

ГЕНЕРАТОР СМЫСЛОВ

система оценки контента, которая
заменит тебе СММщика



МАКРЕТИНГ ЭМОЦИЙ

by @starostin_creator

Ты выкладываешь пост, рилс... Зачем? Очевидно — чтобы привлечь внимание, вовлечь, запомниться и что-то продать: себя, продукт, услугу.

Верно? Верно.

Но большинство постов не работают, потому что не проходят проверку на СМЫСЛ для зрителя. Свою-то цель ты заложил. А смысл **потреблять** твой контент — где? Твой пост может быть красивым, умным, остроумным. Но если у зрителя нет причины его:

- досмотреть,
- переслать,
- сохранить,
- прокомментировать или хотя бы лайкнуть,

Контент не работает.

Эта система помогает проверить, будет ли твой контент работать. Система не требует от тебя глубоких знаний, только время на небольшую саморедактуру. Она не гарантирует вирусность, но сильно приближает к ней. И точно отсеет всё, что провалится.

В конце будет короткий чек-лист, который ты просто сохранишь — и сможешь использовать каждый день.

ГЛАВНЫЙ ПРИНЦИП

Вот эти действия двигают контент и провоцируют алгоритмы показывать его чаще. Их всего 5 штук:

1. ПРОСМОТР и ПЕРЕСМОТР

2. РЕПОСТЫ

3. КОММЕНТАРИИ

4. СОХРАНЕНИЯ

5. ЛАЙКИ

Цель: чтобы контент мотивировал совершить хотя бы одно из этих действий. В идеале — несколько!

1. Есть ли смысл досматривать твой контент?

Соцсети продвигают то, что долго смотрят. Потому что это бизнес. Чем дольше зритель зависает, тем дороже реклама.

Факт: только 20% контента во всём интернете досматривают/дочитывают до конца. Твоя задача — удержать внимание от первой секунды до последней. Хотя бы этих 20%.

Как? Миллион способов. Сторителлинг, драматургия, шок, мемы, сиськи — используй всё, что подходит и работает. Главное — не пиши сценарий от балды и честно ответь себе на вопрос: «А действительно ли я сделал что-то, стоящее просмотра?»

Как проверить:

- Есть ли зацепка в первые 1–3 секунды?
- Есть ли у истории конфликт или напряжение?
- Есть ли движение, драматургия, развитие?

Приёмы:

- История с проблемой и решением
- Неожиданный факт или фраза вначале
- Точный, конкретный, полезный заголовок: «5 ошибок, из-за которых вас не читают»

2. РЕПОСТИТЬ?

Репосты генерят бесплатные дополнительные просмотры. Они жёстко продвигают твой контент. Но его ещё надо заслужить.

Есть миллион причин, почему люди репостят контент. Но основных несколько: полезно, смешно, жизненно, интересно или даже абсурдно. Если ты публикуешь рилс о том, какой крутой у тебя бренд и дешёвая услуга — к какой категории относится контент? Ни к какой.

Люди пересылают то, что хочется показать другим: друзьям, коллегам, подписчикам.

Если ты выкладываешь видео, где рассказываешь, какой ты молодец — кому это надо, кроме твоей бабушки?

Люди репостят то, что:

- полезно
- смешно
- жизненно
- нестандартно, абсурдно

Перед публикацией подумай:

- В чём здесь жиза?
- В чём мем?
- В чём польза?
- В чём уникальность?

3. ЕСТЬ ЛИ СМЫСЛ КОММЕНТИРОВАТЬ?

Ты хочешь обсуждений? Тогда задай себе вопрос: «А есть ли тут хоть что-то, что провоцирует реакцию?»

Снова картинка: я случайно вижу твой контент. Вызывает ли он хотя бы какое-то желание поспорить? Или поддержать? Или ответить?

Задай вопрос или сделай утверждение. Или опровергни общепринятые устои. Вызови конфликт. Что угодно.

Комментарии вызывают:

- желание поспорить
- поддержать
- ответить
- рассмеяться
- оскорбиться

Инструменты:

- лид-магниты (“напиши ЖОПА, и я пришлю нюдсы”)
- провокации
- горячие темы
- неожиданные факты

4. Есть ли для зрителя СОХРАНЯТЬ?

Встань на место случайного человека из интернета.
С кем ты общаешься? Представь его.

