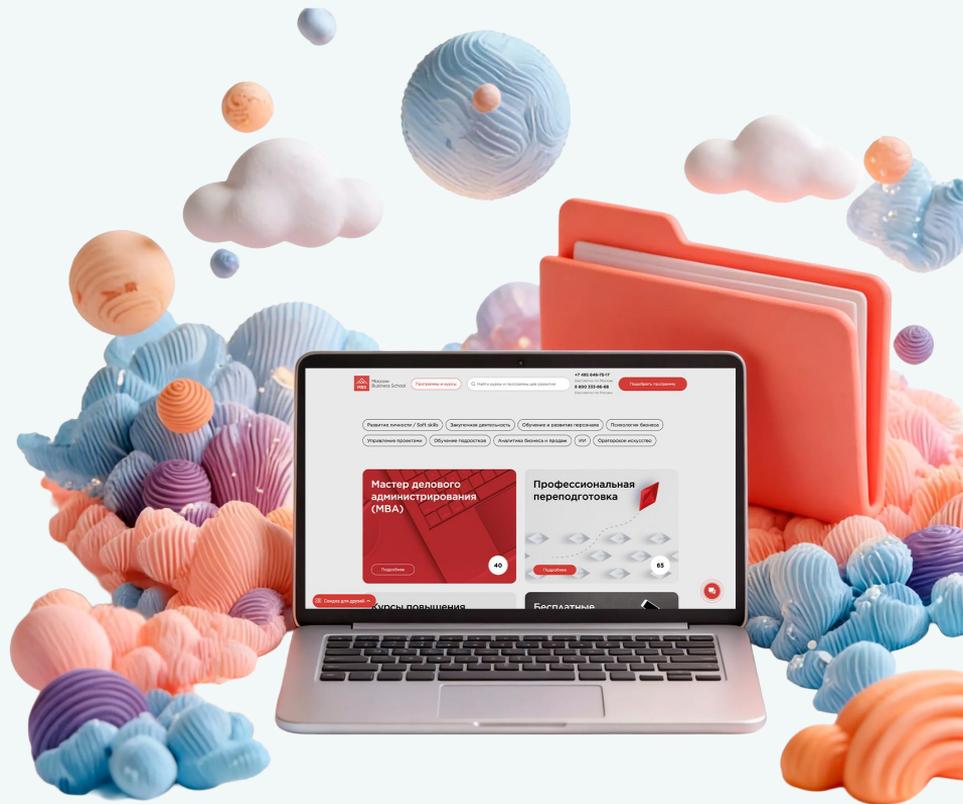


Кейс “Убийца копирайтеров”

➔ Как мы увеличили посещаемость блога онлайн-школы в **11,4** раза при помощи AI-агента



Сайт проекта: <https://mbschool.ru/>

Клиент: онлайн-школа, в которой с 2007 года обучают по авторским курсам и программам МВА, создают тренинги и проводят тимбилдинги.

Продуктовая линейка: курсы по различным профессиям (маркетинг, логистика и так далее).

Задачи: улучшение видимости сайта, рост органического трафика с помощью прокачки блога.

Анамнез: клиент обратился в Kokos Performance в феврале 2023 года. Изначально работа велась над SEO: был проведен аудит, выстроена новая структура сайта и созданы необходимые разделы. К августу 2023 года фокус сместился на контент-маркетинг.



Особенности:

- **Отсутствие системного подхода к контенту и утвержденной семантики.** Контент-маркетинг ранее велся хаотично — темы выбирались путем парсинга у конкурентов без учета собственного образовательного продукта.
- **Технические запросы клиента.** Для удобства публикации и корректного отображения на мобильных устройствах потребовалось дополнительно оптимизировать HTML-код таблиц в статьях. Команда подготовила несколько вариантов, из которых клиент выбрал наиболее подходящий.
- **Ограниченный бюджет,** что и стало одной из причин выбора ИИ-инструмента для масштабирования контента.

