



КОМИТЕТ  
ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ  
И МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ  
ГОРОДА МОСКВЫ

# Создаем контент-план для социальных сетей

Кирилл Поболелов





## КИРИЛЛ ПОБОЛЕЛОВ

- ключевой волонтер 5 вёрст Михалково
- ex-редактор канала 5 вёрст
- ex-амбассадор поддержки
- модератор страт. сессии ШК 5 вёрст
- директор по качеству Бургер Кинг Россия





А ТЕПЕРЬ ВЫ...

Назовите своё ИМЯ и ПРИЛАГАТЕЛЬНОЕ, которое вас опишет группе.

Прилагательное ДОЛЖНО начинаться на ТУ ЖЕ БУКВУ, что и ваше имя





## ЦЕЛИ НАШЕЙ ВСТРЕЧИ:

За 2 часа создать простой и эффективный контент-план, направленный на привлечение новичков к участию в локальных стартах

- На практике проверить знания с прошлых лекций
- Сделать инструмент для более чем 160 парков
- Весело провести время

Правила:



# О ЧЁМ МЫ СЕГОДНЯ ПОГОВОРИМ?

Введение

15 минут

Знакомимся, делимся и объединяемся

Определение целевой аудитории

30 минут

Изучаем и заполняем шаблон

Матрица контента

30 минут

Штурмим идеи для матрицы контента

Создание контент-плана для привлечения новичков

30 минут

Слушаем принципы контента и создаем свой план

Подведение итогов

15 минут

Обсуждаем и делимся лучшим

+ Полезный бонус

если уложимся в  
тайминги





## ДЕЛИМСЯ НА КОМАНДЫ



У каждого из вас есть кусочек открытки

Соберите единую открытку и это будет ключом к вашей команде

Давайте сделаем это за 5 минут

Обсудите, кто будет «руками» и «голосом» команды

## Коммуникация решает конкретные задачи

Основная задача НКО – распространение миссии, привлечение сторонников.

Опираясь на нашу миссию и наши ценности мы **решаем задачи**.  
Чтобы больше людей:

- о нас узнали;
- пришли бегать у нас или пройтись пешком;
- начали бегать вообще;
- регулярно заниматься ЗОЖ;
- привели друзей и знакомых;
- рассказывали о нас;
- делились эмоциями от участия в наших стартах;
- приходили к нам чаще;
- вовлекались в организацию пробежек – волонтерили и делали пожертвования.



## Наша миссия

Помогать людям становиться здоровее и счастливее; вдохновлять их вести активный образ жизни, общаться и поддерживать друг друга

