вопросы, которые хочется выяснить у аудитории. Вопросы можно задавать перед:
    - Выпуском продукта.
    - Запуском новой услуги.
    - Модернизацией продукта.
    - Изменением тарифов. Кстати, такой пост — хороший способ снять негатив и обосновать новые расценки, чтобы сохранить лояльность.

Когда блог живой, проводить исследования аудитории проще.

## Подборки

1. Лучшие статьи блога на тему «...». В зависимости от количества рубрик, у вас может быть несколько регулярных подборок или «затычек» на всякий случай.
2. Лучшие блоги по теме, на которые стоит подписаться.
  - Российские.
  - Зарубежные.
3. Ссылки на лучшие статьи по теме в рунете.
4. Самые посещаемые статьи блога за год.
5. 5 статей в блоге, которые нужно прочитать.
6. Самые главные изменения в...
  - ...законодательстве.
  - ...вашей работе.
  - ...отрасли.
7. Аналоги продукта или услуги.

Если вы делаете что-то классное, вам будет не страшно показать своей аудитории альтернативы. В конце концов, всегда можно показать не самые лучшие варианты.

1. 100500 самых известных/лучших...
  - Специалистов в отрасли, на которых надо подписаться.
  - Курсов для обучения.
  - Вспомогательных программ.
  - Полезных книг.
  - Обучающих видео на «Ютубе».
2. Частые ошибки, которые допускают неопытные пользователи.
3. Самые нелепые ошибки, которые встречаются, и как их избежать.
4. Проблемы, которые вам гарантированы в отрасли, и как их решить.
5. Перечень и расшифровка основных терминов отрасли.
6. 10 мифов в отрасли, которые давно пора развенчать.

## Инструкции, советы

1. Пошаговая инструкция пользования продуктом, если он сложнее коробки спичек.
2. Она же в формате видеоролика, презентации или инфографики.
3. Секреты, хитрости, лайфхаки, неочевидные решения.
4. Необычные способы использования продукта.
5. Противопоказания для услуги или продукта.
6. Чек-лист для проверки.

Например, для туристического портала я писал чек-лист туриста, которому завтра вылетать по горячей путевке, а для строительного сайта делали чек-лист по проверке бетона, который привозят на площадку.

1. Сравнение продукта с аналогом.

Мы регулярно сравниваем наши теколитовые блоки с альтернативами — ракушечником, сипом, каркасными домами. Главное — сравнение должно быть честным.

1. Мудрости с полей. Подборки советов от практиков вашей компании и отрасли в целом.
2. Рутинные задачи в отрасли и как от нее избавиться?
3. Почему мы перестали использовать инструмент?

## Развлекательный контент

1. Сделайте подборку смешных гифок.
2. Тесты. Проверь, Наполеон ты или сливочный эклер.
3. Картинки.

Даже если сайт суперсерьезный, всегда можно отвлечься и сделать подборку картинок. Необязательно делать совсем уж идиотские мемы. Хорошо заходят исторические кадры, фотографии с производства или презентаций.

1. Инфографика.
2. Рецензия на тематическую книгу или фильм.
3. Отзыв о тематическом форуме или выступлении признанного в сфере лидера мнений.
4. Хайп. Не просто рецензия, а заведомо провокационный отзыв, идущий в разрез с общественным мнением.
5. Записать подкаст.
6. Провести обучающий вебинар.
7. Подготовить презентацию.
8. Выдающийся пример, о котором стоит написать.
9. Гифографика. В такой визуализации вместо статичных картинок используют анимированные графические элементы. Пример гифографики на сайте Нила Пателя.

## Волшебные слова

1. Бесплатно. Подумайте, что в отрасли можно сделать бесплатно. Например, получить дизайн-проект, запустить сайт или улететь на море.
2. Как сэкономить. Если совсем бесплатно нельзя, помогаем человеку сэкономить.
3. Своими руками, самостоятельно.
4. Без риска. Никто не любит рисковать. Чем более ценный результат, тем больше кликов будет.
5. Как вас обманывают. Раскрываем опасности отрасли.

Мы рассказывали, почему горящих туров не существует, как обманывают на ракушечнике, сколько на самом деле стоит хорошее постельное белье из сатина.