В кейсе покажем один из нескольких участков работ в 2025 году — продвижение при помощи информационного блога. Он был на сайте онлайн-школы и до обращения в [Kokoc.com](https://kokoc.com) (Kokoc Performance)



101 способ нематериальной мотивации: бесплатно или до 999 рублей.



Эффект синергии в организации



Применение теории хаоса в корпоративной безопасности.



Профессия «Руководитель отдела франчайзинга»: как им стать?



Трансформация Total rewards и актуализация систем вознаграждения



Совершенствуем систему вознаграждения по KPI. Премирование в проектах

Так выглядел блог в 2022-первом полугодии 2023 гг, <https://mbschool.ru/fag/articles/>



Работа над контентом. Постоянные улучшения

Подход к ведению информационного блога менялся несколько раз. До января 2025 года мы просто писали статьи с привлечением копирайтеров, затем стали постепенно внедрять искусственный интеллект, а с августа 2025 полностью сменили подходы и саму логику работы.

Вместо копирования чужих (тех, что спарсили с сайтов конкурентов) тем было сформировано собственное семантическое ядро, **строго привязанное к направлениям обучения в школе**. Грубо говоря, мы стали писать статьи исключительно продуктового направления. Пример: у нас есть курсы по логистике. Это значит, что нам нужны статьи, к которым можно привязать эту услугу и упаковать ссылку.



Первичные данные в маркетинге: полное руководство по сбору, анализу и применению



ROI в маркетинге: что это простыми словами, как посчитать и зачем он нужен бизнесу



Качественные и количественные маркетинговые исследования



Гостиничный маркетинг: полное руководство по целям, инструментам и стратегиям



4P в маркетинге: полное руководство по модели маркетинг-микса



Дифференцированный маркетинг: полное руководство по стратегии и примеры

Так выглядит блог в 2025 году, <https://mbschool.ru/faq/articles/>



Что такое контент-завод?

Данные на вход (Google Таблица):

- Основной ключ
- Тип страницы
- Страницы конкурентов
- Язык
- Семантика
- LSI
- Биография автора
- Примеры статей для подражания
- Инфо о компании

Так выглядит задачник, созданный на основе таблиц Google

A1	Месяц							
	A	B	C	D	E	F	G	H
87	Октябрь	mbschool.ru - СЯ (инфо, s...	Топ лучших книг по soft skills	50	Новая статья	Низкий	Подготовка ТЗ	Proffiator
88	Октябрь	mbschool.ru - СЯ (инфо, s...	Soft skills юриста	50	Новая статья	Низкий	Подготовка ТЗ	Proffiator
89	Октябрь	mbschool.ru - СЯ (инфо, s...	Soft skills для IT специалистов	50	Новая статья	Низкий	Подготовка ТЗ	Proffiator
90	Октябрь	mbschool.ru - СЯ (инфо, s...	Hard skills руководителя отдела продаж	47	Новая статья	Низкий	Подготовка ТЗ	Proffiator
91	Октябрь	mbschool.ru - СЯ (инфо, s...	Soft skills предпринимателя	39	Новая статья	Низкий	Подготовка ТЗ	Proffiator
92	Октябрь	mbschool.ru - СЯ (инфо, s...	Hard skill менеджера	29	Новая статья	Низкий	Подготовка ТЗ	Proffiator
93	Ноябрь	mbschool.ru - СЯ (инфо,за...	Что такое тендер и зачем его проводят?	18902	Новая статья	Критический	ТЗ готово	Proffiator
94	Ноябрь	mbschool.ru - СЯ (инфо,за...	Кто такие стейкхолдеры и как построить карты стейк	5057	Новая статья	Высокий	ТЗ готово	Proffiator
95	Ноябрь	mbschool.ru - СЯ (инфо,за...	Составление идеального договора поставки: на что о	4495	Новая статья	Высокий	ТЗ готово	Proffiator
96	Ноябрь	mbschool.ru - СЯ (инфо,за...	Управление отношениями с поставщиками (SRM): чт	966	Новая статья	Высокий	ТЗ готово	Proffiator
97	Ноябрь	mbschool.ru - СЯ (инфо,за...	Тендеры: открытие, закрытие, двухэтапные - в чем и	382	Новая статья	Средний	Подготовка ТЗ	Proffiator
98	Ноябрь	mbschool.ru - СЯ (инфо,за...	Что такое управление закупками в компании и как пр	328	Новая статья	Средний	Подготовка ТЗ	Proffiator
99	Ноябрь	mbschool.ru - СЯ (инфо,за...	Поиск и оценка поставщиков: пошаговый алгоритм д	262	Новая статья	Средний	Подготовка ТЗ	Proffiator

