

Форматы **контента**

Шпаргалка по видам и форматам контента. Что бывает, зачем нужно, как **чередовать по воронке**, чтобы блог рос и продавал, а вы не выгорали от вечного «что бы ещё придумать».



Три вида контента

01

Весь контент делится на три вида по задаче. Их не нужно разносить по разным блогам, наоборот, сила в сочетании. Только экспертный смотреть тяжело, только личный не продаёт. Живой блог держится на чередовании.



Личный

доля около 50 процентов

Что это. Ваша жизнь, события, мысли, эмоции и отношение к происходящему. Люди смотрят на людей.

Зачем. Смотрится легче всего, держит внимание, сближает по-человечески. Через личное к вам возвращаются годами.

- Как проходит день, будни, процесс
- История про перемену или опыт
- Ценности, мнение, честное состояние



Экспертный

ДОЛЯ ОКОЛО 30 ПРОЦЕНТОВ

Что это. Ваше ценное мнение и польза по теме. Не сухая справка, а взгляд через свой опыт и примеры.

Зачем. Строит доверие как к специалисту, собирает вокруг вас единомышленников по теме.

- Разбор кейса, ошибки, вопроса
- Лайфхак, наводка, пользка
- База ниши простыми словами, мотивация



Продающий

ДОЛЯ ОКОЛО 20 ПРОЦЕНТОВ

Что это. Прямой рассказ про продукт, для кого он, что внутри, как оформить.

Зачем. Ведёт к решению. Воспринимается тяжелее всего, поэтому его меньше и никогда подряд.

- Оффер, что входит, для кого
- Кейс с результатом ученика
- Приглашение на следующий шаг

Главное правило пропорций. Личного всегда больше, продающего меньше всего. Даже в разгар продаж продающий контент чередуйте с личным, три продающих дня подряд убивают охваты. Любую тему можно подать через своё отношение, тогда даже экспертный становится личным.



Контент это цепочка, а не отдельные посты. Незнакомого зрителя ведут по четырём ступеням: сначала заметить, потом получить пользу, затем проникнуться и только в конце принять решение. Продажа в первой же строке отпугивает.

Ступень 01

Охват

Широкая тема, интрига, тренд.
Цель, чтобы вас увидели новые люди и зашли в профиль.

Ступень 02

Польза

Разбор, лайфхак, база темы. Цель, доказать экспертность и дать причину остаться.

Ступень 03

Прогрев

История, путь, мотивация, ваш результат. Цель, чтобы поверили именно вам.

Ступень 04

Продажа

Оффер и приглашение на маленький следующий шаг, а не «купите прямо сейчас».

РАБОЧИЕ СХЕМЫ НА НЕДЕЛЮ

Личный → Экспертный → Продающий → Личный

базовая, гармоничная

Личный → Личный → Экспертный → Личный

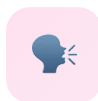
когда продаж нет

Личный → Продающий → Личный

когда времени в обрез, но идут продажи



14 форматов, из которых собирается любой блог. Начните с простых, наращивайте по мере сил. Ищите по названию или фильтруйте по площадке.



Говорящая голова

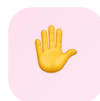
РИЛСЫ

ЦЕЛЬ

Раскрыть себя, эмоции и речь, вызвать доверие.

КОГДА

Начало истории, личный или экспертный заход, когда важна искренность.



Демонстрация

РИЛСЫ

ЦЕЛЬ

Удержать движением и наглядностью, даже если тема не яркая.

КОГДА

Показать процесс, продукт, результат до и после, работу руками.



Закадр и b-roll

РИЛСЫ

ЦЕЛЬ

Дать пользу, не снимая лицо. Голос поверх готовых кадров.

КОГДА

Нет сил или времени на говорящую голову, есть съёмки под рукой.



Текст поверх видео

РИЛСЫ

ЦЕЛЬ

Донести мысль тихо, для чтения без звука.

КОГДА

Короткая идея или совет, лёгкий тренд-формат на скорую руку.



Закулисы

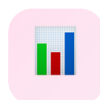
СТОРИС

ЦЕЛЬ

Сблизить, показать жизнь и процесс изнутри.

КОГДА

Будни, подготовка к событию, передать атмосферу момента.



Опрос и интерактив

СТОРИС

ЦЕЛЬ

Вовлечь, собрать мнения, оживить общение.

КОГДА

Нужна активность, хотите протестировать идею или тему.



Кейс и разбор

СТОРИС

ЦЕЛЬ

Показать экспертность на живом примере.

КОГДА

Есть результат клиента или публичный пример, который можно разобрать бережно.



Полезка-совет

СТОРИС

ЦЕЛЬ

Дать быструю ценность одной короткой историей.

КОГДА

Заметили лайфхак, ответили на вопрос из директа, есть что подсказать.



Лонгрид

ПОСТЫ

ЦЕЛЬ

Раскрыть тему глубоко, собрать вокруг себя единомышленников.

КОГДА

Есть что сказать развёрнуто, хотите усилить простой рилс текстом.



Разбор

ПОСТЫ

ЦЕЛЬ

Объяснить, как всё устроено, простыми словами.

КОГДА

База ниши, частая ошибка, кейс по шагам.



История

ПОСТЫ

ЦЕЛЬ

Прогреть через свой путь и эмоции.

КОГДА

Событие, перемена, личный опыт, который откликнется другим.



Список

КАРУСЕЛИ

ЦЕЛЬ

Собрать пользу в формат, который сохраняют.

КОГДА

Подборка идей, инструментов, примеров по теме.



Чек-лист

КАРУСЕЛИ

ЦЕЛЬ

Дать готовый инструмент, который применят сразу.

КОГДА

Пошаговое действие, самопроверка, короткий алгоритм.



Разбор в слайдах

КАРУСЕЛИ

ЦЕЛЬ

Показать логику или контраст до и после наглядно.

КОГДА

Кейс, сравнение подходов, мини-урок на несколько экранов.



Рубрики и сюжетные линии

04

Чтобы не выдумывать тему с нуля каждый раз, заведите **3 до 5 повторяющихся рубрик**. Это каркас, на который вы просто нанизываете новое. Начните с тех, что даются легко.



Разбор

Кейс подписчика или публичный пример через свою призму



Полезка

Одна короткая наводка или лайфхак из вашего опыта



Закулисье

Как проходит день, процесс, будни за кадром



Мнение

Ваш честный взгляд на спорный вопрос по теме



Инфоповод

Свежая новость сферы и ваш
короткий вердикт по ней



Сюжетная линия события

Жизнь идёт от события к событию. Не показывайте только сам факт, ведите зрителя по всей дуге, тогда получается сериал, который хочется досмотреть.

01

Анонс

Готовите к тому, что скоро будет

02

Подготовка

Показываете процесс и своё состояние

03

Событие

Сам момент как он есть

04

Итог

Как прошло, что изменилось внутри

05

Следующее

Анонс новой линии, петля не рвётся

Регулярность важнее
идеального ролика. **Простой
контент сегодня сильнее
безупречного когда-нибудь.**

ЛАГЕРЬ «НА ВОЛНЕ ИИ»

© Лагерь «На волне ИИ» • Майя Драган

navolneai.ru • справочник по форматам контента