

Рекомендации по контенту в Think24.

1. VK https://vk.com/think_24

а) Из постов последнего месяца непонятно, на какую ЦА направлен контент, нет конкретики в ToV (Top of Voice) – в обращении к ЦА.

Указано, что ЦА – больше родители, есть обращение на «вы», но непонятно, кто «вы». Например, в постах про олимпиаду СТА – зарегистрироваться. Получается, что родители должны регистрироваться, а не дети.

Как улучшить?

Тщательно составить портреты ЦА, и если мы ориентируемся на родителей, то делать контент, прежде всего направленный на них. Например, «Ваш ребенок не знает, кем стать? Предложите пройти профориентацию» и далее описываем ее преимущества и т.д.

Таких примеров можно составить множество. Главное, чтобы контент бил в цель, был ориентирован на родителей.

б) Иногда посты нелогичны и не отражают боли ЦА, расходятся с тем, что мы предлагаем.

Пример – https://vk.com/think_24?w=wall-151004295_6467.

Подготовка к олимпиадам – отдельная опция. И в них участвуют те, кто хотят поступить без ЕГЭ. Диплом ВсОШ дает поступление по БВИ. Соответственно, те, кто уходят в олимпиады, ЕГЭ уже особо не занимаются.

СТА к подготовке к ЕГЭ не совсем уместен.

Как улучшить?

Проанализировать боли ЦА более детально, составлять контент в соответствии с этим.

Например, боль родителей – дорогие репетиторы, невозможность найти хорошего преподавателя у себя в городе, непонимание ребенка того, кем он хочет стать.

в) Нет конкретики в постах с СТА.

Пример – https://vk.com/think_24?w=wall-151004295_6487.

«Кстати, на наших курсах мы рассказываем про особенности итогового сочинения и разбираем нюансы, которые пригодятся и на ЕГЭ».

Как улучшить?

Это можно изменить, добавить конкретики, чтобы сразу было понятно, что будет на курсе. Например, «напишем 15 сочинений, ученик получит проверку, разберем все темы ИС» и т.д. Прописываем конкретный классный оффер.

И конкретно с этим постом: я бы добавила больше болей ЦА и выгод для нее. Тут выгода в том, что выпускник написавший сочинение на 5/5, может получить в вузе от 2 до 10 дополнительных баллов! А именно они решающие при поступлении.

+ Надавить на боли: ребенок не готовится, завалит – будет переписывать, стресс, нервы...

г) Много текста на одной карточке.

Это трудно воспринимать и читать. А пост должен быть прочитан, особенно если мы ведем на консультацию.

Пример – https://vk.com/think_24?w=wall-151004295_6487

Как улучшить?

Лучше разделить текст на несколько карточек, это будет более эффективно и читабельно.

Общий вывод по контент-маркетингу в VK https://vk.com/think_24

- Можно комбинировать полезные посты с продающими. Выше всего охваты именно у полезных.
- Целиться четко в ЦА и прописывать боли и потребности ЦА более детально. В постах пока общие фразы, которые не наталкивают на покупку или на консультацию.
- Показывать, как наш продукт закрывает потребности ЦА, показывать больше внутренки проекта. Например, как в посте с преподавателями.
- Продолжать рубрику с кейсами. Это мне понравилось, наглядно показывает, что курсы работают.
- Нужно выкладывать больше отзывов от родителей и учеников. Учитывая, что ориентируемся на родителей, лучше постить как раз отзывы от них.
- Нужно закрывать возражения об онлайн, так как перешли на этот формат. Сделать целую серию постов о том, почему это удобнее, выгоднее. Например, сравнить репетитора в городе и онлайн-курсы (они удобнее тем, что не надо никуда ехать, достаточно заниматься с ноутбука или с телефона, выйдут даже дешевле).
- Больше рассказывать о преимуществах продукта – писать имиджевые посты. Например, о составе того или иного курса. Нужно продумать УТП.
- Делать посты в формате вопрос-ответ на сложные вопросы от родителей.
- Создавать опросы среди ЦА, делать посты с СТА оставить комментарий, чтобы повысить ERR.

