The book cover features a brown, textured background. On the left, there are four vertical stripes in yellow, red, blue, and green. In the top right corner, there is a square inset with rounded corners containing a camera lens. The central focus is a large white circle with a dark blue gradient center. Inside this circle, the author's name is at the top, followed by the word 'БИЗНЕС' in large white letters, a dotted line, the letter 'В', another dotted line, the word 'Instagram' in red script, a third dotted line, and the subtitle 'ОТ РЕГИСТРАЦИИ ДО ПЕРВЫХ ДЕНЕГ' at the bottom.

Артем А. Сенаторов

БИЗНЕС

В

Instagram

ОТ РЕГИСТРАЦИИ
ДО ПЕРВЫХ
ДЕНЕГ

Арте́м Сена́торов

**Бизнес в Instagram. От
регистрации до первых денег**

«Альпина Диджитал»

2015

Сенаторов А. А.

Бизнес в Instagram. От регистрации до первых денег /
А. А. Сенаторов — «Альпина Диджитал», 2015

Instagram, появившись в октябре 2010 года, за 5 лет обрел миллионы поклонников во всем мире. Идеальный инструмент для самовыражения, Instagram не только позволяет пользователям поведать миру о своих достижениях, но и может стать отличной площадкой для старта или продвижения бизнеса. Существует великое множество способов заработать в этой социальной сети. О лучших из них очень детально, максимально доступно и с наглядными примерами рассказывает на страницах этой книги SMM-гуру, журналист и писатель Артем А. Сенаторов.

© Сенаторов А. А., 2015

© Альпина Диджитал, 2015

Содержание

Предисловие	6
5 причин присоединиться к Instagram прямо сейчас	7
Введение	9
Часть 1	14
Внешний вид	14
Создание аккаунта (пропустите этот раздел, если вы уже зарегистрированы)	16
Конец ознакомительного фрагмента.	20

Артем Сенаторов

Бизнес в Instagram.

От регистрации до первых денег

Руководитель проекта *О. Равданис*

Корректоры *М. Угальская, Е. Чудинова*

Компьютерная верстка *А. Абрамов*

Дизайн обложки *С. Хозин*

В оформлении обложки использовано изображение из фотобанка *shutterstock.com*

© Артем А. Сенаторов, 2015

© ООО «Альпина Паблицер», 2015

Все права защищены. Произведение предназначено исключительно для частного использования. Никакая часть электронного экземпляра данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, для публичного или коллективного использования без письменного разрешения владельца авторских прав. За нарушение авторских прав законодательством предусмотрена выплата компенсации правообладателя в размере до 5 млн. рублей (ст. 49 ЗОАП), а также уголовная ответственность в виде лишения свободы на срок до 6 лет (ст. 146 УК РФ).

* * *

Эта книга поможет:

- понять, что Instagram — это не просто развлекательная платформа, а площадка, обладающая огромным потенциалом для продвижения вашего бизнеса;
- открыть для себя массу интересных возможностей заработка в IG;
- избежать досадных ошибок, которые обычно допускают пользователи, желающие получить стабильный доход при помощи Instagram.

Предисловие

Почему вы должны быть в Instagram

Мы живем в уникальное время. Еще никогда за историю человечества у людей не было столько способов коммуникации и возможностей для развития. Наше поколение – свидетель колоссального технологического скачка. Но у жизни на такой запредельной скорости есть и минус – краткосрочность. Каждый успешный проект проходит пять стадий: зарождение, развитие, бурный рост, стагнация и угасание. Раньше на каждом из них компания могла задерживаться десятилетиями. Теперь зачастую – лишь годы.

У проекта под названием Instagram¹ сейчас стадия бурного роста. Социальная сеть, которая появилась лишь в 2010 году, удваивает количество пользователей ежегодно. Счет уже идет на сотни миллионов. Его создатели – Кевин Систром и Майк Кригер – изначально ничего подобного, конечно, не задумывали. Они создали в свое время приложение для смартфона, именуемое Burbn (намек на крепкий алкоголь – бурбон). Программа решала несколько задач: позволяла спланировать вечер, «зачекиниться» в определенном месте и переслать фотографии. Из основного – все, пожалуй. Но что-то пошло не так. Разработчики обратили внимание, что из всего функционала популярностью пользуется только то, что касается фото. Ребята поняли, куда дует ветер. Их ждал бешеный успех, который увенчался покупкой сервиса социальной сетью Facebook в 2012 году (то есть всего через два года после запуска). Сумма сделки – миллиард долларов (и уже в декабре 2014-го IG по оценке инвестбанка Citi стоит 35 миллиардов). Стали бы такие деньги фигурировать в неперспективном проекте? Думаю, нет.

