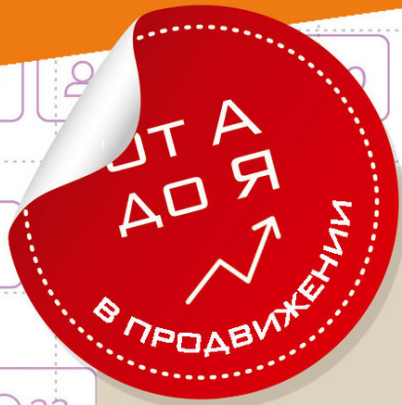


ЕКАТЕРИНА УВАРОВА

ЕВГЕНИЙ ЯКИМОВ



Instagram

СЕКРЕТ УСПЕХА

СЕРВИС
ПРОДВИЖЕНИЯ
ZT PRO

> 120 000
ПОДПИСЧИКОВ

Звезда инстаграма

Екатерина Уварова

**Instagram. Секрет успеха ZT
PRO. От А до Я в продвижении**

«АСТ»

2018

УДК 331.44
ББК 65.24

Уварова Е.

Instagram. Секрет успеха ZT PRO. От А до Я в продвижении /
Е. Уварова — «АСТ», 2018 — (Звезда инстаграма)

ISBN 978-5-17-105587-5

Мир виртуального общения развивается и меняется каждую секунду. Буквально за пару лет Instagram, созданный как обычное приложение, стало полноценной социальной сетью, которая уверенно движется к вершинам популярности среди пользователей во всем мире. Как и предсказывали западные маркетологи, социальные сети начинают делиться не только по типу пользователей, как, например, LinkedIn (для профессиональных контактов), но и по типу контента, как, например, «визуалы» Pinterest и Instagram. Число подписчиков Instagram растет с каждой секундой. Было бы опрометчиво не использовать такую «живую» площадку в интересах своего бизнеса, учитывая, что крупнейшие социальные сети давно и более чем успешно применяются для раскрутки брендов. Разработаны стратегии, методики, создана настоящая индустрия SMM-услуг. Пожалуй, пришло время взглянуть на возможности Instagram глазами специалистов по социальным медиа, благо это уже давно не одно из миллиардов приложений, а социальная сеть, способная, как и другие, стать мощным маркетинговым каналом для брендов. В этой книге вы ознакомитесь с основными секретами успеха от ZT PRO и известных гуру маркетинга для создания успешного аккаунта в Instagram с целью продвижения вашего товара или профиля.

УДК 331.44
ББК 65.24

ISBN 978-5-17-105587-5

© Уварова Е., 2018

© АСТ, 2018

Содержание

Вступление	7
Преимущества Instagram	8
Плюсы для брендов	9
Легенда для Instagram	9
Пиар в Инстаграме	10
Секреты брендинга Инстаграма	12
Как стать популярным в Instagram?	14
Мифы Инстаграма	16
Ведение аккаунта	19
В помощь блогеру	20
5 шагов для начинающих	20
10 маст-хэвов для блогера	21
Типичные проблемы блогеров	22
Что такое вовлеченность и зачем она нужна?	23
20 заповедей для блогеров	24
INSTA-грамотность. Как найти блогера?	25
Как сотрудничать с блогерами Инстаграма?	26
Название и информация профиля	28
Информация в профиле	28
Свой стиль в Instagram	30
Тематика аккаунта	30
Контент	32
Контент – главный способ продвижения	32
Формирование имиджа эксперта	33
96 Идей контента для Instagram	34
Конец ознакомительного фрагмента.	37

Е. Уварова, Е. Якимов
Instagram
Секрет успеха ZT PRO.
От А до Я в продвижении

Серия «Звезда инстаграма»

© Уварова Е.

© Якимов Е.

© ООО «Издательство АСТ»

* * *

Вступление

Мир Instagram

Мир виртуального общения развивается и меняется каждую секунду. Буквально за пару лет Instagram, созданное как обычное приложение, стало полноценной социальной сетью, которая уверенно движется к вершинам популярности среди пользователей во всем мире.

Как и предсказывали западные маркетологи, социальные сети начинают делиться не только по типу пользователей, как, например, LinkedIn (для профессиональных контактов), но и по типу контента, как, например, «визуалы» Pinterest и Instagram.

Число подписчиков Instagram растет с каждой секундой. Было бы опрометчиво не использовать такую «живую» площадку в интересах своего бизнеса при том, что крупнейшие социальные сети давно и более чем успешно применяются для раскрутки брендов.

