

**Тема блога, ниша блога,
позиционирование**

Критерии при выборе темы блога:

Цель — для чего пишем.

Целевая аудитория — для кого пишем.

Польза — какую пользу материал принесет читателю.

Начинка — что классного мы можем добавить в этот материал.

Виды пользы в блогах:

Эмоции — порадовать, рассмешить, напугать, позлить читателя. *«Почему после карантина жизнь в России станет страшнее?»*.

Интерес — а что там у других. *«Как за 5 лет практически полностью выплатить ипотеку. Реальная история молодой семьи из Твери»*.

Знания — такие, которые читатель может взять и применить в своей работе или жизни. *«Как вести бюджет, если вы транжиря»*.

Улучшение качества жизни. *«Как весело и с пользой пережить самоизоляцию»*.

Золотая формула контента. Виды контента.

Вовлекающий контент – 40%

- Фото, видео, новости
- Регулярные открытые вопросы (Что вы думаете о...?);
- Конкурсы и розыгрыши
- Попросите ваших проголосовать за вас в каком-либо конкурсе;
- Создавайте обсуждения, в которых не только вы сможете отвечать на вопросы, но и сами подписчики смогут помогать друг другу;
- Обращайтесь за советом к подписчикам;
- Используйте викторины по вашей тематике;
- Регулярно создавайте опросы;
- Публикуйте смешные, забавные фотографии и видео по вашей тематике

Пользовательский контент – 30%

- Видео и текстовое интервью;
- Публикации отзывов, мнений школьников;
- Фотографии учеников
- Онлайн-трансляция выступлений или встреч;
- Микроблог о событиях внутри совета (например, фото рабочего процесса или неформального выхода);
- Фотографии из поездок, с мероприятий;
- Фотографии о прошедших моментах вашей компании;
- Публикации с отметками;
- Ответы на часто задаваемые вопросы
- Цитаты о школе
- Видео с учениками
- Рубрики от учеников, педагогов
- Тематические подборки фотографий или воспоминания

Обучающий контент – 25%

- Анонсы предстоящих событий: городских, окружных, РДШ, образования;
- Ссылки на бесплатные обучающие вебинары, рецензии, ссылки на книги и видеоролики;
- Ссылки на полезные сервисы;
- Исследования;
- Подборки: «5 шагов к ...», «10 способов, чтобы получить...», «7 методов...», «8 книг о...»

- История совета, школы, РДШ;
- Видео-инструкции;
- Обучающие статьи;

Рекламный контент – 5%

- Нововведения, улучшения;
- Рекламные ролики;
- Награды, полученные вами.
- О вступлении в совет, наборе

Специалисты также разделяют контент на: развлекательный, информационный, продающий. Вы можете выбрать любую стратегию разделения контента.

Полезные ссылки:

<https://smmplanner.com/blog/vidy-kontenta-sistematiziruj-eto/>

<https://makeagency.ru/blog/shkola-smm-urok-2-pravilnyy-kontent-dlya-sotssetey>

<https://texterra.ru/blog/gid-po-vidam-kontenta-slushaem-chitaem-smotrim-i-igraem.html>

<https://netology.ru/blog/06-2020-kak-sostavit-kontent-plan>

https://vk.com/videos-122623791?section=album_31&z=video-122623791_456240580%2Fclub122623791%2Fpl_-122623791_31

Шаги для выбора ниши блога:

- 1. Составьте список тем, о которых вы хотите писать;**
- 2. Сгруппируйте все ваши темы в рубрики;**
- 3. Дайте название каждой рубрике.**

Все, готово! Теперь у вас есть главные рубрики для вашего блога, а также список подрубрик блога. Теперь вы можете писать на все интересующие вас темы, а если у вас ступор и вы не знаете о чем писать, то вам достаточно взглянуть на список ваших рубрик и подрубрик, и идеи тут же придут сами собой.

Заявление о позиционировании:

Пусть оно будет кратким.

Сделайте его уникальным и запоминающимся.

Оставайтесь верны основным ценностям вашего блога.

Включите достоверное обещание того, что блог предоставляет потребителям.

Расскажите, чем ваш блог отличается от конкурентов.