Если всего вышесказанного, по вашему мнению, еще недостаточно, чтобы заняться развитием бизнес-аккаунтов в Instagram, то я написал для вас следующее.

¹ Для краткости я буду называть его также IG. – Прим. авт.

5 причин присоединиться к Instagram прямо сейчас

1. Дикий рынок трансформируется в нишевый

Если вы были во «ВКонтакте» году примерно так в 2008-м, то наверняка помните такие сообщества, как «Клуб тех, кто переворачивает подушку перед сном холодной стороной». Или, к примеру, «Группа тех, кого тянет жарить во время серьезного мероприятия». Большинство сообществ было «ни о чем». Они велись хаотично и непрофессионально. Но годы прошли, и что мы видим сейчас? Чем бы вы ни увлекались – от боевых вертолетов и кулинарии до видеоигр и макраме, – вы обязательно найдете стоящую группу или паблик, которые регулярно наполняются качественным контентом. Так вот, в Instagram сейчас еще пока первая стадия. Только тут вместо таких групп по оригинальным интересам есть фотографии ног, еды и селфи у зеркала. Но тематические страницы уже появляются – их становится больше с каждым днем. Не теряйте время – присоединитесь к новаторам.

2. Бурный рост социальной сети

Я уже писал про то, что Instagram растет колоссальными темпами. У этого есть причины. Скорость Интернета во всем мире растет, и массовое распространение LTE нас уже не удивляет. А чем быстрее скорость, тем больше данных мы можем получить и передать. Соответственно, растет мобильный трафик, ведь мы у компьютера не всегда, а смартфон у нас с собой постоянно. А что запускать на смартфонах? Instagram, разумеется, ведь это и есть мобильная социальная сеть – загрузить материалы на страницу вы можете только с гаджета.

3. Колоссальная вовлеченность

Аудитория страниц в Instagram гораздо активнее, чем, скажем, сообществ во «ВКонтакте». На это тоже есть причина. Судите сами. Что можно делать в «ВК»? Что угодно! Писать сообщения друзьям, обновлять статусы, слушать музыку, смотреть видео, играть в игры, ну и, да, следить за обновлениями в сообществах тоже. А что можно делать в IG? СМОТРЕТЬ ФОТКИ. Все. Да, есть еще парочка функций, но по большому счету здесь нельзя делать ничего, кроме как просматривать страницы, на которые подписан. Это дает чудовищную активность в лайках/комментариях.

4. Неискушенная аудитория

Так как Instagram – это относительно новая для России соцсеть, ее пользователи еще не устали от рекламы.

5. Instagram – это модно

Эту причину я оставил напоследок, так как она не имеет цифровых показателей. Да, можно посчитать рост аудитории, но это не совсем то. Сейчас я хочу сказать, что IG – это круто. Но тренд этот, по всей видимости, не мимолетный (как это часто бывает). Социаль-

ная сеть пришла всерьез и надолго. Хозяева из Facebook поставили цель набрать миллиард пользователей, и, черт возьми, я думаю, что и эта цифра может стать реальностью.

Введение

Специфика русскоязычного Instagram

Довольно продолжительное время Instagram оставалась вне поля зрения российских SMM-специалистов. Да, отдельные личности начинали экспериментировать с приложением уже на довольно ранних стадиях проекта – в самом начале текущего десятилетия, но никаких исследований и тем более громких результатов продвижения не публиковалось. Несколько позже, примерно в середине 2013 года, в Сети все чаще стала «проскакивать» информация, что Instagram – это весьма и весьма эффективно.

Люди отмечали довольно высокую активность пользователей, простой и понятный интерфейс и, разумеется, акцент на мобильность. Последнее, при грамотном подходе, позволяет передавать подписчикам то самое чувство «здесь и сейчас», которое так необходимо для вовлечения аудитории. Именно потому, что у людей появляется возможность «заглянуть за кулисы» и увидеть весь бэкграунд своих кумиров, Instagram-аккаунты звезд шоу-бизнеса и спорта стали так бешено популярны.