Разработаны стратегии, методики, создана настоящая индустрия SMM-услуг.

Пожалуй, пришло время взглянуть на возможности Instagram глазами специалистов по социальным медиа, благо это уже давно не одно из миллиардов приложений, а социальная сеть, способная, как и другие, стать мощным маркетинговым каналом для брендов.

В этой книге вы ознакомитесь с основными секретами успеха от ZT PRO и известных гуру маркетинга для создания успешного аккаунта в Instagram с целью продвижения вашего товара или профиля.

Преимущества Instagram

Плюсы для брендов

Что же дает Instagram брендам?

#узнаваемость

Несмотря на то что в данной социальной сети реклама отсутствует, есть множество вариантов, как продвинуть ваш аккаунт и стать популярным и узнаваемым.

#управление_репутацией_и_обратная_связь

Для успешного продвижения вашего аккаунта необходимо реагировать на ваших подписчиков, клиентов, отвечать на вопросы о компании, товарах и услугах.

#лидогенерация (получение целевых обращений в компанию)

Начнем с разочарования: продавать напрямую из Instagram достаточно сложно. Конечно, опосредованно сервис может представлять продукт потенциальному клиенту, только вот вопрос перехода к заказу/покупке придется решать косвенными методами (личное обращение к модератору аккаунта, призыв к посещению сайта, обратному звонку и пр.).

Как таковые нельзя считать и переходы по ссылкам. Да и активная ссылка в принципе ставится только одна – в описании аккаунта в профиле. Но никто не мешает под фото подписать, что товар появился на сайте или в каком-либо магазине, рассказать о новой модели и т. п.

ВАЖНО!

Основная трудность – в отсутствии возможности совершить целевое действие напрямую из сервиса.

Все действенные способы лидогенерации или получения клиентов из Instagram мы опишем в разделе продвижение, овладев которыми, вы сможете привлекать нужную аудиторию в любых масштабах, вне зависимости от ваших целей.

Легенда для Instagram

У каждого бизнеса в этом мире есть закулисы и история его создания.

Бренд – это, когда вам есть, что сказать о вашем бизнесе!

Легенда – это позиционирование, направленное на целевую аудиторию, которое подчеркнет индивидуальность, выделит вас среди конкурентов.

У каждого уважающего себя зарубежного бренда есть легенда.

ВАЖНО!

Секретные функции Instagram

- * Возможность накладывания текста на видео
- * Модерация комментариев
- * Статистика постов
- * Автоматическое удаление постов
- * Статистика аккаунта
- * Возможность сохранять фото и видео из ленты
- * Конвертация в бизнес-аккаунт «сделать профилем компании»
- * Подключить свой аккаунт Instagram к странице Facebook, чтобы получать такие новые функции, как статистика и новый профиль.

Возьмем, к примеру, Соса-Сола. Она была создана как средство от головной боли и плохо продавалась, но отлично пошла как напиток – это история создания.

Легенда должна создавать вибрации, вызывать эмоции в душе человека, именно тогда она будет работать на бренд.

Приведем 9 моделей создания легенды – это поможет вам понять, в каком направлении нужно двигаться:

- *Зарисовка образа жизни потребителя
- *Реальная история
- *Фантазийная обстановка
- *Символический персонаж
- *Создание настроения
- *Образ жизни
- *Акцент на технологии
- *Научные данные
- *Свидетельства в пользу товара

ВАЖНО!

Легенда должна создавать вибрации, вызывать эмоции в душе человека, именно тогда она будет работать на бренд.

Пиар в Инстаграме

5 главных советов о том, как построить свой бренд, как это получилось у нас самих:

1. Первое и, пожалуй, самое главное – это найти свои сильные стороны, то чем вы выгодно отличаетесь от других. Например, наш основатель @russia_zt побывал во многих странах и первое время активно писал полезные посты о путешествиях со своими уникальными фотографиями, полезных книгах, саморазвитию и т. д.

В интернете растиражирована фотография Индийского и Атлантического океанов с мыса Игольный в ЮАР, где вода, якобы, разных цветов, на самом деле, это фотешоп. Вода в океанах одного темно-синего цвета – мы видели это своими глазами.

