

Разместить контент в бизнес-аккаунте

Skillbox

Адаптировать контент-план

Адаптировать контент-план

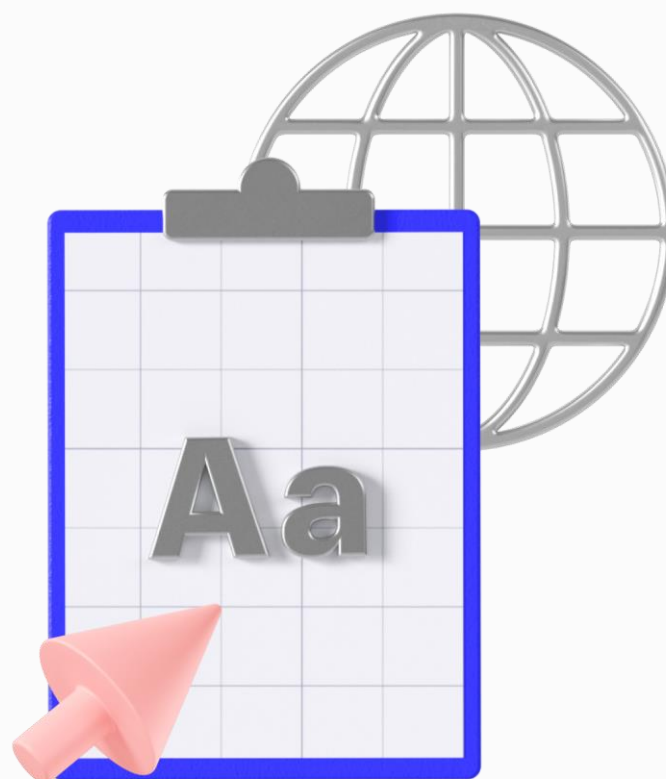
Цель

Адаптировать контент-план под особенности потребления контента в соцсети.



Задачи

- 1 Определить, как ранжируется контент в ленте
- 2 Определить, как потребляются ключевые форматы контента
- 3 Определить объём, частоту и время публикаций



Адаптировать контент-план

Потребление контента в соцсети

В основе контент-плана — вы, ваша позиция, ваше мировоззрение, оригинальное видение своего дела, ценности, смыслы, естественность.

В центре — человек.

Ключевой элемент — визуал аккаунта.

Через визуал передаются смыслы бренда.

