



Продвижение в Instagram



Для каких сфер подходит Instagram?

- Beauty
- Туризм
- Ресторанный бизнес
- Услуги (Например, фотографов, визажистов, кейтеринг и т.д. – где продукт требует визуализации)
- Handmade, творчество
- Продвижение личного бренда (Себя в качестве эксперта в какой-либо сфере)

С чего начинается работа в Instagram?

- Блок 1. Аналитика.

- Анализ себя. ЦА. Составление ее портрета.

- Анализ конкурентов.

• Блок 2. Выстраивание стратегии присутствия в соц.сети.

Выбор стратегии присутствия:

- **Позиционирование.** Основная задача - привязать бренд в сознании и подсознании пользователя к определенным вещам. Это может быть настроение, мечты, образ жизни. Пример такой стратегии в Instagram - Red Bull. Они не стали размещать фотографии баночек с их энергетиком, нет. Их мысль глубже - Red Bull - это активный образ жизни. Они постоянно там, где экстрим. Потому что это их позиционирование.
- **Тематическая площадка, смешанная с брендом.** Задача - попробовать выйти за рамки своей компании и посмотреть на нишу рынка в целом и вписать в нее свой продукт. Так, если Вы занимаетесь производством и продажей шоколада, то наверняка, страница "Сладкая жизнь" будет иметь большую популярность, чем просто страница, посвященная бренду.
- **Тематическая площадка без привязки к бренду.** Задача - обратить внимание только на нишу рынка, в которой Вы работаете, без привязки к Вашему бренду. Зачем вообще такая страница? Для партизанской рекламы, то есть для малобюджетного и практически незаметного продвижения.
- **Интернет-магазин.** Задача - сделать из Вашей страницы витрину магазина. Выкладываете туда ассортимент, а в комментарии добавляете описание, цену и информацию о том, как сделать заказ.
- **Частная страница.** Задача - создать страницу эксперта, лидера мнений, который готов делиться своим видением каких-либо товаров и услуг.

- Блок 2. Выстраивание стратегии присутствия в соц.сети.

- Составление контент-плана.
- Составление медиаплана.

Инструменты продвижения:

- Конкурсы (простые, многоэтапные);
- Платная реклама (привязка к странице Facebook);
- Поиск по хештегам, геотегам, подписка;
- Прямые эфиры;
- Контент;
- Истории. Опросы в историях.
- Короткие видео;
- Публикации у блогеров и экспертов; (GetBlogger, LabelUp, Epicstars, Plibber, SpellFeed – поиск блогеров)
- Реалити-шоу, флешмобы, марафоны;
- Акции для подписчиков/активных подписчиков;
- Совместные акции с другими брендами.

Что дальше?

- Блок 3. Тестирование.
- Блок 4. Аналитика.
- Блок 5. Внесение изменений, если необходимо.
- Блок 6. Запуск кампании по продвижению.

Рекомендации:

1. Какой бы продукт Вы не брались продвигать, всегда начинайте свою работу с аналитики. Помните простое, но работающее правило:

Проанализировали - сделали - снова проанализировали - внесли изменения, если необходимо - запустили снова.

2. Нужно понимать свою ЦА, разговаривать с ней на одном языке.

3. Всегда создавайте и публикуйте только уникальный контент, которые соответствует потребностям аудитории.

4. Оперативно работайте с комментариями, вопросами.

5. Следите за новостями, нововведениями в соц сетях, каждый день появляются новые возможности, функции, инструменты. Используйте их, чтобы привлекать клиентов.

6. Только при помощи уникального контента, обратной связи, открытости компании возможно превратить пользователя соц сетей в подписчика, а затем в клиента.

Полезные инструменты для работы в Instagram:

- **Instbackup** (В случае, если аккаунт забанят. Делая бэкап подписок, Вы сохраняете себе список аккаунтов, на которые Вы подписаны, и ,в случае чего, найти и снова подписаться на них будет куда проще.)
- **Repost** (Публикации отзывов).
- **SMMplanner** (Отложенный постинг).
- **Crowdfire** (Планировщик публикаций, просмотр тех, кто отписался).
- **Onlypult** (Загрузка фото и видео с компьютера в Instagram, мониторинг конкурентов).
- **Doinsta** (Подписка на пользователей, по интересующим Вас хештегам, подписка на тех, кто фолловит конкурентов).
- **Iconosquare** (Аналитика Instagram).

Спасибо!
Ваши вопросы?

Почта для связи: annaK20207@gmail.com