ПРАКТИЧЕСКИЙ ГАЙД

Контент-завод

От 10 минут записи до опубликованного ролика

Система производства, публикации и выдачи материалов

@mamedov.rso · 2026

Содержание

Что такое контент-завод 4

Как устроена система целиком 4

Что нужно подготовить до запуска 5

1. Для кого создаётся контент . . . 5
2. Какое действие должен совершить зритель . . . 5
3. Что человек получит по кодовому слову . . . 5
4. Какие форматы будут производиться . . . 5
5. Где находится источник правды . . . 5

Шаг 1. Анализ темы и создание сценария 6

Шаг 2. Запись видео 7

Шаг 3. Передача исходника в систему 7

Шаг 4. ИИ-монтаж 8

4.1. Техническая проверка . . . 8
4.2. Расшифровка . . . 8
4.3. Черновая сборка . . . 8
4.4. Субтитры и графика . . . 8
4.5. Финальный рендер и контроль . . . 9

Шаг 5. Проверка и утверждение 9

Шаг 6. Автопостинг 10

Шаг 7. Выдача материалов по кодовому слову 10

Шаг 8. Аналитика и улучшение системы 11

Контент . . . 11
Воронка . . . 12
Производство . . . 12

Наш технологический стек 12

Структура папок и статусы контента 13

Техническое задание для одного ролика 14

Готовые промпты 15

Промпт для исследования и сценария . . . 15
Промпт для монтажного задания . . . 15
Промпт для недельной аналитики . . . 15

Минимальная версия контент-завода 16

Полная версия нашей системы 16

План запуска за 7 дней 16

День 1. Описать систему . . . 16
День 2. Создать структуру . . . 17
День 3. Зафиксировать монтажный шаблон . . . 17
День 4. Настроить публикацию . . . 17
День 5. Настроить выдачу . . . 17
День 6. Соединить этапы . . . 17
День 7. Убрать лишние действия . . . 17

Частые ошибки 17

Автоматизировать нестабильный формат . . . 17
Пересылать тяжёлые файлы между агентами . . . 17
Делать облако центром системы . . . 17
Использовать неофициальную автоматизацию Instagram . . . 17
Публиковать материал до проверки выдачи . . . 18
Не обрабатывать повторы и ошибки . . . 18
Измерять только просмотры . . . 18
Пытаться убрать человека полностью . . . 18

Итоговый чек-лист 18

Контент . . . 18
Производство . . . 18
Публикация . . . 18
Выдача . . . 18
Улучшение . . . 19

Что такое контент-завод

Контент-завод — это не нейросеть, которая «сама ведёт блог». Это производственный процесс, в котором у каждого этапа есть понятный вход, результат, исполнитель и следующий шаг.

Обычная работа с одним роликом выглядит так: придумать тему, написать текст, записать видео, перенести исходник, смонтировать, сделать графику, написать описание, загрузить ролик, выбрать время публикации, следить за комментариями и вручную отправлять материалы. Большая часть этой работы повторяется и не требует личного участия автора.

Поэтому мы оставляем человеку только то, где действительно нужны его опыт, лицо и решение:

- выбрать сильную тему;
- проверить основную мысль;
- записать видео;
- утвердить финальную версию.

Остальное превращаем в управляемый конвейер.

Важно говорить честно: **10 минут — это время автора перед камерой, а не время на первоначальную настройку системы**. Сам завод собирается один раз, калибруется на нескольких роликах и только после этого экономит часы на каждом следующем выпуске.

Как устроена система целиком

```
Анализ аудитории и темы
          ↓
Сценарий и призыв к действию
          ↓
Запись видео на телефон
          ↓
Облако или входящая папка на Mac
          ↓
Расшифровка → чистка пауз и звука → графика → рендер
          ↓
Быстрое утверждение автором
          ↓
Планировщик публикаций
          ↓
Instagram / Threads / Stories / другие площадки
          ↓
Комментарий с кодовым словом
          ↓
Автоматическая выдача материала в Direct
          ↓
Метрики → выводы → темы следующей недели
```

Главная особенность этой схемы — замкнутый цикл. Мы не просто ускоряем монтаж. Мы связываем производство, публикацию, выдачу материала и аналитику. Благодаря этому каждый новый ролик опирается на реальные реакции аудитории, а не только на мнение автора.

