



# Контент-маркетинг

РАЗРАБОТКА КОНТЕНТ-СТРАТЕГИИ.

ПОДГОТОВЛЕНО  
«АШМАНОВ И ПАРТНЕРЫ»  
ДЕКАБРЬ 16



# ЦЕЛИ КОНТЕНТ МАРКЕТИНГА

- PR-эффект
- HR-брендинг
- Повышение лояльности к бренду
- Рост продаж
- SEO эффект



# ТИПОВЫЕ КРИ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА

1. Охват аудитории, которая ознакомилась с материалом
  - количество просмотров;
  - репостов в соцсетях;
  - отзывов к материалам.
2. Рост узнаваемости бренда
  - увеличение спроса по брендовым запросам;
  - увеличение прямого трафика.
3. Переходы по внешней ссылке
  - количество переходов;
  - качество переходов;
  - достижение целей или количество обращений.
4. Увеличение естественной ссылочной массы



# РАЗРАБОТКА КОНТЕНТ-СТРАТЕГИИ

ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЕСТЕСТВЕННОЙ ССЫЛОЧНОЙ МАССЫ ТРЕБУЕТСЯ НЕ ТОЛЬКО СОЗДАТЬ КАЧЕСТВЕННЫЙ КОНТЕНТ, НО И ПОДГОТОВИТЬ ПЛОЩАДКИ ДЛЯ ЕГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ.

# ЦИКЛ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА





# СТРУКТУРА АНАЛИЗА ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ КОНТЕНТА

## АНАЛИЗ

Упоминаний  
продвигаемого  
сайта  
и лидеров  
тематики

Тональности  
продвигаемого  
сайта  
и лидеров  
тематики

Параметров  
площадок

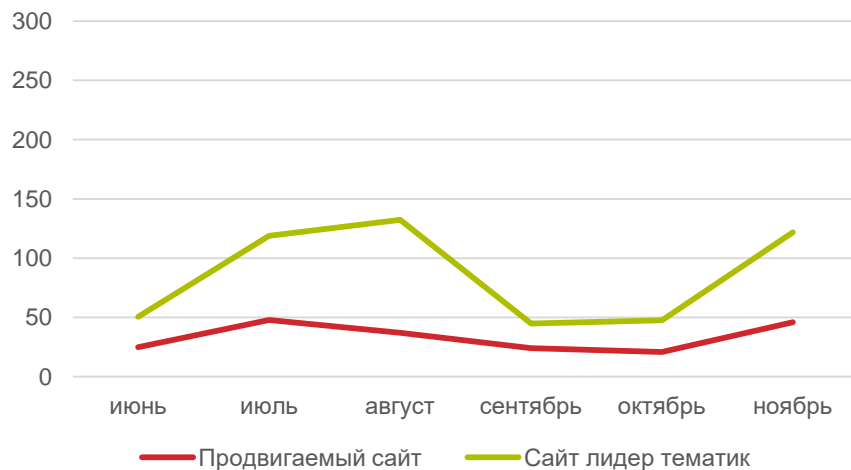
Топ-30  
поисковой  
выдачи  
по брендовым  
запросам

# АНАЛИЗ УПОМИНАНИЯ САЙТОВ

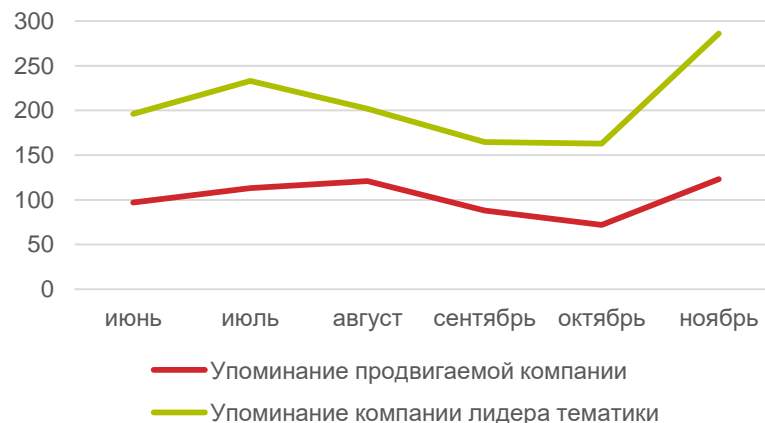
Анализируем упоминания адреса сайта, а также названия компании в Интернете за последние 6 мес.

