



**Продвижение в Instagram**



Привет! (:

Екатерина Захарова-  
Жукова

[vk.com/zakharova\\_zhukova](https://vk.com/zakharova_zhukova)



# Instagram

800 млн. пользователей по всему миру.

48.8% брендов присутствуют в Instagram. По прогнозам, эта цифра увеличится до 70,7%.

Из ста лучших брендов в мире у девяноста есть учётная запись Instagram.

96% фэшн-брендов США представлены в Instagram.

50% инстаграмеров подписаны на бренды, что повышает вероятность покупки продукции.

Взаимодействие с брендами в Instagram в 10 раз выше, чем на Facebook, в 54 раза выше, чем в Pinterest, и в 84 раза выше, чем в Twitter.

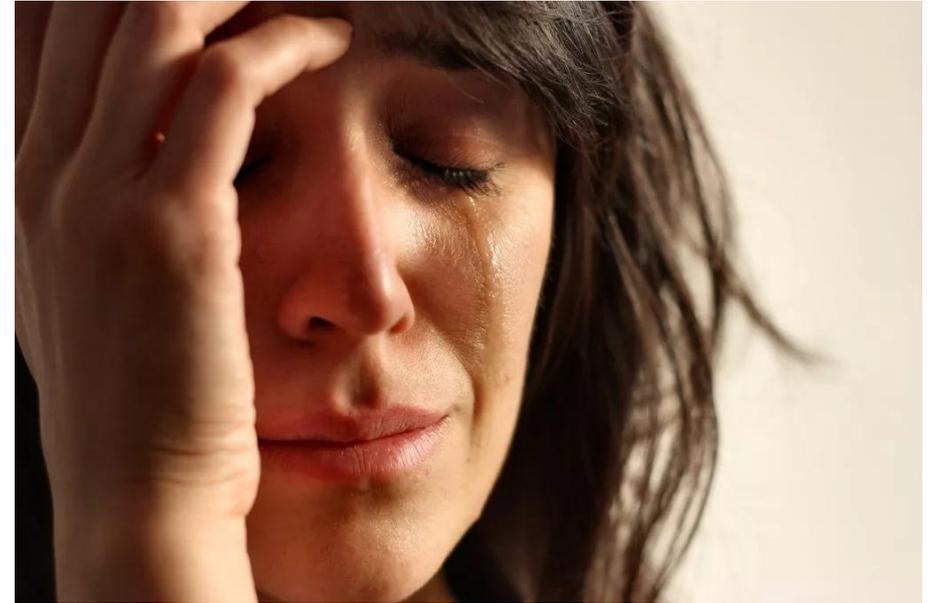
Более трети пользователей инстаграма используют свой мобильный телефон для онлайн-покупок. Таким образом, они на 70% более склонны к покупкам в сети, чем потребители, не использующие Instagram.



**ХОРОШО  
ПРОДВИГАЮТСЯ  
ВИЗУАЛЬНО  
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ  
СФЕРЫ**



...И



# ЭМОЦИИ

**Жадность** – вера в то что товар очень дешёвый или очень эксклюзивный.

**Страх** – усилении «боли» Клиента. Страхом пользуются многие продавцы, например при оформлении кредита, вам говорят «если вы не возьмёте страховку, то вам не одобрят кредит».

**Гордость** – ещё одна распространенная эмоция, которая очень сильна в развитом обществе. Гордыня заставляет людей покупать дорогие телефоны, зная что через год этот аппарат упадёт в цене и станет никому не нужен.

**Любовь** – ослепляет разум любого человека, проблема в том, что не у всех она есть. Расскажите клиенту, какое удовольствие он доставит жене, купив эту шубу.

**Радость (восторг)** – это чувство которое любят все и каждый. Расскажите клиенту какой классный товар он купит, опишите сколько удовольствия он ему принесёт. Приведите несколько примеров из жизни, делать это нужно очень позитивно и эмоционально.

# СПИСОК ЭМОЦИИ

Радость  
Восторг  
Надежда  
Гордость  
Нежность  
Благодарность  
Восхищение  
Любовь  
Умиротворение  
Умиление  
Безмятежность  
Воодушевление  
Азарт  
Ликование  
Симпатия  
Предвкушение

Гнев  
Раздражение  
Возмущение  
Недовольство  
Отвращение  
Презрение  
Бешенство  
Обида  
Злость  
Досада  
Зависть  
Негодование  
Злорадство  
Неприязнь  
Ревность

Печаль  
Грусть  
Разочарование  
Тоска  
Сочувствие  
Отчаяние  
Скорбь  
Сожаление  
Огорчение  
Жалость  
Горе

Страх  
Беспокойство  
Тревога  
Ужас  
Паника  
Испуг  
Волнение  
Настороженность  
Боязнь  
Опасение  
Трепет

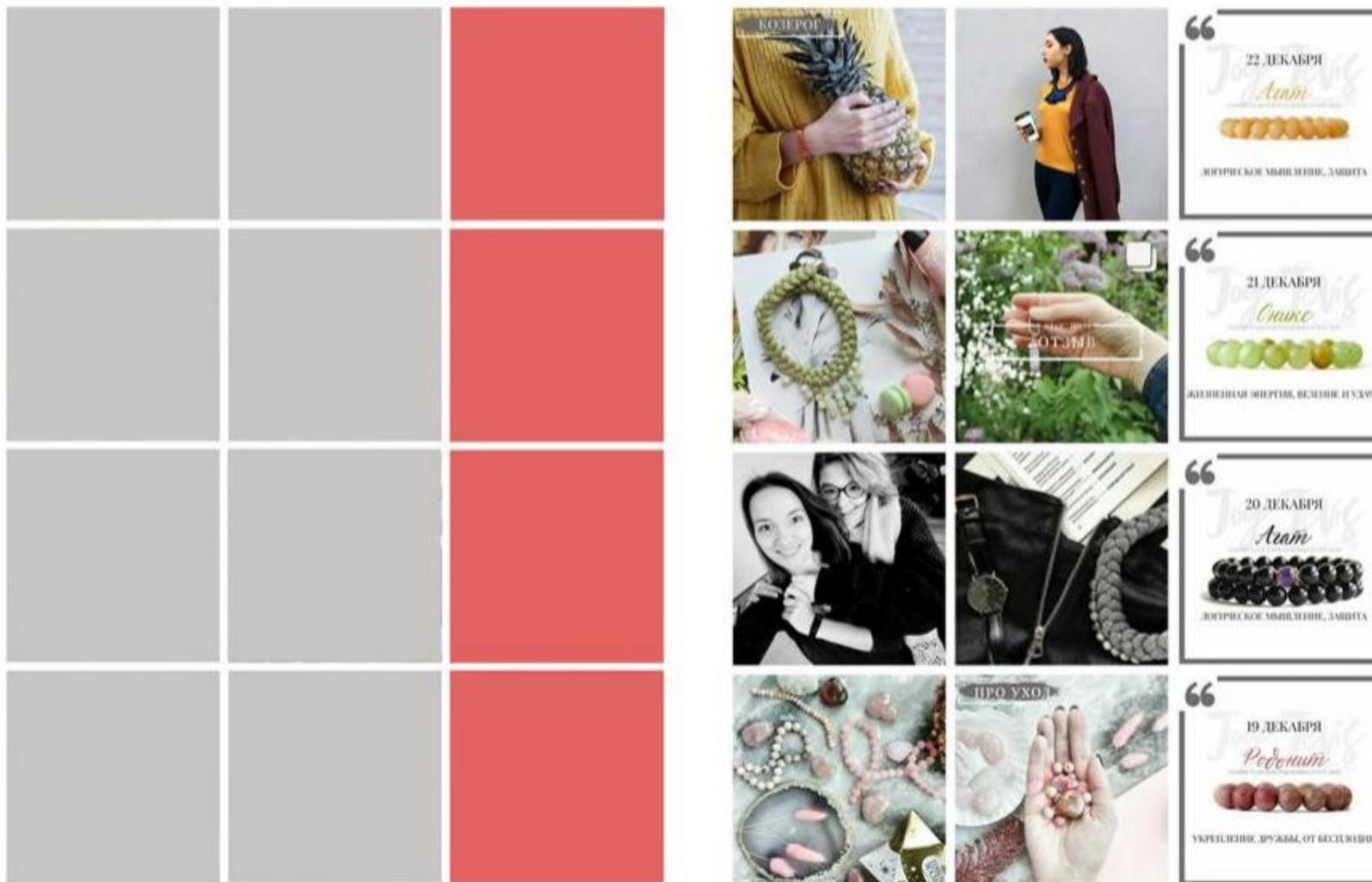
Стыд  
Вина  
Смушение  
Неловкость  
Неудобство