Что нужно подготовить до запуска

До автоматизации необходимо принять пять решений.

1. Для кого создаётся контент

Не «для предпринимателей вообще», а для конкретного человека с конкретной ситуацией. Например: владелец компании, который устал лично управлять отделом продаж и не понимает, почему менеджеры не выполняют план.

2. Какое действие должен совершить зритель

У каждого ролика должна быть одна основная цель:

- подписаться;
- отправить видео знакомому;
- написать кодовое слово;
- перейти в профиль;
- получить материал;
- оставить заявку.

Если одновременно просить сделать всё, человек чаще всего не делает ничего.

3. Что человек получит по кодовому слову

Лид-магнит должен продолжать тему ролика. Если ролик о найме продавцов, выдаём чек-лист по найму. Если ролик о контент-заводе, выдаём инструкцию по сборке контент-завода — этот гайд.

Хороший материал решает одну небольшую задачу сразу. Он не должен быть рекламной брошюрой на двадцать страниц.

4. Какие форматы будут производиться

Сначала достаточно двух:

- говорящая голова с инфографикой;
- короткий ролик с нарезкой и закадровым текстом.

Для каждого формата нужны отдельные правила монтажа. Попытка автоматизировать десять разных стилей одновременно обычно заканчивается десятью нестабильными процессами.

5. Где находится источник правды

Для каждого выпуска должна существовать одна карточка или один файл задания. Там хранятся тема, сценарий, исходник, кодовое слово, материал, подпись, статус, дата публикации и ссылки на результаты.

Без этого агенты и сервисы начинают работать с разными версиями одного ролика.

Шаг 1. Анализ темы и создание сценария

Начинать нужно не с вопроса «что сегодня снять?», а с наблюдения за аудиторией.

Источники тем:

- вопросы клиентов и отдела продаж;
- комментарии и сообщения;
- возражения перед покупкой;
- ролики конкурентов, которые собрали пересылки и обсуждения;
- новости рынка;
- собственные ошибки, решения и эксперименты;
- результаты уже опубликованного контента.

Для каждой идеи мы собираем короткую аналитическую карточку:

Поле	Что записать
Аудитория	Кто должен узнать себя в ролике
Боль	Что у человека не получается сейчас
Конфликт	С чем мы не согласны или что делается неправильно
Обещание	Что зритель поймёт после просмотра
Доказательство	Кейс, цифра, наблюдение или логика
Действие	Что сделать после ролика
Материал	Что отправить по кодовому слову

После анализа ИИ готовит не литературный текст, а разговорный сценарий:

1. **Хук:** сильное утверждение в первые секунды.
2. **Узнавание:** ситуация, в которой зритель видит себя.
3. **Разворот:** мысль, которая меняет привычный взгляд.
4. **Доказательство:** пример, механика, цифра или личный опыт.
5. **Вывод:** одно простое правило.
6. **CTA:** одно понятное следующее действие.

Пример CTA для этого гайда:

> *Я собрал схему нашего контент-завода: от сценария и ИИ-монтажа до автопостинга и выдачи материалов. Напишите в комментариях слово «ЗАВОД» — отправлю инструкцию в Direct.*

На выходе этапа должны быть:

- название выпуска;
- финальный сценарий;
- подсказки по кадру и графике;
- текст описания;
- кодовое слово;
- ссылка или файл для выдачи.

Шаг 2. Запись видео

Задача записи — получить ясную, живую речь, а не идеальный дубль.

Базовые настройки:

- вертикальный кадр 9:16;
- камера на уровне глаз;
- ровный свет на лице;
- тихое помещение или петличный микрофон;
- чистый фон без лишнего визуального шума;
- свободное место сверху и снизу под титры и интерфейс соцсети.