2. VK <https://vk.com/domy24>

а) Название не совсем релевантно.

Непонятно, что это за паблик, о чем он, в чем польза.

Как улучшить?

Добавить в название ЕГЭ, подготовка к ЕГЭ. Это важно, ведь по этим словам нас найдут в поиске ВК/в поисковиках.

С точки зрения SEO-копирайтинга и маркетинга это мастхэв.

б) Много предметов, все путается.

Когда читаешь группу, не понимаешь, о каком предмете речь в конкретном посте.

Как улучшить?

Сделать хэштеги с каждым предметом + делать обложку, которая сразу указывает на предмет + подводку к посту.

в) Показывать преимущества продукта.

Много полезного контента и разборов заданий, некоторые набирают средние охваты. Но чтобы продавать, нужно показывать, чем мы отличаемся от других, почему ЦА должна прийти именно к нам.

Как улучшить?

Показывать, как наш продукт закрывает потребности ЦА.

Например, показываем, как проходит учебный процесс, какие блоки и разделы ЕГЭ мы разбираем на каждом курсе и т.л.

г) Больше давить на боли ЦА и предлагать решение.

Как улучшить?

Главная боль – непонимание, как сдать ЕГЭ на 90+, страх не поступить в вуз.

Какие еще боли? Дорогие репетиторы, неэффективная подготовка, некомпетентные преподаватели, нет системы подготовки к ЕГЭ, неумение распределять время и т.д.

Все это мы закрываем через контент и наш продукт: показываем, что курс решит проблемы. Важна конкретика.

3. Одноклассники

То же самое, что и в ВК для родителей.

Плюс я бы вела сразу на YouTube: видео в Одноклассниках особо не смотрят.

Еще я бы задумалась о рентабельности ведения страницы в Одноклассниках в целом, если у нас пока нет трафика на нее. Но вот аудитории, которая нам нужна, там много.

4. Telegram

а) То же самое, что и в ВК.

б) Главное – я бы адаптировала контент из ВК под Telegram: карточки – это формат для ВК и Instagram.

Как улучшить?

В Telegram любят читать длинные посты, поэтому достаточно сделать баннер + пост. Карточки можно постить, но миксуя с постами в карточках.

в) Нужен более экспертный контент. Часто встречаются общие фразы, не совсем верная инфа.

Пример – <https://t.me/postupitpravilno/439>.

Как улучшить?

В Telegram постим более экспертный контент.

Например, мы разбираем ИС.

Как я написала, лучше сделать это в карточках, и дать более развернутый комментарий об экзамене, а не просто «упоминание литературного произведения». Важно указать, что на этом и базируется весь экзамен и т.д.

г) Больше взаимодействуем с аудиторией.

Как улучшить?

В Telegram есть прекрасная функция – опросы. Обычно аудитория активно участвует в них (+ я видела выше, что летом проводили).

С помощью опросов можно расшевелить аудиторию и подводить ее к определенным постам.

Пример:

- ИС – важный экзамен для допуска к ЕГЭ. Но он важен не только поэтому. За него можно получить баллы как за ИД!
- Сколько баллов выпускник может получить за ИС?
- *скрин с результатами опроса* Вы все угадали! Но главная фишка в том, что в некоторых вузах за ИС можно получить до 10 баллов даже в Москве.
- Как получить допуск к ЕГЭ и доп. баллы? Написать сочинение на 5/5! А чтобы это сделать, выпускнику нужно разобраться в структуре ИС, требованиях, критериях.

Рассказали всю базу об этом экзамене в посте.

А если вы хотите, чтобы ваш ребенок получил допуск, доп. баллы и написал сочинение на макс. балл, переходите по ссылке и записывайтесь на наш курс.