# 1 ОФОРМЛЕНИЕ ПРОФИЛЯ

- СТРУКТУРА
- ЦВЕТ
- ФОТО

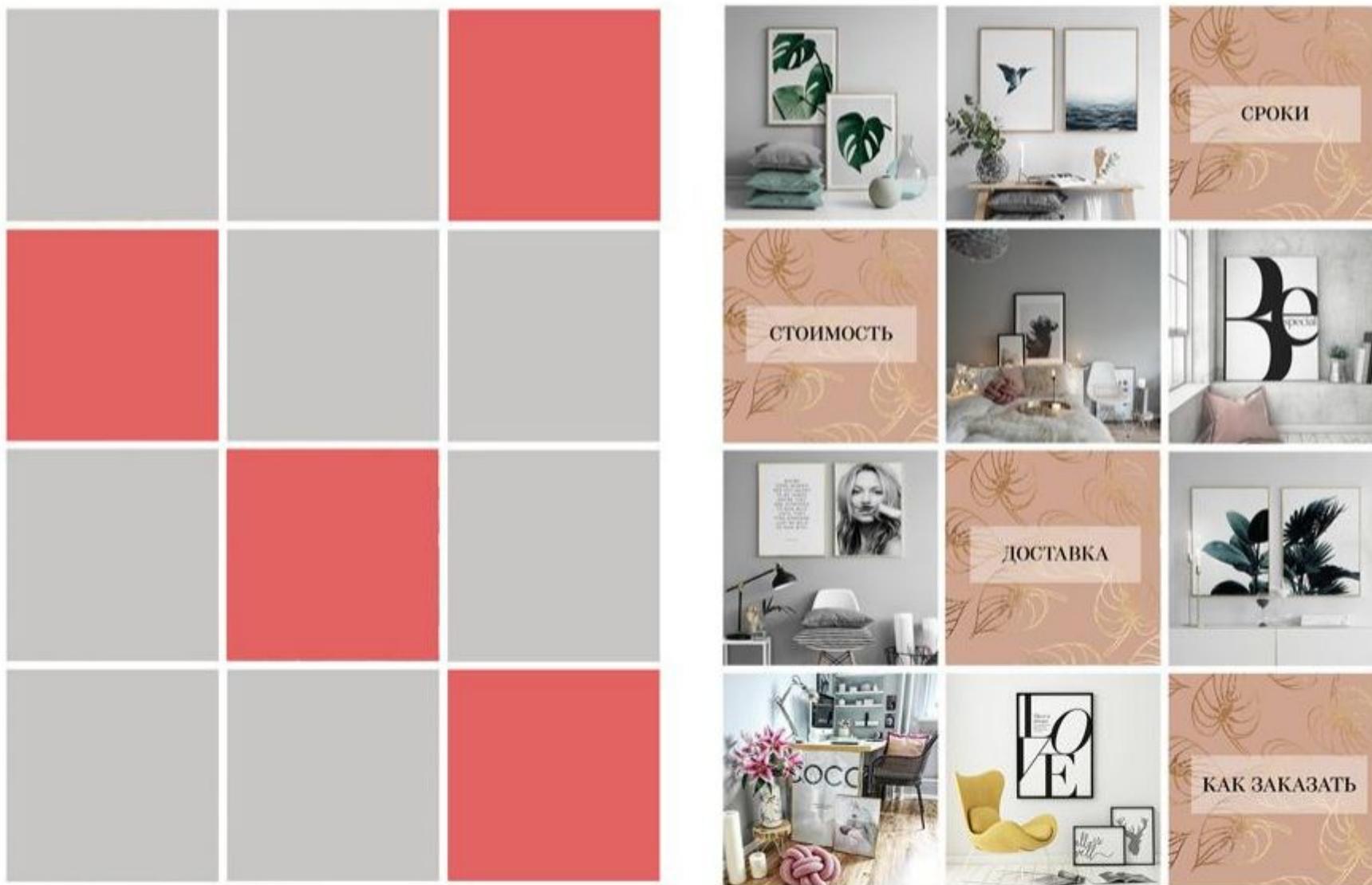
# ОФОРМЛЕНИЕ ПРОФИЛЯ: СТРУКТУРА

СТОЛБИК



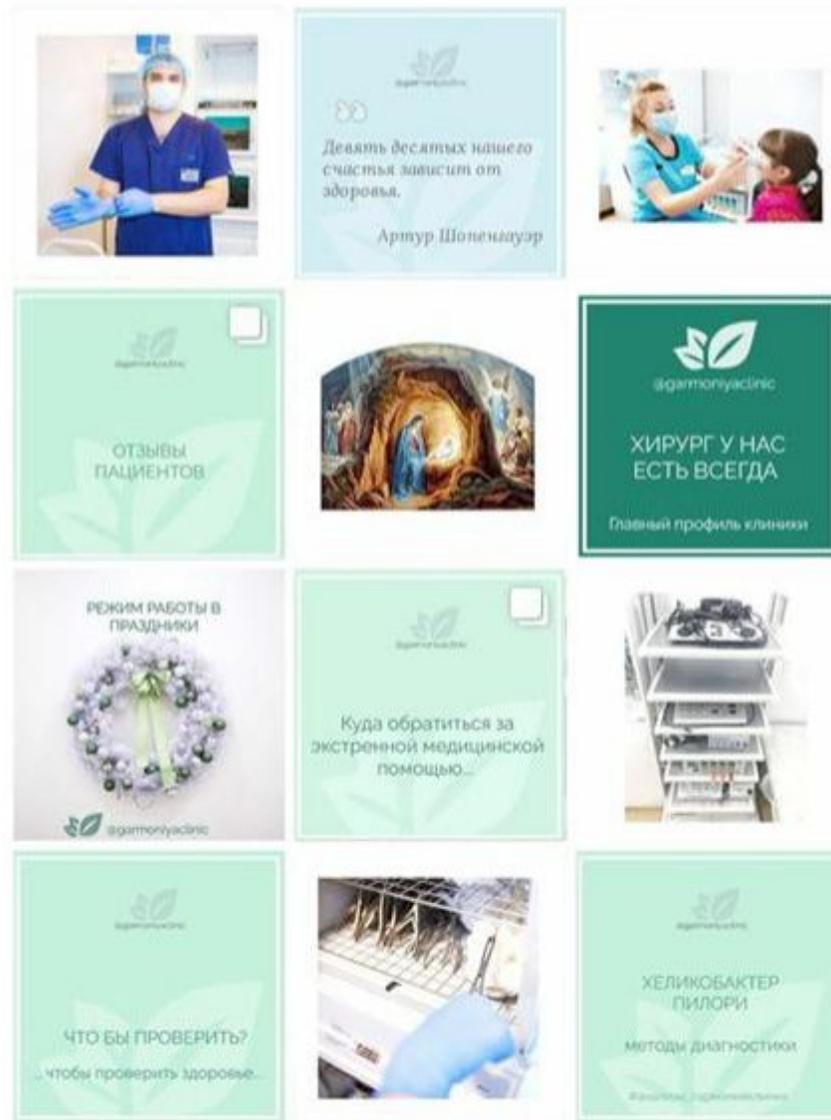
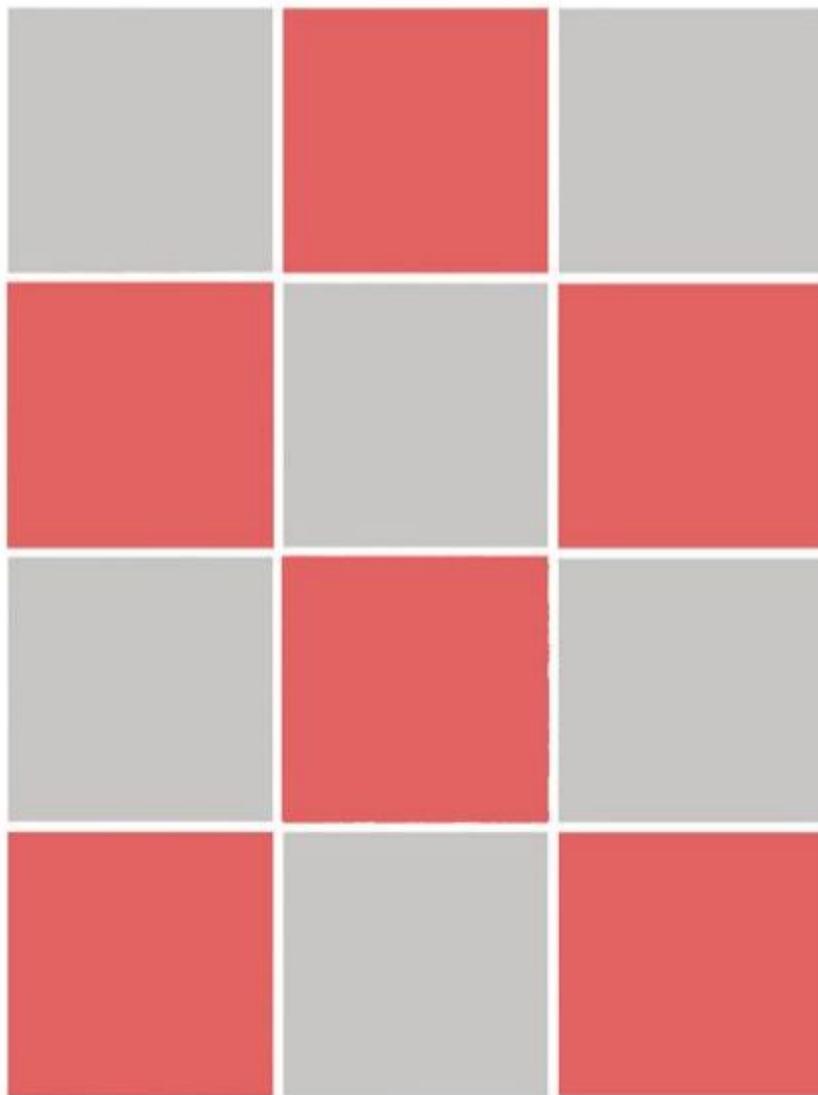
## ОФОРМЛЕНИЕ ПРОФИЛЯ · СТРУКТУРА

