

COMPLETO

Как малому бизнесу выжимать максимум из контента: ИИ, соцсети и email

Андреева Екатерина
Руководитель юнита Прогрев
Completo





Андреева Екатерина

C

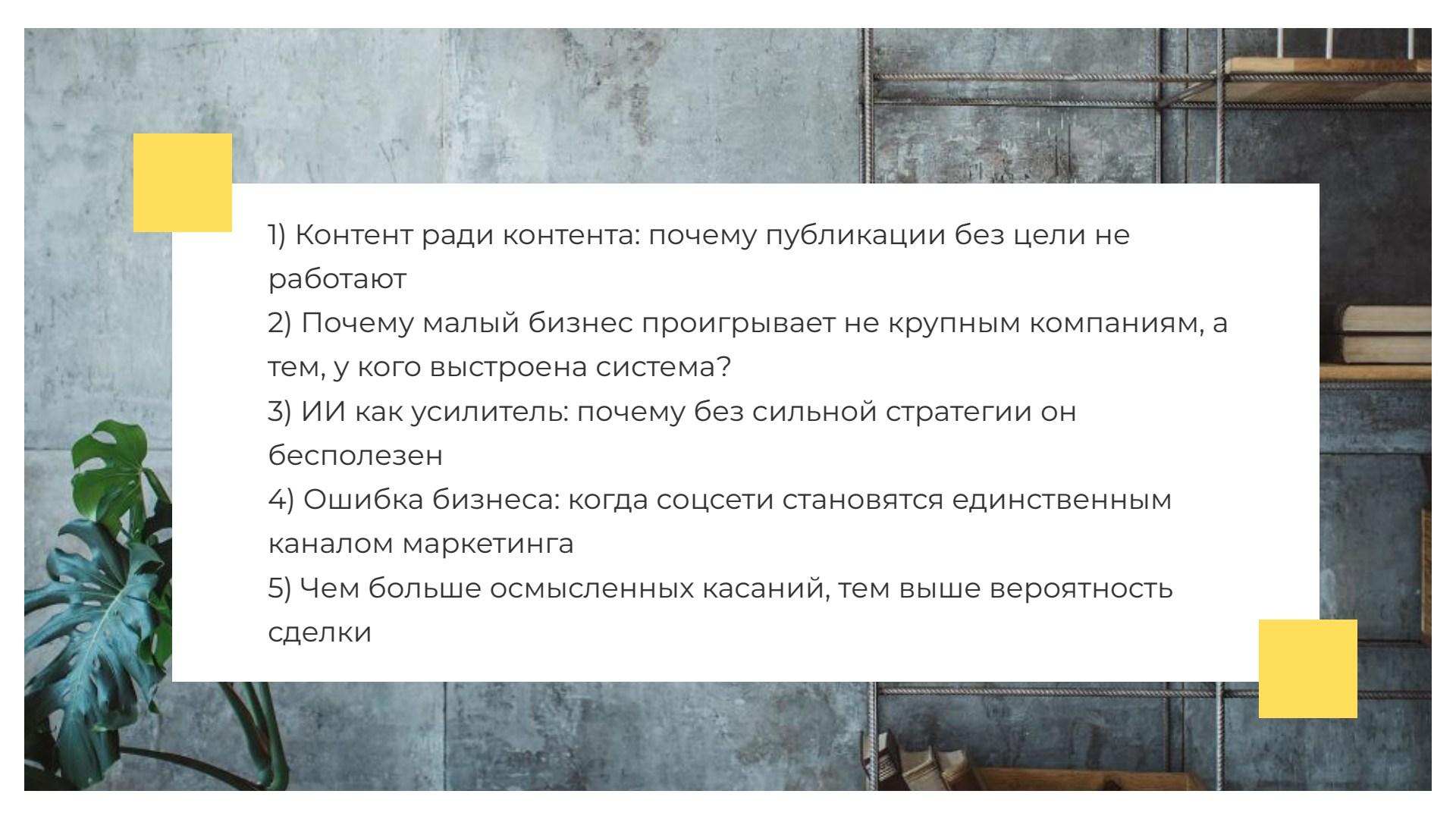
Руководитель юнита Прогрев Completo

- 5 лет опыта работы проджект менеджером.
- 7 лет работы в SMM.
- Работаю с различными брендами как в B2B, так и в B2C.
- Занимаюсь подготовкой и запуском стратегий в социальных сетях.

Что вы используете в digital для привлечения и удержания клиентов?