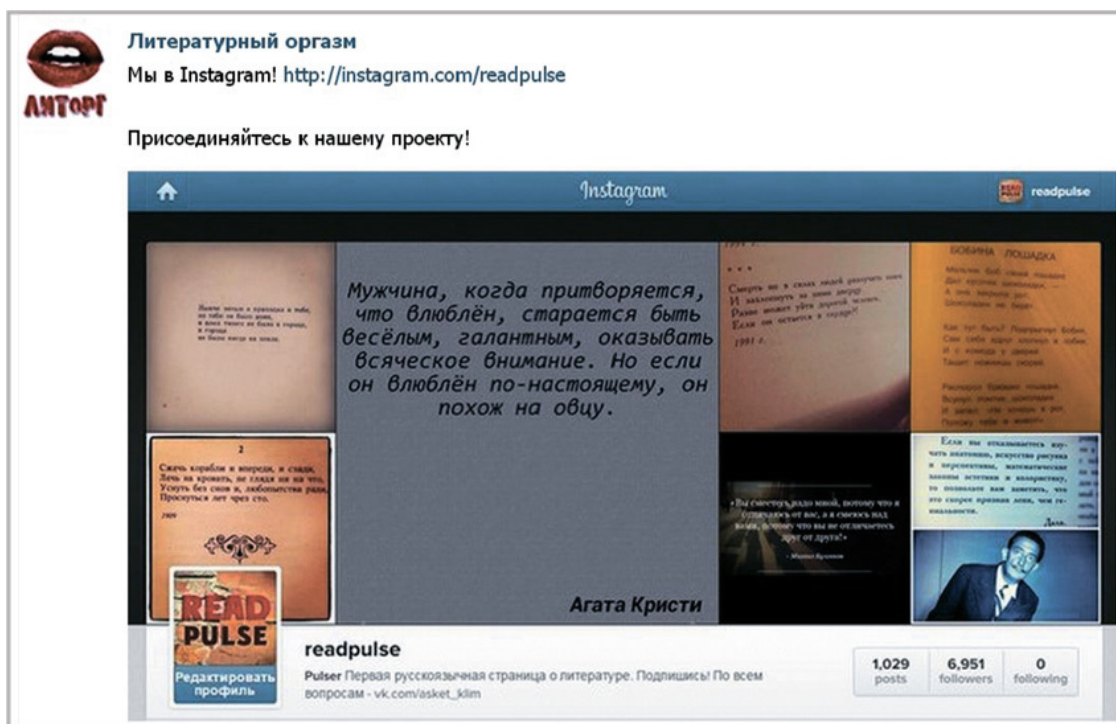
Тейлор Свифт – 26 лет и скоро у нее будет столько же миллионов подписчиков

В какой-то момент даже начала ходить шутка о том, что Twitter – это сайт, где можно выкладывать ссылки на свои фото в Instagram. Такое утверждение – это, конечно, перебор, но тенденцию понять можно. Кстати, самому Twitter стало не до смеха в конце 2014 года, когда Instagram обогнал более возрастную социальную сеть по количеству пользователей. Суммарно их стало 300 миллионов. Но это, конечно, по всему миру. Что же касается России, то здесь бурный рост IG пришелся именно на 2014 год. Произошло это по нескольким причинам. Годом ранее социальная сеть внедрила возможность записывать короткие видео. Ролики не должны быть дольше 15 секунд. На них также можно накладывать встроенные фильтры и публиковать с указанием описания и с хэштегами. Кстати, этот ход, по сути, стал ответом на набираю-

щий в то время популярность сервис короткого видео Vine (принадлежит опять-таки Twitter). Вообще, противостояние Facebook (ныне – владельцев Instagram) и Twitter периодически вспыхивает с новой силой. И короткие видео – это еще одно поле боя. К слову, как раз в те дни, когда писалась эта книга, видео в Instagram «закольцевали». То есть сделали так, чтобы когда оно заканчивалось, воспроизведение тут же запускалось заново. Еще из факторов, повлиявших на успех в России, – интеграция с «ВКонтакте». Это означало, что пользователи самой популярной русскоязычной сети смогли наконец-то привязывать свои адреса в Instagram в настройках «ВК» и автоматически публиковать на своей странице все снятое и размещенное с помощью IG.