ДИАГОНАЛ  
Ь



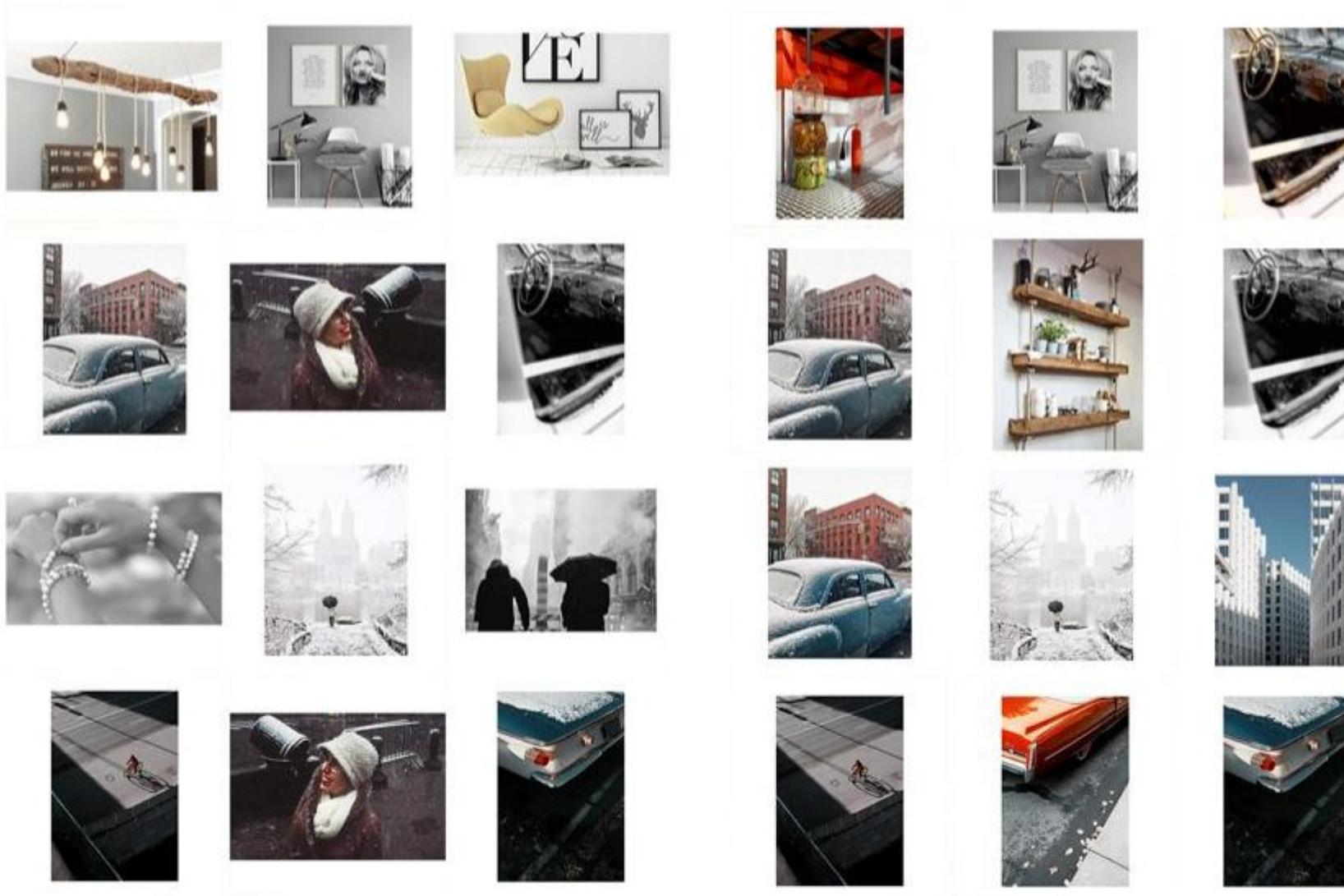
# ОФОРМЛЕНИЕ ПРОФИЛЯ: СТРУКТУРА

ШАХМАТЫ



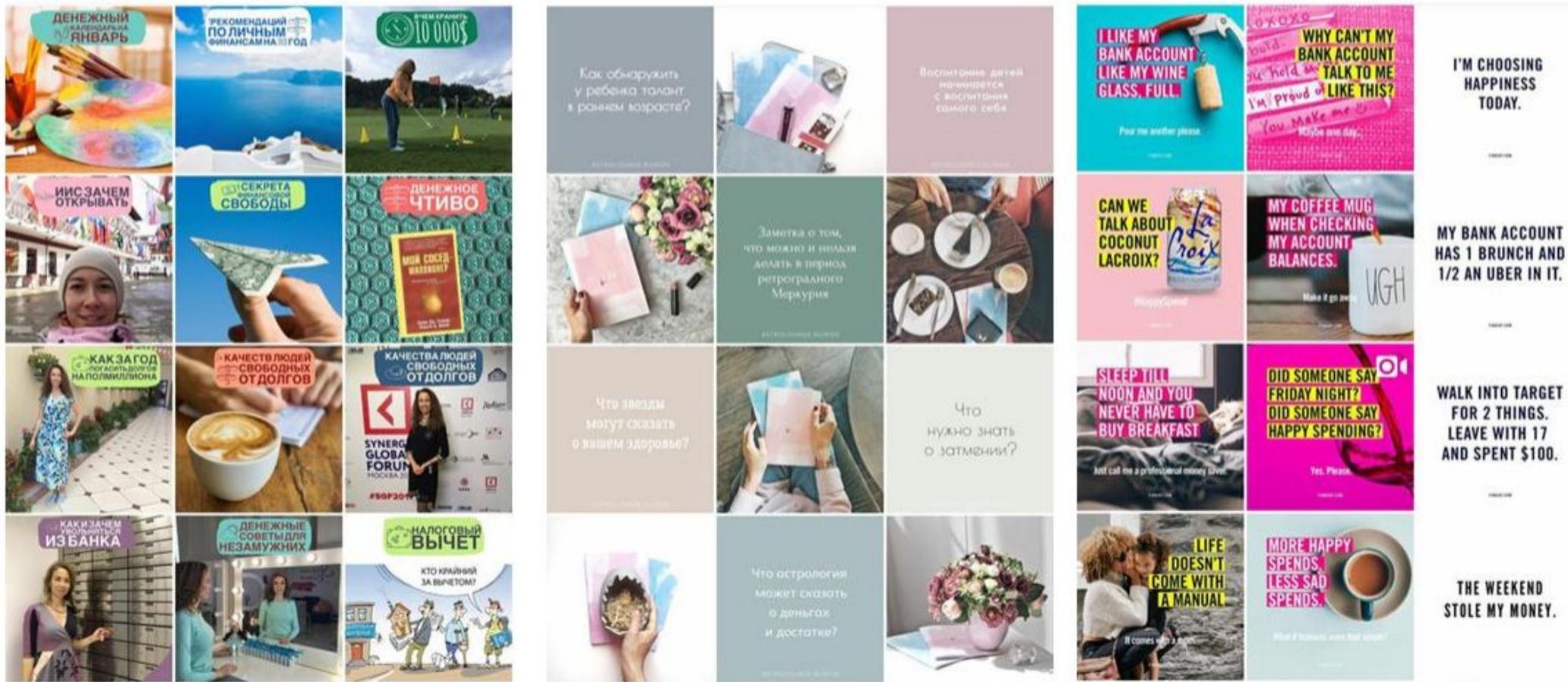
## ОФОРМЛЕНИЕ ПРОФИЛЯ: СТРУКТУРА

ФОТО  
СТРУКТУР  
А



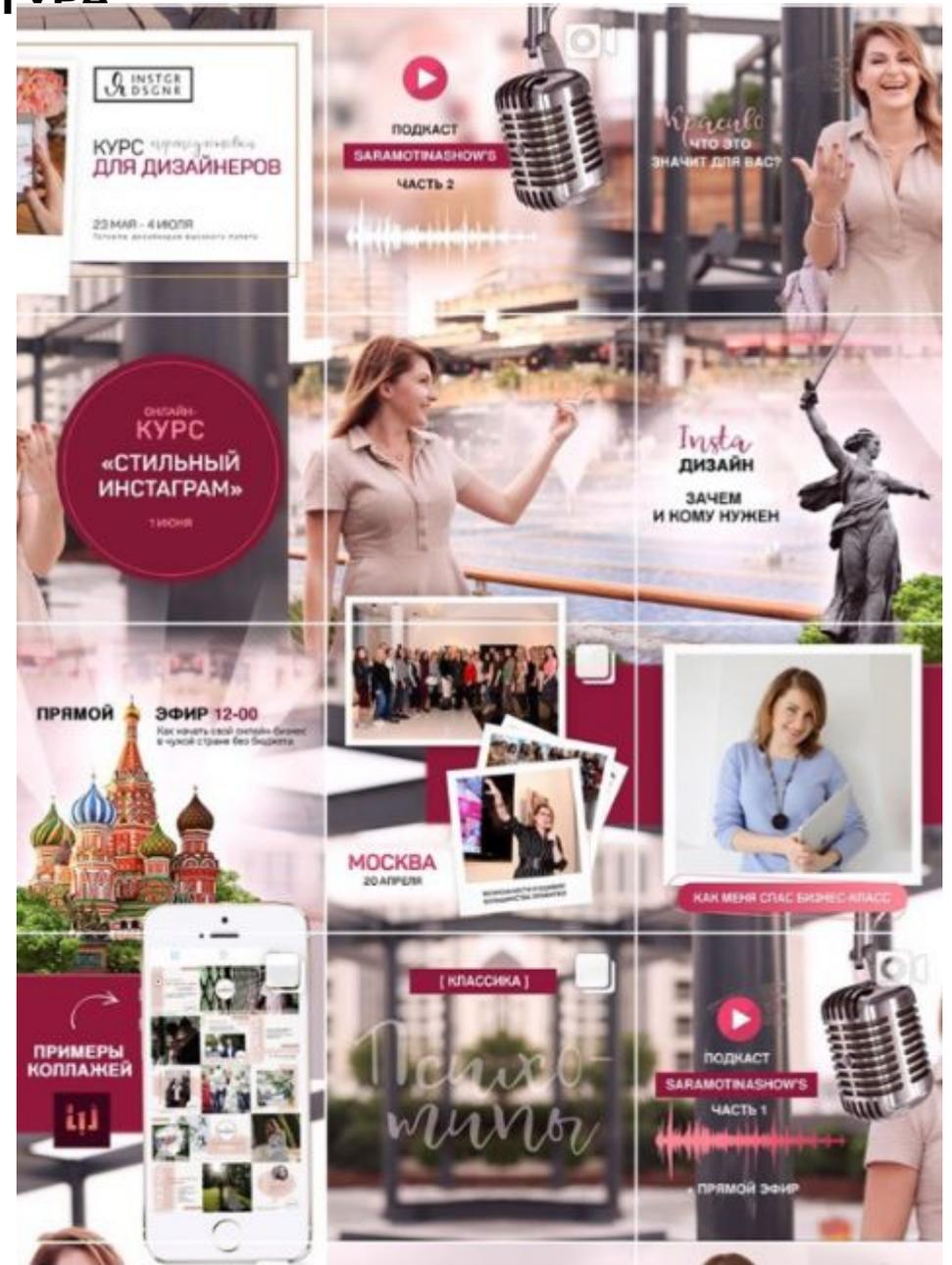
# ОФОРМЛЕНИЕ ПРОФИЛЯ: СТРУКТУРА

ТЕКСТ



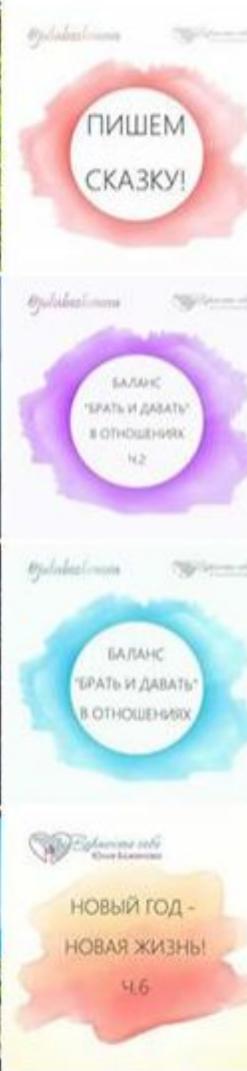
## ОФОРМЛЕНИЕ ПРОФИЛЯ: СТРУКТУРА

ПОПУЛЯРНЫЙ И  
СЛОЖНЫЙ –  
ПЕРЕКЕКАЮЩИЙ  
ДИЗАЙН

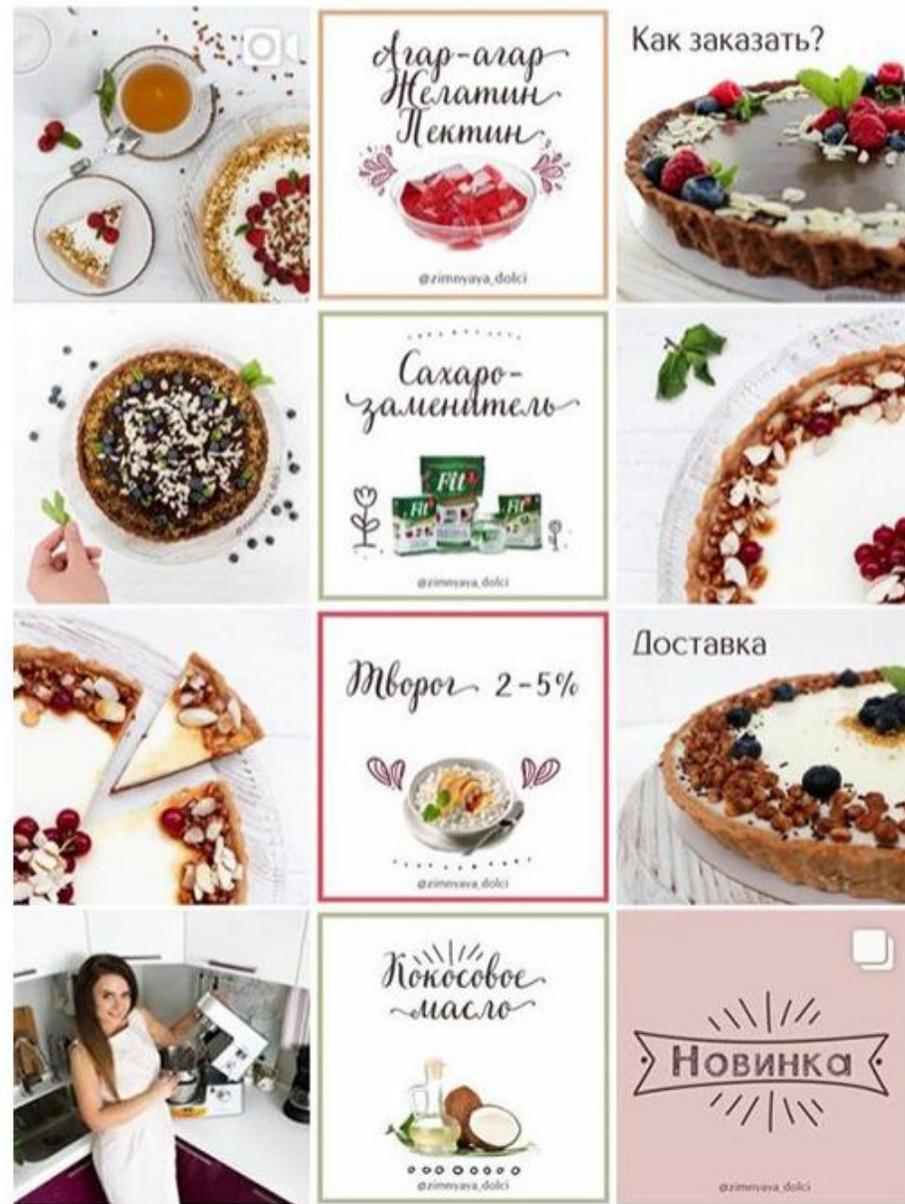




# ОФОРМЛЕНИЕ ПРОФИЛЯ: ФОТО



# ОФОРМЛЕНИЕ ПРОФИЛЯ:



## ПРОПОРЦИИ КОНТЕНТА ДЛЯ ИНСТАГРАМА

**Content (контент) с английского языка «содержимое», «сущность», «объем» (в зависимости от контекста).