

Ольга Негашева

Гайд

Контент-план и продающие посты



Дизайн обложки
Наталья Вьюгова

Ольга Негашева

Гайд. Контент-план и продающие посты

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68636506

SelfPub; 2022

Аннотация

Выполняя задания гайда, всего за пять шагов Вы научитесь составлять контент-план публикаций. У Вас уже больше никогда не возникнет вопрос, о чем же писать в блоге – столько идей появится в голове! Узнаете, что такое сторителлинг и как его использовать в блоге. Научитесь получать от читателей то, что вам необходимо с помощью текстов. После обучения по нашему гайду, вы будете писать посты в блоге так, чтобы читатели становились лояльными, видели в вас эксперта и охотно покупали ваши услуги.

Содержание

Контент-план за 5 шагов	6
Контент-план. Шаг 1	6
ЗАДАНИЕ	7
Контент-план. Шаг 2	8
Для начала возьмём цель – повышение охватов.	8
ЗАДАНИЕ	9
Контент-план. Шаг 3	11
ЗАДАНИЕ	12
Контент-план. Шаг 4	14
ЗАДАНИЕ	15
Контент-план. Шаг 5	16
Конец ознакомительного фрагмента.	17

Ольга Негашева

Гайд. Контент-план и продающие посты

Здравствуйтесь, меня зовут Ольга Негашева.

Родом я из маленькой деревни Пермского края, что находится в середине России перед Уральскими горами. Еще в детстве у меня появился интерес к продажам и текстам.

Сельский Дом культуры и школа, где работали мои родители, давали мне возможность реализации любых моих задумок. С юности я была юнкором районной газеты «Светлый путь» и до сих пор иногда там публикуюсь. А любовь к продажам была заложена мне местными ярмарками, на которых мы продавали свои изделия и трассой с сезонной продажей ягод и грибов.

Но больше всего мне нравилось наблюдать за людьми и расширять свой круг знакомств.

И скажу я вам, что самое важное в продажах – это не знание маркетинговых уловок и экономических и аналитических формул, самое важное – это коммуникация. Продажа состоится тогда, когда вы сможете донести ценность своего продукта до другого человека.

Учитесь общаться, понимать других людей и доносить до них то, что вам нужно, тогда и будут продажи. А мы поможем

вам в этом на страницах данного Гайда

Ольга Негашева. Маркетолог, коуч, директорка агентства по продвижению, Основатель бизнес-клуба Happy bloggers

Контент-план за 5 шагов

Контент-план. Шаг 1

«О чем писать?» – Один из самых болезненных вопросов тех, кто хочет продвигаться в соцсетях. С помощью этого гайда такой вопрос у вас больше не возникнет.

Любые посты можно разделить по четырем основным целям:

1. Повышение охватов.
2. Повышение лояльности.
3. Доказательство экспертности.
4. Продажи.

Некоторые посты могут преследовать две цели одновременно. Например, рассказ о своей свадьбе, разводе или какой-то ещё скандальной истории может сразу повышать и охваты (поздравления или хэйт в комментариях) и лояльность.

Но перед тем, как писать конкретные темы нужно понять кто вы, чем занимаетесь и, главное, что продаете. Согласитесь, писать продающие посты без понимания товара бессмысленно и бесполезно.

ЗАДАНИЕ

Ответьте на вопросы:

1. Кто вы (минимум 5 предложений)?

2. Чем вы занимаетесь? Какова ваша сфера деятельности?

Тоже пару предложений

3. Что вы продаете? Ваша линейка товаров или услуг от меньшей цены к большей

Помните, все написанное в гайде – это база и она носит рекомендательный характер. Вы можете менять её под себя

ДЕРЗАЙТЕ!

Контент-план. Шаг 2

Вы уже поняли:



кто вы;



чем занимаетесь;



что продаете.

Теперь уже можно приступить к придумыванию самих тем.

Для начала возьмём цель – повышение охватов.

Какие посты здесь могут быть? На самом деле задача таких постов, чтобы их посмотрело как можно бОльшее количество людей, а для этого алгоритму нужно понять, что этот пост интересен, то есть на него должны реагировать!

Лайк, комментарий, репост и сохранение – это все увеличивает количество просмотревших людей

Поэтому можно использовать:

– развлекательные посты: конкурсы, интерактивы, розыгрыши. То, где надо взаимодействовать с контентом, но не надо думать;

– полезные: лайфхаки, чек-листы и прочее для сохранения.

– провокационные: секс, деньги, политика и любая, остросоциальная и бытовая тема.

Я постоянно использую провокационные.

Они подходят далеко не всем, набирают много негатива и хэйта, но дают обалденные результаты по охватам. Для меня они ещё работают как фильтр для аудитории и поиск «своих».

Но самое интересное – это соединить данные форматы и вас, вашу деятельность.

Подумайте: что будет интересно вашим читателям, над чем не надо думать и оно будет развлекать, что будет настолько тяжело запомнить, что проще будет сохранить на какие темы вы можете подискутировать в комментариях.

Посмотрите у коллег, какие методы используют они.