д) Ссылка в комментариях в Telegram не очень удобна.

ЦА нужно совершить больше действий, чтобы перейти на сайт.

Как улучшить?

Оставлять ссылку прямо в посте.

5. Дзен

а) Не делать посты в формате карточек.

Та же проблема, что и в Telegram. Дзен – это платформа про длиннотексты.

Как улучшить?

Делать полезные статьи для родителей в формате длинных текстов на актуальные вопросы и темы.

б) Давать ЦА больше пользы.

Больше пользы именно для родителей.

Как улучшить?

Проанализировать контент в других соцсетях, боли ЦА и потребности, на основе этого составить план и продумать темы для постов.

Что делать, если ребенок не поступил на бюджет?

600 тысяч рублей в год! Сколько стоит обучение в вузах?

Цены на обучение продолжают расти

И так далее.

в) Делать заголовки более кликабельными, даже кликбейтными.

Как улучшить?

На основе продуманных тем и плана выцепить боли аудитории.

Почему ваш ребенок не поступит в вуз на бюджет?

Тут кликбейт в том, что детям нужна определенная схема подготовки, которая есть не у каждого преподавателя, репетитора, не все выпускники готовы тратить время на подготовку и т.д.

Нужно расписать основные проблемы и боли – не знает, как готовиться, ленится, не знает, куда поступать, не может найти репетитора, плохо готовится. Все это приведет к плохим результатам, выпускник не поступит на бюджет.

В конце предложить решение – курс или консультация у нас.

5. YouTube

1. В описании профиля нет СТА.

Как улучшить?

Я бы добавила «Больше полезной информации ты найдешь в наших соцсетях по ссылкам ниже! Скорее подписывайся».

2. Не хватает продающего контента.

Как улучшить?

Сделать серию видео о курсах, наглядно показать, на какой платформе они проходят, как выстраиваются занятия и т.д.

Можно сделать серию роликов и о курсе в целом.

3. В описании к видео нужен более подробный СТА.

Как улучшить?

Добавить конкретику, чтобы закрыть боли ЦА. Не просто «записывайся», а «если хочешь сдать ЕГЭ на 90+, готовиться без траты нервов и без спешки, то записывайся по ссылке».

6. Rutube

1. Видео направлены больше на ЦА – молодежь, а не на родителей.

Как улучшить?

Делать полезные ролики о поступлении детей, опираться на боли ЦА. Разборы заданий родителям не очень интересны, этот контент для детей.

2. Не хватает продающего контента.

Как улучшить?

Сделать серию видео о курсах, наглядно показать, на какой платформе они проходят, как выстраиваются занятия и т.д.

Можно сделать серию роликов и о курсе в целом.

3. Описание должно быть более продающим.

Больше ориентации на ЦА, как и в случае с другими платформами.

7. Instagram

1. В шапке профиля не хватает ориентации на ЦА.

Как улучшить?

Строчку про «готовим к ЕГЭ и ОГЭ» я бы заменила на «Подготовим тебя к ЕГЭ и ОГЭ на 90+». А если оставлять первую, то можно указать то, сколько лет готовим, если это является преимуществом.

2. В постах не хватает метких заголовков.

Как улучшить?

Продумывать заголовки, писать так, чтобы ЦА захотела прочитать пост дальше. Инстаграм – это все-таки про визуал, но наша задача дать не только визуал, но и заставить ЦА прочитать текст.

3. Нет сторителлингов, которые побудят ЦА приобрести продукт, вскроют боли и дадут решение.

Как улучшить?

Прописать сторителлинги и вынести их в актуальное. Сторителлинги – отличная продающая история, для которой не нужен трафик. Достаточно работать в сторис с аудиторией.

Делать сторителлинги через раскрытие историй выпускников, вымышленные ситуации

благодаря которым ЦА поставит себя на место главного героя.