**

**Другими словами**

**— это информация, которая содержится на сайтах или любых других ресурсах**

**— это информационное наполнение чего-либо (содержание). Вот вы сейчас читаете эту презентацию, а по сути вы потребляете контент . Как и при чтении книги, где содержимое на бумаге.**

# КОНТЕНТ

ФОТО

ТЕКСТЫ

ВИДЕО

ПОСТ  
Ы

СТОРИ  
ЕС

ВЕЧНЫЕ  
СТОРИЕС

ПРЯМЫЕ  
ЭФИРЫ

ЛАЙВ  
Ы

# КОНТЕНТ



24 11 17 Акции Махачкала ☆

Файл Правка Просмотр Вставка Формат Данные Инструменты Дополнения Справка Последнее изменение: Anna Kudryashova 24 ноября 2017 г.

100% р. % .0 .00 123 Arial 10 B I S A

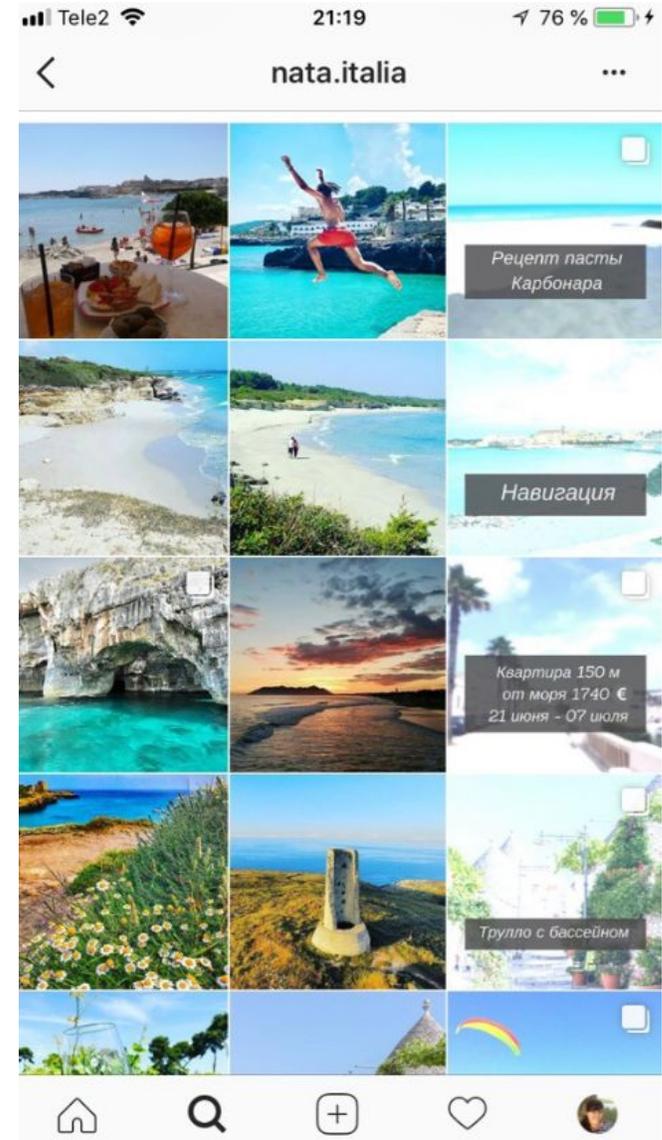
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	Махачкала	3.7	4.7	5.7	6.7	7.7	8.7	9.7	26.6	27.6	28.6	29.6	30.6	1.7	2.7
2	День	пон.	вт.	ср.	чет.	пят.	суб.	воскр.	пон.	вт.	ср.	чет.	пят.	суб.	воскр.
3	8:00														
4	9:00	Хорошей недели	Завтрак	Продукт пицца		ДУ приглашение		Детское комбо	Корп. д200	Обед	Сезонный продукт/крейзи		ДУ приглашение	2 по цене одной	
5	10:00														
6	11:00	бизнес-ланч д100													
7	12:00														
8	13:00														
9	14:00				Наклейка на авто		Пицца-пирог в подарок	50% на самовывоз		Внутренняя жизнь		студ карта	Продукт пицца		ДАС
10	15:00														
11	16:00														
12	17:00														
13	18:00														
14	19:00	Продукт	Внутренняя жизнь		Репост от Федора/марк ВК/др. Додо гр.	О додо	ДАС	Пост (репост/юмор)	Тайный покупатель		(A990)	Репост от Федора/марк ВК/др. Додо гр.	О додо	2 пепперони Д300	Пост (репост/юмор)
15	20:00														
16	21:00														
17															