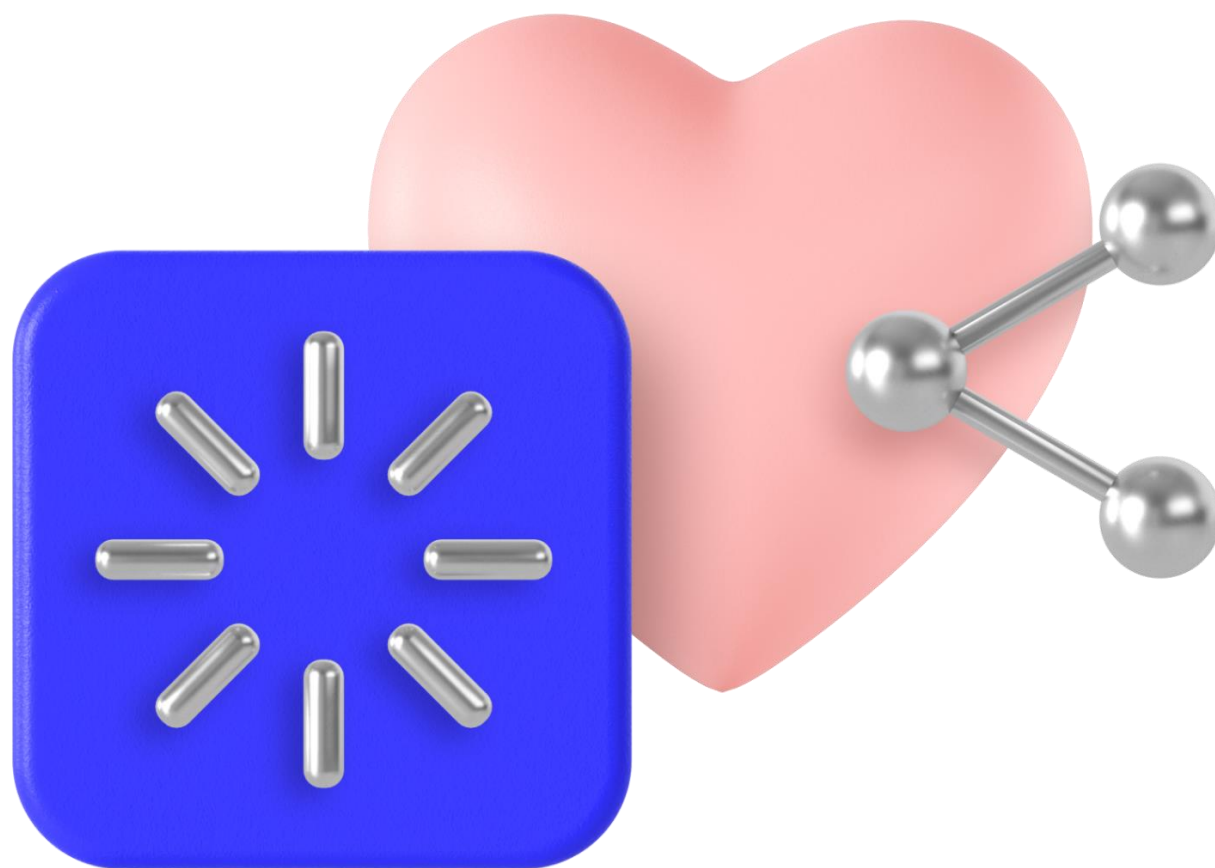
Задача контента

Максимально вовлечь и удержать пользователей в аккаунте, чтобы они взаимодействовали с контентом:

- сохраняли
- комментировали
- пересылали
- делали репосты
- ставили отметку «Нравится»

Качественный и собственный контент.

Лента



Что показывается в ленте пользователям?

- Контент, связанный с хештегами и людьми, на обновления которых они подписаны
- Рекомендованные аккаунты по интересам пользователя

90 % контента в ленте — контент подписок.

Чем чаще пользователь взаимодействует с контентом, тем чаще профиль показывается ему в ленте.

Адаптировать контент-план

Ранжирование публикаций в ленте

Учитываются следующие сигналы

- 1 Вероятность заинтересованности пользователя в контенте
- 2 Дата размещения публикации
- 3 Предыдущие взаимодействия с автором публикации
- 4 Избранное

Добавление аккаунтов во вкладку «Избранное»

Когда пользователи добавляют контент бренда в избранное, он будет чаще показываться в их ленте в числе первых.

- В избранное можно добавить до 50 аккаунтов
- Пользователи могут настроить ленту так, чтобы видеть публикации только избранных аккаунтов

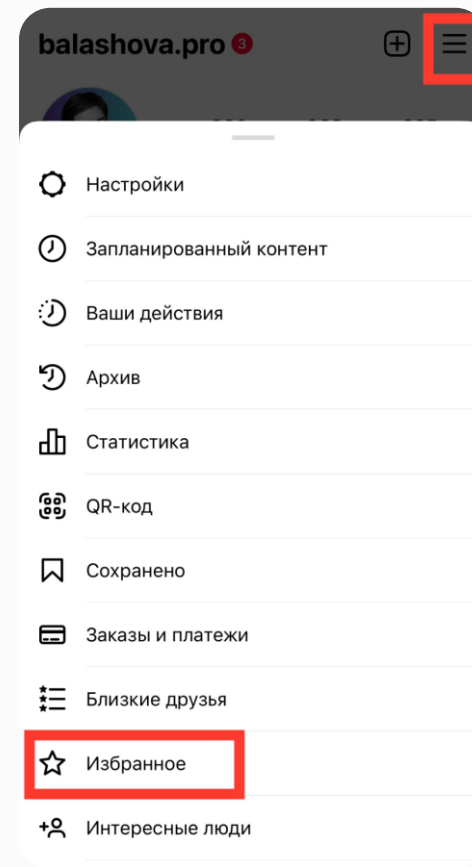
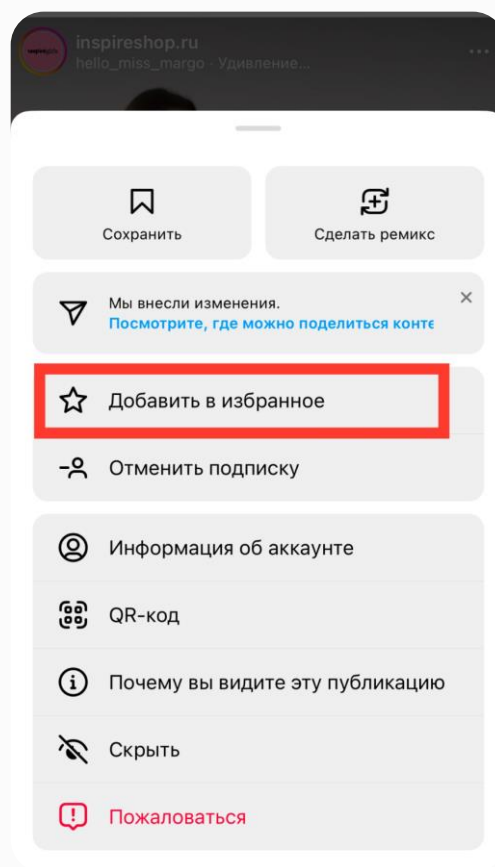
Адаптировать контент-план