Правда, стоит сказать, что эта функция не позволяет автоматически публиковать материалы в сообществах ВК. То есть если вы ведете паблик, то напрямую туда материалы из Instagram попасть не могут. Так что либо делайте вручную репосты с персональной страницы, либо просто добавляйте (опять-таки ручками) фото и видео туда самостоятельно.

Все это вкупе с популярностью IG среди известных персон массмедиа (музыкантов, спортсменов, телеведущих, светских львиц и т. д.) превратило некогда простое фотоприложение в предмет поклонения для целого поколения.

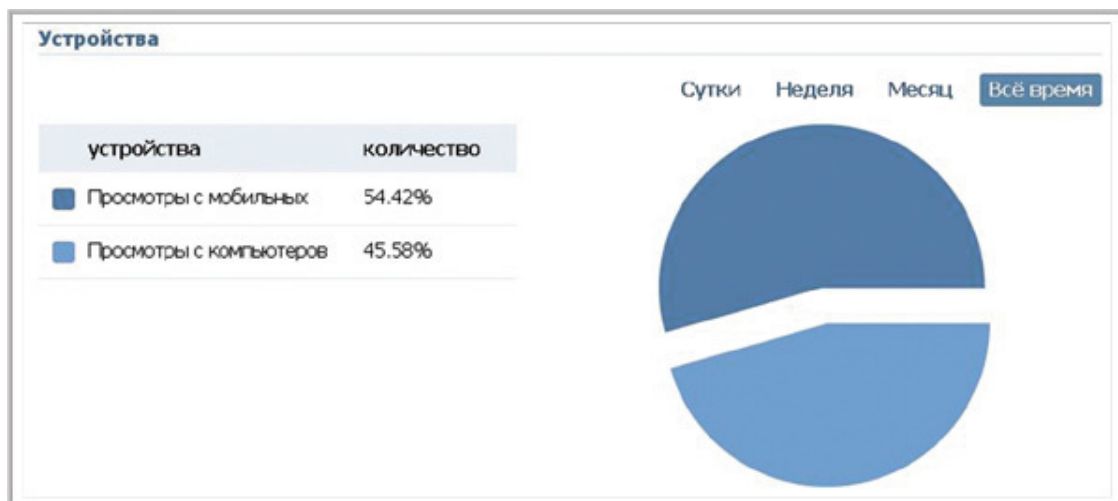


Такой незатейливый пост на «Литорге» дает 100 подписчиков в первый же час

Дальше произошло ожидаемое событие: миграция администраторов публичных страниц «ВК» в Instagram. То есть владельцы популярных групп и пабликов решили создать и развивать в IG свои сообщества. Трафик (а соответственно, и первые подписчики) были получены оттуда же – из «ВКонтакте». Да, просто публикуется пост из серии «Мы теперь есть в Instagram – присоединяйтесь!», и некоторое число подписчиков сразу переходит по нужной ссылке и подписывается.

Причем чем дальше, тем таких подписчиков больше. Секрета здесь нет – просто растет доля мобильного трафика. Смартфоны и планшеты становятся все мощнее, скорость соединения с сетью все более высокой (и стабильной). А значит, «зависать» в социальных сетях все удобнее.

За примерами далеко ходить не надо. Мое сообщество «Литературный оргазм» (vk.com/litorg) – отличный пример доминирования мобильного сегмента. Посмотрите на рисунок: практически две трети заходов в сообщество – не через «классический» компьютер. Что делать с такой тенденцией? Воспользоваться ею во благо своего бизнеса!



Просмотры с мобильных устройств уже обгоняют «десктопы», дальше преимущество будет только увеличиваться

Приход админов «ВК» в Instagram – это и добро и зло одновременно. Добро в том, что происходит популяризация IG: эту сеть преподносят как место, где должны быть все. Многие, кто вообще не слышал даже этого слова (что там про сто грамм?), вдруг открыли для себя все прелести этой сети и теперь стали активными ее пользователями. Минус (он же зло) тоже есть. Он один, но весьма большой. Речь о том, что администраторы привнесли в Instagram те же методы продвижения, что были и во «ВКонтакте». Таким образом, на девственных просторах IG появился, к примеру, взаимобмен. Две страницы одновременно дают рекламу друг друга. Это реклама по бартеру. И посты в духе «Что будет, если вколоть сперму внутривенно?» перекочевали в молодую социальную сеть. Появилась и реклама. Ее рынок медленно, но верно набирал обороты и в итоге набрал-таки. В ознаменование новой эпохи во «ВКонтакте» появилось сообщество «Биржа рекламы в Instagram». Ну и, разумеется, стартовали полноценные веб-сервисы, помогающие как покупать, так и продавать рекламу.