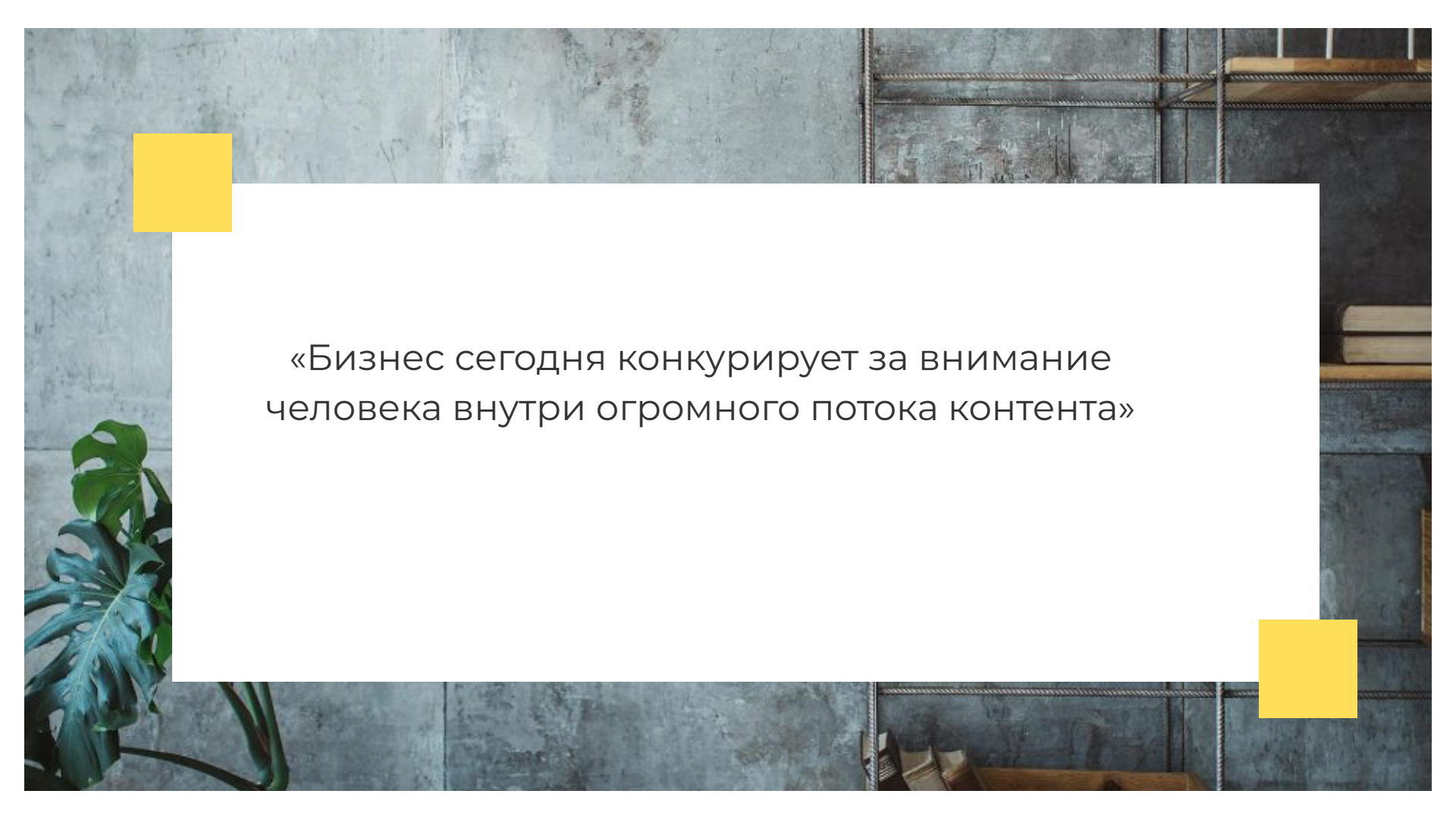


- Социальные сети
- Реклама у блогеров
- Email
- Сайт

- 
- 1) Контент ради контента: почему публикации без цели не работают
 - 2) Почему малый бизнес проигрывает не крупным компаниям, а тем, у кого выстроена система?
 - 3) ИИ как усилитель: почему без сильной стратегии он бесполезен
 - 4) Ошибка бизнеса: когда соцсети становятся единственным каналом маркетинга
 - 5) Чем больше осмысленных касаний, тем выше вероятность сделки



Контент ради контента: почему публикации без цели не работают



«Бизнес сегодня конкурирует за внимание человека внутри огромного потока контента»

СКОЛЬКО КОНТЕНТА ПОТРЕБЛЯЕТ ЧЕЛОВЕК В РОССИИ В 2025 ГОДУ



Актуальные данные о цифровом поведении россиян



4 ч 33 мин
в день

в среднем россияне
проводят в интернете
ежедневно



5 ч 30 мин
в день

в среднем россияне
проводят в смартфоне
ежедневно



106+ млн
пользователей

пользуются социальными
сетями в России



Молодёжь (12–24): почти 7 часов

≈73–74% населения страны



2 ч 44 мин
в день

в среднем россияне проводят
в социальных медиа (соцсети,
Telegram, видео, блоги)

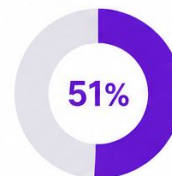


6 ч 49 мин
в день

аудитория 12–24 лет
проводит онлайн
ежедневно

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА ЗАНИМАЮТ

51%
всего времени
в интернете



Россияне живут в цифровой среде
и потребляют больше **4,5 часов контента ежедневно**

Источники:

- Mediascope, 2025 – [Исследование медиапотребления россиян](#)
- РИА Новости, 19.06.2025 – [Время в смартфоне у россиян](#)
- DataReportal, Digital 2025: Russia – Russian Federation



«Надо что-то выложить, потому что давно не постили»

В итоге появляются:

- случайные посты,
- хаотичные Reels,
- сторис без смысла,
- копирование трендов ради трендов.

Контент должен отвечать на вопрос: «Что именно этот материал должен сделать для бизнеса?»

Контент может:

- привлекать новых людей,
- прогревать аудиторию,
- собирать контакты,
- повышать доверие,
- возвращать клиентов,
- закрывать на продажу.

