



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Чек-лист: Аудит контент-ниши и конкурентов

Пошаговый анализ контент-стратегий для выявления неохваченных возможностей

1. Определение целевых конкурентов

- ☐ Определить 5-10 прямых конкурентов (предлагают аналогичные продукты/услуги той же ЦА)
Примеры: [ссылка на сайт конкурента 1], [ссылка на сайт конкурента 2]
- ☐ Определить 3-5 косвенных конкурентов (решают ту же проблему ЦА другими способами или борются за то же внимание ЦА)
Примеры: [ссылка на блог/медиа], [ссылка на инфлюенсера]
- ☐ Использовать инструменты для поиска конкурентов (например, Ahrefs Competitive Analysis tool, Semrush, SimilarWeb)
В Ahrefs можно ввести свой домен и 1-3 конкурирующих, чтобы увидеть предложения инструмента (Ahrefs.com)

2. Анализ контент-форматов

Конкурент	Используемые форматы	Наиболее популярные форматы	Неиспользуемые форматы	Комментарии/Примеры
[Имя конкурента 1]	Статьи, Видео, Инфографика	Видео (YouTube-каналы), Длинные статьи	Подкасты, Интерактивные тесты	Видео-гайды набирают больше просмотров, чем текстовые инструкции.
[Имя конкурента 2]	Подкасты, Статьи, Email-рассылки	Подкасты (интервью с экспертами)	Короткие видео (TikTok/Shorts)	Аудио-контент имеет высокую вовлеченность среди занятой аудитории.
[Имя конкурента 3]	Короткие посты в соцсетях, Истории	Истории в Instagram, Короткие видео	Глубокие аналитические статьи, Вебинары	Фокус на быстром, визуальном контенте для мобильной аудитории.
[Имя конкурента 4]				
[Имя конкурента 5]				

3. Анализ тем и рубрик

- ☐ Выявить Топ-10 самых популярных тем конкурентов (по просмотрам, комментариям, шерингам)

Использовать данные из аналитики соцсетей (LiveDune), блогов, YouTube.

☐ Выявить Топ-10 самых 'сохраняемых' тем (гайды, кейсы, чек-листы)

Оценить по количеству сохранений/добавлений в закладки в соцсетях, на платформах типа Pinterest.

☐ Определить 'болевые точки' аудитории, которые конкуренты освещают слабо или не освещают вовсе

Изучить комментарии, отзывы, вопросы на форумах (Яндекс.Кью, тематические форумы), в AlsoAsked.com. (HubSpot.com)

☐ Проанализировать ключевые слова, по которым ранжируются конкуренты

Использовать Ahrefs, Semrush, SpyWords, SimilarWeb. Исключить брендовые запросы конкурентов и нерелевантные темы (Ahrefs.com).

☐ Найти темы, которые конкуренты не таргетируют, но по которым есть поисковый спрос

Использовать Яндекс.Вордстат, Google Trends, AnswerThePublic, поисковые подсказки (Originality.ai).

4. Анализ каналов распространения

Конкурент	Основные платформы трафика	Вовлеченность в соцсетях (лайки, комм., репосты)	Частота публикаций	Комментарии
[Имя конкурента 1]	Блог, YouTube	Высокая на YouTube (среднее 1000+ лайков, 50+ комментариев), средняя в блоге	Блог: 2-3 статьи/нед. YouTube: 1 видео/нед.	YouTube — основной драйвер трафика и вовлеченности.
[Имя конкурента 2]	Telegram-канал, Email-рассылка	Высокая в Telegram (200+ реакций на пост), средняя в рассылке	Telegram: 5-7 постов/нед. Email: 1-2 рассылки/нед.	Фокус на прямом взаимодействии с лояльной аудиторией.
[Имя конкурента 3]	Instagram, TikTok	Очень высокая (10000+ просмотров, 500+ лайков на пост/рилс)	Instagram: 3-5 постов/нед. TikTok: 1-2 видео/день	Быстрый, вирусный контент для молодой аудитории.
[Имя конкурента 4]				
[Имя конкурента 5]				

5. Анализ стиля и тона коммуникации

Конкурент 1	Формальный, экспертный, с использованием исследований и данных. Низкий уровень юмора. Привлекают внешних экспертов.
Конкурент 2	Неформальный, дружелюбный, с элементами юмора и личных историй. Средний уровень экспертности. Фокус на практических советах.
Конкурент 3	Эмоциональный, вдохновляющий, с акцентом на личный бренд. Высокое использование визуала. Экспертность через демонстрацию результатов.
Конкурент 4	

6. Выявление 'аномалий' и трендов

- ❑ Зафиксировать всплески активности (вирусные посты, успешные рекламные кампании, внезапный рост трафика)

Использовать LiveDune для мониторинга соцсетей, SimilarWeb для оценки трафика. Настроить мониторинг аномалий в LiveDune для уведомлений в Telegram (vc.ru).

- ❑ Отметить новые форматы или темы, которые конкуренты начали использовать

Примеры: запуск подкаста, серия вебинаров, интерактивные квизы, освещение новой технологии/законодательства.

- ❑ Изучить зарубежные аккаунты и Pinterest для раннего выявления трендов

Адаптировать найденные тренды для рунета (vc.ru).

7. SWOT-анализ контент-стратегии конкурентов

Конкурент	Сильные стороны (Strengths)	Слабые стороны (Weaknesses)	Возможности (Opportunities)	Угрозы (Threats)
[Имя конкурента 1]	Глубокая экспертность, сильное SEO	Медленная реакция на тренды, отсутствие видеоконтента	Запуск видео-форматов, коллаборации с инфлюенсерами	Появление более динамичных конкурентов, изменение алгоритмов поиска.
[Имя конкурента 2]	Высокая вовлеченность в соцсетях, личный бренд	Поверхностное освещение сложных тем, зависимость от одной платформы	Расширение на новые платформы (YouTube), создание образовательных курсов	Падение охватов в соцсетях, потеря интереса к лидеру мнений.
[Имя конкурент 3]				
[Имя конкурент 4]				
[Имя конкурент 5]				

8. Резюме: Неохваченные ниши и рекомендации для собственной контент-стратегии

Неохваченные ниши

- Тема X (конкуренты освещают поверхностно, есть высокий поисковый спрос).
- Формат Y (конкуренты не используют, но он популярен у ЦА в смежных нишах).
- 'Болевая точка' Z (аудитория активно обсуждает, но нет решений от конкурентов).

Рекомендации для собственной контент-стратегии

1. Создать серию экспертных видео-гайдов по теме X, используя уникальные данные компании.
2. Запустить подкаст с интервью отраслевых экспертов для освещения 'болевой точки' Z.
3. Разработать интерактивный калькулятор/квиз для решения проблемы W, которую конкуренты игнорируют.
4. Усилить присутствие на платформе [название платформы], где конкуренты слабо представлены, но есть наша ЦА.
5. Использовать AI для генерации гипотез и расширения тем, но всегда проверять на экспертность и уникальность (vc.ru).

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