Биржа рекламы instagram

1. Тематика: Путешествие
2. Ссылка: [instagram.com/travel.for.you](https://www.instagram.com/travel.for.you)
3. Подписчики/лайки: 11k/1100
4. Стоимость: 350 руб
5. Время размещения: 4/24

Показать полностью..

travel.for.you
ПУТЕШЕСТВУЙ ПО ВСЕМУ МИРУ ✈️ Лучшие фото со всего света ✨ Уютные уголки нашей планеты 🌍 Подпишись/Subscribe 🧳 Время собирать чемоданы!

Подписаться

Публикации: 76 11.4k подписчиков Подписки: 2.397

В этом сообществе ежедневно появляются предложения от рекламных площадок. Можно заказать рекламу, а также путем сравнения определить примерную стоимость размещения в своем аккаунте

В этом сообществе любой желающий (у которого есть более-менее развитая страница в IG) может публиковать свою анкету. В ней указана информация о теме страницы, ее активности, а также стоимости рекламы и скидках, если таковые имеются.

Сразу совет. Если вы развиваете свою страницу в IG и не знаете, по какой цене продавать в ней рекламу, – зайдите на vk.com/instagram_exchange и просмотрите десятка три объявлений. Вы примерно поймете, сколько стоит размещение у ваших «коллег», и по аналогии сможете выставить адекватную цену себе.

Еще один момент – повторение контента. Паблики «ВК» обзавелись, по сути, клонами самих себя. Во многих сообществах посты в IG банально дублируются из «ВКонтакте» (который остается флагманом). Справедливости ради стоит сказать, что некоторые ответственные SMM-щики все же разработали под Instagram отдельные стратегии, подготовили шаблоны публикаций, наняли отдельных контент-менеджеров. Но таких (по крайней мере, на момент написания этих слов) не так много, как хотелось бы.

Часть 1

Подготовка и создание страницы


Внешний вид






Instagram имеет два формата работы с пользователем. Первый и основной – мобильный. Через смартфоны (поддерживаются iOS, Android и Windows Phone), а также планшеты и некоторые медиаплееры (к примеру, iPod Touch) вы можете создавать аккаунты, наполнять их контентом и взаимодействовать с другими пользователями. Другими словами – полноценно работать. Что же касается десктоп-версии, сказать о ней то же нельзя. Ее вначале вообще не существовало, но со временем она все же была разработана и запущена. Основное отличие Instagram.com от приложения – отсутствие возможности публиковать контент. По сути, веб-версия работает в режиме read-only. Вы можете просматривать страницы (если они не закрыты настройками), читать комментарии под фото и видео, видеть информацию об аккаунтах. На этом, пожалуй, все. Что же касается принадлежащего вам аккаунта, то здесь возможности чуть шире. Вы можете сменить пароль от страницы, изменить ее описание, а также получить код социальной кнопки для встраивания на сайте. В Instagram это называется «Визитки».

Вот так. Не густо, прямо скажем, особенно с учетом, что веб-версия не позволяет даже зарегистрировать новый аккаунт. Но если посмотреть на позиционирование сервиса, то все в принципе встает на места. Ведь в Instagram пользователи – это авторы контента. Каждый юзер, по сути, создает свой симпатично оформленный фото-/видеоальбом. В Twitter, к примеру, ситуация обстоит несколько иначе. Там много пользователей, которые просто подписаны на кумиров и аккаунты брендов, но при этом сами реже что-то публикуют. Ну а чтобы в Instagram стать автором контента, нужны фотографии. Самый логичный способ их получить – просто снять самому. Так что эта социальная сеть, несмотря на наличие какой-никакой десктоп-версии, все еще остается мобильным сервисом.

Визитки

Мы создали для вас визитки, которые помогут рекламировать ваш профиль в Instagram.