Главным организационным ноу-хау стал специально созданный задачник — единый Google-документ, который структурировал всю работу. В нем фиксировались вопросы клиента, утверждались тематические направления и приоритеты, велся список согласованных тем, а также отслеживался статус каждой статьи и, что самое важное, динамика приносимого ею трафика от месяца к месяцу.

Заказчик получил отлаженный процесс публикации и мониторинга, где каждая статья отслеживалась на предмет эффективности.



Привлечение собственного ИИ-агента

Центральной фишкой проекта стало использование внутреннего ИИ-агента **собственной разработки Kokos Performance** для генерации текстов.

Мы внедрили двухуровневый процесс создания статей с помощью ИИ: для высокоприоритетных (ВЧ) запросов нейросеть создавала подробную структуру для последующей глубокой доработки редактором.

Вот ее отрывок:

H1: Диджитал-маркетинг: Полное руководство 2025 по стратегиям, каналам и инструментам

Вступление: (Вводный абзац, отвечающий на вопрос "что это" за 2-3 предложения. Суть: диджитал-маркетинг — это комплексное продвижение продуктов и услуг с использованием цифровых каналов для привлечения, вовлечения и удержания клиентов.)
Оглавление с быстрыми ссылками (Table of Contents)

H2: Что такое диджитал-маркетинг простыми словами?

(Раскрытие определения, основной цели и сути цифрового маркетинга. Объяснение, почему это не просто "реклама в интернете", а целая экосистема взаимодействия с пользователем на всех этапах воронки.)

МУЛЬТИМЕДИА

- **Тип:** Таблица
- **Описание:** HTML-таблица (<table>) для сравнения трех понятий. Колонки: "Критерий" (напр., Используемые каналы, Фокус, Основная цель), "Диджитал-маркетинг", "Интернет-маркетинг", "Традиционный маркетинг".
- **Назначение:** Четко разграничивает смежные понятия, убирает путаницу у пользователя и предоставляет готовый ответ для AI-поиска.

Е-Е-А-Т

- **Тип:** Цитата эксперта
- **Описание:** Короткая и емкая цитата от ведущего преподавателя курса "Директор по маркетингу" Moscow Business School, объясняющая ключевую ценность диджитал-маркетинга для современного бизнеса.
- **Назначение:** Демонстрирует экспертизу учебного заведения и авторов контента.

H2: Ключевые цели и задачи цифрового маркетинга



Что получаем на выходе?

- Несколько вариантов Title, Description
- Готовый текст (SEO+GEO)
- Таблицы и рекомендации по наполнению
- Время 10-30 минут