Добавление во вкладку «Избранное»: опции

Опция добавления
в избранное

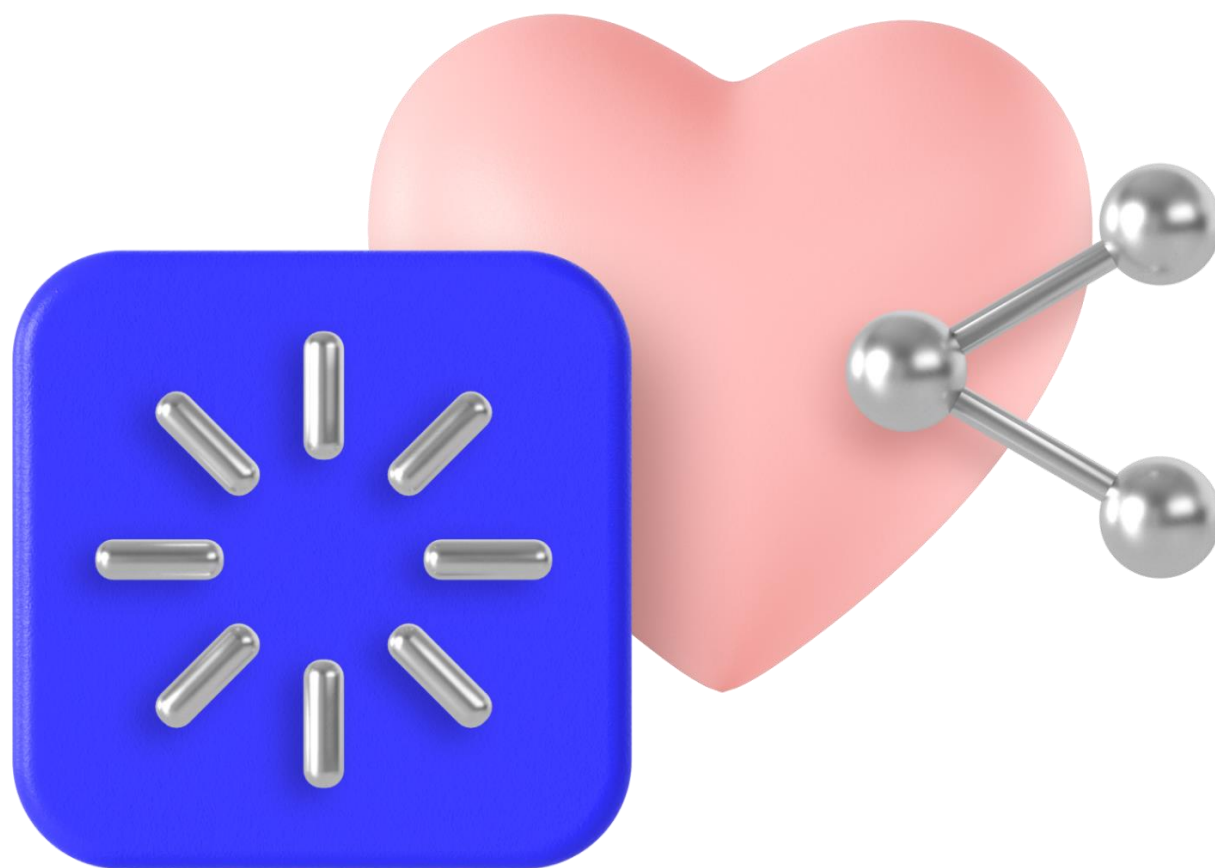


Опция просмотра избранных
аккаунтов



Изображения: публикация в аккаунте @inspireshop.ru