Он видит твой контент впервые. Есть ли в твоём контенте такая информация и мотивация, чтобы человек сохранил что-то себе?

Сохраниют то, что может пригодиться. Или — хочется пересмотреть.

Сохраниют чаще всего:

- пользу
- юмор
- эстетику и референсы
- чек-листы, схемы, инструкции
- вдохновляющие цитаты и тексты

Если нечего сохранять — добавь, продумай, как твой контент можно использовать для решения задач, вдохновения и мотивации?

Если контент полезный — визуализируй его. Если красивый — сделай его ещё и практичным.

5. ЕСТЬ ЛИ МОТИВАЦИЯ ЛАЙКАТЬ?

Лайк — лёгкое действие, но сложная штука, поэтому на ней труднее сфокусироваться. Конечно, можно снять видео, как ты помогаешь пенсионерам — и готово.

Главное — взвать ПОЛОЖИТЕЛЬНУЮ эмоцию. Негативная эмоция точно не принесёт лайка. А вот положительная — да.

Что генерит лайки в промышленных масштабах:

- сиськи, котики, романтика
- милота и дети
- юмор
- мемы
- стиль
- крутой визуал
- польза

Чего не вызывает лайков:

- «наш новый продукт, всего за 1 990 ₽»
- «мы снова сделали логотип»
- негатив, агрессия, продажи в лоб

Лайк = положительная эмоция. Дай её, ёпта.

ГЛАВНЫЕ ПРАВИЛА

1

Важно не только то, что ТЫ хочешь сказать. Важно — зачем КОМУ-ТО это слышать?

Контент — это не крик в пустоту. Это диалог.

2

Контент должен сначала ЗАЦЕПИТЬ, и только потом ПРОДАТЬ.

Контент ≠ реклама. А реклама = контент. Люди часто думают, что запостить видос с логотипом и списком услуг — это маркетинг.

Нет.

То есть мы сначала делаем хороший контент, а потом думаем как бы через него ещё и продать. Не наоборот.

ВОПРОСЫ

Перед публикацией задай себе 5 вопросов:

- Будут ли смотреть/досматривать?
- Захочется ли репостить?
- Есть ли что-то, что хочется сохранить?
- Вызовет ли комментарий?

— Хочется ли лайкнуть?

Пока не получил хотя бы два «ДА» — не публикуй. Улучши.

BY @STAROSTIN_CREATOR

ПРИМЕРЫ ДО/ПОСЛЕ

✗ ДО

Наш бренд — это качество и доступные цены.
Запишитесь на диагностику уже сегодня!

✓ ПОСЛЕ

4 признака, что у вас скоро сломается кондиционер.
Если нашли хотя бы 2 — покажите это мастеру.
А мы как раз такие

Есть польза = сохраняют
Есть триггер страха = досматривают
Есть СТА = идут в профиль

✗ ДО

У меня вышел новый продукт по похудению!
Офигеть вот это фишки, посмотри просто!

✓ ПОСЛЕ

Система, которая поможет тебе худеть без диеты.
Три простых шага в моей статье...

Есть польза = сохраняют и дочитывают
Есть актуальность и жиза = скидывают другу

БЫСТРЫЙ ЧЕК-ЛИСТ

- ✓ Есть хук с первых секунд? Действие? Что-то необычное, важное, загадочное, смешное или яркое
- ✓ Есть понятная проблема, конфликт польза или эмоция?
- ✓ Есть повод для репоста? Жиза, польза, мем?
- ✓ Есть что сохранить? Инструкция, цитата, визуал?
- ✓ Есть ли прямой или скрытый триггер на комментарий или другое действие с контентом?
- ✓ Есть эмоция, которая ведёт к лайку?
- ✓ Понятно ли воспринимается контент, если человек **ВООБЩЕ** не знает никакого контекста?

ПОМОЩЬ?

Приходи на аудит воронки, контента, рекламы и коммуникаций.

- Изучу все точки контакта твоего бизнеса с клиентами
- Разберу воронки конкурентов
- Сделаю план, что, где и как поменять, чтобы увеличить конверсию и вовлечённость
- Запишу видео, где объясню всё на пальцах
- Созвонимся, отвечу на вопросы

В итоге ты получишь конкретную инструкцию, которая поможет тебе увеличить конверсию воронки на 30-50% в первый же месяц.