



**ИНФОМЕДИА**

**Instagram**

Базовые приемы для бизнеса.

Возможности Вашего  
аккаунта.

# Instagram в цифрах

- 600 миллионов активных пользователей ежемесячно
- 20 миллионов пользователей в России
- 27 минут в день в среднем проводят пользователи в Instagram
- Конкуренция в 7 раз выше, чем в других социальных сетях и в 35 раз ниже, чем в Яндекс.Директ
- Уровень вовлеченности в 15 раз выше, чем в других социальных сетях
- Средний чек 5000-7000 руб., он существенно выше, чем в других социальных сетях.



## Какие виды продвижения известны:

- Таргетированная реклама
- Реклама у Блоггеров и в пабликах
- Массфолловинг + масслайкинг

Если с Таргетированной рекламой и рекламой в пабликах и у блоггеров все более менее понятно на уровне пользователя, то с Массфолловингом возникают вопросы. Что это такое, и как это работает!? Работает ли вообще?  
Далее углубимся в этот вопрос подробнее!

# Принцип работы массфолловинга:

Мы с вашего аккаунта в Instagram подписываемся к вашим потенциальным подписчикам и клиентам для привлечения их внимания.

В результате каждый потенциальный клиент получает от вас PUSH уведомления на экране своего телефона:

1. Подписку от вас.
2. 2-3 лайка от вас или комментарии к фото (для дополнительного привлечения внимания в случае лайкинга).
3. Просмотр всех сторис (если они есть)

После этого каждый, кому пришло уведомление:

1. Заходит к вам на страницу и видит интересный для него контент.
2. Подписывается на вас, лайкает фотографии или оставляет комментарии.
3. Совершает действие либо сразу, либо оставляет вас в подписках до момента возникновения потребности к вашей услуге.

**Массфолловинг** - это исходящие подписки для привлечения внимания целевой аудитории. Взаимно обычно подписывается 3-10% в зависимости от тематики, критериев и города. Совсем не обязательно, что каждый, на кого мы подписались, должен подписаться на вас взаимно. Человек может зайти в профиль, позвонить или написать.

Для наиболее эффективной работы массфолловинга необходимо размещать на своей страничке минимум по 1 новому фото или видео с 5-12 разными хештегами каждый день ! Тема Тегов и контента – отдельно.

# Кого Лайкаем и на кого подписываемся?

Привлечение целевой аудитории делается по различным критериям:

1. Интересы
2. Подписчики групп в ВК (те, у кого есть Инстаграм)
3. Хештеги (например, все пользователи, которые в посте поставили тег #ИщуШторы )
4. Аккаунты конкурентов (для переманивания клиентов)
5. GEO-координаты (город, район, улица или локация города).

Чтобы привлекать людей, которым будет интересен именно ваш товар или услуга, ежемесячно, можно подписываться на 10.000-15.000 тысяч человек вашей целевой аудитории и отписываться вновь!

На сегодняшний день, **массфолловинг является самым дешевым привлечением аудитории для бизнес-аккаунтов Instagram!**

## Что нужно сделать:

Доработать описание аккаунта.

Более понятными фразами о товаре.  
+ Призыв к действию.

Указать преимущества перед конкурентами.

Ссылку с интеграцией всех мессенджеров в 1 клик.

Смена аватара, который будет символизировать продаваемый продукт.

Защитить аккаунт от взлома.

Привязка аккаунта к e-mail, мобильному номеру,  
и странице в Facebook.

Создание кликабельной кнопки «Геолокация». Либо для адреса,  
либо зашить текст с подробной информацией о странице.

# Контент

Контент – самое важное в ведении аккаунта Instagram.

Нужно отснять качественные фото с вашими шторами или тканями.

Но необходимо разбавлять его живыми фото с людьми...

Например, видео-отзывы покупателей. Или больше реализованных проектов.

У вас есть, о чем рассказать своим потенциальным гостям!