- 1 Выберите визитку:**     
- 2 Скопируйте код:**

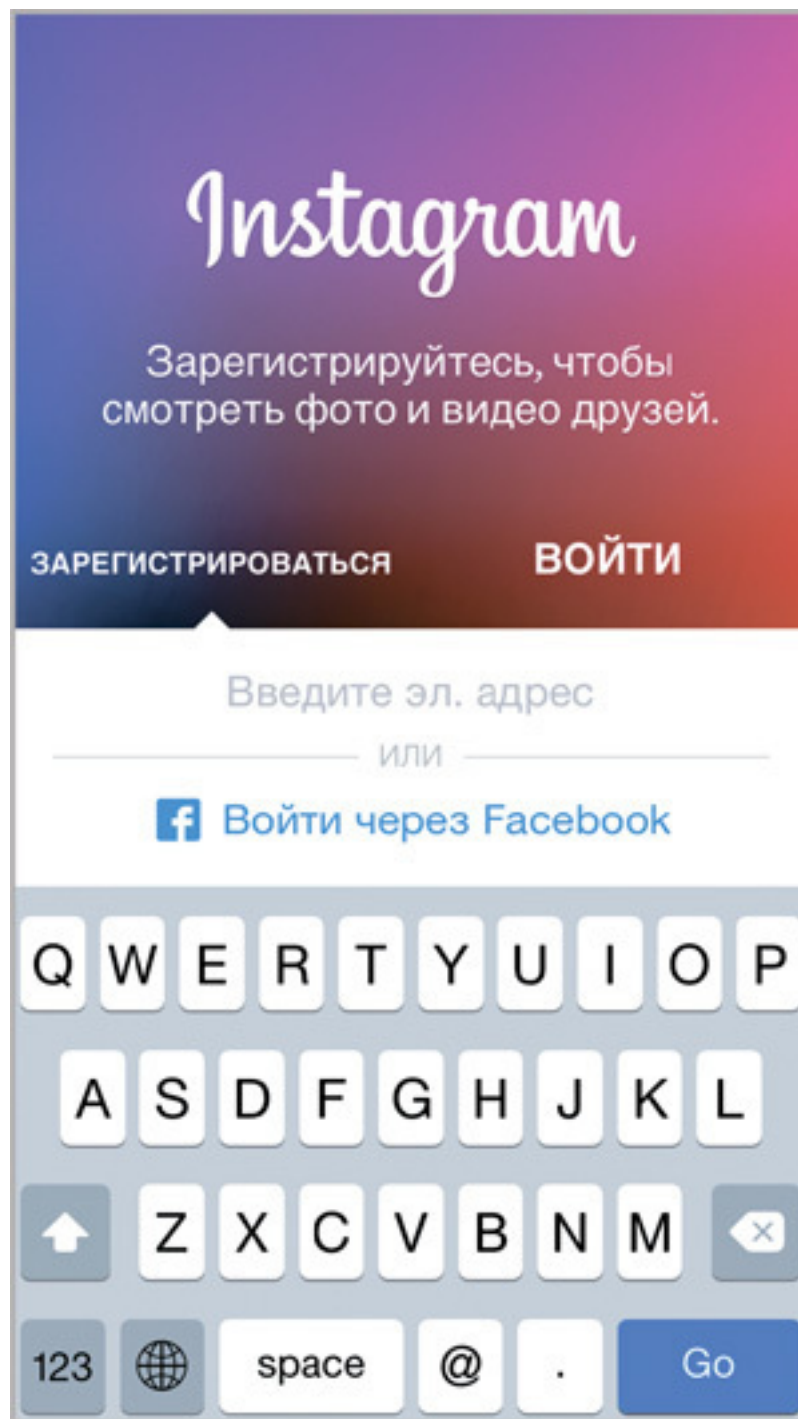
```
<style>.ig-b- { display: inline-block; }  
.ig-b- img { visibility: hidden; }  
.ig-b-:hover { background-position: 0 -60px;  
} .ig-b-:active { background-position: 0
```
- 3 Вставьте его на своем веб-сайте, в блоге или там, где хотите оставить ссылку на свой профиль!**

Визитки в Instagram. Три простых шага, чтобы добавить социальную кнопку себе на сайт

Но это не значит, что через компьютер пользоваться IG полноценно невозможно. Существует ряд сторонних сервисов, которые надежны, как Форт Нокс, и, главное, позволяют публиковать материалы (в том числе и через отложенный постинг) и, конечно, делать многое другое. Например, подписываться на страницы и ставить лайки. Об этом всем подробно будет написано в этой книге далее.