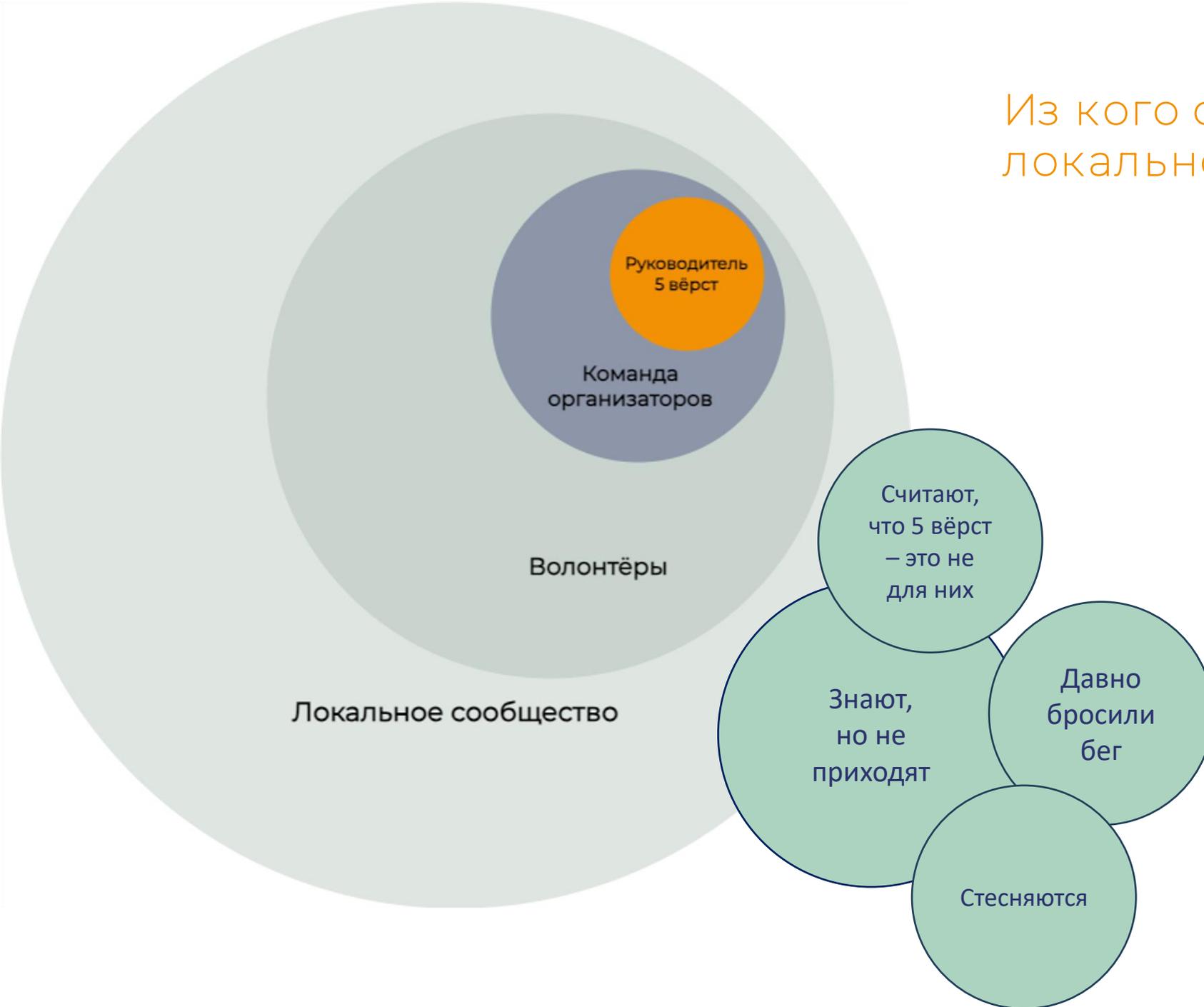
## Наше видение

Бесплатные пробежки, доступные для каждого в любой точке России

## Наши ценности

- 5 вёрст – это...
- ... пробежки от местного сообщества, бесплатно и еженедельно
- ... организация волонтёров по всей России
- ... безопасные мероприятия
- ... движение, объединяющее сообщества

Из кого состоит  
локальное сообщество?





Создавайте  
конкретный  
аватар участника



## Создание портрета целевой аудитории

### 1. Основные демографические данные

Возраст: Указать диапазон (например, 18–35 лет)

Пол:

География: Город/регион проживания.

Уровень дохода: Средний доход (если доступно).

### 2. Поведенческие характеристики

Какие соцсети предпочитают (Instagram, VK, Telegram и т.д.).

Как часто заходят в соцсети (ежедневно, несколько раз в неделю).

Как часто участвуют в мероприятиях или покупают схожие услуги.

### 3. Интересы и предпочтения

Какие темы их интересуют (спорт, здоровье, технологии и т.д.).

Контент, который они потребляют:

Какие форматы предпочитают (видео, тексты, сторис).

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

- Выберите 1 тип целевой аудитории
- Заполните опросник в команде
- 15 минут заполняем
- 10 минут на всех - рассказываем



Здесь шаблон  
для заполнения



# Портрет целевой аудитории



1. Основные демографические данные
Возраст: Указать диапазон (например, 18–35 лет)
Пол:
География: Город/регион проживания.
Тип занятости/Уровень дохода/место работы или учебы
Семейное положение
2. Поведенческие характеристики
Какие соцсети предпочитают (Instagram, VK, Telegram и т.д.).
Как часто заходят в соцсети (ежедневно, несколько раз в неделю).
Как часто участвуют в мероприятиях или покупают схожие услуги.
3. Интересы и предпочтения
Какие темы их интересуют (спорт, здоровье, технологии и т.д.).
Как много времени уделяет? когда?
Какие форматы предпочитают (видео, тексты, сторис)
Какие социальные сети выбирает?
Какую активность проявляет? (просто скролит, а может лайкает или даже комментирует)
Какие форматы предпочитают (видео, тексты, сторис).
Хобби и увлечения: Что они делают в свободное время (бег, йога, путешествия).
4. Проблемы и боли
Что не нравится (чтобы вы знали, о чем нельзя писать и говорить, чтобы не нарваться на хейт и понижение рейтинга компании)
Что мешает им участвовать в мероприятиях (например, страх не справиться, отсутствие времени).
Чем он недоволен или чего ему не хватает
Что он хочет изменить в жизни
Что они хотят получить от мероприятия (например, поддержка, мотивация, новые знакомства).
5. Мотивация и ценности
Что их мотивирует:
Какие эмоции или выгоды их привлекают (например, здоровье, соревновательный дух, общение).
Ценности:
Что для них важно (например, экология, здоровый образ жизни, сообщество).
6. Источники информации
Откуда они получают информацию:
Какие каналы используют (соцсети, блоги, СМИ, рекомендации друзей).
Кому они доверяют:
Какие блогеры, эксперты или сообщества они читают/смотрят.