Практический порядок:

1. Открыть сценарий и прочитать его один раз целиком.
2. Записать хук отдельно двумя-тремя вариантами.
3. Основную часть говорить смысловыми блоками, не пытаясь запомнить весь текст.
4. После ошибки сделать паузу и повторить фразу — монтажный агент удалит неудачный фрагмент.
5. Оставить две секунды тишины в начале и конце.
6. Не переснимать ролик из-за небольшой оговорки, если смысл понятен.

Обычно запись занимает 5–15 минут. Критерий готовности простой: мысль раскрыта, звук разборчивый, есть сильное начало и понятный призыв.

Шаг 3. Передача исходника в систему

В ролике этот шаг можно называть «закинул в облако». Технически облако здесь — только транспортный слой. В нашей текущей архитектуре тяжёлый исходник один раз попадает на постоянно включённый Mac и дальше не пересылается между агентами.

Рабочий вариант:

1. Передать видео с телефона по AirDrop.
2. Положить файл во входящую папку.
3. Назвать его по единому шаблону.
4. Дать системе команду: «Видео в папке, начали».

Если команда работает удалённо, входящей папкой может быть синхронизируемое облачное хранилище. После загрузки файл автоматически появляется на монтажной машине.

Рекомендуемый шаблон имени:

```
2026-10-23_content-factory_personal_v01.mov
```

Где указаны дата, короткая тема, аккаунт или формат и номер версии.

Главное правило: **видео хранится в одном месте**. Агенты получают путь к файлу, транскрипт и инструкции, а не отдельные копии исходника по 500 МБ.

Шаг 4. ИИ-монтаж

После появления файла диспетчер создаёт выпуску уникальный ID и запускает последовательность задач.

4.1. Техническая проверка

Система проверяет:

- файл открывается;
- есть видеодорожка и звук;
- ролик вертикальный или может быть корректно кадрирован;
- длительность соответствует формату;
- исходник загрузился полностью.

4.2. Расшифровка

Речь превращается в текст с тайм-кодами. Расшифровка нужна не только для субтитров: по ней агент видит повторы, ошибки, паузы и места для графики.

4.3. Черновая сборка

Монтажный агент:

- удаляет длинные паузы и неудачные дубли;
- сохраняет естественный ритм речи;
- выравнивает громкость;
- очищает заметный шум;
- выбирает лучший вариант хука;
- собирает чистую основу ролика.

4.4. Субтитры и графика

Следующий агент получает уже не тяжёлый исходник, а путь к нему, транскрипт и монтажное задание. Он добавляет:

- читаемые субтитры;
- акценты на ключевых словах;
- схемы, цифры и короткие подписи;
- изображения или B-roll там, где они помогают понять мысль;
- фирменные цвета, шрифты и правила композиции.

Графика не должна дублировать каждое слово. Её задача — удерживать внимание и быстрее объяснять сложную мысль.

4.5. Финальный рендер и контроль

На выходе формируется вертикальный файл 1080×1920. Автоматика проверяет длительность, звук, целостность файла, безопасные зоны титров и наличие финального кадра с CTA.

Сохраняются как минимум три версии:

- исходник;
- очищенная версия;
- финальный рендер.

Версии не перезаписываются. Если правка ухудшила результат, можно вернуться к предыдущему состоянию.

Шаг 5. Проверка и утверждение

Пока форматы развиваются, у видео остаётся одна человеческая контрольная точка.

Автор получает превью и проверяет только четыре вещи:

- правильно ли передан смысл;
- не искажены ли факты;
- устраивает ли темп;
- можно ли публиковать.

Ответ должен быть одним из трёх:

- **утверждаю**;
- **исправить конкретный фрагмент**;
- **не публиковать**.

После «утверждаю» ролик автоматически меняет статус и уходит в очередь публикации. Не нужно скачивать его, снова загружать в другой сервис и вручную передавать следующему агенту.

Наш операционный принцип: небольшой ляп лучше сорванной публикации. Автоматический контроль должен останавливать пустой, повреждённый или явно неправильный файл, но не превращать несовершенство в вечную доработку.

Шаг 6. Автопостинг

Готовый ролик вместе с метаданными передаётся в планировщик.

