## **Контент-план для маркетолога в Инстаграм. Посты на месяц**

### **Продающие посты**

Маркетолог может продавать свои консультации или инфопродукты, например, курсы или книги. Если их нет, для продаж услуг часто используют кейсы.

 **Услуги.** Примеры постов:

* Как создавать контент для прогревов.
* Что писать (и не писать) на сайте магазина детских игрушек (агентства недвижимости, ювелирного бизнеса).
* 5 способов собрать горячую ЦА.
* Почему у вас неправильный аватар клиента.
* Как подогреть “холодных” клиентов.

**Кейсы.** Примеры постов:

* Как мы снизили расходы на 30%, оптимизировав контент под продажи.
* От 3 заказов в день до 80. Смещение акцентов на лендинге с полной переработкой дизайна.
* Антикейс: разбор ошибок при сборе болей ЦА.

### **Информационные и полезные посты о маркетинге**

Маркетолог продает через полезную информацию. Его информационные посты – четкая и продуманная реклама услуг, которые просто необходимы клиенту именно сейчас.

 **Частая проблематика.** Примеры постов:

* Что бесит ваших подписчиков. Проводим ревизию контента.
* Главная ошибка в соцсетях: почему ваш блог растет медленно?
* Дружить или продавать? Блогинг или контен-маркетинг?
* Как понять, что деньги не тратятся на ветер: определяем эффективность СММ-продвижения.

**Рабочие схемы для продвижения.** Примеры постов:

* Самый дорогой способ привлечь аудиторию
* Почему продающие посты набирают меньший охват.
* (Не)хотите разориться на рекламе?
* Как снизить маржу. Реальные советы от практика

**Знания, которые будут полезны ЦА.** Примеры постов:

* 3 крутые книги по маркетингу, которые нужны всем.
* Тренды маркетинга и устаревшие шаблоны.
* Как провести простой маркетинговый анализ за 30 минут.

 **Полезные рекомендации.** Примеры постов:

* 5 способов получить клиентов дешево (дальше каждый способ, например, конкурсы, марафоны эксперта, можно описать в отдельном посте)
* Как приручить умную ленту Инстаграм (поймать “Прометея” в ВКонтакте)
* Как правильно комментировать, чтобы выделяться
* Топ-5 полезных сервисов аналитики.
* Как не попасть на деньги: что говорит закон “О рекламе” о словах “лучший” и “идеальный”.

 **Неожиданные рекомендации, которые опровергают модные тенденции соцсетей и рынка вообще.** Примеры постов

* Почему не надо чистить подписки в Инстаграм.
* Лиды b2b и b2с: в чем разница.
* Почему E-mail маркетинг переоценен? 5 простых фактов.

###  **Развлекательные посты**

Вообще, в контент-планах маркетологов развлекательные посты – гость нечастый. И все же они работают, причем работают чудесно. Так что не ленитесь постить такой контент, пользователи его любят.

Примеры постов:

* Смешные ошибки из постов рекламщиков.
* Худшие советы по маркетингу, которые я встречал.
* Котлер бы этого не одобрил: весело рассказываем о перегибах в профессии.
* Вредные советы (как превратить рассылку в спам, как делать накрутку лайков и комментариев, как составить неправильный портрет ЦА).

### **Сторис для маркетолога**

В принципе любые практические советы из постов можно дублировать в сторис. Особенно это касается визуала в профилях.

Примеры сторис:

* Можно дублировать рубрику «Смешные ошибки из постов рекламщиков», а можно просто вести ее в сторис.
* То же самое можно делать с советами, кого из коллег стоит почитать.
* Рассказывать в серии постов о полезных сервисах для работы маркетолога.
* Давать анонсы консультаций и будущих постов.
* Делать опросы по сервисам, книгам и т.п.