# КОНТЕНТ: Матрица-контента

100% p. % .0 .00 123 Arial 10 B I S A

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1										
2										
3		<b>АУДИТОРИИ</b>	<b>КОНТЕНТ</b>	<b>ТАРГЕТ</b>	<b>БЛОГЕРСКОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ</b>	<b>МАРКЕТИНГ</b>	<b>КОМПЛЕКСНОЕ ВЕДЕНИЕ ПРОЕКТОВ</b>	<b>КУРС</b>		
4		Новички в интернет-маркетинге	Как составить контент-план							
5		Мамы, меняющие профессию	С чего начать свой блог?							
6		Владельцы магазинов	Какие виды контента должны быть в аккаунте							
7		Блогеры	10 приёмов вовлечения							
8		Инфобизнесмены	Как показать ценность продукта							
9		Продавцы услуг	Что постить если линейка товаров 5000+							
10										
11										
12										
13										

# КОНТЕНТ: Подготовка площадки для продвижения



# ПРОДВИЖЕНИЕ

- СТОРИЗ
  - ПРЯМЫЕ ЭФИРЬ
  - ХЕШТЕГИ
  - ГЕОТЕГИ
  - КОММЕНТИНГ
  - МАРАФОН
- для ВСЕХ

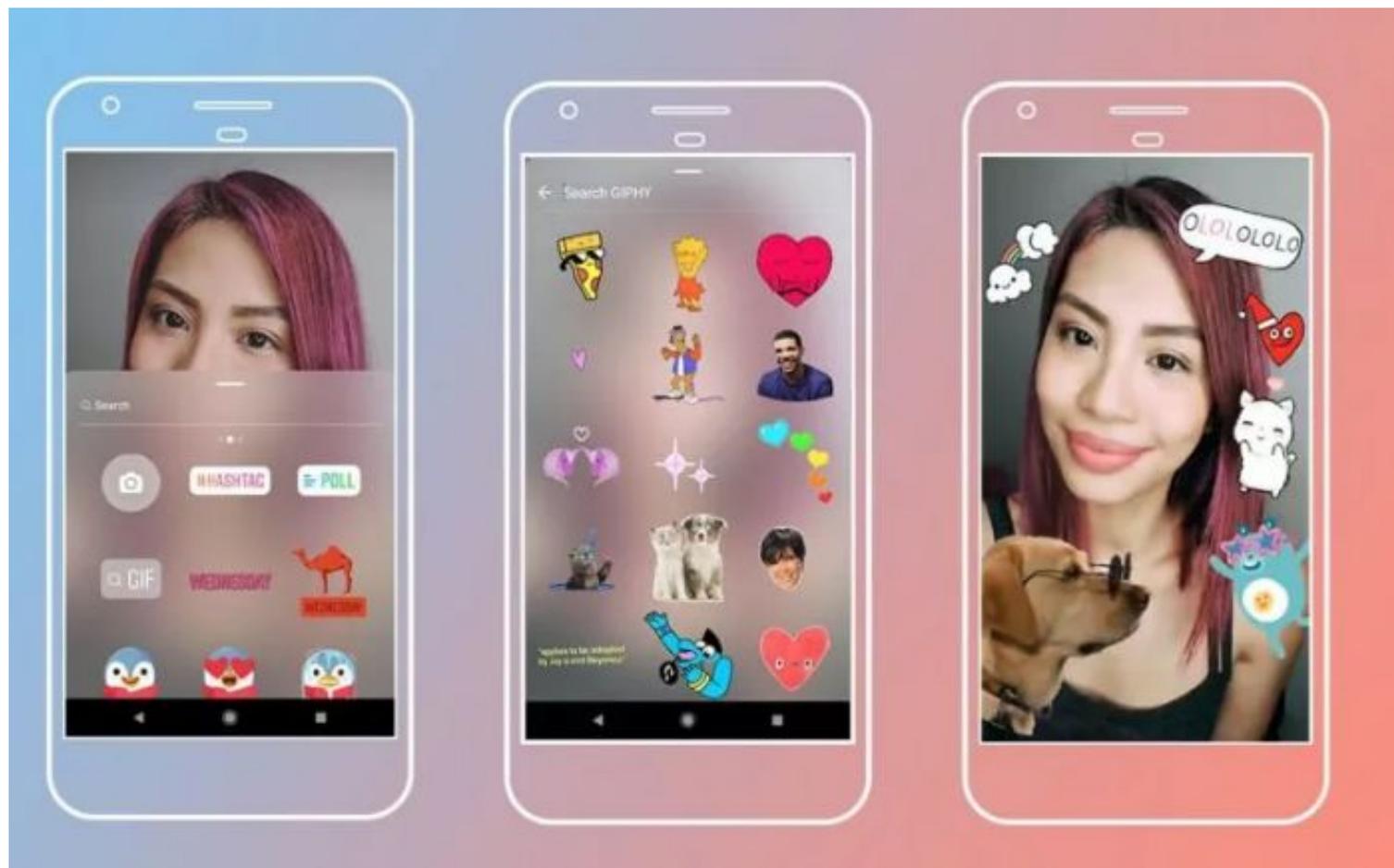
- ГИВЭВЕЙ
- ИСПОЛЬЗОВАТЬ С УМОМ

# ПРОДВИЖЕНИЕ

- СТОРИЗ
- ПРЯМЫЕ ЭФИРЫ

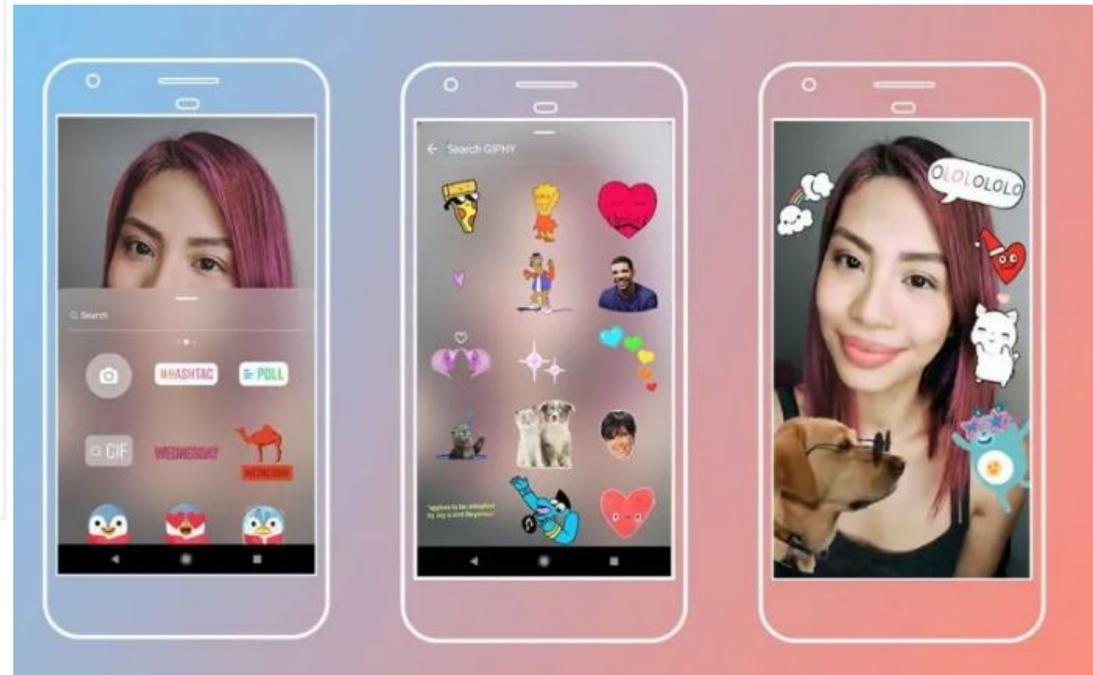
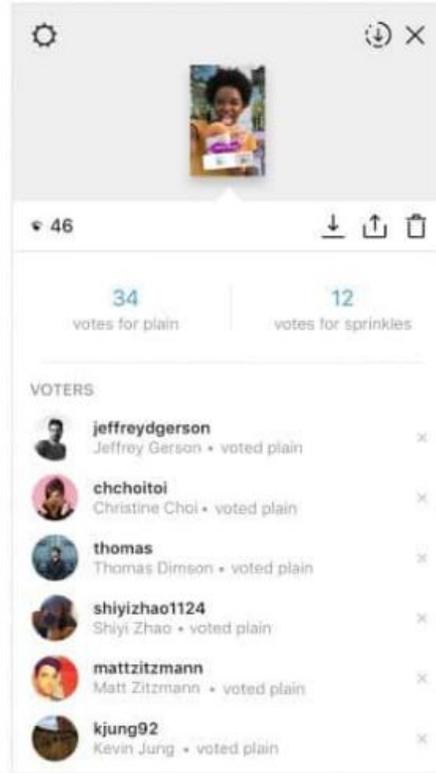