Карточка публикации содержит:

- аккаунт и площадку;
- финальный видеофайл;
- обложку;
- описание;
- кодовое слово;
- дату и время;
- настройки конкретной соцсети;
- ссылку на материал;
- статус публикации.

В нашей системе публикациями управляет self-hosted **Postiz**. Он работает на собственном Mac-сервере в Docker и хранит очередь, подключённые каналы и медиаматериалы локально.

Один исходный тезис можно адаптировать под разные площадки:

- Instagram Reels — полноценное вертикальное видео;
- Stories — несколько карточек «боль → объяснение → действие»;
- Threads — короткий тезис или цепочка;
- YouTube Shorts — версия с другим заголовком и описанием;
- Telegram — текстовый разбор с ссылкой на продукт или материал.

Это не означает публиковать везде один и тот же текст. Смысл общий, упаковка соответствует механике площадки.

Для важных видео сейчас сохраняется утверждение автором. Стабильные форматы — например, рабочие Stories, Threads и часть Telegram-контента — после калибровки могут публиковаться без проверки каждой единицы.

Шаг 7. Выдача материалов по кодовому слову

После публикации ролик становится входом в воронку.

Механика выглядит так:

1. В ролике и описании человек видит призыв написать кодовое слово.
2. Он оставляет комментарий, например «ЗАВОД».
3. Instagram отправляет событие в систему через webhook.
4. Система проверяет публикацию и совпадение ключевого слова.
5. Задача попадает в очередь отправки.

6. Человек получает личное сообщение с материалом.
7. При необходимости под комментарием появляется публичный ответ.
8. Отправка, ошибка и переход по ссылке сохраняются в аналитике.

В нашей системе это делает **OpenInstaDM** через официальный Meta Graph API. Он не вводит пароль от Instagram, не имитирует действия браузера и не занимается скрейпингом.

Пример публичного ответа:

> *Отправил в Direct. Если сообщение не видно, проверьте папку «Запросы».*

Пример первого сообщения:

> *Привет, {username}! Вот обещанный гайд по контент-заводу. Внутри — схема процесса, наш стек, готовые промпты и план запуска. [Получить гайд]*

Можно добавить проверку подписки, кнопки, отслеживаемую ссылку и второй вопрос для квалификации. Но первая версия воронки должна делать одну вещь безошибочно: быстро отдавать обещанный материал.

Для работы этой механики нужны:

- профессиональный Instagram-аккаунт Business или Creator;
- приложение в Meta for Developers;
- Instagram Login и необходимые разрешения;
- публичный HTTPS-адрес для webhook;
- запущенные web-процесс и worker;
- активная кампания с публикацией, кодовым словом и текстом ответа.

Шаг 8. Аналитика и улучшение системы

Контент-завод без аналитики быстро превращается в фабрику среднего контента. Поэтому последний этап одновременно является первым этапом следующего цикла.

Мы смотрим на три группы показателей.

Контент

- удержание первых секунд;
- среднее время просмотра;
- досмотры и повторные просмотры;
- пересылки и сохранения;
- переходы в профиль;
- подписки после просмотра.

Воронка

- количество комментариев с кодовым словом;
- доля комментариев от охвата;
- доставленные Direct-сообщения;
- переходы по ссылке;
- заявки и продажи из материала.

Производство

- время от загрузки исходника до превью;
- количество ручных касаний;
- число повторных рендеров;
- ошибки публикации;
- ошибки выдачи материала.

Оптимальный ритм — недельный:

1. Собрать результаты прошлой недели.
2. Найти лучшие хуки, темы и форматы.
3. Выбрать несколько новых гипотез.
4. Записать следующую серию роликов.
5. Опубликовать.
6. Снова сравнить фактическую реакцию.

Главный цикл системы: **наблюдение** → **гипотеза** → **публикация** → **реакция** → **коррекция**.

Наш технологический стек

Ниже — не обязательный набор для каждого. Это текущая архитектура нашего контент-завода и роль каждого элемента.