**ГРАНТЫ**  
Мэра Москвы  
ДЛЯ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ  
НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

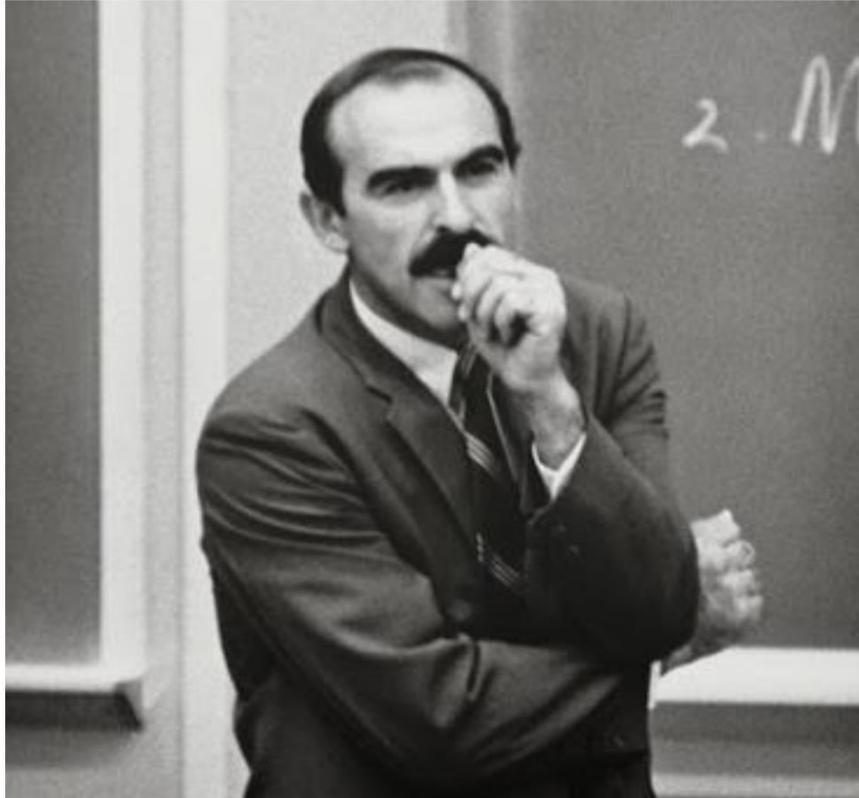


КОМИТЕТ  
ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ  
И МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ  
ГОРОДА МОСКВЫ

# ОБСУЖДЕНИЕ



# Теодор Левитт



Компания «Кодак» продает фотопленку, но рекламировать она должна не её, а воспоминания.

Людям не нужна дрель со сверлом на четверть дюйма. Людям нужна дырка в стене на четверть дюйма.

# УРОВНИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

---

Ценностный Уровень

---

Ценностная позиция  
и внутренняя культура

Эмоциональный Уровень

---

Эмоция\ощущение  
от использования или обладания

Функциональный Уровень

---

Все, что связано  
с «функцией»

Рациональный Уровень

Все, что связано с ценой  
и качеством (value for money)

## Матрица контента

Рубрики	о парках	о людях	советы	опыт участников	цифры	признание залуг		
Целевая аудитория	Новички	Волонтеры	Бегуны	Спонсоры	Гос. структуры			
Тип контента	Лонгрид	Шортрид	Викторина	Ролик	Болталка	ТОП	Игра	
Цель	продать	развлечь	прогреть	эмоция	социальная нагрузка			
Продукт	приходить на старты	магазин	регистрация	партнеры				
Смысл	Больше ЗОЖ	больше волонтеров	Устранить барьеры	Поддержка сообщества	возможность каждому			

## СОЗДАЁМ МАТРИЦУ КОНТЕНТА

- Выберите 1 тип целевой аудитории
- Заполните опросник в команде
- 15 минут заполняем
- 10 минут на всех - доклад