Если цели нет — это просто информационный шум.

«Какой следующий шаг должен сделать клиент после этого контента?»




Каждый контент должен двигать клиента по воронке

Контент ≠ просто публикация

После любого материала человек должен:

- что-то понять,
- что-то почувствовать,
- или что-то сделать.

Контент работает, когда у него есть конкретная цель и понятный следующий шаг для клиента

 <h3>1. ЦЕЛЬ — ВНИМАНИЕ</h3> <p>Задача контента: зацепить, вызвать интерес, привести в профиль</p> <p>КОНТЕНТ ДОЛЖЕН:</p> <ul style="list-style-type: none">● быть заметным и цепляющим● вызывать эмоции или любопытство● выделяться в ленте● быстро доносить идею <p>ПРИМЕРЫ КОНТЕНТА:</p> <ul style="list-style-type: none">📺 короткие видео / Reels💡 необычные факты, советы🔥 актуальные темы, тренды💬 провокационные вопросы <p>СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ КЛИЕНТА:</p> <ul style="list-style-type: none">👤 подписка / переход / просмотр	 <h3>2. ЦЕЛЬ — ДОВЕРИЕ</h3> <p>Задача контента: показать экспертность, снять страхи, ответить на возражения</p> <p>КОНТЕНТ ДОЛЖЕН:</p> <ul style="list-style-type: none">● давать пользу и решения● подтверждать экспертность● быть честным и понятным● отвечать на вопросы аудитории <p>ПРИМЕРЫ КОНТЕНТА:</p> <ul style="list-style-type: none">📄 кейсы и результаты💬 ответы на вопросы (FAQ)📄 разборы, инструкции, чек-листы👤 отзывы и истории клиентов <p>СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ КЛИЕНТА:</p> <ul style="list-style-type: none">✉️ сохранение / чтение кейса / подписка на email	 <h3>3. ЦЕЛЬ — ПРОДАЖА</h3> <p>Задача контента: показать результат, объяснить ценность, дать понятный СТА</p> <p>КОНТЕНТ ДОЛЖЕН:</p> <ul style="list-style-type: none">● показывать выгоды для клиента● закрывать возражения● создавать ощущение срочности● давать конкретный призыв к действию <p>ПРИМЕРЫ КОНТЕНТА:</p> <ul style="list-style-type: none">📁 спецпредложения и акции📊 результаты и цифры🕒 сравнения, «до / после»📞 приглашение на консультацию <p>СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ КЛИЕНТА:</p> <ul style="list-style-type: none">🚀 заявка / консультация / покупка
--	--	--

 **Главное правило:** каждый контент должен вести клиента к следующему осмысленному действию. Без следующего шага — это просто информационный шум.



Почему малый бизнес проигрывает не крупным компаниям, а тем, у кого выстроена система?

«У больших компаний больше бюджета, поэтому они выигрывают»



Сегодня выигрывает не тот, кто делает больше контента,

а тот, кто:

- умеет перерабатывать один контент в 10 форматов,
- системно собирает аудиторию,
- регулярно напоминает о себе.

ХОРОШАЯ СИСТЕМА ВЫГЛЯДИТ ТАК

Один экспертный материал — множество форматов — максимальный охват и результат



Но на практике малый бизнес чаще проигрывает не корпорациям, а конкурентам, у которых:

- есть регулярность,
- понятная воронка,
- база контактов,
- аналитика,
- повторяемая система.