Задача	Что используем	Зачем
Стратегия и сценарии	GPT/Codex-агенты + единый контент-бриф	Анализ аудитории, идеи, сценарии, ТЗ и недельная коррекция
Съёмка	iPhone	Быстрый вертикальный исходник без отдельной съёмочной команды
Передача файла	AirDrop → входящая папка на Mac	Один быстрый ручной шаг без повторной загрузки тяжёлого файла
Производственная машина	Постоянно включённый Mac	Локальное хранение, запуск агентов, обработка и рендер
Визуальная система	Astra	Правила графики, композиции и фирменной подачи

Задача	Что используем	Зачем
Монтажный контур	ИИ-агенты; отдельные этапы очистки речи, графики и рендера	Удаление пауз, звук, субтитры, графика, сборка версий
Цвет и финальный рендер	DaVinci Resolve — в экспериментальном контуре	Цветокоррекция и профессиональный экспорт для отдельных форматов
Планирование	Postiz v2.25.1, self-hosted	Очередь и автопостинг в подключённые соцсети
Выдача по слову	OpenInstaDM, self-hosted	Комментарий → очередь → личное сообщение через официальный API
Интеграция Instagram	Meta Graph API + Instagram Login	Авторизованная публикация, webhooks и private replies
Запуск сервисов	Docker Compose	Воспроизводимый запуск всего контура на одном сервере
Данные	PostgreSQL	Публикации, кампании, события, логи и статусы
Очереди	Redis + BullMQ	Надёжная обработка комментариев, повторов и ограничений API
Длинные процессы публикации	Temporal в контуре Postiz	Управление задачами, которые должны переживать перезапуски
Панель OpenInstaDM	Next.js 16, React 19, TypeScript, Prisma	Кампании, подключения, логи и аналитика выдачи
Внешний доступ	Публичный HTTPS-туннель или домен	Доставка webhooks Meta на локальный сервер
Защита секретов	Локальные `.env`-файлы и шифрование токенов	Пароли и API-ключи не попадают в код и логи

Отдельный защитный процесс проверяет доступ к Threads API. Если Meta явно отклоняет доступ, он останавливает Postiz, чтобы система не создавала очередь заведомо ошибочных публикаций. После восстановления доступ проверяется, просроченная очередь просматривается вручную и только затем публикации возобновляются.

Технологии можно заменить. Нельзя убирать сами функции: единый вход, статусы, очередь, контроль ошибок, официальный API и аналитику.

Структура папок и статусы контента

Простая структура для файловой системы:

```
content-factory/
├── 00_strategy/
├── 01_ideas/
├── 02_scripts/
├── 03_inbox/
├── 04_processing/
├── 05_review/
├── 06_ready/
├── 07_scheduled/
├── 08_published/
├── 09_lead_magnets/
└── logs/
```

Папки удобны человеку, но автоматике нужны статусы:

```
idea
→ scripted
→ recorded
→ processing
→ review
→ approved
→ scheduled
→ published
→ delivery_active
→ archived
```

Каждый переход происходит только после понятного события. Например, файл не считается готовым к монтажу просто потому, что появился в папке: загрузка должна завершиться, а карточка выпуска — содержать сценарий и формат.

Техническое задание для одного ролика

Минимальная карточка выпуска может выглядеть так:

```
id: 2026-10-23-content-factory-01
account: personal
platforms:
  - instagram_reels
  - youtube_shorts
topic: Как работает наш контент-завод
audience: Предприниматели и эксперты, которые сами ведут соцсети
goal: Получение гайда по кодовому слову
hook: Я трачу 10 минут на запись, дальше ролик собирает система
keyword: ЗАВОД
lead_magnet: 09_lead_magnets/content-factory-guide.pdf
source: 03_inbox/2026-10-23_content-factory_personal_v01.mov
style: talking_head_astra
cta: Напишите «ЗАВОД» — отправлю полную инструкцию
approval_required: true
publish_at: 2026-10-24T18:30:00+03:00
```

Такая карточка отделяет смысл и управляющие данные от тяжёлого медиафайла. Любой агент видит, что именно нужно сделать, а диспетчер понимает текущий статус.