	L	M	N	O	P	Q	R
10	16.10.2025	dd.mm.yyyy	https://mbschool.ru/faq/articles/koncepcii-marketinga-ot-klasiki				
11	30.09.2025	08.10.2025	https://mbschool.ru/faq/articles/inflyuens-marketing-polnoe-ruko	18	64		
12	30.09.2025	08.10.2025	https://mbschool.ru/faq/articles/professiya-marketolog-polnyy-gi	6	22		
13	30.09.2025	08.10.2025	https://mbschool.ru/faq/articles/treyd-marketing-v-2025-godu-ch	24	51		
14	30.09.2025	08.10.2025	https://mbschool.ru/faq/articles/crm-marketing-polnoe-rukovods	37	59		
15	30.09.2025	08.10.2025	https://mbschool.ru/faq/articles/sobytiymy-marketing-event-mar	142	366		
16	30.09.2025	08.10.2025	https://mbschool.ru/faq/articles/partizanskiy-marketing-polnoe-n	27	50		
17	30.09.2025	08.10.2025	https://mbschool.ru/faq/articles/professii-v-marketinge-2025-pol	60	110		
18	30.09.2025	08.10.2025	https://mbschool.ru/faq/articles/marketingovye-kommunikacii-v-	75	170		
19	16.10.2025	07.11.2025	https://mbschool.ru/faq/articles/istoriya-marketinga/		63		
20	30.09.2025	08.10.2025	https://mbschool.ru/faq/articles/kross-marketing-polnoe-rukovoc	62	94		
21	30.09.2025	08.10.2025	https://mbschool.ru/faq/articles/marketingovaya-sreda-polnoe-ru	32	46		
22	30.09.2025	08.10.2025	https://mbschool.ru/faq/articles/instrumenty-marketinga-polnyy-	52	106		

Задачник стал источником истины и для команды, и для заказчика, практически полностью автоматизировав рутинные согласования. Клиент размещает готовые материалы, данные по трафику в двух поисковых системах заносятся в задачник для оценки эффективности каждой статьи.

Для средне и низкочастотных нейросеть генерировала практически готовый к публикации текст.

Преимущества CRM-маркетинга для вашего бизнеса

CRM-маркетинг приносит бизнесу ощутимые преимущества, фокусируясь на данных для оптимизации коммуникаций и укрепления взаимоотношений с клиентами. Такой подход повышает эффективность продаж через глубокую персонализацию, что напрямую влияет на достижение стратегических целей компании.

- **Рост LTV (пожизненной ценности клиента):** удержание существующих клиентов обходится дешевле привлечения новых. Персонализированный подход увеличивает LTV на 25% и более.
- **Повышение лояльности:** рост удержания клиентов всего на 5% способен увеличить прибыль компании на 25-95%. Это достигается за счет более качественного взаимодействия и предложений, отвечающих интересам аудитории.
- **Увеличение повторных продаж:** автоматизированные сценарии и персональные предложения стимулируют клиентов возвращаться снова. Конверсия в повторную покупку может вырасти до 300%, вместе с этим увеличивается и средний чек.
- **Оптимизация маркетинговых расходов:** анализ данных помогает выявлять самые результативные каналы коммуникации и направлять бюджет именно на них, сокращая неэффективные затраты.
- **Глубокое понимание аудитории:** сегментация клиентской базы по демографическим, поведенческим и другим параметрам позволяет создавать релевантные и ценные для потребителя предложения.

Наш опыт в бизнес-образовании показывает кейсы, где компании после внедрения CRM-маркетинга снижали отток клиентов на 15%. Это подтверждают и данные аналитиков Creatio, которые говорят о росте валовой маржи на 19% при использовании CRM-инструментов.