# ПРОДВИЖЕНИЕ



# ПРОДВИЖЕНИЕ

- СТОРИЗ
- ПРЯМЫЕ ЭФИРЫ



# КОММЬЮНИТИ МЕНЕДЖМЕНТ



# КОММЬЮИНИТИ МЕНЕДЖМЕНТ

- создает вокруг себя сарафанное радио
- снижает опасности от ценовой конкуренции
- повышает прибыль с одного клиента
- может стать воронкой для вовлечения новых клиентов



# РЕАКЦИЯ НА ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ

1. Для чего человек оставил обратную связь.

Хочет быть услышанным, увиденным.

Делится, потому что вы произвели впечатление.

Приобщится к вашей компании (стилю, личности).

Помочь вам улучшить, посоветовать как надо.

Любит общаться.

Хочет решить свою «боль».

2. Что вам нужно получить от этой обратной связи.

Поощрить человека.

Показать вашу компетентность и экспертность.

Привлечь новых людей (друзей).

Понять тонкие места в бизнесе.

Получить мнение со стороны.

Собрать данные о продукте (ЦА.)

The image shows the Russian phrase "Делай это любя" (Do this lovingly) written in a highly stylized, cursive, handwritten font. The letters are thick and black, with a fluid, calligraphic quality. The word "Делай" is at the top, "это" is in the middle, and "любя" is at the bottom, all connected by flowing lines.

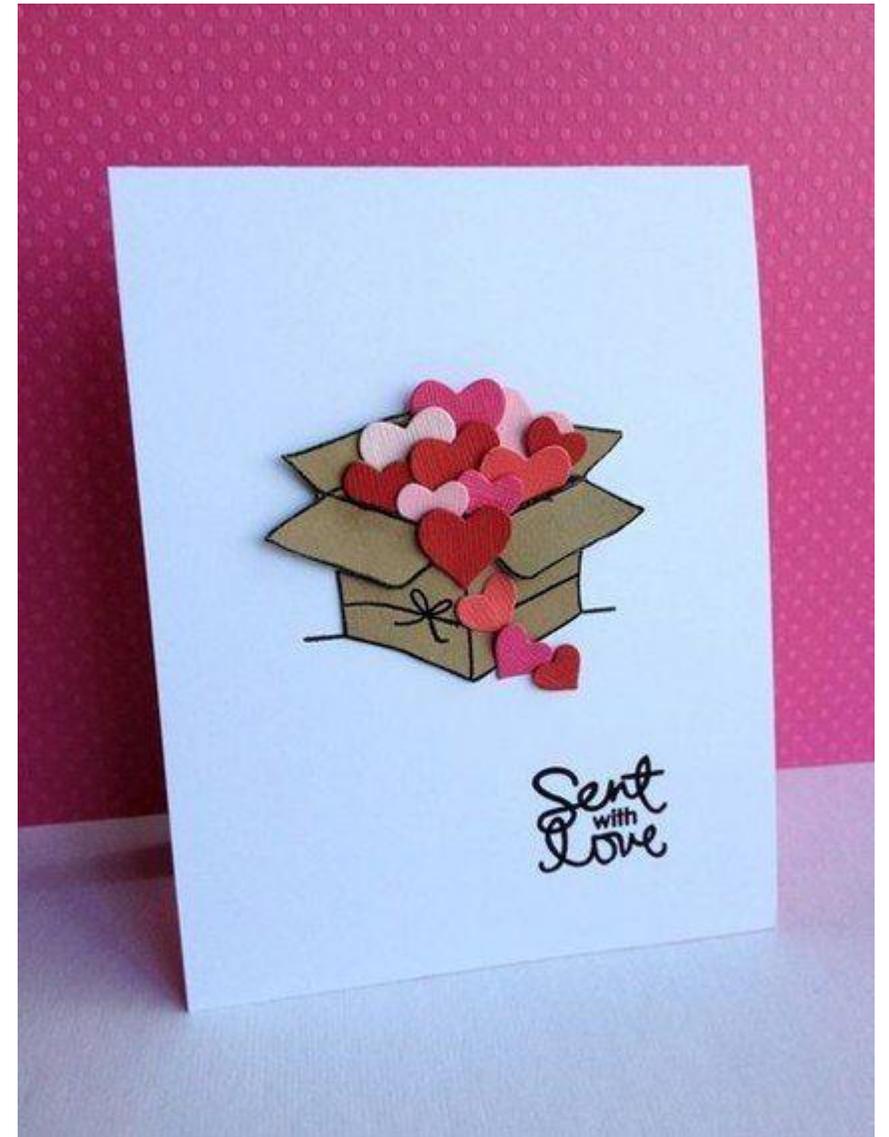
# РЕАКЦИЯ НА ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ

## ГДЕ МОЖНО ОТРЕАГИРОВАТЬ НА ОТЗЫВ:

1. СТОРИЕС
2. ЛЕНТА НОВОСТЕЙ
3. КОММЕНТАРИЙ У ВАС
4. КОММЕНТАРИЙ У КЛИЕНТА В ПРОФИЛЕ
5. ДИРЕКТ
6. ВЕЧНЫЕ СТОРИЕС

## КАК РЕАГИРОВАТЬ:

- ОБРАТИТЬСЯ ПО НИКУ
- ПОДДЕРЖАТЬ ПОЗИТИВНЫЕ ЭМОЦИИ ИЛИ ПРОГОВОРИТЬ ПРОБЛЕМУ И ПУТИ РЕШЕНИЯ
- ИСПОЛЬЗОВАТЬ СМАЙЛЫ, ГИФКИ (если подходит бренду)
- ПОБЛАГОДАРИТЬ ЗА ОТЗЫВ



# РЕАКЦИЯ НА НЕГАТИВ

1. Конструктивный негатив
2. Импульсивный негатив
3. Конкурентный негатив
4. Троллинг



# РЕАКЦИЯ НА НЕГАТИВ

## Конструктивный негатив

максимально быстрая скорость ответа для вау-эффекта;

поблагодарите за обратную связь или за то, что пользователь потратил свое время;

если это ваш недочет, признайте ошибку, извинитесь и предложите решение, компенсацию, скидку;

если не прав клиент, не указывайте прямо на его ошибку, дайте клиенту инструкции, чтобы он мог разобраться в проблеме и решить её.  
о решении сообщите публично, ответом на жалобу.



# РЕАКЦИЯ НА НЕГАТИВ

## **Импульсный негатив**

ответить по истечении времени;

проигнорировать;

ответ направленный не на  
автора,  
а на остальную публику.



