

# ЧЕК-ЛИСТ

## Контент-план для социальных сетей

### ЦЕЛИ КОНТЕНТ-ПЛАНА:

- вызывать интерес подписчиков к продукции;
- формировать потребность в её изучении;
- развеивать сомнения и разрешать возникающие возражения;
- инициировать желание приобрести товар.

### ЧЕК-ЛИСТ ПО СОСТАВЛЕНИЮ КОНТЕНТ-ПЛАНА ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ:

1. Сформулируйте стратегическую цель ведения профиля в социальной сети.
2. Составьте рубрикатор для своего профиля на основе интересов целевой аудитории бренда.

Виды рубрик по типам контента:

- Полезный (советы стилиста, сочетание моделей или цветов изделий из ассортимента, полезные ресурсы, выдержки из статей, тренды, модные обзоры, факты, статистика и исследования, разрушение мифов, топ 10)
- Развлекательный (тесты, опросы и дискуссии, конкурсы, квесты, розыгрыши, марафоны, «горячие» темы, шутки, поздравления, цитаты, вдохновение или атмосферные фото)
- Продающий (демонстрация товара, презентация новинок, анонс sale или акции, коллаборации, отзывы клиентов, пользовательский контент, сторителлинг, до/после, выбор дня/месяца)
- Информационный (публикации в СМИ, награды, показы, участие в выставках, процесс создания коллекций, рабочий день, знакомство с сотрудниками, ответы на вопросы, правила доставки/возврата, схема проезда).

Важно:

- Придумайте уникальный хэштег каждой рубрике и оставляйте его под соответствующими публикациями. Таким образом новые подписчики смогут быстро просмотреть все интересующие их посты.

3. Для каждой рубрики определите периодичность выхода (например, один раз в 1-2 недели) с учётом общей интенсивности публикаций, то есть количеством постов в неделю.
4. Обозначьте ключевое событие месяца и поставьте публикацию о нем в план на конкретную дату, далее добавляйте в график посты, подготавливающие к данному событию и логично его продолжающие. В конце контент разбавляется различными тематическими рубриками.

Ключевым событием месяца может выступать:

- новая коллекция
- анонс sale или акции
- публикация рекламного поста у блогера
- конкурс

Важно:

- Чтобы понять насколько актуальна и целесообразна та или иная публикация, ответьте себе на вопрос: «Как она помогает в достижении главной цели?»

5. Выберите один день на неделе или время в течение рабочего дня, когда вы будете для наполнения контент-плана готовить посты: искать изображения и писать тексты.

Важно:

- Визуально привлекательно расставить запланированные публикации в ленте можно с помощью специальных приложений. Например, Content Office, Preview, Unum.

6. Заведите привычку записывать все возникающие идеи для постов в одном месте.