Главная проблема малого бизнеса



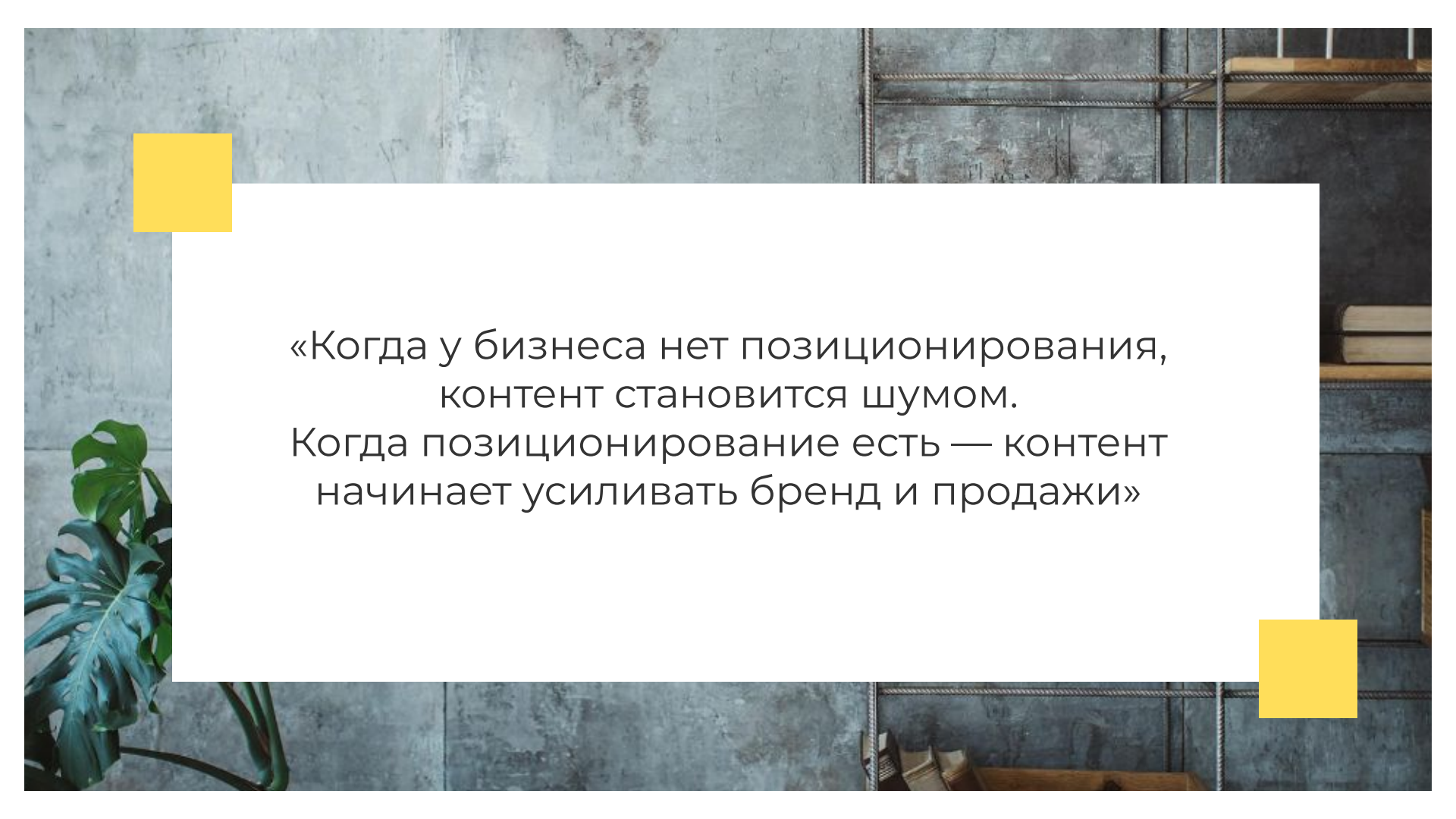
Они каждый раз начинают с нуля.

Каждый пост — как отдельный проект.


Системный бизнес:

- говорит с аудиторией единым языком,
- блогеры говорят и транслируют близкие вам идеи,
- последовательно транслирует ценность,
- создает узнаваемость,
- а не просто публикует контент ради охватов.

И это особенно важно сейчас, когда внимание — самый дорогой ресурс.



«Когда у бизнеса нет позиционирования,
контент становится шумом.
Когда позиционирование есть — контент
начинает усиливать бренд и продажи»

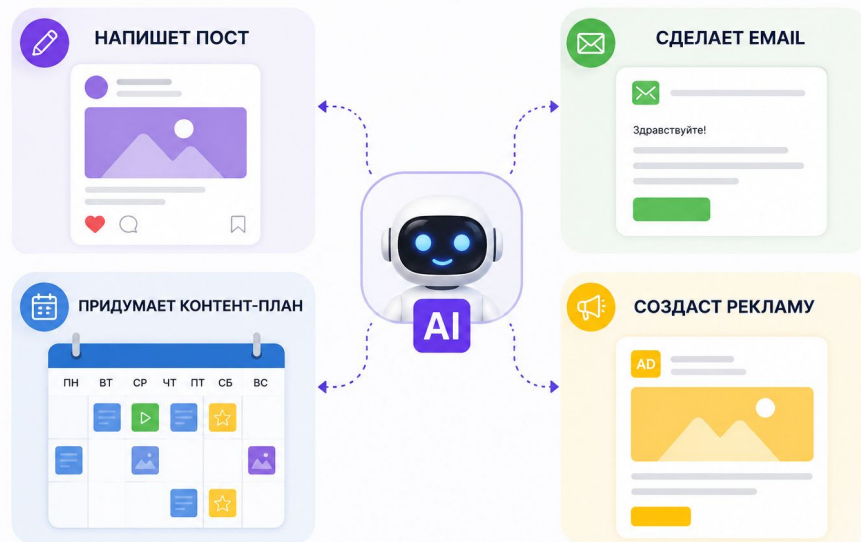


ИИ как усилитель: почему без сильной стратегии он бесполезен

Сейчас кажется, что ИИ решит все:

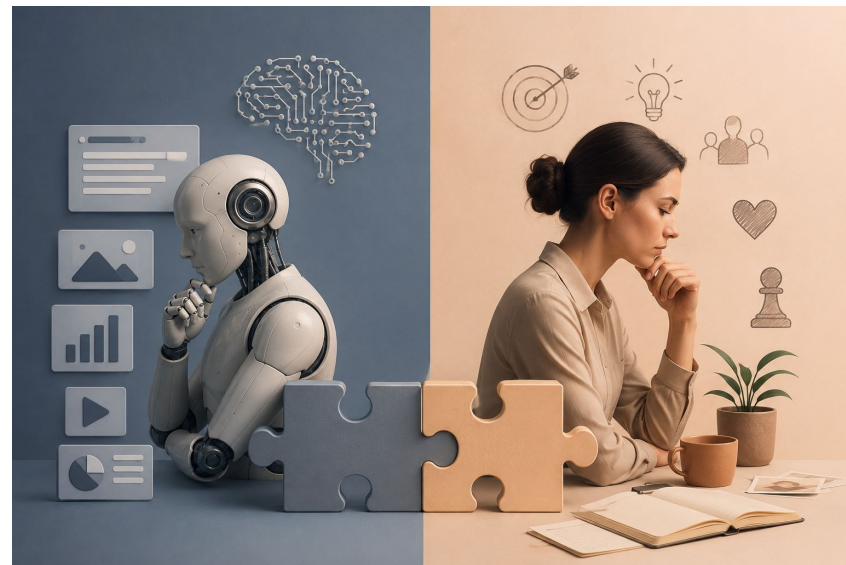
Но ИИ не заменяет стратегию. Он усиливает то, что уже есть