Создание аккаунта (пропустите этот раздел, если вы уже зарегистрированы)

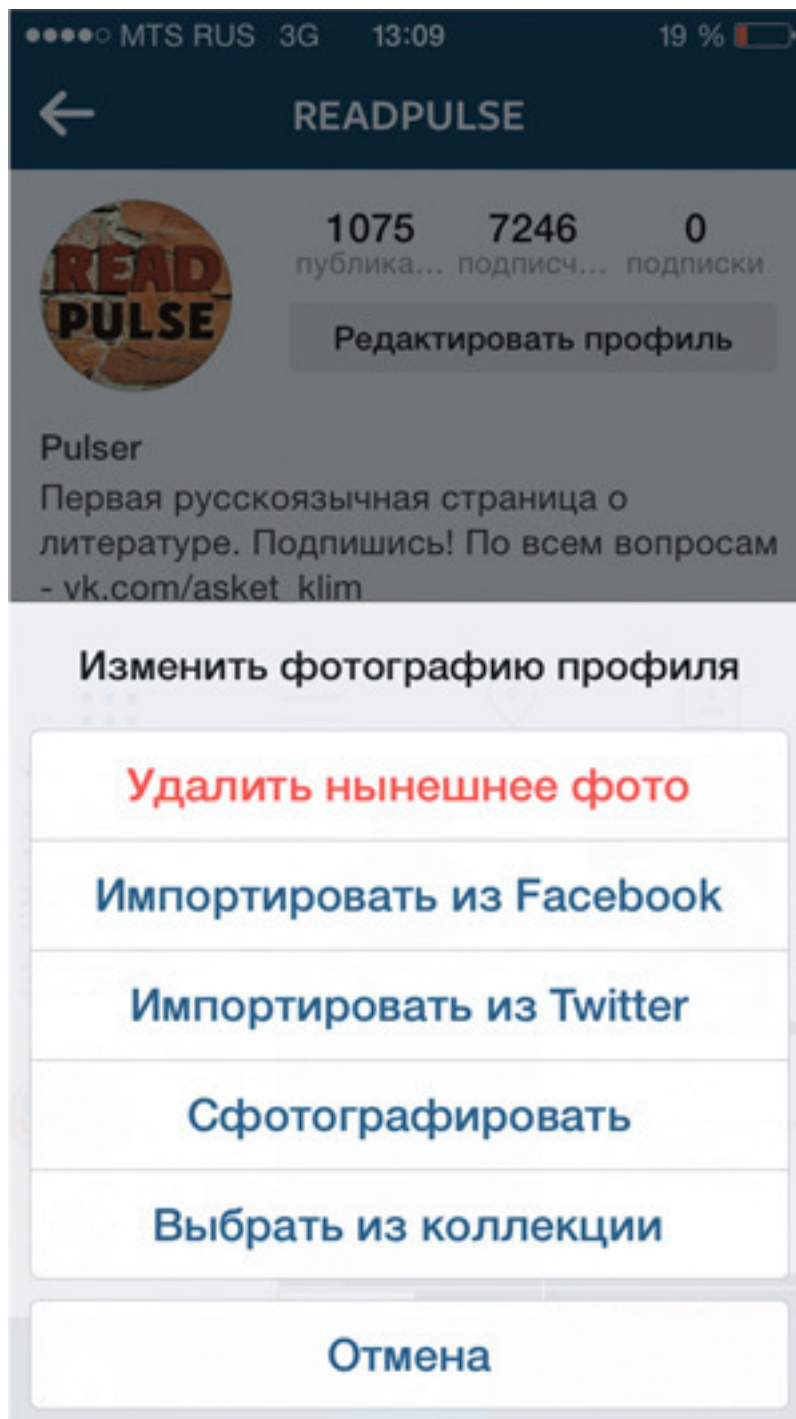
Чтобы стать пользователем Instagram, вам нужно зарегистрироваться. Это весьма просто. Первое, что нужно сделать, это зайти в магазин мобильных приложений в вашем смартфоне/планшете. Напомню, для устройств, работающих под управлением iOS, это App Store, а для гаджетов на Android – Google Play. Пользователям Windows Phone стоит заглянуть в Windows Market. Затем в строке поиска нужно написать Instagram и установить первое же (одноименное) приложение. Обратите внимание, что по этому запросу выдается еще добрый десяток приложений, название большинства из которых начинается на Insta. Все это – вспомогательные программы, решающие разные задачи. Такие, например, как возможность сделать репост (оригинальное приложение не имеет такого функционала). Но о них мы тоже поговорим несколько позже. Пока нужно просто сделать аккаунт. Итак, дождавшись установки, запускаем приложение.