Показать свои сильные стороны, рассказать о себе больше... О ценах и качестве..

Или о производстве.. Как это создается...

Еще важный момент: какое преимущество перед конкурентами..

Нужно расположить к себе аудиторию. Чтобы люди получали не только товар..

Но и понимали его ценность!

**Основная задача – привлечь больше людей в профиль и Удерживать аудиторию.**

Присутствие в ленте должно быть постоянным, и в то же время не раздражало людей и не мотивировало на отписку от профиля.

Поэтому в основную ленту, более 2-х постов в сутки лучше не публиковать.

Иначе людям это надоедает – и грядёт отписка.

На сегодня нормальная периодичность постов это: 1 пост/день.

Сторис может быть до 5 в день, в исключительных случаях когда есть что показать – все 10.

Выход в прямые эфиры, когда есть аудитория – для показа и обзора тканей и ответов на вопросы.

# Идеи постов/контент-план

Тут отлично подойдут также обзоры тканей. Или идеи в интерьер! Советы по сочетанию цветов..

Рассказы про реализованные проекты (инфо-контент, который не продает, а вовлекает читателей интересной информацией).

Акции.. Цены.. Спецпредложения.

## Продающие посты:

Продающие посты публикуются 1-2 раза в неделю, будние дни!

Тут краткая информация о предложении и цены! Цены нужно писать хотя бы ориентировочно.

Эти посты рассчитаны именно на продажу.

LIVE ПОСТЫ – сюда включаем и посты, и сторис, и прямые эфиры.

Это то, где мы можем показать отзывы клиентов, какие-то интересные факты, инфо-контент.

Эти посты будут нести мало информации продающей, они больше будут визуальными.

В процессе прямых эфиров – live-общение с людьми!



## Сбор и использование #Хештегов

Теги собираются только тематические и только те, которые могут повлиять на то, чтобы наш аккаунт нашли потенциальные клиенты! Например, теги **#шторы** и **#карнизы** являются тематическими, но они слишком ВысокоЧастотные.

По всей России ежедневно сотни тысяч людей выкладывают пост с тегом **#Шторы**. И вариант, что нас по этому тегу увидят клиенты – крайне маловероятен. Наш вариант тега **#ШторыМосква**. Поэтому теги собираются исключительно по целевым запросам и локациям, и публикуются в постах с частичной заменой.

Это позволяет не публиковать сразу по 30 тегов в пост, но при этом охватывать все нужные теги, продвигаясь при этом в поиске по ним!

Меняя теги как минимум местами – можно избежать блокировки со стороны Instagram по тегам.

## Рост подписчиков и посещаемость:

В вашей сфере это примерно 500 - 1500 подписчиков в первый месяц, с Массфоллоуинга.

Вообще, тенденция подписчиков уходит в прошлое. Люди стали мало подписываться на коммерческий контент.

Сейчас коммерческие страницы – бьются за новые посещения профиля и привлечение к себе внимания новых людей.

Еженедельно с нашим продвижением мы достигаем порядка 2500 посещений в неделю, т.е. 10 000/мес.

И эти люди переходя в профиль – часто идут на сайт или звонят!

Далее можно подключать таргетированную рекламу, настроенную на сегмент людей, которые часто бывают в нашей локации. Или использовать пиар в тематических пабликах.

## Для хорошего развития необходимо:

1. Собрать доп. живую аудиторию подписчиков и работать над вовлечением их в свой аккаунт. Оживлять уже имеющихся подписчиков!
2. Давать людям качественный контент и поддерживать интерес к нашему профилю.
3. Проводить больше трафика пользователей через свой профиль и переводить людей на сайт для бронирования залов.
4. Использовать всё для максимального привлечения новых покупателей и читателей профиля.

На сегодня Instagram очень привлекательная сеть для любого бизнеса.  
Тем более для развлечений и проведения досуга!