

Проект  
«Продвижение  
аккаунта в Instagram»

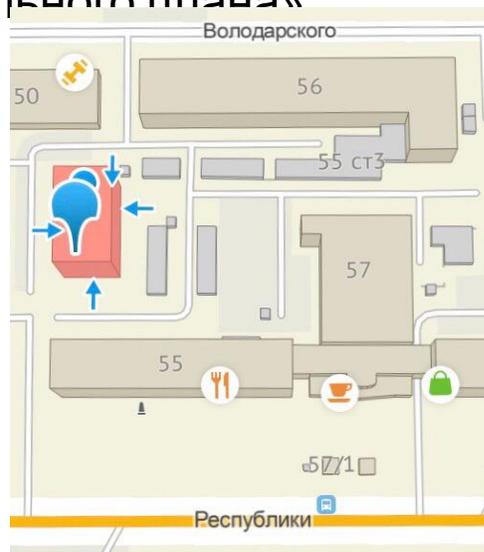


**grade** *shop*

# Upgrade

## Shop

«ООО «Апгрейд» открылось в июле 2018г. Очень перспективная и амбициозная организация в сфере ремонта и обслуживания устройств компьютерного и мобильного плана»



# Проект

---

(в управленческой деятельности) (англ. project от лат. projectus — брошенный вперёд, выступающий, выдающийся вперёд) — временное предприятие, направленное на создание уникального продукта, услуги или результата

# Цели проекта

---

1) привлечь на страницу сервисного центра больше подписчиков (= потенциальные клиенты). К концу проектной деятельности (сентябрь 2019 г.) 20% от общей прибыли организации должно «приходить» из Instagram. 2) сформировать общественное мнение среди аудитории Instagram. 3) пополнить клиентскую базу организации (это поможет проводить различные акции, наладить программу лояльностей).

# Классификация проекта (по Крыловой)

---

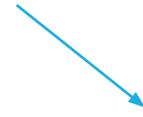
1. По сфере деятельности: торговый (продаем услуги сервисного центра)
2. По характеру предметной области: маркетинговый (если конкретнее, то SMM – маркетинг в социальных сетях)
3. По длительности: краткосрочный (срок реализации – 6 месяцев, сентябрь)
4. По масштабу: небольшой
5. По составу участников: корпоративный
6. По географическому охвату: городской

# Аудитория проекта

---



Дарья( исполнитель проекта)  
проекта)



Г. и Д. (заказчики

# Наши стороны

переходи на нашу  
сторону

у нас есть печенки

memesmix.net

## Слабые:

- ❑ Ребята отказались от «красивой ленты», только – реальные фото из их центра (ремонт техники)
- ❑ Маленький бюджет (на рекламу в месяц они готовы тратить 2к)
- ❑ Представление руководителей о своем бизнесе (не чувствуют разницы между Курганом и Тюменью, а она огромная)
  - ❑ От Г и Д нет четких критериев и характеристик по работе
- ❑ Фотографируют не всю работу, которую делают (головная боль для меня)
- ❑ Таргетинговая реклама (= отсутствует, еще одна моя головная боль, настраивать маркетинг самому сложно)

## Сильные:

- ❑ Хороший сайт (акцент в аккаунте можно делать на сайт, и таким образом немного заменить цель проекта – клиенты будут, но придут на сайт)
- ❑ Г и Д готовы на любые риски, готовы пробовать все варианты
- ❑ Нет жестких ограничений по времени (никто не хочет все сделать за один день)

	Название	Время	Что делать?
<b>1 этап</b>	Встреча с Д и Г	1 день	Выстраиваем план работы с ребятами
<b>2 этап</b>	Создание аккаунта в Instagram и FB	1 день	Создаю аккаунты
<b>3 этап</b>	Переключение на бизнес-аккаунт	1 день	Переключаю на бизнес-аккаунт
<b>4 этап</b>	Материал на первое время	2 дня	Фото из сервиса, общение с мастерами
<b>5 этап</b>	Публикация собранного материала	7 дней	Публикуются собранные материалы, параллельно с 6 этапом проекта
<b>6 этап</b>	Настройка Toolgram и работа сервиса	1 день и 7 дней	Настраиваешь задачи в программе, она их выполняет автоматически
<b>7 этап</b>	Итог недели, подготовка контента на неделю	2 дня	Подвожу итог за всю неделю, сколько прибыло/убыло, сколько людей откликнулись и написали по поводу ремонта. В конце недели скидываю контент-план на неделю
<b>8 этап</b>	Дальше этапы повторяются с (4-7 этап месяц)		
<b>9 этап</b>	Через 3 месяца	2 дня	Подвожу итог работы за 3 месяца. Исходя из обстоятельств продолжаем или перестраиваем план действий

