|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| День и время | Пост | Тип | Цель |
| СБ, 21:20 | Опрос: «угадайте, сколько краски нужно для 1000 визиток» | Развлекательный и обучающий | Вовлечь, показать экспертность |
| ВС, 20:20 | Видео с производства | Обучающий | Вовлечь, показать экспертность, повысить доверие |
| ПН, 13:10 | Готовим корпоративные календари к Новому году | Продающий | Привлечь заказы би-ту-би |
| ВТ, 21:00 | 5 идей для принта | Развлекательный | Показать ассортимент |
| СР, 13:10 | Термоперенос VS сублимация | Обучающий | Показать экспертность |
| ЧТ, 21:00 | Полный процесс заказа за 40 секунд | Обучающий | Вовлечь, показать экспертность |
| ПТ, 13:10 | «До» и «после»: брендирование кофейни | Инфо-продающий | Показать результат работы |
| СБ, 18:00 | Линейка принтов на шопперах | Продающий | Познакомить с ассортиментом |
| ВС, 20:00 | 5 идей для принта | Развлекательный | Показать ассортимент |
| ПН, 13:15 | Готовим корпоративные календари к Новому году (повтор) | Продающий | Привлечь заказы би-ту-би |
| ВТ, 13:30 | Готовые решения для вашего бизнеса | Продающий | Привлечь заказы би-ту-би |
| СР, 21:40 | Интересный кейс | Информационный | Вовлечь, показать экспертность |
| ЧТ, 21:00 | Процесс создания таблички за 30 секунд | Развлекательный, информационный | Показать процесс работы |
| ПТ, 20:00 | Как рождается принт: от идеи до готовой продукции | Информационный | Показать процесс работы |

Потребности, ценности, страхи, боли

Посты можно сгруппировать по двум типам: для би-ту-си и би-ту-би.

Контент для би-ту-си показывает ценности: удобство заказа, оперативность, простота («Полный процесс заказа за 40 секунд», «Как рождается принт: от идеи до готовой продукции», «Полный процесс заказа за 40 секунд»), устраняет страхи «мутного» сервиса и непонятного качества («Видео с производства», «Интересный кейс»), а так же вовлекает, показывая экспертность фирмы («Сколько краски нужно для 1000 визиток», «5 идей для принта»).

Контент для би-ту-би в основном направлен на показание экспертности, ознакомление с ассортиментом и демонстрацию готовых результатов. Таким образом, закрываются страхи непрофессионализма («Термоперенос VS сублимация»), непредсказуемости результата («Брендирование кофейни», «Готовые решения для вашего бизнеса»), показывается актуальный ассортимент («Календари к Новому году»).

Время: гипотезы

Контент для би-ту-би выкладывается в рабочие дни в обед — в это время люди проверяют соцсети, находясь в рабочей обстановке.

Контент для би-ту-си выкладывается по вечерам в любые дни и обязательно в выходные — в это время люди часто сидят в соцсетях, и пост имеет больший шанс быть замеченным.