



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Шаблон контент-воронки и пути клиента (Customer Journey Map) с метриками

Визуальный фреймворк для самостоятельного проектирования пути клиента и контент-стратегии

Общая схема контент-воронки

Контент-воронка — это модель, описывающая путь клиента от первого знакомства с брендом до совершения покупки и становления лояльным адвокатом. Эффективная контент-стратегия предусматривает создание релевантного контента для каждого этапа воронки, помогая клиенту двигаться вперед.

Классическая модель контент-воронки включает 5 основных этапов, каждый из которых имеет свои цели и потребности клиента:

Этапы контент-воронки

Осведомленность (Awareness)	Клиент узнает о существовании проблемы или потребности, а также о вашем бренде как о потенциальном решении.
Интерес (Interest)	Клиент активно ищет информацию о возможных решениях своей проблемы, сравнивает варианты, углубляется в детали.
Желание (Desire)	Клиент формирует предпочтение к определенному решению или бренду, видит ценность и преимущества вашего предложения.
Действие (Action)	Клиент совершает целевое действие: покупка, заявка, подписка, обращение.
Лояльность (Loyalty)	Клиент становится постоянным покупателем, рекомендует ваш бренд другим, оставляет отзывы.

Детализация этапа: Осведомленность (Awareness)

Параметр	Описание/Примеры
Цель этапа для бизнеса	Привлечь внимание потенциальных клиентов, которые еще не знают о вашем продукте/услуге или о том, что у них есть проблема, которую вы решаете. Повысить узнаваемость бренда.
Потребности клиента на этом этапе	Понять, что у него есть проблема/потребность. Узнать о возможных решениях. Получить общую информацию о бренде.

Параметр	Описание/Примеры
Вопросы, которые задает клиент	«Что это за проблема?», «Почему это важно?», «Какие есть варианты решения?», «Кто эти ребята?»
Примеры контента	Тип: Информационный, образовательный. Формат: Статьи в блоге, посты в соцсетях, короткие видео, инфографика, чек-листы. Пример заголовка: «5 признаков, что вам пора обновить [продукт]», «Как [проблема] влияет на ваш [результат]?», «Гид для новичков: [тема]».
Каналы распространения	SEO (поисковые запросы), таргетированная реклама (широкий охват), социальные сети, PR-публикации, гостевые посты, YouTube, подкасты.
Ключевые метрики для оценки	Охват (Reach), показы (Impressions), рост подписчиков в соцсетях, брендовый трафик на сайт, количество упоминаний бренда (Brand Awareness, Popsters, Brand Analytics).

Детализация этапа: Интерес (Interest)

Параметр	Описание/Примеры
Цель этапа для бизнеса	Вовлечь потенциальных клиентов, углубить их понимание проблемы и показать, как ваш продукт/услуга может помочь. Сформировать доверие и авторитет.
Потребности клиента на этом этапе	Получить более детальную информацию, сравнить варианты, понять преимущества и недостатки, найти подтверждение экспертности бренда.
Вопросы, которые задает клиент	«Как это работает?», «Чем это отличается от других?», «Какие есть доказательства эффективности?», «Это для меня?»
Примеры контента	Тип: Обучающий, сравнительный, экспертный. Формат: Длинные статьи, вебинары, гайды, кейсы, обзоры продуктов, сравнительные таблицы, FAQ. Пример заголовка: «Полное руководство по выбору [продукта]», «[Ваш продукт] vs. [Конкурент]: подробный анализ», «10 частых вопросов о [услуге] и ответы на них».
Каналы распространения	Блог компании, email-рассылки (после подписки), YouTube (подробные обзоры), тематические форумы, специализированные соцсети (например, TenChat для B2B).
Ключевые метрики для оценки	Время на странице, глубина просмотра, показатель отказов (Google Analytics), CTR (кликабельность), количество скачиваний гайдов/чек-листов, рост подписчиков email-рассылки, комментарии и репосты (Engagement Rate).

Детализация этапа: Желание (Desire)

Параметр	Описание/Примеры
Цель этапа для бизнеса	Сформировать сильное желание приобрести именно ваш продукт/услугу. Подчеркнуть уникальные преимущества и снять последние сомнения.
Потребности клиента на этом этапе	Убедиться в правильности выбора, получить доказательства ценности, увидеть выгоды для себя, узнать о специальных предложениях.
Вопросы, которые задает клиент	«Почему именно этот продукт?», «Какие гарантии?», «Что я получу в итоге?», «Есть ли скидки или бонусы?»

