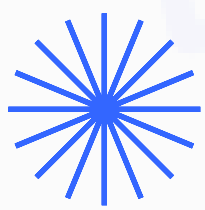


Что такое **контент-план
и нужен ли он для
Telegram-канала?**





Что такое **контент-план** и нужен ли он для Телеграм-канала?



Контент-план – это график будущих публикаций. Если вы развиваете свой канал, то составление контент плана принесёт вам множество выгод:



организованность и экономия времени

(вам не придётся каждый раз думать о чём писать сегодня; вы не будете пропускать публикации, потому что забыли или не успели; ваши посты будут продуманными заранее, а значит и более качественными);



возможность максимизировать эффективность маркетинга

(вы сможете вставлять продающие публикации и рекламные посты туда, где они будут тематически уместными и принесут вам как можно больше переходов);



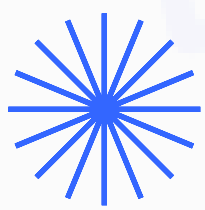
напоминание о важных датах

(запуск проекта, акции, всё та же реклама и тд.);



возможность анализировать контент

(какие из публикаций больше «заходят» аудитории).



Что такое **контент-план** и нужен ли он для Телеграм-канала?



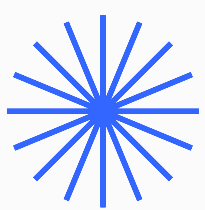
Мы рекомендуем вести таблицу в Excel, например. Также сейчас существуют и специальные готовые шаблоны под контент-план. Обязательными колонками будут дата/ время, тема поста, источник информации (если контент создаёте не вы лично), результат/ реакции аудитории.



Подобная таблица поможет вам быть более дисциплинированными — у вас будут сроки публикаций под рукой и вы будете знать, сколько постов вы должны подготовить на день/ неделю/ месяц. Также контент-план подразумевает, что у вас всегда будет список тем, а значит и выбор. Конечно, на правах автора, вы можете их варьировать как вздумается, но факт того, что вы продумали темы наперед обезопасит вас от недостатка идей и творческого застоя.



Ну а анализ реакций на посты даёт вам возможность повышать вовлечённость аудитории посредством улучшения самого контента.



Несколько рекомендаций по составлению **КОНТЕНТ-ПЛАНА**:



01

Отталкивайтесь от частоты публикаций у вас на канале.

Но, как мы уже говорили, не частите!

Лучше публиковать 1-2 поста в день, но качественных. Аудитория в Телеграм не очень любит бесконечные уведомления.

Не забывайте оставлять пустые места под рекламные публикации (если они ещё не раскуплены на момент составления плана). Здесь тоже нужно просчитать, сколько вы продаёте рекламных постов в месяц, с какой частотой вы их публикуете, и затем расставить их в вашем контент-плане таким образом, чтобы они наиболее выгодно сочетались с вашим собственным контентом.

02

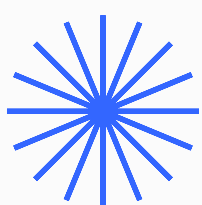
Если вы планируете запуск какого-то инфо-продукта, обязательно продумайте стратегию продающих текстов и впишите даты в ваш контент план. Или же если ваш канал служит площадкой для уже существующего бизнеса – не забывайте упоминать в контент-плане важные даты и события, акции и праздники, запуски новых услуг и продуктов

03

Считайтесь с мнением подписчиков и помните, что контент вы создаёте в соответствии с их потребностями и интересами.

04

Если вы определили какую-то тему, которая интересует вашу ЦА и вы видите, что тема обширная, **запланируйте серию постов и разбейте её по конкретным датам.** (Это может быть 1 пост в неделю с соответствующим хештэгом, например).



Несколько рекомендаций по составлению **КОНТЕНТ-ПЛАНА**:



05

Старайтесь придерживаться баланса между видами контента — видео, фото, текст, ссылки и тд. Не частите с однотипными публикациями (если у вас не исключительно текстовый контент).

06

В случае, если у вас несколько соц. сетей и даже если ЦА там одинаковая, старайтесь адаптировать публикации под каждую площадку. В каждой сети есть свои особенности восприятия контента.

07

Анализируйте конкретные каналы — подписывайтесь на крупных конкурентов и регулярно читайте, что они публикуют. Какие темы заходят больше всего, какие комментарии оставляют читатели, как подаётся реклама. Такой мониторинг может вдохновить вас, и предоставить возможность избежать определённых ошибок.

Контент-план — штука необязательная, но очень полезная.

Если вы хотите тщательно развивать свой канал, то вам просто необходим качественный и регулярный контент.

Это инструмент, который пригодится вам на многих фронтах, и со временем вы научитесь использовать контент-план с максимальной для вас выгодой.