1. За 1 день. Люди любят экономить не только деньги, но и время.
2. Идеальный. Сайт, дом, сон, секс, вишневый пирожок.
3. Единственная важная вещь о продукте.
4. Что лично мы ненавидим:
  - В аналогах продукта.
  - Ситуации на рынке.
  - Поведении клиентов.

- Поведении конкурентов.
5. Как правильно делать что-то сложное.
  6. Как победить частую проблему.
  7. Проверено временем. Отчет после долгого периода. Например, сайт, который приводит 2 года стабильное количество лидов без вмешательства. Автомобиль, который не ломается 50 000 км, казеин, который добавляет 10 кило сухой массы в месяц.
  8. Все «за» и «против». Противоположные мнения. Сравнить, что лучше, строить ленточный или свайный фундамент, узнать, так ли всемогущ инфостиль, уточнить, стоит ли выбирать систему «фортунa» для путешествий или нет.
  9. Лучшее время (возраст), чтобы начать или сделать что-то. Бросить работу и уехать жить на острова, начинать собственный бизнес, делать долгосрочные инвестиции.
  10. Рабочая формула успешного успеха.
  11. Искусственный интеллект. Проверьте, нет ли в вашей сфере чего-либо, чем уже управлял бы потенциальный «Скайнет».
  12. Интернет вещей. Тоже популярная тема, которую можно притянуть ради дополнительных кликов.
  13. Неприятная правда об отрасли.

## Конкурсы и победители

1. Конкурс видеороликов на самое необычное применение продукта и регулярные видеоотчеты-заявки участников.

## Данные, статистика, информация

1. Официальная статистика.
  - Показатели компании.
  - Показатели рынка.
  - Показатели ниши.
  - Показатели целевой аудитории.
2. Результаты собственных опросов.
3. Сколько стоит. Сколько стоит и почему ваш продукт. Сколько стоят аналоги. Как дорого пользоваться продуктом или услугой. Я редактирую блог о том, как дешево построить дом в Крыму, где регулярно пишем, сколько стоят материалы и этапы работ.



Этого списка должно хватить на год-два, но почти каждую из перечисленных тем можно размножить еще на несколько. Это просто, когда есть конкретика, а не цель — придумать 100+ универсальных тем. На помощь приходит многоэкранная система, которую я использовал в работе над одним из своих проектов.

# Как бесконечно придумывать темы для блога?

Представьте, что продаете кирпичные дома. Чтобы не страдать от нехватки тем, заполним матрицу. Сначала она выглядит так:

	Прошое	Настоящее	Будущее
Надсистема			
Система		Кирпичные дома	
Подсистема			

Кирпичные дома — сердцевина. Теперь заполним пространство вокруг.

	Прошое	Настоящее	Будущее
Надсистема			
Система	Деревянные дома	Кирпичные дома	Пенополистироловые дома
Подсистема			

Добавим для каждой из полученных тем надсистему и подсистему.

	Прошое	Настоящее	Будущее
Надсистема		Малозэтажные постройки	Многоэтажные строения
Система	Деревянные дома	Кирпичные дома	Панельные дома
Подсистема	Грызуны и вредители	Укладка фундамента Технологии перекрытий Ошибки в обустройстве кровли	Сложности армирования Теплоемкость материала

Принцип не универсальный, но немного фантазии, и можно подогнать под него практически любую тему. Главное ответить на вопросы — что было до вашей услуги и продукта, как люди решали проблему раньше. Станет ясно, на какие плюсы опираться, составляя план. Плюс, как можно подробнее разобрать подсистему настоящего и будущего продукта/услуги.

Пользуйтесь этим списком и советуйте коллегам. Надоело видеть корпоративные блоги, похожие на школьное сочинение «что я делал летом у бабушки». Даешь больше интересных и полезных ресурсов!

Другие статьи, которые вам могут пригодиться:

- О чем писать в блоге, когда писать не о чем: 99 контент-идей
- 30 идей для создания крутого продающего контента (инфографика)
- Как получить комментарии в блоге: 20 идей
- 7 тем для блога, которые зацепят любого

---

Версия #1

Seryak создал Wed, Sep 16, 2020 3:23 AM

Seryak обновил Wed, Sep 16, 2020 3:24 AM