

Матрица контента канала Учебного центра

Цель документа: структурировать контент канала для достижения ключевых показателей — узнаваемость Учебного центра, лояльность аудитории, доходимость на тренинги, осведомленность о софт скиллах, интерес к подкастам и медиа-порталу «Поток».

1. Оси матрицы

Ось 1: Цели контента (зачем мы публикуем)

1. Информировать — новости, анонсы, сервисная информация
2. Обучать и развивать — практические советы, микро-инструменты, образовательный контент
3. Вовлекать и поддерживать — истории людей, сообщество, взаимодействие
4. Продвигать продукты — повышать интерес к тренингам, подкастам, «Потоку»

Ось 2: Форматы контента (что мы публикуем)

1. Новости и сервисная информация — анонсы, информационные посты
 2. Образовательный контент — практики, советы, разборы, статьи
 3. Сообщество и люди — истории тренеров, взаимодействие
 4. Развлечение и лёгкий контент — мемы, мотивирующие посты, интерактивы, заставки
-

[2. Матрица контента с рубриками](#)

3. Примеры рубрик по частям матрицы

Информирующий контент:

- «Старт нового курса» (анонс с датой, для кого, регистрация)
- «Что нового в Потоке» (статья, видео, новость от редакции)
- «Новый выпуск подкаста» (тема, гость, где слушать)
- «Знакомимся с командой Учебного центра» (карточка о подразделении, компетенции, контакты лидеров)

Образовательный контент:

- «Навык недели» (объяснение, практика, ссылка на курс/подкаст)
- «Скорая помощь» (микро-совет, готовое упражнение)
- «Как это работает в реальности» (мини-кейс, разбор типов сотрудников, коммуникативная ситуация)

- «Читай, если...» (подборка статей или выпуск подкаста по конкретной проблеме)
- «Топ книг по [навыку]» (подборка с кратким описанием)

Сообщество и люди:

- «Открытый вопрос тренеру» (сформулировать вопрос, тренер отвечает постом)
- «Я как человек» (история тренера о себе, хобби, как он развивает навыки)
- «Как это было» (итоговый пост о прошедшем тренинге, цитаты, фото, результаты)
- «Герой подкаста» (кто был в эпизоде, чем интересен, где послушать)

Развлекательный контент:

- «Мемный понедельник» или «Веселая пятница» (мем про рабочую ситуацию, связанный с софт-скиллом)
- «Настроение дня» (поддерживающий пост с интерактивом, реакции)
- «Выбери реакцией» (интерактивный опрос через реакции)
- «Заставка недели» (визуал для телефона/ноутбука на тему навыка)

Кроссвер / Сотрудничество:

- «Рекомендуем канал» (один раз в месяц, пост о партнерском канале)

4. Рекомендуемая частота публикаций (еженедельный баланс)

Чтобы канал был информативным, образовательным и живым:

- **2–3 информационных поста** (анонсы, новости, сервис)
- **2 образовательных поста** (совет, скорая помощь, кейс, подборка)
- **1 пост про людей/сообщество** (история тренера, итог тренинга)
- **1 развлекательный/поддерживающий пост** с привязкой к навыку или продукту
- **+1 раз в месяц** — пост о сотрудничестве с другим каналом

Итого: 6–7 постов в неделю.

5. Как привязать контент к целям канала

Каждая категория матрицы решает определённые бизнес-задачи:

Категория контента	Ключевая метрика	Связь с целью канала
Информирующий контент	Клики, переходы, записи на тренинги	Узнаваемость Учебного центра, доходимость

Образовательный контент	Реакции, применение	Осведомлённость о софт-скиллах, интерес к продуктам
Сообщество и люди	Реакции, комментарии, обратная связь	Лояльность аудитории, узнаваемость тренеров и Учебного центра
Развлечение и поддержка	Высокие реакции, удержание внимания	Лояльность, привычка заходить в канал, эмоциональная связь
Продвижение продуктов (слой)	Клики на подкасты, переходы в Поток, записи на тренинги	Доходимость, интерес к подкастам и Поток

Table 2: Связь контента с метриками и целями

6. Принципы работы с матрицей

Принцип 1: «Слой продвижения»

Продвижение продуктов (тренингов, подкастов, «Потока») — не отдельная цель, а слой, который проходит через все остальные:

- В информационных анонсах всегда указывать **личную пользу** человеку (какой навык, зачем это ему).
- В образовательных постах в конце давать **шаг дальше** — полный курс, выпуск подкаста, статью из «Потока».
- В постах про людей показывать тренеров и гостей как **лидеров мнений**, а не просто спикеров.
- В развлекательных постах добавлять аккуратный **call-to-action** («если откликнулось — посмотри наш материал»).

Принцип 2: «Юмор с пользой»

Развлекательные посты (мемы, мотивирующие посты) помогают удержать внимание и привычку заходить в канал. Но каждый такой пост должен иметь **мостик к обучению** — либо микро-совет в самом меме, либо вторичный смысл «отдохнул, значит получится работать более эффективно».

Принцип 3: «Аккуратное вовлечение»

Аудитория плохо реагирует на прямые призывы «напишите в комментариях». Вместо этого:

- Использовать **интерактивы с реакциями** (выбирай смайлик, что ты чувствуешь).
- Постепенно приучать аудиторию, что **комментарий — это безопасно и полезно**, через примеры и позитив от тренеров.
- Через рубрику **«я как человек»** показывать, что тренер — живой человек, а не формальный ведущий.

Принцип 4: «Вирусный потенциал через органику»

Заставки на телефоны и ноутбуки создают **сарафанное радио**: один сотрудник установил — другой спросил — пришёл в канал. Привязывай заставки к определенному навыку или продукту, чтобы они работали на цели Учебного центра.