# РЕАКЦИЯ НА НЕГАТИВ

## **Конкурентный негатив**

ответить быстро;

выяснить максимум деталей;

привлечь эксперта или постоянных  
клиентов



# РЕАКЦИЯ НА НЕГАТИВ

## Тролли нг

ответить по истечении времени  
или быстро;

поддержать игру шуткой;

сделать предупреждение;

заблокировать на время или  
навсегда



# СБОР ОТЗЫВОВ В ИНСТАГРАМЕ

1. Реагировать на ВСЕ отзывы.
2. Напрашиваться на комплименты.
3. Давать бонусы за отзывы.
4. Просто попросить.
5. Искать записи о вас или поводы к комментам.
6. Придумать хештег, подключать сторис и вечные сторис.
7. Идти в тематические сообщества и паблики.
8. Через рекламу.

собудай  
РЯДОМ.  
только тех  
от кого  
БНИМАТЬ.

# ТАРГЕТИНГ

Екатерина Захарова-Жу... ▼

- Кампания
  - Цель
- Группа объявлений
  - Аудитория
  - Виды плейсмента
  - Бюджет и график
- Реклама
  - Формат
  - Медиа
  - Дополнительные файлы рекламы

Создать кампанию ⓘ    Использовать существующую кампанию ⓘ

**Кампания:** выберите цель. Режим быстрого создания

Укажите цель продвижения [Помощь: выбор цели](#)

Узнаваемость	Лиды	Конверсия
Узнаваемость бренда	Трафик	Конверсии
Охват	Вовлеченность	Продажи товаров из каталога
	Установки приложения	Посещения точек
	Просмотры видео ⓘ	
	Генерация лидов	
	Сообщения	

# ТАРГЕТИНГ

## Кампания

└─ **Цель**

---

## Группа объявлений

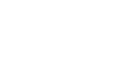
- └─ Аудитория 
  - └─ Виды плейсмента 
  - └─ Бюджет и график 
- 

## Реклама

- └─ Формат 
- └─ Медиа 
- └─ Дополнительные файлы рекламы 

# ТАРГЕТИНГ

Укажите цель продвижения [Помощь: выбор цели](#)

Узнаваемость	Лиды	Конверсия
 Узнаваемость бренда 	 Трафик	 Конверсии
 Охват 	 Вовлеченность	 Продажи товаров из каталога
	 Установки приложения	 Посещения точек
	 Просмотры видео 	
	 Генерация лидов	
	 Сообщения	

# ТАРГЕТИНГ Look Alike

Facebook Ads Manager interface showing the campaign creation process. A blue arrow points to the 'Аудитории' (Audiences) option in the left sidebar.

The main area displays the 'Создать кампанию' (Create Campaign) step, where the user is prompted to 'выберите цель' (select a goal).

Укажите цель продвижения [Помощь: выбор цели](#)

Узнаваемость	Лиды	Конверсия
Узнаваемость бренда	Трафик	Конверсии
Охват	Вовлеченность	Продажи товаров из каталога
	Установки приложения	Посещения точек
	Просмотры видео <span>?</span>	
	Генерация лидов	
	Сообщения	

# ТАРГЕТИНГ

1

Екатерина Захарова-Жукова (63...)

**Создать аудиторию** | Фильтры | Настроить столбцы | Создать объявление

<input type="checkbox"/>	Название	Тип
<input type="checkbox"/>	Lookalike (KZ, 2% to 5%) - КРГ номера клиентов	Похожая Custom Audience: КРГ номера
<input type="checkbox"/>	Lookalike (KZ, 7% to 8%) - КРГ номера клиентов	Похожая Custom Audience: КРГ номера
<input type="checkbox"/>	Lookalike (KZ, 1% to 2%) - КРГ номера клиентов	Похожая Custom Audience: КРГ номера
<input type="checkbox"/>	Lookalike (KZ, 5% to 6%) - КРГ номера клиентов	Похожая Custom Audience: КРГ номера
<input type="checkbox"/>	Lookalike (KZ, 6% to 7%) - КРГ номера клиентов	Похожая Custom Audience: КРГ номера
<input type="checkbox"/>	Lookalike (KZ, 1%) - КРГ номера клиентов	Похожая Custom Audience: КРГ номера
<input type="checkbox"/>	КРГ номера клиентов	Индивидуализированная аудитория Список клиентов
<input type="checkbox"/>	Лук элайк Додо КРГ 1% - копия	Сохраненная аудитория
<input type="checkbox"/>	Взаимодействия КРГ за 365	Индивидуализированная аудитория Engagement - Instagram
<input type="checkbox"/>	Директ КРГ за 365 руб.	Индивидуализированная аудитория Engagement - Instagram
<input type="checkbox"/>	Караганда номера клиентов	Индивидуализированная аудитория Список клиентов
<input type="checkbox"/>	КРГ клиенты	Индивидуализированная аудитория Список клиентов

**Создать индивидуально настроенную аудиторию**

Как вы хотите создать эту аудиторию?

Охватывайте людей, которые связаны с вашей компанией, будь то уже имеющиеся клиенты или люди, которые взаимодействовали с вашей компанией на Facebook или других платформах.

- Файл с данными о клиентах**  
Используйте файл с данными ваших клиентов, чтобы найти похожих людей на Facebook и создать аудиторию. Перед загрузкой осуществляется хеширование данных.
- Трафик сайта**  
Используйте пиксель Facebook, чтобы создать список людей, посещавших ваш сайт или выполнявших определенные действия.
- Действия в приложениях**  
Создайте список людей, которые запустили ваше приложение или игру или предприняли определенные действия.
- Действия офлайн** **ОБНОВЛЕНО**  
Создайте список людей, которые взаимодействовали с вашей компанией — в магазине, по телефону или через другие офлайн-каналы.
- Вовлеченность** **ОБНОВЛЕНО**  
Создать список людей, взаимодействовавших с вашим контентом на Facebook или в Instagram.

Этот процесс защищен, а сведения о ваших клиентах будут храниться конфиденциально.

Отмена

2

# ТАРГЕТИНГ

Создать индивидуально настроенную аудиторию

Что вы хотите использовать для создания аудитории?

Аудитории вовлеченности позволяют вам охватить людей, которые ранее взаимодействовали с вашими материалами на Facebook.

- Видео** **ОБНОВЛЕНО**  
Создайте список людей, проводивших время за просмотром ваших видео на Facebook и в Instagram.  
Из:
- Форма генерации лидов** **ОБНОВЛЕНО**  
Создайте список людей, которые открыли или заполнили форму в вашей рекламе для лидов на Facebook или в Instagram.  
Из:
- Полноэкранный режим** **ОБНОВЛЕНО**  
Создайте список людей, которые открыли ваш Холст или рекламу с подборкой на Facebook.  
Из:
- Страница Facebook**  
Создайте список людей, которые взаимодействовали с вашей Страницей на Facebook.  
Из:
- Бизнес-профиль Instagram** **НОВИНКА**  
Создайте список людей, взаимодействовавших с вашим бизнес-профилем в Instagram.  
Из:
- Мероприятие** **НОВИНКА**  
Люди, которые взаимодействовали с вашими мероприятиями на Facebook.  
Из:

Назад

Создание индивидуально настроенной аудитории

Включите людей, которые соответствуют **ЛЮБЫМ** из следующих критериев:

dodopizza.troitsk

Все, кто взаимодействовал с вашей компанией за посл. 365 д.

- Все, кто взаимодействовал с вашей компанией
- Любой посетитель вашего бизнес-профиля
- Люди, взаимодействовавшие с любой публикацией или рекламой
- Люди, отправлявшие сообщения вашему бизнес-профилю
- Люди, сохранившие любую публикацию или объявление

Отмена Назад Создать аудиторию

**БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!**

[vk.com/zakharova\\_zhukova](https://vk.com/zakharova_zhukova)