## Украина

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Блог | Публикация | Контент-маркетинговое значение | Наши отличия |
| Блог Poster | [Пекарня](https://joinposter.com/post/how-to-increase-bakery-sales-17-marketing-ideas) | Многоцелевой лонгрид по типу “идеи для маркетинга” на охват нескольких подсегментов рынка. | Таргетированный шортрид по типу “кейс с перспективой” |
| Блог [ExpertSolution](http://expertsolution.com.ua/info/article/8-article/172-porent) | [Доставка](http://expertsolution.com.ua/info/article/8-article/172-porent) | Обзор, объясняющий полезность инновационных способов доставки продукции | Таргетированный шортрид по типу “кейс с перспективой” + практическая ценность для потенциальных подписчиков нашего продукта (“бери и применяй, если сможешь”) |
| Блог Хамелеон Софт | [Посещаемость ресторана](https://chmsoft.com.ua/kak-uvelichit-poseshaemost-restorana/) | Обзор проблем с планом действий по их решению (оффлайн, онлайн-методы, аналитико-стратегический и тактический менеджмент) | Таргетированный обзор методов увеличения посещаемости с помощью цифровых коммуникаций |
| Блог POS Sector | [Как открыть кафе](https://pos-sector.net/kak-otkryit-svoe-kafe-s-nulya/) | Полноценный информационный лонгрид-руководство по открытию заведения. Отличный пример для создания таргетированных лонгридов под определенные типы заведений | Таргетированные шортриды для разных типов заведений и определенных типов проблем, связанных с открытием кафе |

**Общий вывод**: на рынке специализированного контента наш блог хорошо позиционируется за счет прицельного тестирования разных сегментов рынка и фокусировки внимания читателя на определенных проблемах. Это помогает решать тактические задачи блога и читателя, делать быструю пре- и постаналитику с оценкой читательского интереса к темам публикаций, презентовать практический опыт решения различных задач. Тем не менее, анализ конкурирующего контента свидетельствует о необходимости включать в план публикаций “длинное чтение” - насыщенные информационные лонгриды, которые имеют стратегическое значение и для читателя, и для нас. Частота - хотя бы 1 публикация в месяц, с основательной информационной подготовкой.

Методы организации контента:

1. “Кенгуру” - одна цель публикации несет в себе родственную подцель. Эти цели могут отражаться в одной публикации (лонгрид, подзаголовки) или публикациях, связанных внутренними ссылками (шортрид, заголовки, раскрывающие тему). При необходимости (к примеру, раздельное продвижение публикаций) внутренние ссылки можно убрать, а потом снова добавить. В данном случае шортрид - более мобильная версия для целевого продвижения. Кенгуру-лонгрид используем, когда проблема, интересующая читателя, должна полностью раскрыться за одно чтение.
2. “Матрешка” - цель статьи формируется от частного к общему или от общего к частному, при этом одна задача вкладывается в другую или выходит из предыдущей. В итоге получаем одну нераскрытую матрешку - проблему, которая и есть ключевой для публикации.
3. “Чечетка” - автор обыгрывает проблему с разных сторон, придерживаясь определенной траектории, захватывая внимание читателя неожиданными ходами, вызывающими всплеск амплитуды реакций и более глубокое понимание проблемы с непривычного, но важного угла зрения. Один из ключевых приемов “чечетки” - нагнетание читательских эмоций до определенного пика, с которого в дальнейшем идет подстраховка на решение проблемы. В “чечетке” обязательно затрагиваются старые “неразвязанные узлы” - латентные проблемы, которые читатель не осознает или забыл.