Матрица контента					
Рубрики					
Целевая аудитория					
Тип контента					
Цель					
Продукт					
Смысл					



Шаблон для заполнения

# Матрица контента

Рубрики	о парках	о людях	советы	опыт участников	цифры	признание залуг		
Целевая аудитория	Новички	Волонтёры	Бегуны	Спонсоры	Гос структуры			
Тип контента	Лонгрид	Шортрид	Викторина	Ролик	Болталка	ТОП	Игра	
Цель	продать	развлечь	прогреть	ЭМОЦИЯ	социальная нагрузка			
Продукт	приходить на старты	магазин	регистрация	партнёры				
Смысл	больше ЗОЖ	больше волонтёров	Устранить барьеры	Поддержка сообществ	возможность каждому			

## Что нам нужно помнить всегда:



Четыре столпа для захвата людей текстом:

- Уникальность: Информация которая есть только у вас
- Качество: простым языком, дизайн текста, предсказуемость
- Скороточность: доставка, своевременность, наглость
- Захват внимания: узнать себя, близость, последовательность, наблюдательность

+ Разрыв шаблона: Делать по-другому, погружаться в мелочи, рассказывать почему что-то такое и как так получилось

# СОЗДАЕМ КОНТЕНТ ПЛАН

Контент План							
30 октября	31 октября	1 ноября	02 ноября	03 ноября	04 ноября	05 ноября	опубликовано по плану
							не вышло по плану
							опубликовано вне плана
							перенос на другой день
6 ноября	7 ноября	8 ноября	09 ноября	10 ноября	11 ноября	12 ноября	

- Выберите 1 тип целевой аудитории
- Заполните опросник в команде
- 15 минут заполняем
- 10 минут на всех - доклад

16 октября	17 октября	18 октября	19 октября	20 октября	21 октября	22 октября	опубликовано по плану
Видео #детейбыл 5 вопросов	Статистика 5 вопросов	5 вопросов Точка поддержки К-дар	Анонсы 5 вопросов Интервью Дарья П.	Статья от фонда (?) 5 вопросов Сторис <i>Ипланына</i> субботу	#детейбыл Конф-я ВДНХ	Дайджест постов	не вышло по плану
Губаха открытие Новые открытия -- даты 1000 подписчиков Дзен	Точка поддержки К-дар Боровичи Участник недели	Статистика	Интервью Дарья П. Петергоф	Дети -- правила Интервью Дарья П. Викторина-написание 5 вёрст	Репосты с конфы		опубликовано вне плана перенос на другой день
23 октября	24 октября	25 октября	26 октября	27 октября	28 октября	29 октября	
Видео ВДНХ алёна -- видео с конфы	Статистика результаты конкурса видео итоги конфы Объявление, кого хотим -- вертикальные видео Видео #детейбыл Викторина						



Шаблон для заполнения



**ГРАНТЫ**  
Мэра Москвы  
ДЛЯ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ  
НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ



КОМИТЕТ  
ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ  
И МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ  
ГОРОДА МОСКВЫ

# ОБСУЖДЕНИЕ





КОМИТЕТ  
ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ  
И МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ  
ГОРОДА МОСКВЫ

## ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ

Одним словом опишите ваши впечатления после совместной работы





**ГРАНТЫ**  
Мэра Москвы  
для социально ориентированных  
некоммерческих организаций



КОМИТЕТ  
ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ  
И МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ  
ГОРОДА МОСКВЫ

# ПОХЛОПАЕМ СЕБЕ!



# Бонус: полезные ссылки, которые сделают жизнь проще

## Планирование:

- Trello
- Google таблицы
- Todoist (до 5 человек)
  - Miro/Sbord

## Создание графики:

- PowerPoint
- [Adobe express](#)
- [Pictochart](#)
- [Figma](#)
- [Animaker](#)

## Редактирование фотовидео:

- Fotor
- Pixlr
- Capcut

## Работа с текстом:

- Google документы
  - Grammarly
  - [Главред](#)
  - [Орфограф](#)

## Нейросети:

- [DeepSeek](#)
- [ЧатGPT в ТГ](#)
- @gigachat\_bot в ТГ
- Шедевр

## Хранение информации:

- Яндекс Диск
- Google диск

## Анализ аудитории:

- Tgstat
- [Статистика ВК](#)
- [Вордстат от Яндекс](#)

## Поиск идей:

- Каналы 5 вёрст
- @uravseok
- @pishi\_kasuka
- @editboat
- @glvrdr

Ваша наблюдательность, насмотренность на другие каналы и смелость ошибаться