

Просування власного бізнесу в Instagram

У роботі висвітлені наступні питання: переваги просування в Instagram, як підготувати сторінку у цій соцмережі для ефективного розповсюдження матеріалів та як їх успішно та безкоштовно просувати.

Instagram – це всім відома соціальна мережа, в якій люди поширюють фотографії чи відео у себе на сторінці. Ці публікації можуть бачити як ваші фоловери, так й інші зовсім незнайомі для вас люди. Також, окрім публікування свого життя на фото чи відео, можна просувати свій бізнес. Для кращого розуміння, виокремимо 4 головні переваги цієї соцмережі:

1. За допомогою Instagram можна сформувати позитивний імідж. Після реєстрації, ви не лише підвищите впізнаваність свого бренду, а й зможете за допомогою аналізу виявити: подобається користувачам ваші товари чи ні, і взагалі, що їм до вподоби;
2. Існує безліч програм, які допомагають виявити, в який час користувачі бувають в мережі, коли переглядають пости, як часто заходять до вас на сторінку. Щоб цей показник збільшити, слід робити публікації цікаві, яскраві, креативні та оригінальні;
3. За допомогою історій в Instagram зручно знайти аудиторію зновими товарами чи послугами;
4. Також можна запускати рекламу, яка донесе вашу інформацію більшій кількості людей і залучить нових користувачів [3].

Instagram «не стоїть» на місці і змінюється, вдосконалюється з кожним роком. З'явилося чимало нових можливостей для рекламування, а також змінилася й сама аудиторія: їхні вподобання та бажання. Для тих, хто хоче просувати свій акаунт у цій соцмережі, фахівці виділяють такі основні етапи:

1. Розробка стратегії формується після аналізу ринку, конкурентів та самої цільової аудиторії. Тематика публікацій, а також їх регулярність поширення визначається заздалегіть. При цьому постити їх потрібно регулярно.
2. Створення самого профілю, а також наповнення його інформацією. Що сюди входить? Спершу потрібно написати простий нік вашого акаунту. Не рекомендується використовувати на початку нижні підчеркування чи цифри, писати типу: «im_queen», «yougrinprincess» тощо. Ім'я має бути коротким, лаконічним, простим та впізнаваним. Наступний крок – це аватарка. Вона має бути:
 - без інших людей чи елементів, які привертають до себе увагу;
 - відрізнитися від інших;
 - відповідати тематиці;

- якісне фото і великий план;
- відсутній маленький текст.

Наступний етап – це написання імені. Воно має відповідати ключовому запиту та відображати сферу діяльності. Також не менш важливим є оформлення шапки профіля. Тут дуже важливо вказати:

- хто ви та що робите;
- чим займаєтесь;
- які у вас переваги у порівнянні з конкурентом;
- унікальна торгова пропозиція;
- призив до дії;
- де знаходитесь;
- куди доставляєте товар (якщо це магази);
- хештеги й інші акаунти, якщо є;
- посиланнянасайт, LandingPage, Telegram тощо.

Не слід забувати про використання пробілів та смайликів у шапці профілю. Це виглядає привабливо і таким шляхом людям більш зрозуміліше і простіше читати інформацію. Також додайте в налаштуваннях способи для зв'язку з вами: Messenger, телефон, e-mail.

Ще важливим елементом у створенні профілю є оформлення Highlights. Зображення у віконцях повинні бути чіткі, великі та в одній тематиці. Краще, якщо вони будуть без слів, а якщо вони є, то не повинні повторятися з їхньою назвою. Назва має бути чіткою, влучною і короткою. У Highlights зберігайте свої кейси робіт, відгуки тощо.

3. Створення контент-плану є неменш важливим для тих, хто хоче успішно просувати свою сторінку. Фахівці виділяють три види:
 - Інформаційні – 60%. Сюди входять: новини бренду, тренди, поради, лайфхаки, корисна інформація пов'язана з товаром, закулісса (процес створення товару, секрети та фішки, корисні трюки);
 - Розважальні – 20%. Під цим видом розуміються: пости-провокації, опитування, конкурси, розіграші, квести, марафони, жарти, меми тощо;
 - Контент, який продає – 20%. До цього виду відносять: конкретні торгові пропозиції, акції, розпродажі, відгуки, фото реальні клієнтів.
4. Підготовка і запуск реклами. Для залучення більшої цільової аудиторії слід використовувати масове таргетування;
5. Аналіз сторінки та редагування стратегії за необхідності. Таким чином вивчається аудиторія та їх залученість. Якщо після аналізу виявлено зниження активності, то потрібно створити/змінити стратегію, метою якої буде збільшення охоплюваності акаунту

або навпаки – зосередити всю увагу лише на цільову аудиторію.
[2]

Для того, щоб ефективно просунути профіль з бізнесом потрібно неаби як постаратися. Адже у 2022 році чимала конкуренція. Одним з головних і безкоштовних методів, який допоможе – це хештеги. Важливо досліджувати, які хештеги важливі саме для вашого бізнесу. Не потрібно писати всі самі популярні, адже це буде безглуздий список слів, від якого не буде толку. Для збільшення активності в Instagram науковці рекомендують використовувати брендові хештеги. Додавати їх можна до опису. Таким методом публікації отримають більше охоплення. Але їх велика кількість може зробити опис «важким».