Потребление ключевых форматов



Адаптировать контент-план

Каналы взаимодействия с подписчиками

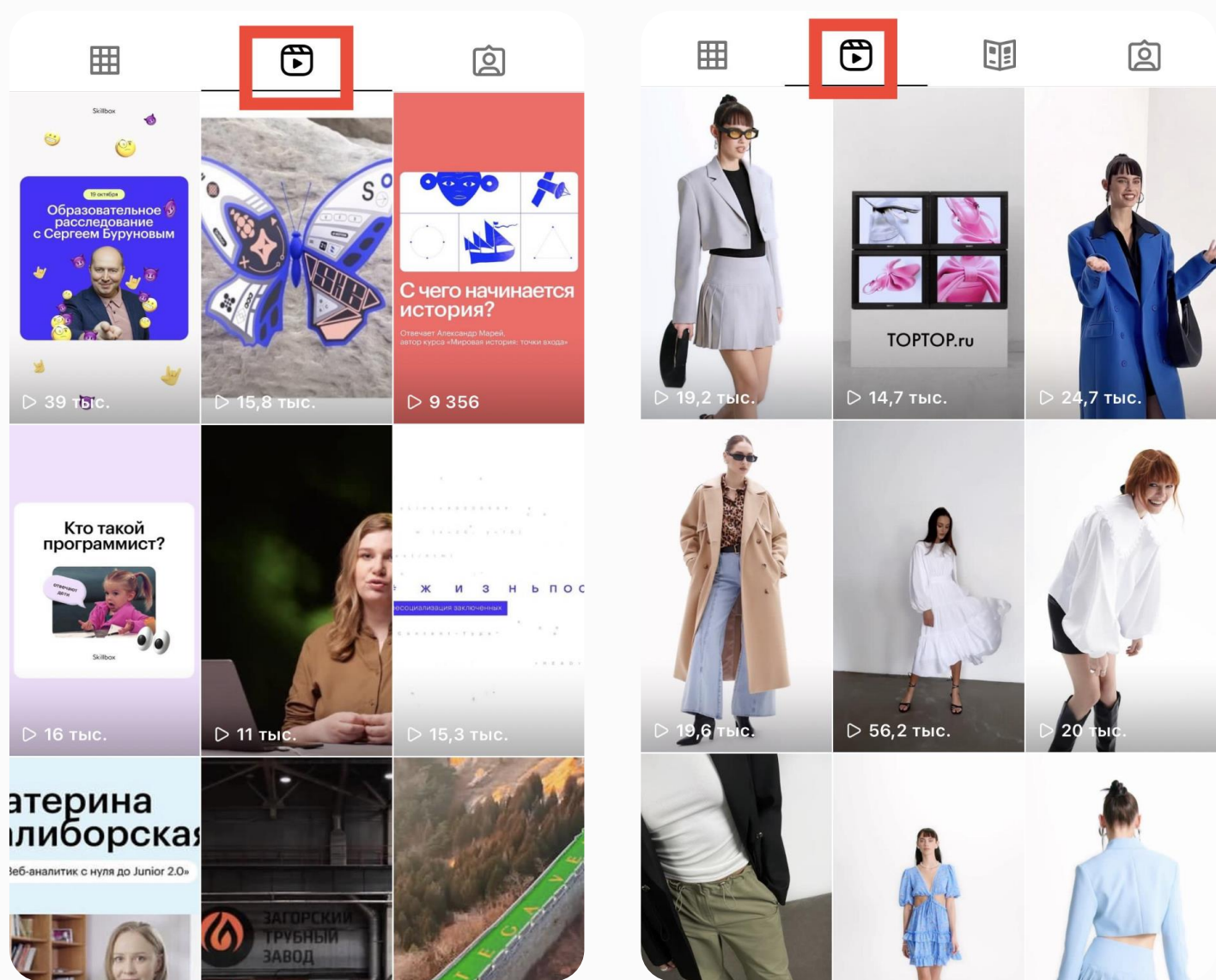
По наибольшему охвату пользователей:

1. Вертикальные видео Reels
2. Посты с каруселью
3. Посты с видео
4. Посты с одним изображением
5. Истории
6. Прямые эфиры

Важно использовать мультиконтент.

Адаптировать контент-план

Вертикальные видео Reels



Изображения: лента с видео Reels в аккаунте @Skillbox, лента с видео Reels в аккаунте @TOPTOP

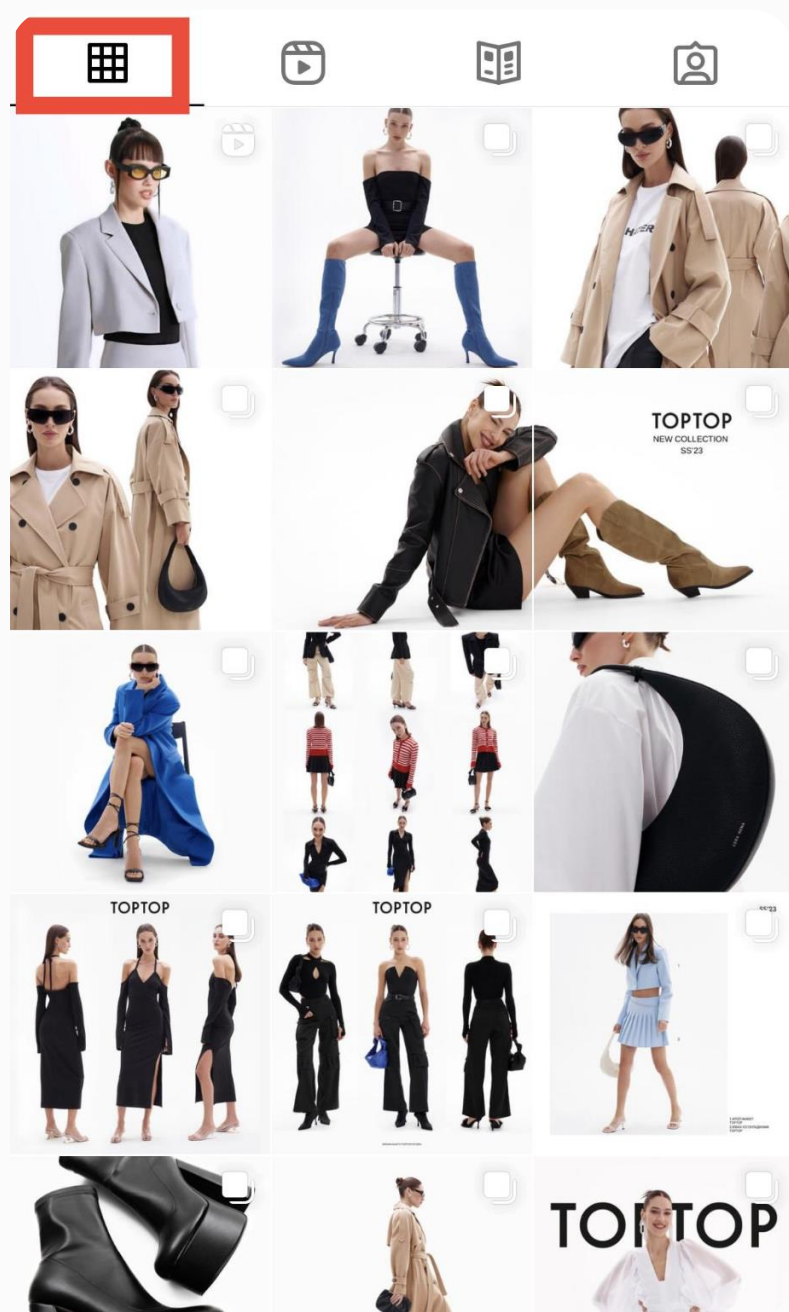
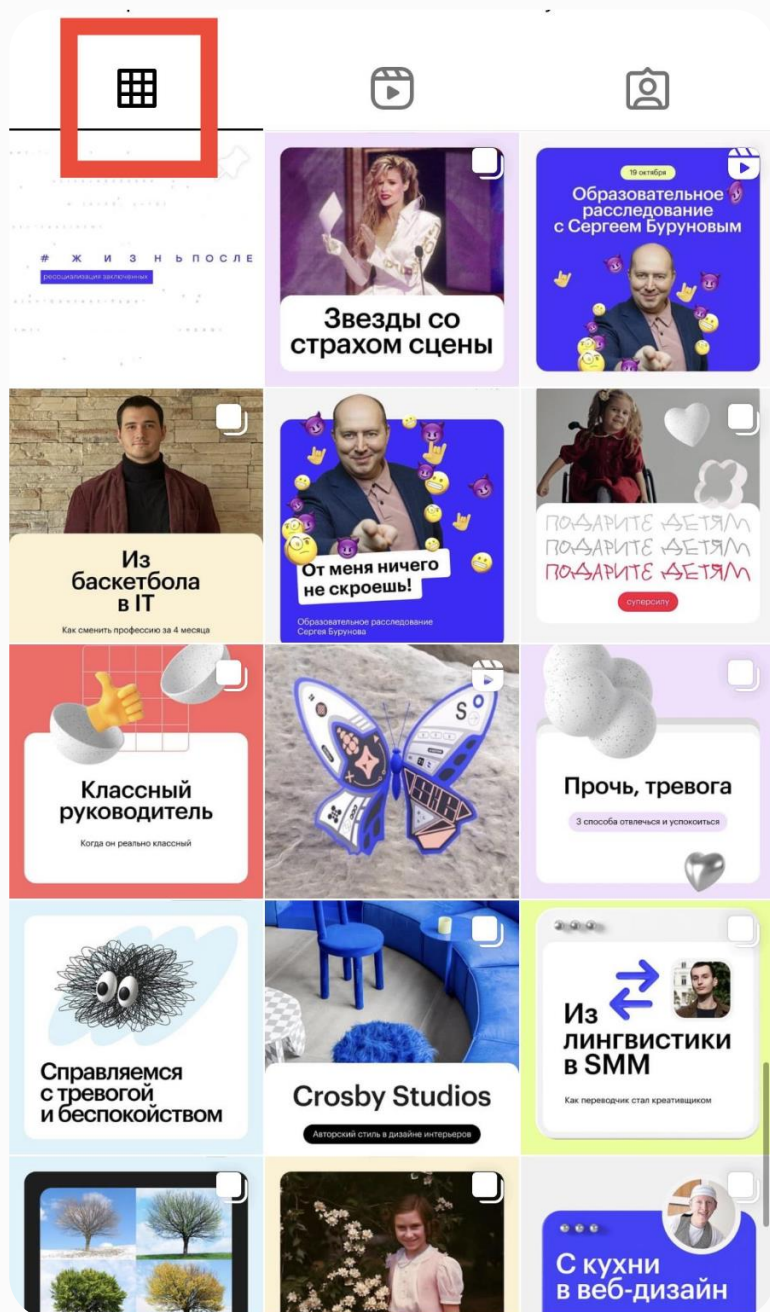
Возможности Reels

- 1 Присутствие в трёх каналах:
 - основная лента
 - рекомендации
 - лента Reels
- 2 Большой «вирусный» охват без дополнительных вложений на продвижение
- 3 Можно делать репост в видео в историях

Задача: развлечение, юмор, вдохновение, обучение.

Адаптировать контент-план

Посты в ленте



Изображения: лента с видео Reels в аккаунте @Skillbox, лента с видео Reels в аккаунте @ТОПТОР

Возможности постов

- 1 В самом верху ленты создать три закреплённых поста с самой важной информацией
- 2 Наибольший охват и вовлечённость собирают посты в формате «Карусель», где располагаются до 10 фотографий или видео
- 3 Можно делать репост в истории
- 4 В постах можно публиковать фото и видео

Задача: информирование, прогрев, продажи, формирование репутации.