Довольно странная мотивация к регистрации «смотреть фото и видео друзей». Логичнее было бы призывать зарегистрироваться, чтобы стать активным пользователем, то есть самому выкладывать авторские снимки и ролики, разве нет?

Вы можете создать новый аккаунт, а можете авторизоваться через Facebook (для этого, соответственно, у вас там должна быть учетная запись). В случае, если вы регистрируетесь без FB, вам следует ввести адрес электронной почты, а также придумать имя пользователя и пароль. Над именем задумайтесь хорошенько, потому что именно оно и будет названием вашей страницы. Здесь нельзя сделать аккаунт на свое имя, а потом создать сообщество с другим названием. Одним словом, давайте сразу окончательное название. Кроме этого, вы можете сменить фото профиля, выбрав из кадров, которые имеются в памяти гаджета. Фото про-


филя – это небольшое изображение, которое (по аналогии с Facebook) имеет квадратный размер. По сути, это ваш логотип. Также заполните поле информации о странице. Здесь есть где развернуться копирайтеру. В этом поле можно не просто указывать владельца аккаунта, а дать дополнительные сведения (например, о том, что в настоящее время идет конкурс среди подписчиков).




Практика показывает, что в подавляющем числе случаев пользователи кликают только «Выбрать из коллекции».

Если в будущем вы захотите вновь отредактировать данные страницы, вы можете это сделать на вкладке «Человечек » в приложении. Также сразу после регистрации вам становятся доступны вкладка «Действия » (позволяет следить за действиями ваших подписчиков, а также тех, на кого подписаны вы); вкладка «Поиск » (здесь вы можете искать других пользователей, а также фотографии, с определенными хэштегами).

На всякий случай стоит сказать о том, что такое «хэштег». Самое простое определение – метка, позволяющая создать группу публикаций. Если вы раньше бывали на блогерских сервисах, то можете помнить метки – кликабельные слова, которые по щелчку на них выдавали все имеющиеся посты с искомой меткой. Здесь то же самое, только поиск происходит не по одному конкретному блогу, а по всей социальной сети целиком. Чтобы создать хэштег (вы можете присоединиться к существующим либо сделать свой), нужно в описании написать слово, перед которым указать символ #. Все, что идет после решетки и до пробела, – и есть хэштег. Но нужно запомнить, что хэштеги не принадлежат конкретным пользователям. Они общие. Имейте это в виду, когда будете, к примеру, запускать конкурс. Ваши конкуренты также могут создавать сообщения с вашим хэштегом, и их будут видеть все, кто найдет их в поиске.

Идем дальше. На очереди кнопка «Камера ». Здесь все совсем просто. По касанию ваш гаджет переходит в режим съемки. Вы можете выбрать, что снимать – фото или видео (напомню, его длительность не должна быть более 15 секунд). Также есть возможность загрузить изображение или видео из памяти устройства. После этого вам будет предложено наложить на материал эффект (фотофильтр), их в Instagram 20. Кроме того, есть возможность немного отредактировать пост перед публикацией, изменив, к примеру, его контрастность или угол наклона. Что же касается самой публикации, то здесь существует два варианта. Пост можно сделать публичным (и он просто добавится в вашу ленту) или направить его лично одному пользователю или группе. Правда, люди должны будут одобрить запрос на получение от вас сообщений – им придет уведомление, когда вы отправите им пост. Но это делается только один раз.

Наконец, у нас есть кнопка «Дом ». Нажав на нее, вы просто попадете в свою ленту новостей и увидите, что публикуют люди, и бренды, на которые вы подписаны. Именно в этом разделе в своих аккаунтах ваши подписчики и будут следить за вашей активностью и лайкать фотографии. Кстати, кадры в IG исключительно квадратные. Это не просто прихоть разработчиков. Такой формат является отсылкой к весьма популярным в прошлом фотоаппаратам Polaroid и Kodak Instamatic, с помощью которых создавались как раз квадратные фотографии.

Итак, мы разобрались, что и где расположено. Поздравляю, теперь дело за малым. Всего-то нужно наполнить вновь созданную страницу контентом и дать на нее рекламу. Чтобы не делать это абы как, давайте рассмотрим основные стратегии присутствия.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.