Готовые промпты

Промпт для исследования и сценария

```
Ты — контент-стратег практика, который объясняет сложные вещи простым языком.

Аудитория: [кто эти люди и в какой ситуации находятся].
Тема: [тема ролика].
Цель: [подписка / пересылка / кодовое слово / заявка].
Продукт или материал: [что получит человек].
Тон: ясный, уверенный, живой, без инфобизнесовой воды.

1. Сформулируй главную боль и ошибочное убеждение аудитории.
2. Предложи 10 хуков, из которых минимум 3 конфликтные и 3 основаны на личном опыте.
3. Выбери самый сильный хук и объясни выбор.
4. Напиши разговорный сценарий на 45–75 секунд по структуре:
   хук → узнавание → разворот → доказательство → вывод → один CTA.
5. Отдельно дай описание публикации и подсказки для графики.
6. Не придумывай цифры и факты. Всё сомнительное пометь для проверки.
```

Промпт для монтажного задания

```
По исходному видео и транскрипту подготовь монтажный лист.

Цель ролика: [цель].
Формат: вертикальный 9:16.
Стиль: [говорящая голова / нарезка / разбор].
Финальный CTA: [текст].

Укажи:
- какие дубли и паузы удалить;
- где ускорить или оставить естественную паузу;
- какие фразы вынести в крупный текст;
- где нужна схема, цифра, изображение или B-roll;
- какие утверждения требуют фактчекинга;
- тайм-код финального CTA.

Не добавляй графику ради графики. Каждый элемент должен усиливать смысл или удержание.
```

Промпт для недельной аналитики

```
Проанализируй таблицу роликов за неделю.

Сравни темы, хуки, длительность, удержание, пересылки, сохранения,
переходы в профиль, подписки, комментарии с кодовым словом,
доставку Direct и переходы по ссылке.

Отдели устойчивые сигналы от случайных всплесков. Дай:
1. три вывода, подтверждённых данными;
2. что перестать делать;
3. что повторить;
4. пять гипотез на следующую неделю;
5. один эксперимент, который меняет только одну переменную.
```

Минимальная версия контент-завода

Чтобы начать, не нужно сразу поднимать сервер и писать собственные интеграции.

Минимальная версия состоит из:

1. Единого документа со стратегией и аудиторией.
2. ИИ для исследования и сценариев.
3. Телефона для записи.
4. Одной облачной или локальной входящей папки.
5. Одного стабильного монтажного шаблона.
6. Планировщика публикаций.
7. Автоматизации «кодовое слово → сообщение».
8. Таблицы с результатами.

Сначала пройдите всю цепочку вручную на трёх роликах. Зафиксируйте повторяемые действия и только затем соединяйте их автоматикой. Автоматизированный хаос остаётся хаосом, просто работает быстрее.

Полная версия нашей системы

В полной версии Mac выполняет роль локального сервера и монтажной машины:

1. Рустам записывает ролик за 5–15 минут.
2. Через AirDrop помещает исходник во входящую папку.
3. Диспетчер присваивает выпуску ID и запускает обработку.
4. Первый агент очищает речь, паузы и звук.
5. Следующий агент создаёт графику по правилам Astra и собирает ролик.
6. Система проверяет экспорт и показывает превью.
7. После утверждения файл сразу попадает в Postiz.
8. Postiz публикует ролик по расписанию.
9. OpenInstaDM отслеживает кодовое слово и выдаёт материал.
10. Метрики возвращаются контент-директору для следующего недельного цикла.

Для видео остаётся одно утверждение. Для отлаженных Stories, Threads и части текстового контента возможен полностью автоматический путь от генерации до расписания.

План запуска за 7 дней

День 1. Описать систему

Определить аудиторию, цель, два формата, площадки, кодовое слово и материал. Нарисовать путь от идеи до результата.

День 2. Создать структуру

Собрать папки, правила имён, карточку выпуска и статусы. Назначить одно место источником правды.

День 3. Зафиксировать монтажный шаблон

На одном хорошем исходнике утвердить темп, субтитры, графику, звук, CTA и параметры экспорта.

День 4. Настроить публикацию

Подключить профессиональный аккаунт к планировщику, создать тестовый пост и проверить фактическую публикацию.