Параметр	Описание/Примеры
Примеры контента	Тип: Продающий, демонстрационный, подтверждающий. Формат: Отзывы и кейсы, демонстрации продукта (видео/интерактив), бесплатные пробные версии, вебинары с Q&A, сравнительные таблицы выгод, специальные предложения. Пример заголовка: «Как [Клиент X] увеличил [показатель] на 30% с помощью [Ваш продукт]», «Попробуйте [Ваш продукт] бесплатно: 7 дней полного доступа», «Эксклюзивное предложение для наших подписчиков».
Каналы распространения	Email-рассылки (сегментированные), ретаргетинг, лендинги, страницы продуктов/услуг на сайте, личные сообщения в соцсетях, чат-боты.
Ключевые метрики для оценки	Коэффициент конверсии (Conversion Rate) на лендингах/страницах продуктов, количество регистраций на вебинары/пробные версии, клики по СТА (призывам к действию), количество запросов в чат/личные сообщения.

Детализация этапа: Действие (Action)

Параметр	Описание/Примеры
Цель этапа для бизнеса	Максимально упростить процесс совершения целевого действия (покупки, заявки) и обеспечить положительный опыт.
Потребности клиента на этом этапе	Быстро и легко совершить покупку/заявку, получить подтверждение, знать следующие шаги, чувствовать себя уверенно в своем решении.
Вопросы, которые задает клиент	«Как оплатить?», «Сколько времени займет доставка/внедрение?», «Что делать дальше?», «Куда обращаться, если что-то пойдет не так?»
Примеры контента	Тип: Транзакционный, поддерживающий. Формат: Инструкции по покупке/оформлению, подтверждения заказа, письма с благодарностью, FAQ по оплате/доставке, онлайн-поддержка (чат, телефон). Пример заголовка: «Ваш заказ №123 успешно оформлен!», «Пошаговая инструкция по активации [продукта]», «Спасибо за покупку! Что дальше?».
Каналы распространения	Страницы оформления заказа, email-уведомления, SMS-сообщения, онлайн-чат на сайте, телефонная поддержка.
Ключевые метрики для оценки	Количество завершенных покупок/заявок, коэффициент конверсии из корзины в покупку, средний чек, количество обращений в поддержку по вопросам оформления.

Детализация этапа: Лояльность (Loyalty)

Параметр	Описание/Примеры
Цель этапа для бизнеса	Удержать клиента, стимулировать повторные покупки, превратить его в адвоката бренда, который будет рекомендовать вас другим.
Потребности клиента на этом этапе	Получать поддержку после покупки, чувствовать себя ценным, получать эксклюзивные предложения, делиться своим опытом, быть частью сообщества.
Вопросы, которые задает клиент	«Как получить максимум от продукта?», «Что еще у них есть?», «Могу ли я получить скидку как постоянный клиент?», «Где я могу поделиться своим мнением?»

Параметр	Описание/Примеры
Примеры контента	Тип: Поддерживающий, вовлекающий, эксклюзивный. Формат: Обучающие материалы по использованию продукта, новости и обновления, программы лояльности, эксклюзивные предложения, запросы отзывов, пользовательский контент (UGC), конкурсы, сообщества в соцсетях. Пример заголовка: «Как раскрыть весь потенциал [Ваш продукт]», «Новая версия [продукта] уже доступна!», «Оставьте отзыв и получите скидку на следующую покупку».
Каналы распространения	Email-рассылки (для клиентов), закрытые группы в соцсетях, программы лояльности, push-уведомления, ретаргетинг (для повторных продаж).
Ключевые метрики для оценки	Количество повторных покупок, LTV (Lifetime Value), NPS (Net Promoter Score), количество отзывов и упоминаний бренда, рост пользовательского контента (UGC), активность в сообществах.

Примеры контент-столпов для разных ниш

Ниша бизнеса	Примеры контент-столпов (3-5 шт.)
Медицинская клиника	Здоровье и профилактика; Современные методы лечения; Истории успеха пациентов; Экспертные мнения врачей; Технологии и оборудование клиники.
IT-решение для бизнеса (SaaS)	Решение бизнес-проблем; Оптимизация процессов; Кейсы внедрения; Сравнение с конкурентами; Новости индустрии и тренды.
Онлайн-школа (например, маркетинг)	Обучение и развитие навыков; Карьерный рост и возможности; Истории успеха выпускников; Инструменты и лайфхаки; Новости и тренды в сфере маркетинга.
Производство стройматериалов	Эффективность производства; Безопасность на объекте; Оптимизация затрат; Технологии и инновации; Примеры использования материалов.
Магазин товаров для хобби (рыбалка)	Советы и лайфхаки для рыбаков; Обзоры снастей и оборудования; Истории из рыбацких приключений; Сообщество рыбаков; Новости и события в мире рыбалки.

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

