**Виды контента:**

Продающий

Промо-контент может выглядеть следующим образом:

* Обзоры, сравнения, тестирование продуктов  – как своих, так и конкурентов;
* Примеры использования;
* Backstage – то, что скрыто за кулисами, взгляд изнутри;
* Кейсы – социальные доказательства в виде историй взаимодействия с клиентами, демонстрирующие процесс и востребованность;
* Скринкасты – видеозапись экрана;
* Лид-магниты – бесплатные и полезные ценности.

**Обзоры продуктов** – созданы для ознакомления пользователей и потребителей со свойствами нового товара или услуги, правил обращения, особенностей настройки сервисов.

Развлекательный

Эстетический контент, увлекательные истории, видео и юмор желательно использовать дозированно. Этот контент формирует положительное впечатление и эмоциональный отклик. Так вы становитесь брендом с человеческим лицом.

Квизы/опросы – часто можно встретить викторины «Хороши ли вы знаете « географию » или « Какой вы сорт груши». Это помогает отвлечься, поднять настроение и отдохнуть.

Смешные видео/мемы – какие-то бренды могут выстроить на юморе всю SMM-стратегию, но следует тщательно подходить к анализу аудитории. В некоторых сферах ЦА хватает одной лёгкой шутки в год.

***по форме подачи информации:***

* текст – статьи, книги, спец - отчеты, руководства, инструкции и т.п.
* аудио – музыка, лекции, вебинары, подкасты, интервью.
* видео – ролики, фильмы, уроки, скринкасты.
* изображение – картинки, анимация, фотографии, схемы, скриншоты, слайды.