И самый главный критерий – что бы вам хотелось это писать и публиковать!

ЗАДАНИЕ

1. Какой развлекательный контент может присутствовать в вашем блоге? Минимум 5 примеров.

2. Какой полезный контент подписчики захотят сохранить?

3. Какие провокационные темы вы хотите обсудить со своими подписчиками?

Интересный контент – это навык, которому можно научиться! А научиться ему можно только на практике!

Контент-план. Шаг 3

Поговорим о постах на повышение лояльности.

Лояльность повышается через точки соприкосновения, через сопереживание и общие ценности.

Мы уже определяли ваши ценности, когда говорили о концепции блога и когда учились делать интересные сторисы, и тут мы тоже будем говорить о ценностях, потому что это основа!

Люди приходят к людям, и они должны быть друг другу созвучны. Возможно, у вас была ситуация, когда тяжело работать с клиентом.

Скорее всего, это было из-за того, что вы были не созвучны. У вас отличаются ценности, вы не понимаете друг друга на уровне восприятия мира. Поэтому очень важно транслировать свои ценности и смыслы в блоге.

Рассказывать о личном можно по-разному. Не обязательно говорить какая у вас любимая поза в сексе.

В нашем мире очень много дел и вещей, которые могут раскрывать вас как личность

Например, книги

Кто-то их любит читать и читает по несколько в неделю, а кто-то (я) не берёт их в руки, но просерфит несколько часов в интернете, чтобы узнать все по нужной теме –

это прям мое. Меня не увлекает обычное чтение.

Научно-популярные статьи, разные мнения и видения на одну и ту же тему – на это я могу тратить часы и дни. А вот книга лежит на столе уже недели две. Лежит!

Смотрите, как много вы обо мне узнали за два абзаца и сколько эмоций у вас они вызвали.

Кто-то подумал: «Не. Я не понимаю, как так можно не читать книги. Это же интересно».

А кто-то: «я знал, что я такой не один».

Точно также можно рассказать о любой теме, которая для вас ВАЖНА и тогда она вызовет нужную реакцию.

Как раскрыть личность через блог? ЛЕГКО!

Расскажите о своем отношении к чему-либо, не важно к чему. И это раскроет вашу личность!

ЗАДАНИЕ

Ответьте на следующие вопросы:

Какие у вас ценности?

Как вы хотите жить?

Что для вас важно?

О чем вы хотите рассказать своим подписчикам/ друзьям/близким?

Воспринимайте каждого подписчика как конкретного человека, а блог как диалог с ним.

Ответы на эти вопросы и будут темами ваших постов на повышение лояльности.

Каждый из нас интересная и уникальная личность со своими историями, именно это и цепляет в блоге!

Контент-план. Шаг 4

Доказательство экспертности.

По сути вашу экспертность доказывает всего пять вещей:

1. Ваши знания, которые вы получили и получаете.
Дипломы, участие в конференциях и прочие обучения.
2. Ваши знания, которыми вы делитесь с подписчиками.

Посты с описанием каждого архетипа по классификации Юнга для психолога или рассказ о том, как придумать продающий заголовок для копирайтера или сммщика.

3. Ваши результаты/репутация.

Кто ваши клиенты, сколько денег вы на этом зарабатываете.

4. Результаты ваших клиентов и вашей работы.

Это так называемые кейсы.

5. То, что вы в теме.

Ответы на вопросы (можно отнести и к пункту 2), новости вашей сферы

Представьте, сколько информации вы можете дать в блоге по каждому из этих пяти пунктов.

У вас до сих пор возникает вопрос о чем писать???

ЗАДАНИЕ

Придумайте минимум три темы по каждому пункту:

Мои знания, которые я получил.

Мои знания, которыми я могу поделиться.

Мои результаты.

Результаты моих клиентов.

Что происходит в моей сфере.

Посты – это способ общения с вашими подписчиками.

Представьте, что вы ведёте с ними милую беседу «О чем вы хотите с ними поговорить?»»

Контент-план. Шаг 5

По логике на этом шаге мы должны придумывать темы постов, целью которых является продажа. Но мы это сделали на первом шаге, т. к. каждый ваш продукт – это и есть тема для поста.

Поэтому сейчас я хочу вам рассказать о соотношении постов в блоге и ответить на вопрос: «Как часто писать посты?»

На самом деле я придерживаюсь стратегии интуитивного ведения блога, то есть я пишу и публикую тогда, когда хочу и сколько хочу. Но такая система подходит не для всех.

Если Вы относитесь ко второй категории людей, следующая информация для вас.

Советую делать 2-3 публикации в неделю, минимум одну, если совсем нет времени.

Во-первых, если последнему посту больше недели это начинает настораживать, а реально ли человек работает, может он там сдох уже давно.

Во-вторых, ежедневные посты будут вас очень выматывать, а вот два-три текста в неделю уже полегче.

Теперь немного о соотношении.

Полезняшки – это, конечно, здорово. Но как много людей, у которых вы читали кучу полезностей и потом заплатили им денег за услугу или продукт?

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.