# «Toolgram»

---

Поскольку самое главное – это подписчики, то мы решили воспользоваться одним из сервисов по продвижению. Мы выбрали именно этот сервис потому что он недорогой, подходит нам по результату (пробовали бесплатный период, нам понравился результат и работа с ресурсом), а также он очень простой в управлении. Цена за услуги от 199 руб. / месяц.

Возможности – получение подписчиков («живых» –аккаунты реальных людей), повышение активности (лайки, комментарии), рассылки в Direct (автоматически приветствуйте новых подписчиков), поиск горячих клиентов (люди в непосредственной близости к вам), аналитика, автопостинг, отслеживание комментариев, direct-мессенджер (уведомления о новых сообщениях в Direct).

По факту ты просто даешь сервису задания, он их выполняет, а ты раз в месяц платишь за услуги, и, конечно, отслеживаешь его работу и решаешь, когда и какие задачи будут выполняться.

**TOOLIGRAM** [Power icon] [Plus icon]

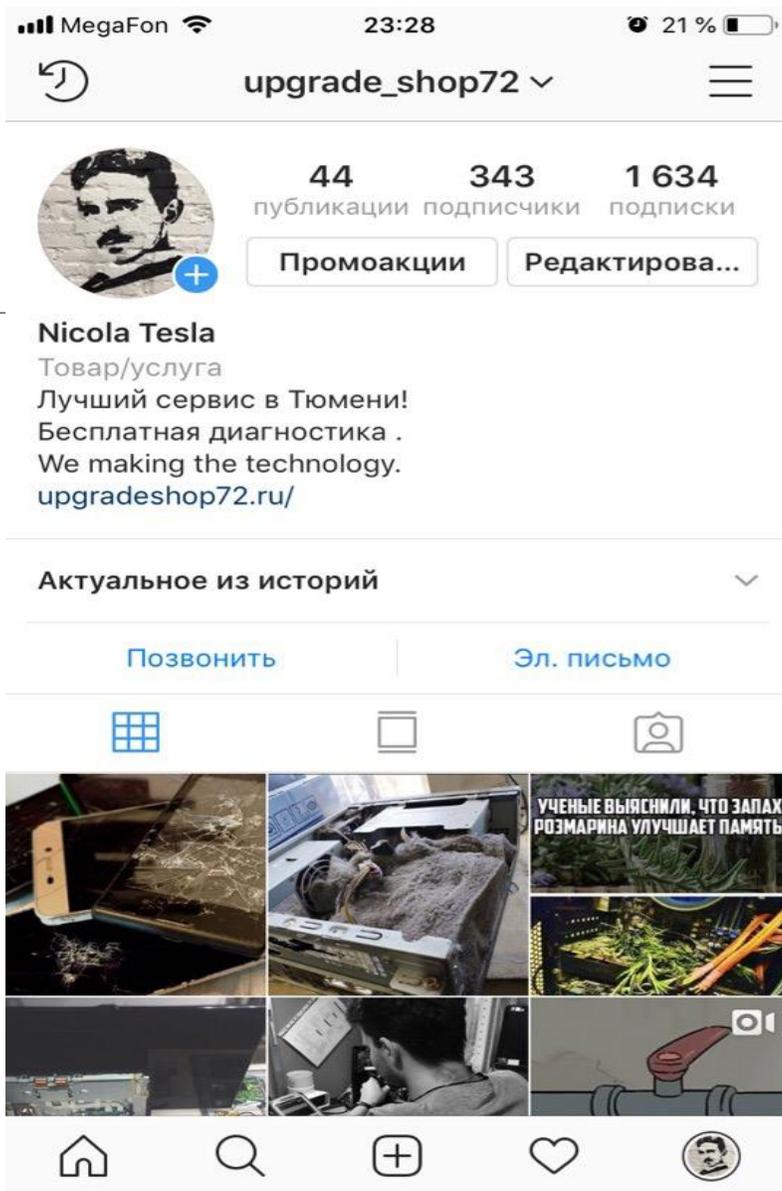
Закрытый клуб | Решения для бизнеса | Обучение | Помощь | Оплата | [Profile icon]