Адаптировать контент-план

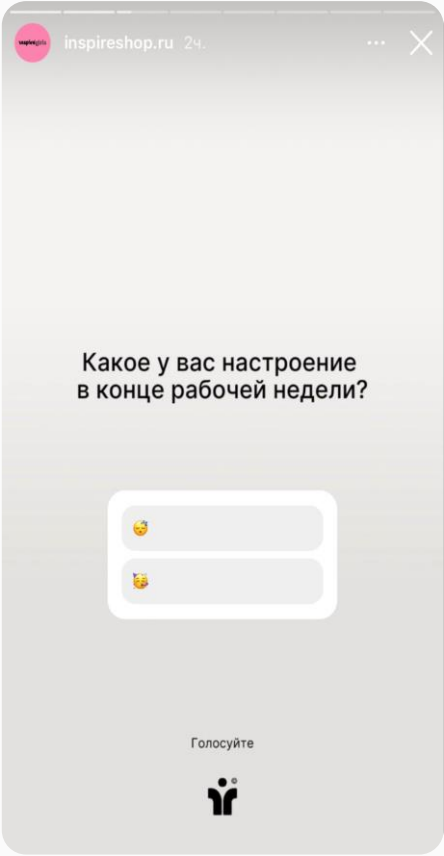
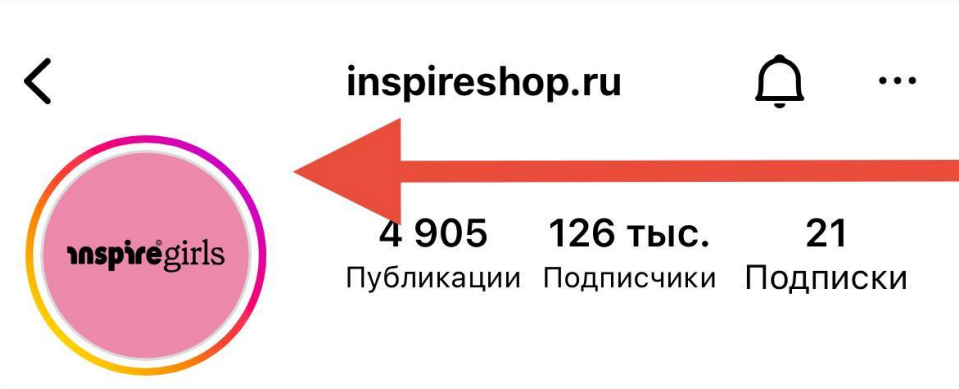
Посты с каруселью



Изображения: пост-карусель в аккаунте @IQbico

Адаптировать контент-план

Истории



Изображения: серия историй в аккаунте @inspireshop.ru

Возможности историй

- 1 Использование видео, фото, текста, графических элементов, стикеров, масок и фильтров
- 2 Единственный формат контента, где можно вставлять кликабельные ссылки на внешние источники
- 3 Можно показать в историях всё то, что не вошло в ленту постов и Reels (изнанку), что формирует доверие у подписчиков

Задача: вовлечение, прогрев, интрига, информирование, интерес.

