

Чек-лист по контент-продвижению

Сегодня уже не достаточно просто создавать хороший контент. Его надо еще продвигать, а людей – удивлять.

Итак, что нужно делать, чтобы контент-продвижение принесло свои плоды в виде благодарных клиентов и денежных знаков?

1. **Определить**, кто будет скрываться за текстами/видео/фото – живой и настоящий человек или фирма, юридическое лицо? Вы строите бренд личности или бренд продукта (услуги)?
2. **Выбрать** 1 соцсеть, в которой вы планомерно, шаг за шагом будете продвигаться, следуя заранее спланированной контент-стратегии.
3. **Определить** свою целевую аудиторию, потому что «Продавать всем – значит не продавать никому» и «Писать всем – значит писать никому».
4. **Раскрутить** аккаунт (личный или бизнес-страницу). Активно комментировать самому и вовлекать других пользователей, делиться актуальным материалом, устраивать розыгрыши и акции, настраивать рекламу. Работать НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ И УДЕРЖАНИЕ аудитории.
5. **Получить** первые результаты в виде заказов и прибыли.
6. **Обзавестись** «промоутерами» вашего бренда – людьми, готовыми вас поддержать, порекомендовать. В случае негативного отзыва они встанут на вашу защиту, что выгодно отразится на вашей репутации.
7. Можно **идти** в другие соцсети - увеличивайте охват людей.

Важно: говорите и пишите о своей деятельности. Сарафанное радио по-прежнему работает!

Всем встать! Контент идет!

Нет ничего хуже предсказуемости. Удивляйте людей! Сделайте свою страницу разнообразной, используя несколько видов контента:

1. Информативный

- Инструкции
- Чек-листы
- Полезные ссылки
- Новости
- Обзоры
- Рецензии
- Инфографики

- Анонсы

2. Развлекательный

- Конкурсы
- Игры
- Истории из жизни
- Вирусные видео
- Профессиональный юмор
- Жизнь «за кулисами»
- Интересные факты
- Лайфхаки

3. Взаимодействие:

- Опросы
- Обсуждение актуальной темы
- Эксперт «в прямом эфире»
- Репосты клиентов
- Провокации

4. Рекламный:

- Реклама товаров или услуг
- Отзывы клиентов
- Конкретные кейсы
- Сравнение линейки товаров
- Обзоры новых товаров
- Реклама через обучение
- Рекомендации партнеров (перекрестный маркетинг)
- Статистика и результаты
- Демонстрирование «погон» - звания, награды, достижения

5. Имиджевый:

- Участие в мероприятиях, масштабных акциях, благотворительности
- Интервью
- О вас (о компании) в СМИ

Помните про силу отзывов! **Отзыв** – это социальные доказательства Вашего профессионализма. Однако имейте в виду, что отзывы, наподобие «Все было супер!» или «Мне очень понравилось» - являются не информативными и не несут никакой смысловой нагрузки. Они ничего не говорят Вашей потенциальной аудитории. Вместо этого лучше

помочь клиенту оставить «работающий» на благо Вашего дела отзыв. В этом помогут уточняющие вопросы:

- ✓ Как вас зовут/какой у вас проект?
- ✓ Почему решили воспользоваться товаром или услугой? С каким вопросом пришли на консультацию?
- ✓ Какие впечатления остались от использования? Расскажите своими словами об услуге/продукте.
- ✓ Что больше всего запомнилось, удивило, понравилось?
- ✓ Какие вы получили результаты? Получили ли то, за чем пришли?
- ✓ Чтобы вы посоветовали, чтобы улучшить продукт или услугу?
- ✓ Кому рекомендуете данный продукт/услугу?

Отзывы клиентов:

- ✓ Рассказывают, объясняют, продают
- ✓ Помогают бороться с возражениями
- ✓ Укрепляют доверие

И не стоит забывать о невероятно популярном и эффективном жанре, как **сторителлинг!**

Благодаря появлению планшетов и смартфонов человечество получило неограниченный доступ к информационным ресурсам. Время, которое люди проводят онлайн, с каждым годом увеличивается. Сегодня взрослый человек в среднем проводит онлайн более 20 часов в неделю. Пользователи любят истории, они охотно их читают и не менее охотно делятся понравившимся материалом.

Используя сторителлинг в своем бизнесе, можно вокруг себя собрать действительно СВОЮ аудиторию, которая пойдет к вам и за вами!

Бизнес – это связи. Связи – это бизнес!