### @upgrade\_shop72

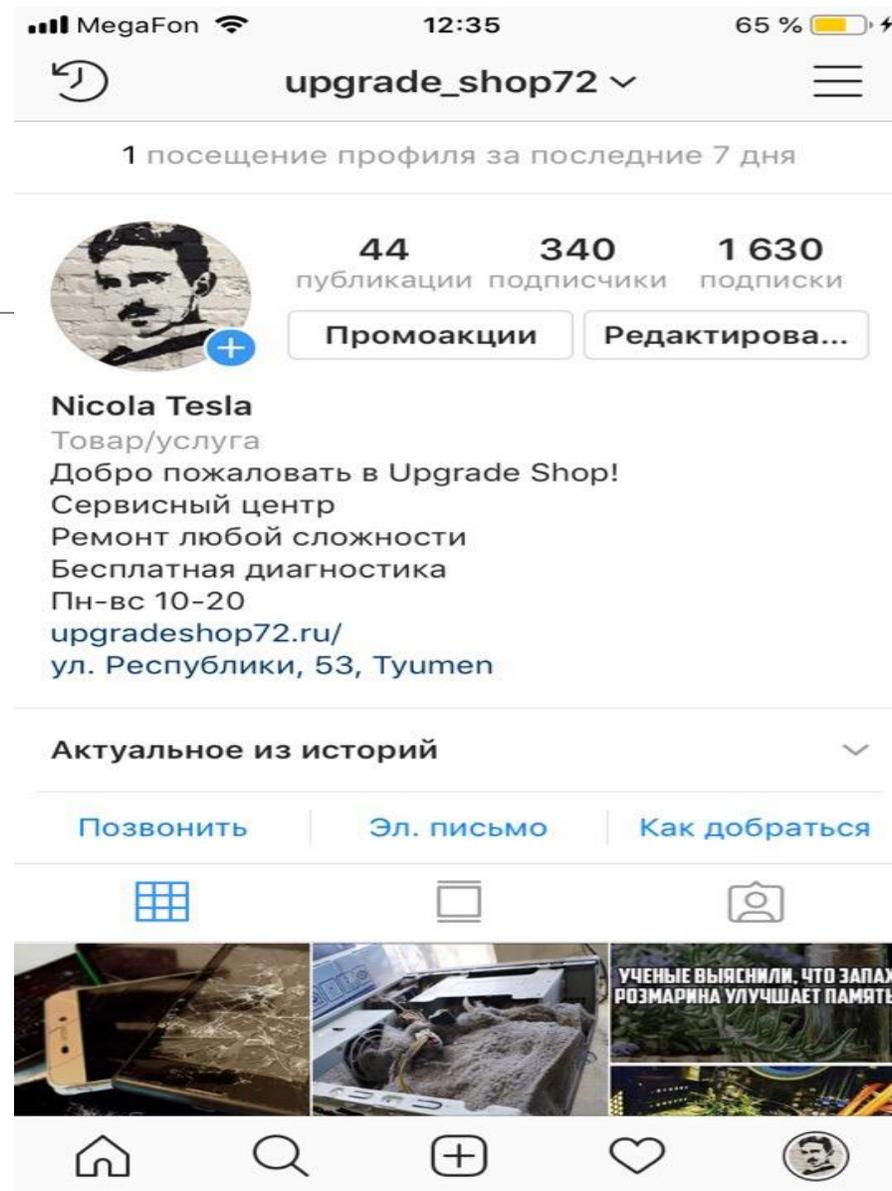
48 постов | 1458 подписчиков | 4971 подписок

Сервис	Статус	Метрики	Действия
Получение подписчиков	Не оплачено	Всего +372 подписчиков Сегодня 0 подписчиков Конверсия 5.33%	Safe Mode Скрытие новостей
Увеличение конверсии	Не оплачено	Лайков 0 Комментариев 0 Нет заданий	Автолайки Автозакладки
Рассылки в директ	Не оплачено	Автоприветствие Всего 1514	
Автопостинг	Не оплачено	Постов 0 Историй 0	
Аналитика	Активно	ER 1.88% Прирост за неделю +323 подписчиков	
Direct мессенджер	Не оплачено	Всего сегодня 0 Непрочитанные 0	
Поиск горячих клиентов	Попробовать бесплатно	Хэштеги сегодня 0 Геотеги сегодня 0	
Мониторинг комментариев	Попробовать бесплатно	Всего сегодня 0 Непрочитанные 0	