День 5. Настроить выдачу

Подключить Meta-приложение, webhook и worker. Создать кампанию с тестовым кодовым словом и отправить материал на второй аккаунт.

День 6. Соединить этапы

Провести один выпуск от входящей папки до Direct. Записать все ручные передачи, ожидания и ошибки.

День 7. Убрать лишние действия

Автоматизировать только повторяемые передачи. Оставить утверждение там, где ошибка может изменить смысл или репутацию.

Частые ошибки

Автоматизировать нестабильный формат

Если каждый ролик монтируется по новым правилам, агент не может угадывать вкус автора. Сначала нужен эталон, затем автоматизация.

Пересылать тяжёлые файлы между агентами

Видео хранится один раз. Между этапами передаются путь, транскрипт, решения и статусы.

Делать облако центром системы

Облако удобно как вход, архив и резервная копия. Но многократная загрузка 500-МБ исходника замедляет производство. В нашей схеме монтаж выполняется локально.

Использовать неофициальную автоматизацию Instagram

Браузерные боты, скрейпинг и передача пароля создают риск блокировок. Для публикации, комментариев и личных ответов используйте официальный Meta API и профессиональный аккаунт.

Публиковать материал до проверки выдачи

До выхода ролика ссылка должна открываться, ключевое слово — совпадать, сообщение — отправляться, а файл — быть доступным с телефона.

Не обрабатывать повторы и ошибки

Webhook может прийти повторно, сеть может оборваться, API может ограничить скорость. Очередь должна безопасно повторять задачу и не отправлять человеку пять одинаковых сообщений.

Измерять только просмотры

Миллион просмотров без подписок, кодовых слов или заявок может быть слабее ролика на двадцать тысяч просмотров, который привёл нужных людей.

Пытаться убрать человека полностью

Личный опыт, позиция и финальное творческое решение — часть продукта. Цель автоматизации не заменить автора, а снять с него повторяемую работу.

Итоговый чек-лист

Контент

- [ ] Определены аудитория, боль и цель ролика.
- [ ] Есть сильный хук и один CTA.
- [ ] Материал действительно продолжает тему ролика.
- [ ] Кодовое слово короткое и легко пишется.

Производство

- [ ] Есть единая входящая папка.
- [ ] Для выпуска создаётся уникальный ID.
- [ ] Исходники не пересылаются и не перезаписываются.
- [ ] Утверждены правила пауз, звука, субтитров и графики.
- [ ] Финальный файл проходит техническую проверку.
- [ ] Автор получает одно понятное превью на утверждение.

Публикация

- [ ] Подключён правильный аккаунт.
- [ ] Указаны описание, обложка, дата и время.
- [ ] После утверждения ролик автоматически попадает в очередь.
- [ ] Ошибки публикации записываются и не теряются.

Выдача

- [ ] Instagram-аккаунт имеет тип Business или Creator.
- [ ] Используется официальный Meta API.
- [ ] Webhook доступен по HTTPS.
- [ ] Worker и очередь запущены.
- [ ] Кампания привязана к правильному ролику.
- [ ] Кодовое слово проверено со второго аккаунта.
- [ ] Ссылка и файл открываются с телефона.
- [ ] Отправки и переходы попадают в аналитику.

Улучшение

- [ ] Метрики собираются в одном месте.
- [ ] Раз в неделю фиксируются выводы.
- [ ] В новом эксперименте меняется одна переменная.
- [ ] Лучшие темы и форматы повторяются, а не забываются.

> ***Хотите обсудить вашу систему индивидуально?*** *Напишите мне напрямую в Telegram. Готов познакомиться с вашей задачей, ответить на вопросы и вместе определить, с чего начать: @MAMEDOVRSO.*

Контент-завод считается работающим не тогда, когда в нём много нейросетей, а когда автор может записать мысль за 10 минут, один раз передать исходник системе и предсказуемо получить опубликованный ролик, выданный материал и данные для следующего решения.

Формула: человек создаёт смысл → система производит и доставляет → аналитика делает следующий выпуск сильнее.