Правильні хештеги допомагають:

- поширювати контент у користувачів на ці хештеги;
- швидше знайти пост у пошуковику;
- створювати добірки відповідної тематики.

Хештеги поділяють на:

- брендові – це ті, в яких використовується назва компанії чи бренду. Наприклад: #adidas, #puma, #nikon;
- унікальні – їх використовує конкретний власник сторінки. Застосовують їх під час проведення марафонів, розіграшів чи розпродажів. Ті, кому це цікаво, зможуть спостерігати за цим заходом. Наприклад: #одягpuma, #фотоапаратиніkon;
- високочастотні – визначають тематику в загальному. Наприклад: #одяг, #взуття;
- середньочастотні – акцентують увагу на конкретній тематиці. Наприклад: #покупкакосметики, #квиткинанаканцерт;
- низькочастотні – зосереджують увагу на конкретному моменті. Наприклад: #початокнавчання, #люблюморе.[4]

Для кращого просування акаунту, краще застосовувати останні три види. Вони зроблять пошук значно легшим та цільової аудиторії та підписників. Під опублікованим контентом давайте максимум 10 хештегів. Є кілька правил щодо їх раціонального підбору:

1. використовувати ті хештеги, які відповідають тематиці фото чи відео;
2. не копіювати однакові хештеги та не вставляти їх з поста в пост;
3. ні хештегам, які створені для накрутки показів;
4. для підбору використовуйте такі сервіси, як: RiteTadra/або Hashtgify.[4]

Ще не менш важливим нюансом коли публікуєте – це правильний час. Найкращим днем вважається четвер, а найгіршим – неділя. Але можна в налаштуваннях зайти в параметри під назвою «Insights» і подивитися, коли ваша аудиторія найбільш активна. Після цього, згідно з аналізом цих даних, публікувати контент у відповідний час.

Також науковці рекомендують, для збільшення охоплення до публікації, геотеги. Такі пости потрапляють в добірку з цією локацією. Лайки, коментарі,

репости та збереження публікації підвищують шанси того, що ви потрапите в рекомендації. Але, якщо у бізнеса, яким ви займаєтесь є фізична адреса, обов'язково додавайте її спершу в профіль, а також до кожної публікації. Взаємний піар в Stories є ще одним варіантом для безкоштовного просування сторінки в Instagram. Потрібно знайти акаунт, який займається у вашій ніші або схожій з приблизно такою ж кількістю підписників та прорекламуйте одне одного. Не менш ефективним є влаштування спільних прямих ефірів. Такий вид допомагає наблизитися до аудиторії та обмінятися підписниками. Але тут теж важливо, щоб ваші товари/послуги співпадали. Заздалегідь придумайте теми для обговорення. Також, як варіант, можна влаштувати батл. Важливо:

- до початку прямого ефіру потрібно придумати сценарій або план ваших дій;
- про те, що відбудеться трансляція, потрібно повідомити аудиторію раніше, щоб користувачі знали і зібралися ті люди, кому це цікаво. Щоб аудиторія орієнтувалася, то можна запустити із зворотнім відліком таймер.

Висновки

Отже, для ефективного просування бізнесу в Instagram потрібно спершу оформити профіль: придумати простий і запам'ятовуючий нік, ім'я, правильно підібрати аватарку, заповнити шапку аканту, створити актуальні історії і публікувати пости. Фото та відео мають бути креативними та цікавими. Їх слід виставляти на сторінці регулярно. Для цього заздалегідь слід скласти контент-план. Під час поширення постів потрібно використовувати геотеги та хештеги. І слід пам'ятати, що правильний час публікації принесе більше успіху, адже так оховат збільшиться.

Список літератури

1. Кількість користувачів instagram в Україні впала на 2,5 млн
URL:<https://marketer.ua/ua/the-number-of-instagram-users-in-ukraine-fell-by-2-5-million/>
2. Просування в Instagram URL:<https://emis.ua/ua/prodvizhenie-v-instagram/>
3. Реклама в Instagram URL:<http://www.pro-smm.com/instagram-carousel-ads/>
4. Розкрутка в Інстаграм 2022: безкоштовні та платні способи
URL:<https://hostiq.ua/blog/ukr/instargam-promotion/>
5. Соціальна мережа Instagram як сучасна платформа популяризації журналістського контенту. Наталія Семен, Юліана Казімова. - 2019
6. 40instagram статистика и факты для 2022 URL:<https://www.websiterating.com/ru/research/instagram-statistics/>