# До



27.02.2019



28.02.2019

# Анализ «До» и решение проблем

---

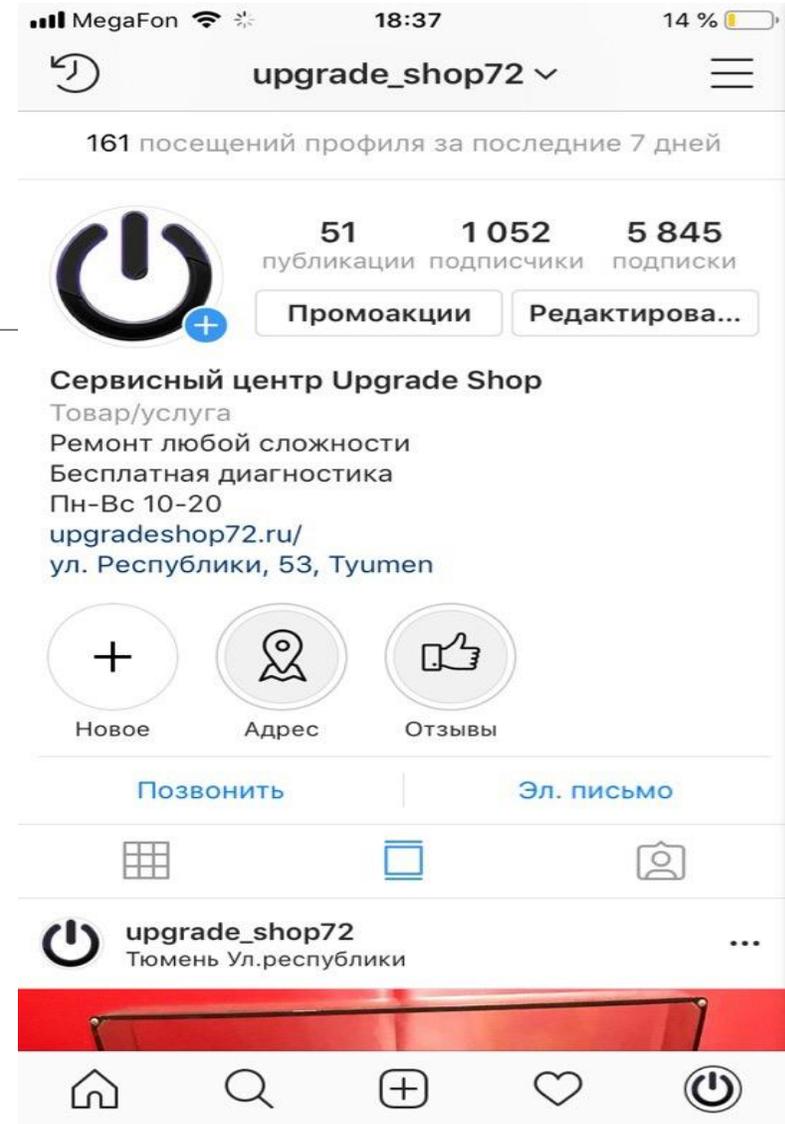
- 1) Изначально страница имела наименование Nicola Tesla (и, конечно, логика тут была Никола Тесла – ученый, изобретатель, инженер, но сервисный центр назвали не в честь его). Поэтому, страница была переименована в Upgrade Shop
- 2) Подключили бизнес-аккаунт, через FB (чтобы иметь доступ ко всем статистикам и данным, отслеживать свою работу, искать удачные и неудачные моменты, анализировать ситуацию. И, конечно, чтобы предоставлять аргументированный отчет о своей деятельности заказчику)
- 3) Казалось бы ерунда, но с подключением «горячих» клавиш «электронное письмо», «позвонить» и «как добраться», количество клиентов «пришедших» из Instagram стало больше



28.02.2019



11.03.2019



12.03.2019

# Анализ результатов

---

- 1) Заменяли информацию о профиле, уточнили время работы и адрес (это очень важно, поскольку эта часть профиля бросается в глаза изначально, «встречают по одежке, а провожают по уму» – пословица как раз про это)
- 2) Подписка на пользователей через программу «Toolgram»
- 3) Выставляла новые фото в сторис и ленту
- 4) Писала небольшие посты-заметки о работе сервиса и ремонте

---

**Сторис (истории)** – это функция в Инстаграм для выкладывания фотографий и коротких 15-ти секундных видео, где после выложенные посты автоматически удаляются через 24 часа.