Сейчас кажется, что ИИ решит всё:



Но проблема в том, что ИИ не умеет:

- понимать ваш бизнес глубже вас,
- строить позиционирование,
- чувствовать клиента,
- принимать стратегические решения.



Когда нет:

- понимания аудитории,
- воронки,
- целей контента,
- позиционирования,
- системы продаж,

ИИ начинает производить:

- шаблонный контент,
- одинаковые тексты,
- «инфошум»,
- контент без смысла и результата.



В чем реальные преимущества ИИ для бизнеса



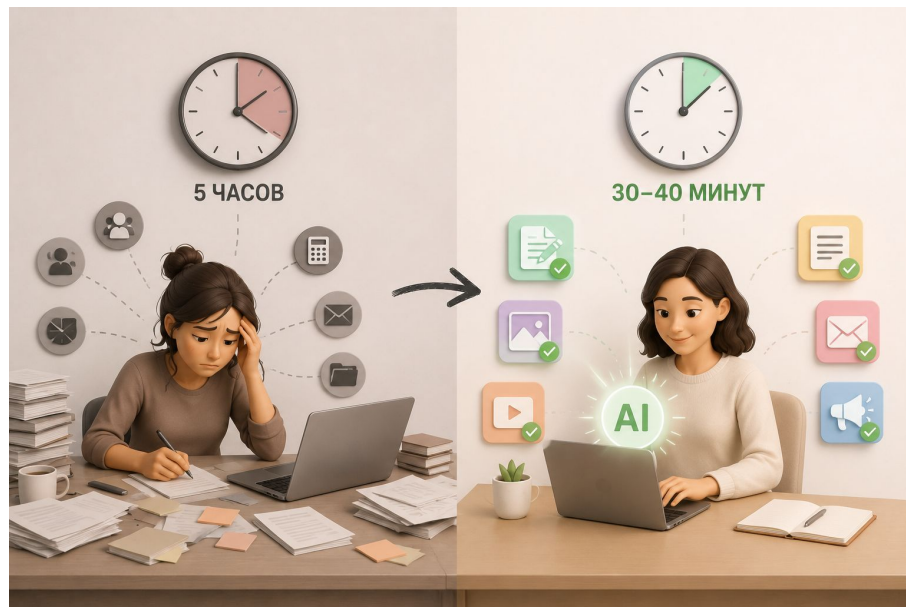
1. Скорость

ИИ сокращает время создания контента в разы.

То, на что раньше уходило:

- 5 часов,
- команда,
- подрядчики,

сейчас можно сделать за 30–40 минут.



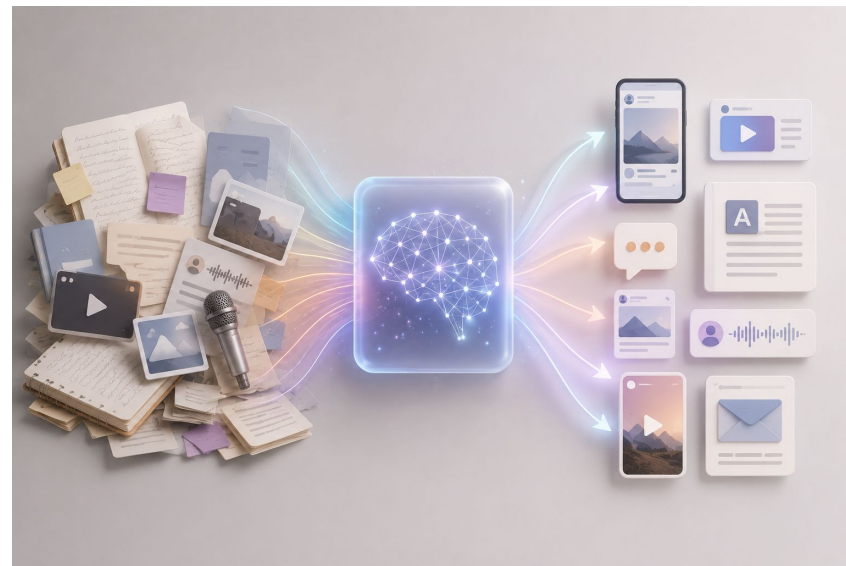
2. Масштабирование контента

ИИ помогает не создавать всё с нуля,
а переупаковывать контент.

Один экспертный материал

- 10 постов,
- 15 коротких видео,
- серия сторис,
- письма,
- Telegram,
- лид-магнит.

Контент начинает работать дольше и эффективнее.



3. Генерация идей и гипотез

ИИ отлично помогает:

- искать новые углы подачи,
- придумывать офферы,
- тестировать заголовки,
- находить темы,
- адаптировать контент под разные аудитории.

