



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Шаблон планирования контент-стратегии для E-commerce

Практический фреймворк для разработки контент-стратегии интернет-магазина

1. Обзор целевой аудитории и УТП

Целевая аудитория (ЦА)

Опишите 2-3 основных сегмента ЦА: пол, возраст, доход, интересы, боли, привычки покупок. Пример: 'Молодые мамы 25-35 лет, доход средний+, интересуются экологичными товарами для детей, ищут безопасность и удобство.'

Уникальное торговое предложение (УТП)

Сформулируйте 1-2 ключевых УТП, отвечающих на вопрос 'Почему я должен купить именно у вас?'. Пример: 'Доставка за 1 день по городу', 'Бесплатный возврат в течение 30 дней', 'Товары от проверенных поставщиков с сертификатами'.

2. Карта пути клиента (Customer Journey Map)

Визуализируйте путь клиента от первого знакомства с брендом до повторной покупки. Используйте шаблоны для составления карты путешествия клиента (Visual Paradigm, EmailSoldiers). Укажите этапы, действия клиента, его мысли, эмоции и точки контакта с вашим брендом.

Этапы пути клиента:

- * Осознание потребности: Клиент понимает, что у него есть проблема или желание.
- * Поиск информации: Клиент ищет решения, изучает варианты.
- * Сравнение: Клиент оценивает различные предложения, сравнивает цены, характеристики, отзывы.
- * Покупка: Клиент принимает решение и совершает заказ.
- * Пост-покупка/Лояльность: Клиент использует товар, делится впечатлениями, рассматривает повторные покупки.

3. Матрица контента по этапам воронки

Таблица не помещается на страницу PDF — она содержит слишком много столбцов. Полная таблица доступна для скачивания в файле Excel, который прилагается к этому материалу.

4. План создания контента на месяц/квартал

Таблица не помещается на страницу PDF — она содержит слишком много столбцов. Полная таблица доступна для скачивания в файле Excel, который прилагается к этому материалу.

5. Идеи для пользовательского контента (UGC)

☐ Конкурсы и челленджи с хештегами

Предложите клиентам создавать контент с вашим продуктом и отмечать вас, разыгрывая призы. 92% людей доверяют рекомендациям других покупателей больше, чем рекламе (Nielsen).

☐ Отзывы и обзоры

Стимулируйте написание отзывов на сайте, маркетплейсах, в соцсетях. Компании, интегрирующие UGC на сайты, фиксируют рост конверсии примерно на 29% (Яндекс.Маркет).

☐ Фото и видео с продуктом

Просите клиентов делиться фотографиями и видео распаковок, использования товара. Пользовательские креативы часто работают лучше студийных.

☐ Вопросы и ответы (Q&A)

Поощряйте вопросы о продукте, на которые могут отвечать другие пользователи.

☐ Истории успеха

Собирайте истории о том, как ваш продукт помог решить проблему или улучшил жизнь клиента.

6. Инструменты для создания и анализа контента

Графические редакторы	Canva, Figma, Adobe Photoshop
Видеоредакторы	CapCut, InShot, Adobe Premiere Pro, DaVinci Resolve
Инструменты для создания инфографики	Infogram, Piktochart, Canva
Сервисы аналитики	Яндекс.Метрика, Google Analytics, сквозная аналитика (Roistat, Calltouch), внутренние отчеты соцсетей
Платформы для email-маркетинга	Sendsay, Unisender, GetResponse
CRM-системы	amoCRM, Bitrix24

7. Чек-лист для оценки качества контента

☐ Релевантность ЦА

Соответствует ли контент интересам и потребностям вашей целевой аудитории?

☐ Уникальность

Представляет ли контент новую информацию или уникальный взгляд на тему?

☐ SEO-оптимизация

Содержит ли контент релевантные ключевые слова? Оптимизирован ли для поисковых систем? (68% онлайн-покупок начинаются с поискового запроса)

☐ Призыв к действию (СТА)

Четко ли сформулировано, что должен сделать пользователь после ознакомления с контентом (купить, подписаться, перейти по ссылке)?

☐ Визуальное оформление

Привлекателен ли контент визуально (качество изображений, видео, читаемость текста)?

☐ Экспертность и доверие

Вызывает ли контент доверие и демонстрирует ли экспертность бренда?

□ Адаптивность

Корректно ли отображается контент на различных устройствах (ПК, мобильные)? Более 60% трафика в интернет-магазинах приходится на смартфоны (Taptop.pro).

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