Не секрет, что сторис сейчас находятся на пике популярности, и пользователи чаще смотрят их, чем читают посты, ставят лайки и т.д.

Поэтому мы уделяем им особое внимание, каждый день публикуем в сторис различную информацию (видео, фото, уведомления о том, что вышел новый пост).

Также я закрепила в актуальных сторис важную информацию – прайс, отзывы, адрес и периодически пополняю их.

# Сторис

---



Отзывы



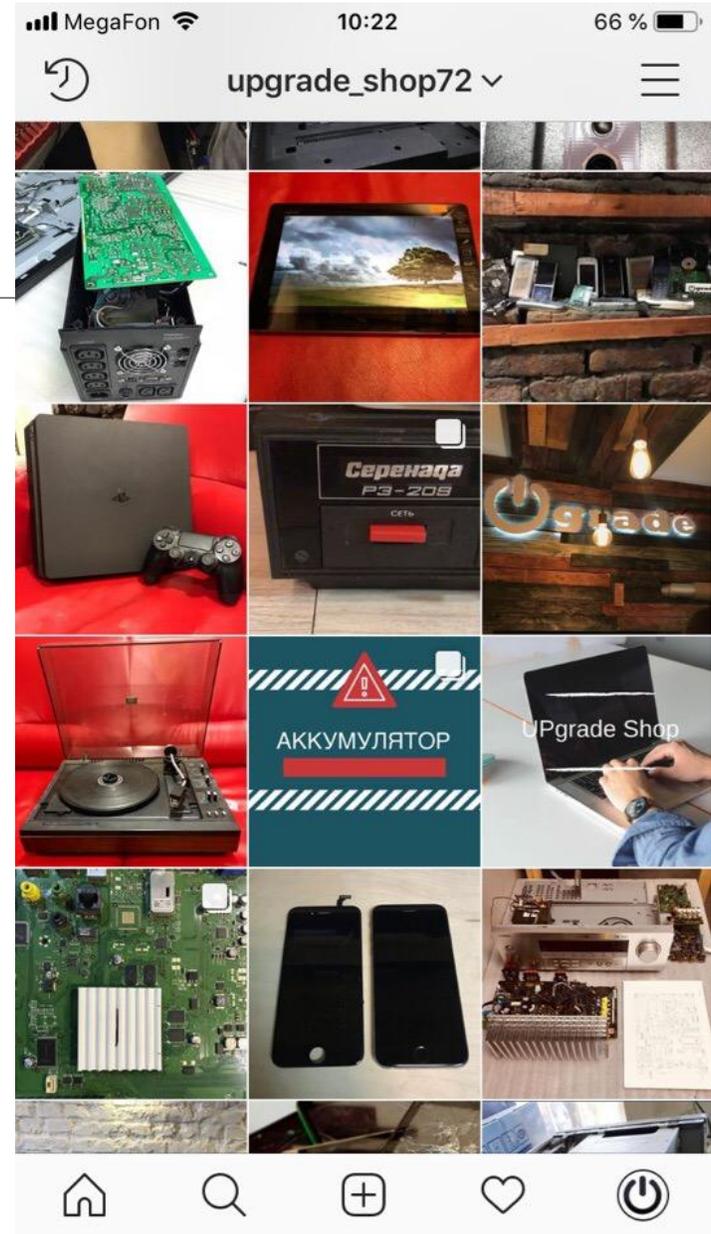
Адрес



Прайс



# СЕГОДНЯ



Таким проектом я занимаюсь впервые, изучаю все моменты с помощью сервисов, сайтов, различных пабликов и книжек, вот мой список полезной информации

---

Интернет ресурсы:

[https://vk.com/cerebro\\_vk](https://vk.com/cerebro_vk)

[https://vk.com/smm\\_ki](https://vk.com/smm_ki)

<https://vk.com/badsmm>

[https://vk.com/bizness\\_online](https://vk.com/bizness_online)

<https://texterra.ru>

<https://glvrd.ru/>

Книги:

«100 + Хаков для Интернет-маркетологов»

---

Спасибо за внимание