Инструментарий: Крибрум, ahrefs

Динамика упоминания сайтов



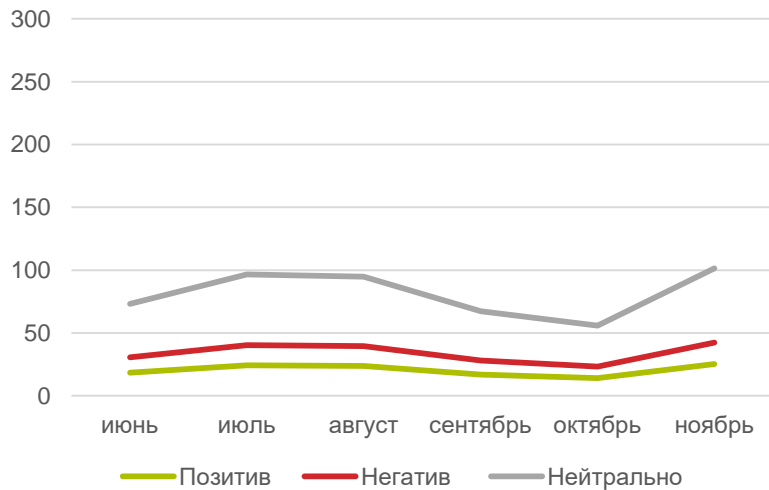
Динамика упоминания компаний



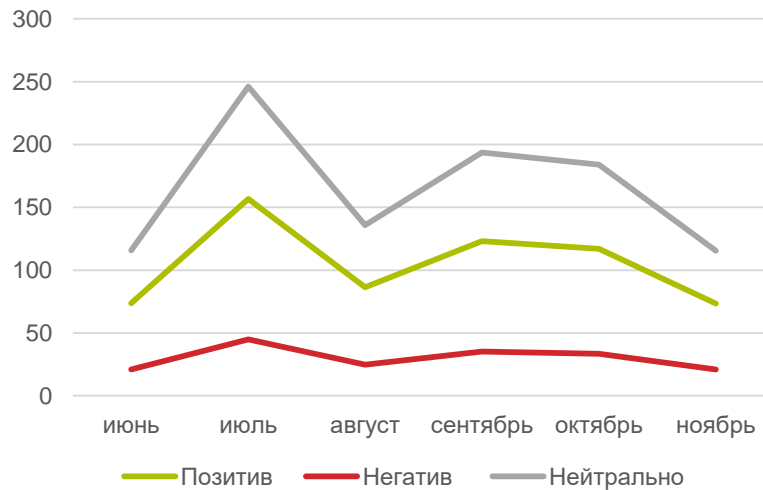
# АНАЛИЗ ТОНАЛЬНОСТИ УПОМИНАНИЙ

Инструментарий: Крибрум

Клиент



Лидер тематики





# АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ ТРАФИКА

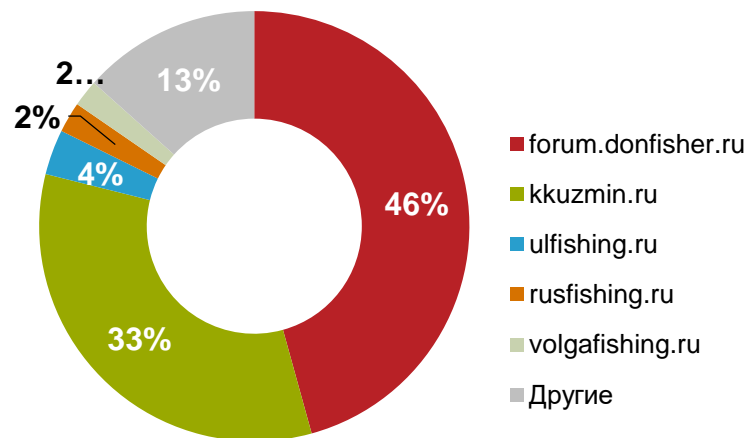
Выявляем площадки, интересные для донесения информации целевой аудитории, получения тематического трафика, качественной ссылки и определяем удачные форматы взаимодействия с аудиторией.

Инструментарий: Крибрум, сервисы статистики (Similarweb), ручной отбор

**ДОЛИ РАЗЛИЧНЫХ  
ИСТОЧНИКОВ В ОБЩЕМ  
ОБЪЕМЕ УПОМИНАНИЙ**



**ПЛОЩАДКИ —  
ИСТОЧНИКИ ТРАФИКА**

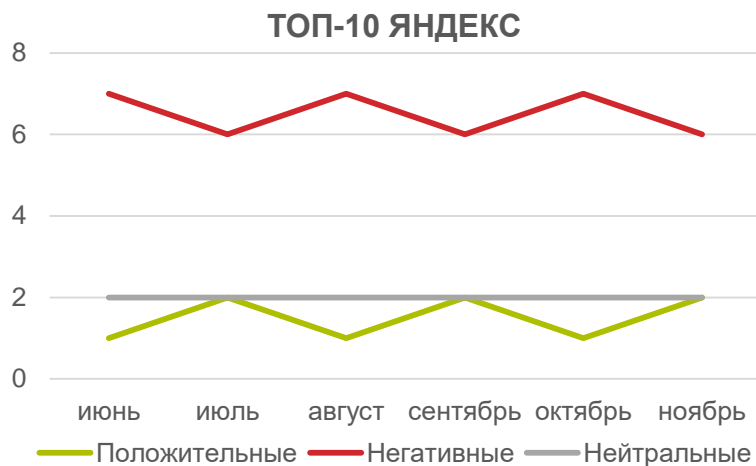




# АНАЛИЗ ТОП-10 ПОИСКОВОЙ ВЫДАЧИ ПО БРЕНДОВЫМ ЗАПРОСАМ

НУЖНО, ЧТОБЫ ПО РЕПУТАЦИОННО ВАЖНЫМ ЗАПРОСАМ, В ВЫДАЧЕ БЫЛИ САЙТЫ С ПОЗИТИВНОЙ ИЛИ НЕЙТРАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ О КЛИЕНТЕ

Инструментарий: сервисы сбора позиций (SeoRate, Topvisor, Allpositions)





# СОСТАВЛЯЕМ ПЛАН РАЗМЕЩЕНИЙ

## ПОЛУЧЕННЫЙ РЕЗУЛЬТАТ:

1. Тип контента, его структура и взаимодействие с ЦА
2. Тип и параметры площадок на которых требуется размещение
3. Требуемые действия по работе с репутацией
4. Требуемое кол-во и темп наращивания размещений

## ДЕЙСТВИЯ:

1. Подбор тем и типа контента с учетом всех данных
2. Отбор площадок которые будем использовать в КМ
3. Подключаем управление репутацией и SERM
4. Составляем календарный план публикаций



# СПАСИБО

ДЕНИС ШУБЕНОК

«Ашманов и партнеры»

shubenok@ashmanov.com

Москва: +7 495 269 0630

Санкт-Петербург: +7 812 401 4978

Информация о компании,  
услугах и технологиях

[www.ashmanov.com](http://www.ashmanov.com)