Критерий	Традиционный маркетинг	CRM-маркетинг
Фокус	Массовая аудитория	Конкретный клиент
Объект	Продукт/Услуга	Отношения с клиентом
Данные	Обезличенные, агрегированные	Персональные, поведенческие
Цель	Привлечение (одна продажа)	Удержание и рост LTV

```

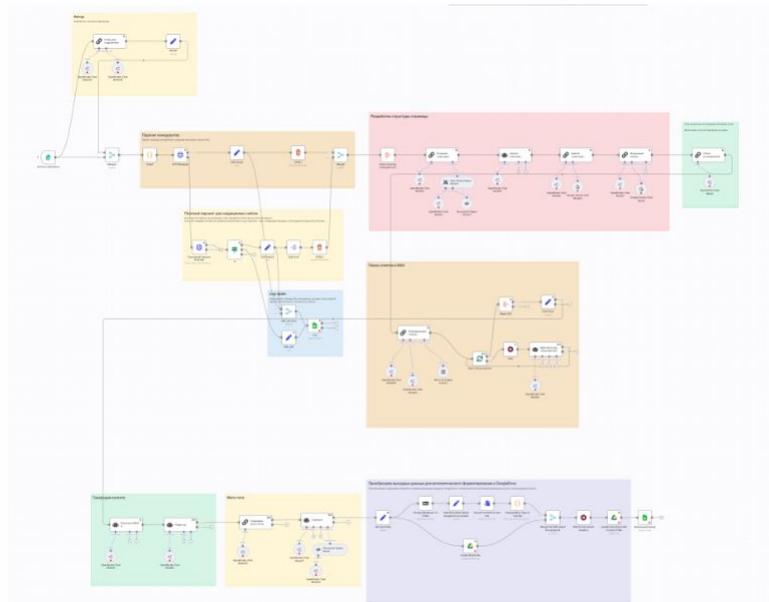
<div style="overflow-x: auto; -webkit-overflow-scrolling: touch;">
  <table style="border-collapse: collapse; width: 100%; min-width: 700px; border: 1px solid #ddd;">
    <thead>
      <tr>
        <th style="border: 1px solid #ddd; padding: 10px; background-color: #f5f5f5;">Критерий</th>
        <th style="border: 1px solid #ddd; padding: 10px; background-color: #f5f5f5;">Традиционный маркетинг</th>
        <th style="border: 1px solid #ddd; padding: 10px; background-color: #f5f5f5;">Удержание и рост LTV</th>
      </tr>
    </thead>
  </table>

```



Особенности контент-завода

- Подстраивает стилистику
- Анализ конкурентов
- Сбор структуры в 4 шага
- Обогащение, сбор фактов по теме
- Формирование списка вопросов
- Итерационный сбор фактов по вопросам
- AI-копирайтер + AI-редактор
- Генерация Meta
- Оптимизация под GEO
- Опционально RAG*



* RAG (Retrieval-Augmented Generation) — «генерация, дополненная поиском». Это технология, объединяющая большие языковые модели (LLM) с внешними базами знаний.



Преимущества контент-завода перед классическим копирайтингом

Что поменялось для клиента:

- Качество текстов улучшилось – редакторы вносят минимальные правки
- Процессы идут гораздо быстрее – **тексты за пару дней** вместо недель
- Можем закрывать неограниченные объемы – контент больше не является проблемой
- Результат лучше ручного копирайтинга – заметный прирост SEO-трафика



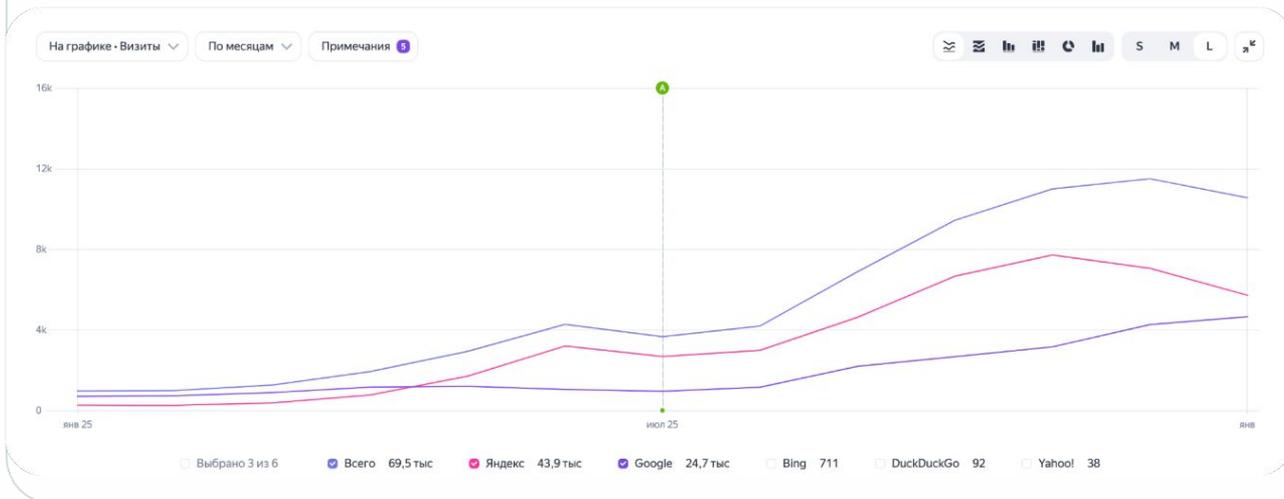
Тестируем подходы. Результаты за 2025 год