Это особенно важно для малого бизнеса, где часто нет большой маркетинговой команды.



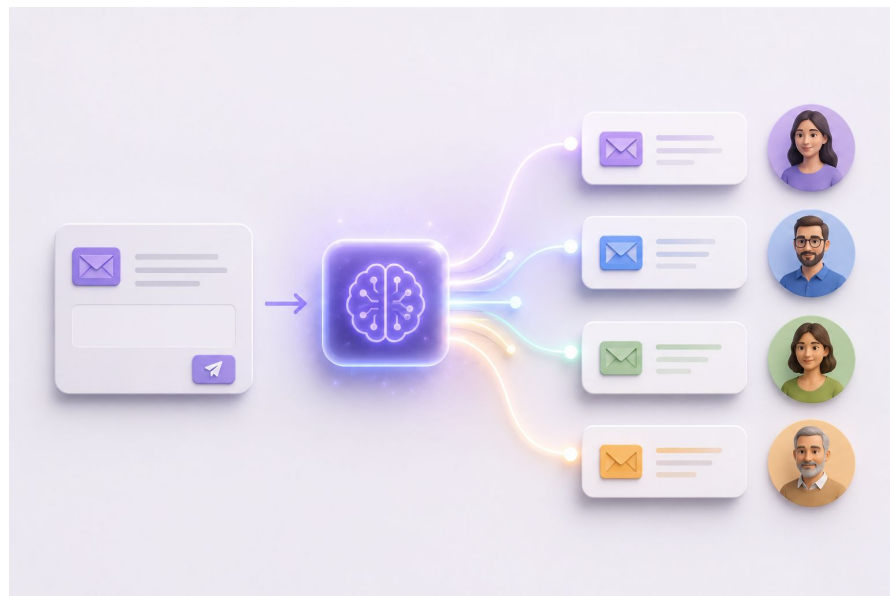
4. Персонализация

Раньше персональный маркетинг был дорогим.

Теперь ИИ помогает:

- адаптировать email под сегменты,
- писать разные офферы,
- персонализировать сообщения,
- быстро менять tone of voice под аудиторию.

А персонализация напрямую влияет на конверсию.



5. Экономия ресурсов

ИИ снижает нагрузку:

- на команду,
- на маркетологов,
- на дизайнеров,
- на копирайтеров.



5. Экономия денег

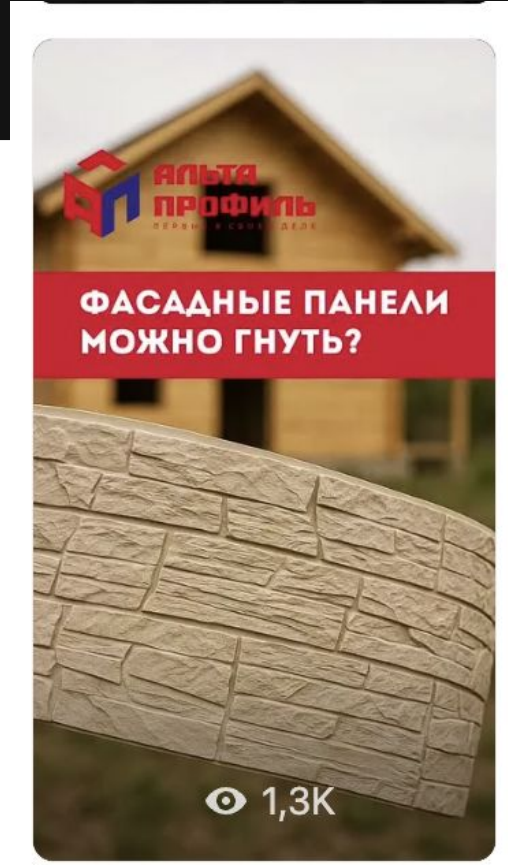
ИИ сегодня сильно снижает стоимость производства контента — особенно видео.

Раньше для создания видео нужны были:

- оператор,
- монтажер,
- дизайнер,
- студия,
- сценарист,
- много времени и бюджета.

Сейчас часть этих задач ИИ берет на себя.

Пример работы ИИ видео на одном проекте






ИИ делает производство контента доступным даже для маленьких команд

Теперь малый бизнес может:

- выглядеть профессионально,
- выпускать контент регулярно,
- быстрее тестировать гипотезы,
- конкурировать с большими игроками.



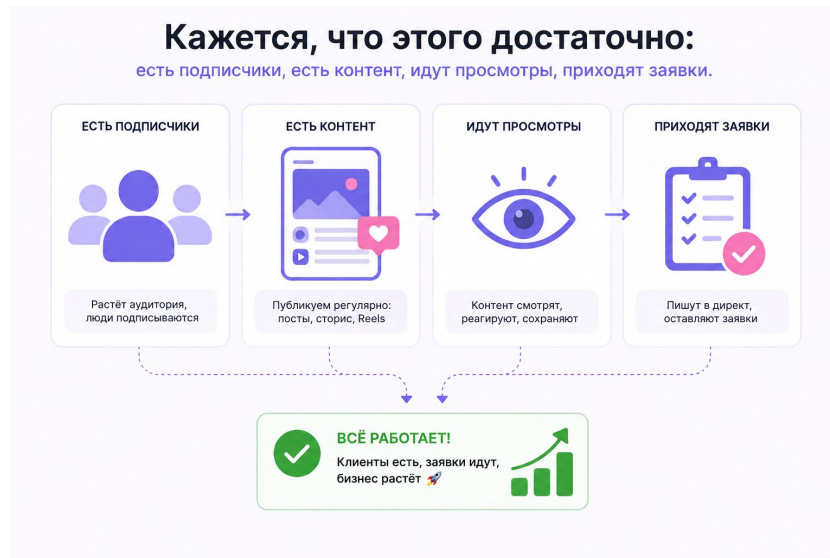
**Ошибка бизнеса: когда соцсети становятся
единственным каналом маркетинга**

Когда весь маркетинг бизнеса живет только в ВК или Telegram.



