DGPLYNOV.RU · ЭКСПРЕСС-ДИАГНОСТИКА КОНТЕНТА ФОНДА

План контент-стратегии на квартал

Сформирован 11.11.2026

Итог для: Фонд «Опора»

Задача квартала: **больше регулярных пожертвований**. Часов на контент: **8 в неделю**. Основа есть, но несколько зон мешают остальным работать. Закройте критичные пункты в первые две недели.

Разбор по пяти зонам

Цель и измерение

требует работы

Вы видите охваты, но не связываете их с деньгами и людьми. Лайки растут, а пожертвования могут стоять на месте.

Первый шаг: Добавьте в отчёт показатель, который прямо отвечает задаче квартала: число новых регулярных подписок. Ставьте UTM-метки или отдельные ссылки на сбор в каждом посте.

Аудитории

требует работы

База есть, но всем уходят одни и те же сообщения. Регулярный жертвователь и человек, который один раз помог сбору, ждут разного.

Первый шаг: Разделите базу хотя бы на три группы: регулярные, разовые за последний год, давно молчащие. Для каждой запишите, что ей нужно узнать.

Содержание

критично

В публикациях нет историй подопечных и отчётов о деньгах. Фонд рассказывает о своих делах, а читатель не видит, что изменилось благодаря помощи.

Первый шаг: Введите рубрику «Полгода спустя»: возвращайтесь к семьям, которым помогли раньше. После каждого закрытого сбора публикуйте отчёт с чеками и фото.

Процесс и ритм

критично

Публикации зависят от того, у кого выдался свободный час. Отсюда провалы, разные голоса и спешка перед сборами.

Первый шаг: Перейдите на план на четыре недели вперёд и правило: текст готов за 48 часов до публикации.

Этика и согласия требует работы

Устное согласие трудно подтвердить, если семья передумает или возникнет конфликт.

Первый шаг: Переведите согласия в письменную форму. Отдельно оговорите фото с лицом ребёнка и съёмку во время процедур.

Ритм публикаций под ваши 8 ч в неделю

Площадка	Частота	Роль
Рассылка	1 выпуск в месяц	«Что изменилось благодаря вам»: две-три истории, цифры месяца, ссылка на подписку.
ВКонтакте (основная)	2 публикаций в неделю	Все рубрики, полные истории, сборы с отчётами.
Telegram	2 публикаций в неделю	Для ядра жертвователей: короче и личнее, часть записей от первого лица руководителя.

Расчёт: около 1,5 часа на пост для основной площадки, 45 минут для Telegram, 4 часа на выпуск рассылки. 20% времени оставлено на планирование и согласование.

Рубрикатор на квартал

Рубрика	Что внутри	Доля
Полгода спустя	Возвращение к семьям, которым помогли раньше	25%
Куда ушли деньги	Чеки, фото, цифры сразу после закрытия сбора	20%
Сборы	Сумма, срок окончания, обещание отчёта	15%
Как мы работаем	Люди фонда, рабочий день, сложные решения	15%
Отвечаем	Вопросы жертвователей, сомнения, документы	15%
Помочь можно так	Подписка, волонтёрство, корпоративная помощь	10%

Две недели разработки стратегии

Дни 1–5. Диагностика

- Выгрузить публикации за 6–12 месяцев, разметить по типам, посчитать средний охват каждого типа
- Посмотреть ритм по месяцам: где провалы и всплески
- Интервью с жертвователями, волонтёрами и партнёрами
- Собрать список проблем: не больше пяти пунктов

Дни 6–10. Стратегия

- Записать цель квартала в цифрах: число новых регулярных подписок
- Утвердить рубрикатор с долями и роли площадок
- Описать регламент: кто пишет, кто согласует, сроки (план на 4 недели, текст за 48 часов)
- Прописать правила этики и форму согласия
- Составить контент-план на первые четыре недели

Двенадцать недель внедрения

Недели 1–2. Запуск

- Утвердить письменную форму согласия семьи с правом отзыва
- Поговорить с 5–9 жертвователями: зачем помогают, что хотят узнавать
- Сделать шаблоны для каждой рубрики: структура, пример заголовка, обложка
- Выпустить первые материалы по новому плану, отредактировать их вместе
- Завести банк историй: сотрудник после визита к подопечному записывает голосовое на две минуты

Недели 3–4. Первые сбои

- Найти, где застревают тексты (чаще всего на согласовании), и упростить этот шаг
- Сверить план и факт за две недели
- Первый отчёт «Куда ушли деньги» по закрытому сбору

Недели 5–6. Истории

- Выпустить первые истории «Полгода спустя»
- Проверить, какие рубрики не собирают реакций, и решить: переделать, перенести на другую площадку или убрать
- Перезапустить рассылку: «Что изменилось благодаря вам»

Недели 7–8. Настройка

- Сравнить показатели с исходными за полтора месяца
- Перераспределить доли рубрик по фактическим результатам
- Добавить в каждую историю понятный следующий шаг для читателя

Недели 9–10. Самостоятельный ритм

- Ответственный ведёт план без внешней помощи
- Держать запас из двух готовых материалов на случай отпуска или срочного сбора
- Еженедельная планёрка 30–40 минут вместо ежедневных обсуждений

Недели 11–12. Итоги квартала

- Сравнить все показатели с исходными и с целью
- Записать, что сработало и что нет
- Составить стратегию и цели на следующий квартал

Показатели: сейчас и через три месяца

Показатель	Сейчас	Цель
Публикаций в неделю: план и факт		
Средний охват поста на основной площадке		
Вовлечённость (реакции, комментарии, репосты к охвату)		
Новые регулярные подписки в месяц		
Сумма регулярных пожертвований в месяц		
Открываемость рассылки		

Впишите текущие значения прямо в таблицу. Через 12 недель сравните их с фактом.

к.э.н. Дмитрий Геннадиевич Плынов

Проектный контент-директор, AI Content Strategist

+7-903-726-25-04 · dg@plynov.ru · dgplynov.ru · t.me/plynov

Аудит контента фонда, разработка контент-стратегии, перезапуск редакционных процессов, сопровождение.