Подход №1. Промты + редакция:

- Январь – август `25, около **40** статей
- Яндекс: **+2 500** трафика в месяц
- Google: **+500** трафика в месяц

Подход №2. AI агент + редакция:

- Явгуст – декабрь `25, **29** статей
- Яндекс: **+5 000** трафика в месяц
- Google: **+3 500** трафика в месяц



Итог за 2025 год:

- Трафик из поиска: рост **в 11,4 раза**
- Яндекс: рост **в 25 раз**
- Google: рост **в 7 раз**



Результаты 2025. Бонус в SEO и AEO

Бонус в SEO и AEO:

- **60%** запросов в **ТОП-10** Яндекса и Google
- **45%** ядра в нейроответах

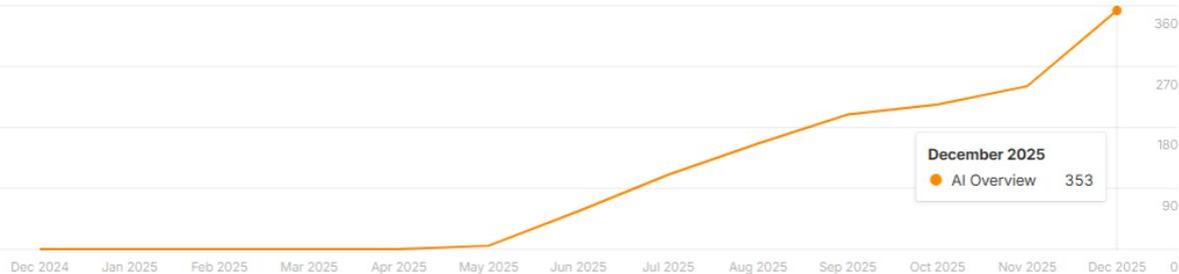


[Подробный кейс](#)

SERP features¹

Owned ▾

- Featured snippet
- AI Overview
- Sitelinks
- Top stories
- Image pack
- Videos
- Discussions and forums
- X (Twitter)
- Knowledge card
- Knowledge panel
- Thumbnail
- Video preview





Выводы

Проект наглядно демонстрирует, что эффективный контент-маркетинг строится на системе, а не на разовых действиях. Ключом к успеху стали:

Систематизация:

единый задачник сделал процесс прозрачным.

Гибкое использование ИИ:

инструмент не заменил экспертизу, а оптимизировал ресурсы.

Фокус на продукт:

привязка контента к реальным курсам повысила релевантность и коммерческую эффективность.

Клиентоориентированность:

готовность подстраиваться под технические потребности клиента (код таблиц) укрепила сотрудничество.

Результат — предсказуемый рост трафика при контролируемых расходах на контент.

**Хотите так же?
Откройте для себя возможности
дивизиона Kokoc Performance!**


**KOKOC
PERFORMANCE**

×


**KOKOC
GROUP**



 <https://kokoc.com>

|  hello@kokoc.com

|  +7 (495) 30 80 110