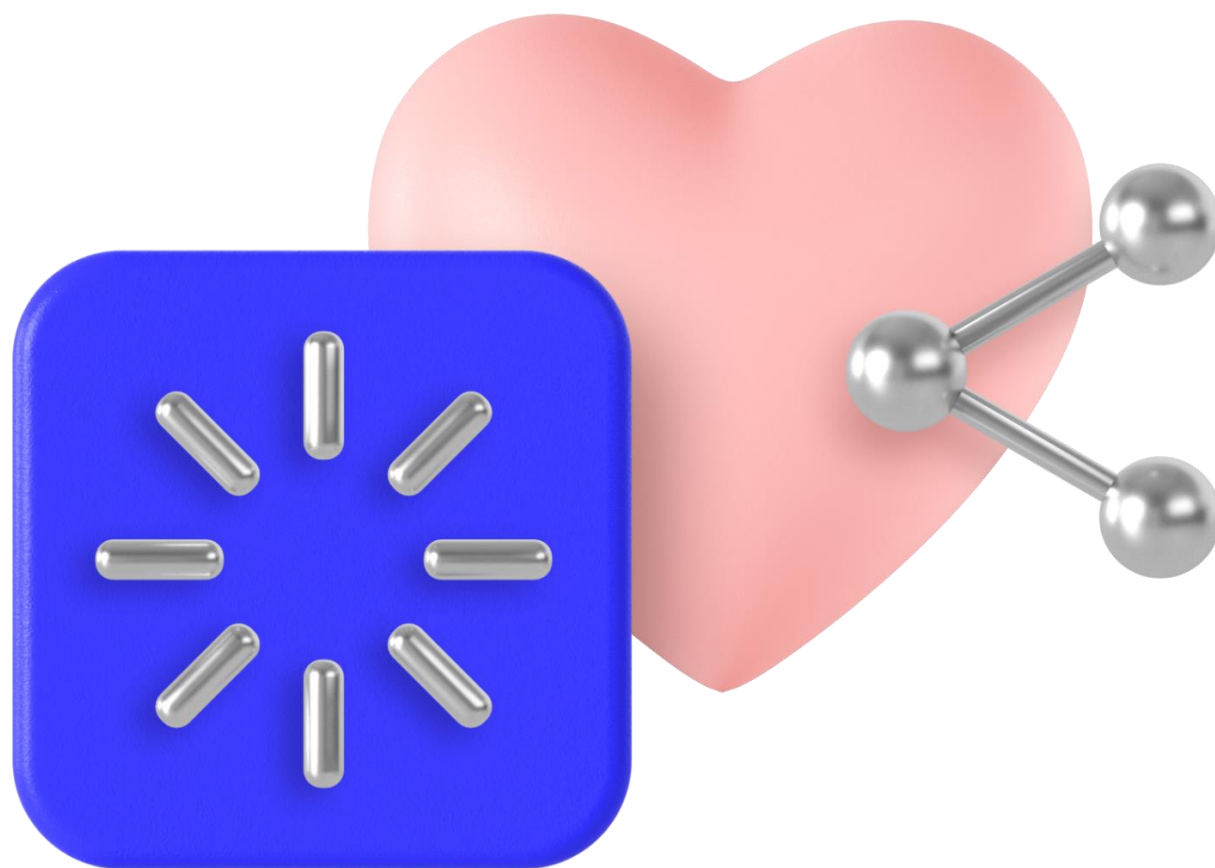
Адаптировать контент-план

Возможности трансляций

- 1 Использование видео до 60 минут
- 2 Присутствуют в двух каналах: ленте постов и Reels
- 3 Можно проводить эфиры с приглашенными спикерами и приглашать в эфир участников

Задача: вовлечение, прогрев, продажа.

Планирование контента



Как оптимально распределять контент

Форматы контента	Типы контента
Вертикальные видео Reels	Развлекательный, обучающий (экспертный), полезный
Посты с каруселью	Имиджевый, информационный, продающий
Истории	Вовлекающий, развлекательный, продающий
Прямые эфиры	Вовлекающий, обучающий (экспертный)

Частота постинга

Соцсеть специально не показывает от одного автора подряд несколько публикаций (посты или Reels).

- **Истории** — ежедневно, от 5 штук в день или от 2-х серий
- **Посты в ленту** — 2–3 раза в неделю
- **Видео Reels** — от 5 раз в неделю
- **Прямые эфиры** — от 2 раз в месяц
- **Путеводитель** — обновлять еженедельно
- **Актуальные истории** — обновлять еженедельно

Время постинга

- Учитывайте предпочтения вашей ЦА и геолокацию бизнеса
- Лучшее время для публикаций — то время, когда ваша ЦА онлайн

Выводы

Чтобы адаптировать контент-план под соцсеть:

- выберите подходящие форматы контента под задачи бизнеса. Используйте мультиконтент
- распределите по форматам, какой тип контента и рубрики будут транслироваться
- определите время и частоту постинга в каждом канале коммуникации
- учитывайте алгоритмичность ленты, поэтому чем больше будет вовлечения пользователей в контент, тем выше охваты