Очень многие компании строят маркетинг только вокруг соцсетей.

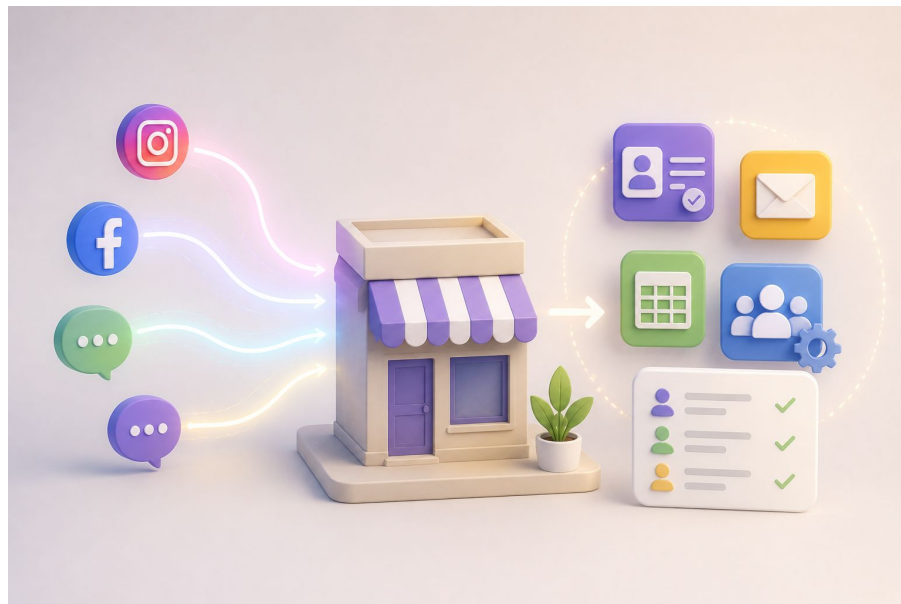
Но проблема в том, что бизнес начинает полностью зависеть от платформы, которую он не контролирует.



Проблемы начинаются когда:

- вся коммуникация только в соц. сетях ,
- заявки только из соц сетей,
- база клиентов нигде не сохраняется,
- нет email,
- нет CRM,
- нет собственной базы контактов.

В этот момент бизнес становится заложником платформы.



Сегодня внимание стало дороже, чем когда-либо



Соцсети перегружены:

- контентом,
- рекламой,
- блогерами,
- AI-контентом.

Органические охваты снижаются практически во всех платформах.

То есть бизнесу приходится:

- тратить больше,
- бороться за внимание сильнее.

И при этом аудитория вам не принадлежит

Почему email-маркетинг снова растёт

Потому что email:

- не зависит от алгоритмов,
- даёт прямой доступ к клиенту,
- позволяет строить долгосрочные отношения,
- дешевле рекламы,
- хорошо работает на повторные продажи.

Email — это актив бизнеса

Подписчики в соцсетях могут исчезнуть.

База клиентов остаётся.

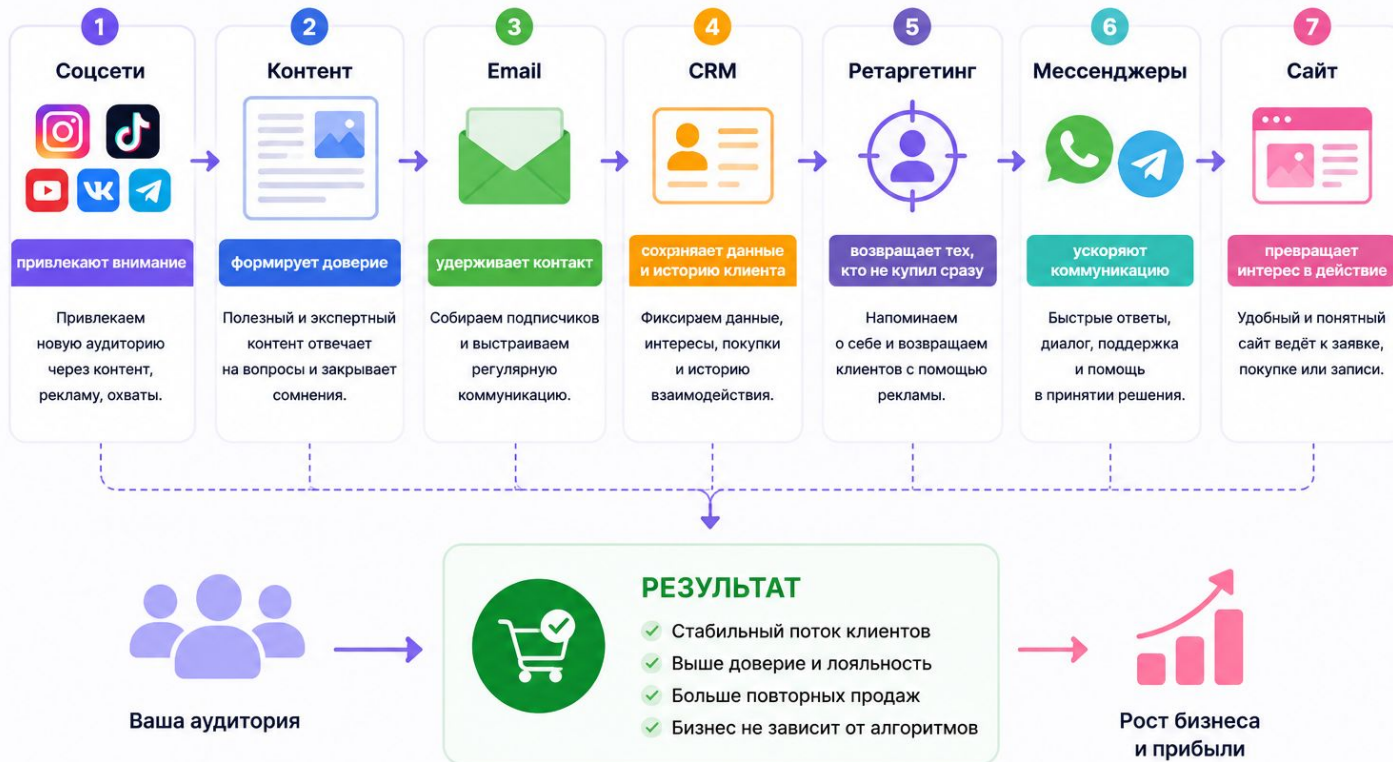
То же самое касается CRM и собственной базы





Сильная модель выглядит иначе:

Не один канал, а система. Каждый этап усиливает следующий.





**Чем больше осмысленных касаний,
тем выше вероятность сделки**

Контент это часть стратегии

Важно не просто делать больше контента.

Необходимо:

- строить систему,
- создавать последовательные касания,
- собирать свою аудиторию,
- удерживать внимание,
- и превращать контент в долгосрочный актив бизнеса.



Люди покупают после серии правильных касаний



Когда:

- вас регулярно видят,
- начинают узнавать,
- понимают вашу ценность,
- чувствуют доверие,
- и только потом принимают решение.



Вывод

Реклама и блогеры могут привести новую аудиторию.
Но именно контент решает — останется человек с вами или уйдет дальше.

После первого касания человек начинает оценивать понимаете ли вы его, вызываете ли доверие, отличаетесь ли вы от остальных, говорите ли на его языке.

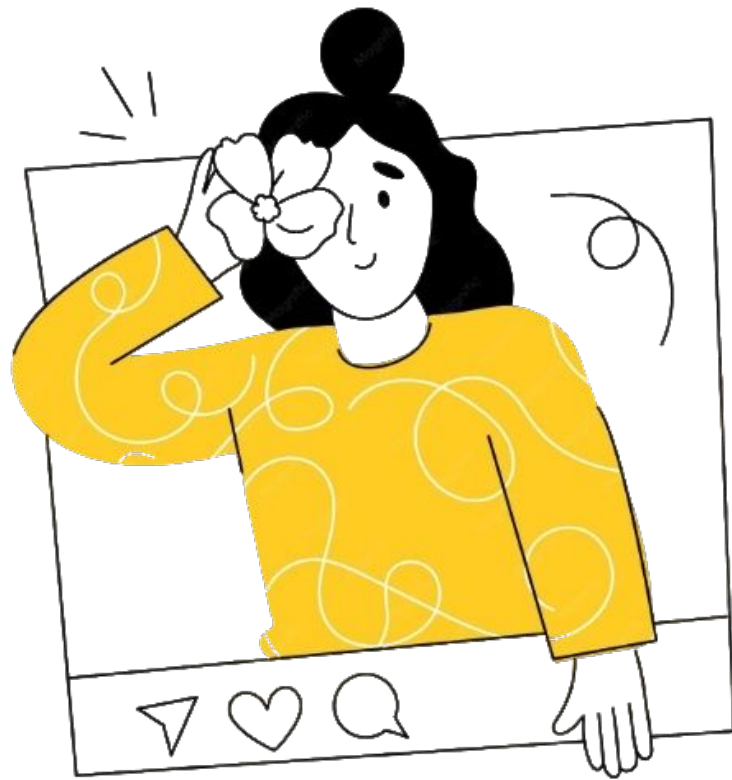
Именно контент:

- формирует доверие,
- удерживает внимание,
- объясняет ценность,
- прогревает аудиторию,
- и превращает случайного подписчика в клиента.

35 ТИПОВ ПОСТОВ для SMM



<https://www.completo.ru/white-paper/35-tipov-postov-dlya-sotssetey/>



Подарок от Комплекто



Бесплатная



консультация по SMM



https://www.completo.ru/kev_smm/



В рамках консультации:

1. Проанализируем ваш аккаунт
2. Сформулируем гипотезы по улучшению ваших социальных сетей
3. Обозначим, какие методы продвижения вам подойдут



Спасибо!

Ваши вопросы?



e.andreeva@completo.ru