2. Второе – связи решают все! Вы для развития связей можете посещать открытые события в ваших городах, например, встречи с читателями, нетворкинг. Обязательно на таких мероприятиях старайтесь следовать дресс-коду, одевайтесь с изюминкой, выгодно отличайтесь от других. И много, много общайтесь с гостями и организаторами – в таком случае вас обязательно запомнят! Не стесняйтесь подходить к людям, которые вам знакомы из Инстаграма!

ВАЖНО!

Много общайтесь с гостями и организаторами – в таком случае вас обязательно запомнят!

Не стесняйтесь подходить к людям, которые вам знакомы из Инстаграма!

3. Третье – пишите интересные комментарии в постах блогеров/селебрити – вас заметят! Например, мы когда-то написали экспертный комментарий в посте знаменитого дизайнера – он и его окружение нас зафолловили.

4. Четвертое – обмен аудиторией. Данный инструмент еще актуален. Например, сейчас вы читаете гостевой пост в аккаунте нашего клиента, если он и наш профиль вам понравятся, вы наверняка нас зафолловите:)

5. Пятое – в PR есть правило: повторение ключевых сообщений. Когда вы из одного пресс-релиза в другой пишете одну и ту же фразу, то она остается в памяти у людей, как 25 кадр. Мы всегда были активистами, когда-то начали писать в постах хэштэги #секреты_ztpro и #ztpro – теперь нас называют самой активной маркетинг компанией РФ:)

ВАЖНО!

Мы всегда были активистами, когда-то начали писать в постах хэштэги #секреты_ztpro и #ztpro – теперь нас называют самой активной маркетинг компанией РФ:)

Построение личного бренда очень важно в любой профессии. Например, сейчас нам часто поступают разные предложения об инвестициях, совместных проектах, так как мы пиарили свое дело в социальных сетях, и теперь мы видим плоды своего труда!

Как создать персональный бренд в Instagram?

Продвижение профиля в Instagram – не только знания о самом Инстаграме, но и кое-какие маркетинговые фишки.

Мы будем постепенно освещать наиболее важные темы и будем много писать о персональном брендинге и маркетинговых фишках.

Персональный бренд (ПБ) – это ваш образ в сознании людей и его важно развивать не только онлайн, но и оффлайн.

То, каким вас себе представляет, каким вас видит и какими качествами вас наделяет потенциальный потребитель и есть персональный бренд.

ВАЖНО!

Персональный бренд (ПБ) – это ваш образ в сознании людей и его важно развивать не только онлайн, но и оффлайн.

В этих моментах очень важно грамотно его выстроить, потому что именно ПБ может стать отличным методом продвижения вашего бизнеса и придаст ему дополнительную ценность.

ПБ может помочь вам выделиться среди конкурентов, он всегда должен выглядеть естественно, быть целостным и значимым.

Если ваш бизнес завязан на человеке, то есть, вы дизайнер, художник, стилист, инфобизнесмен, пиарщик, портной, учитель, блогер и т. д., то ПБ точно для вас!

Секреты брендинга Инстаграма

Раскрывая тему персонального брендинга, мы хотим поговорить о его составляющих.

Главная задача персонального брендинга – это помочь целевой аудитории сделать правильный выбор в вашу сторону.

ВАЖНО!

Вы должны сами наклеить на себя тот самый ярлык, тем самым создав правильный образ в головах потребителей.

Общество привыкло вешать ярлыки, а мнение общества о вас складывается, исходя из вашего поведения. Задача – не дать обществу наклеить на вас какой-то ярлык, последнее слово должно остаться за вами. Вы должны сами наклеить на себя тот самый ярлык, тем самым создав правильный образ в головах потребителей.

Персональный бренд складывается из двух составляющих – внешней и внутренней.

Первая составляющая включает себя ваше собственное представление о себе, окружающих вас людях и о том, как и кем вы себя представляете в будущем.

Вторая включает в себя ваш внешний вид, походку, причёску, жестикуляцию, ваш имидж, вашу манеру одеваться и вашу самопрезентацию.

Работать всегда нужно над обеими составляющими. Итак, над чем вам стоит подумать в первую очередь?

Любая персона это:

- * Имя (какая-нибудь звонкая фамилия)
- * Внешность
- * Голос
- * Содержание
- * Невербалика (жесты, походка, мимика)
- * Контекст

Так, каждый момент, описанный выше, должен быть тщательно продуман. А из каждого пункта должна сложиться общая картина – ваш образ.

Продумайте, как должен выглядеть и вести себя человек вашего положения, какие интонации должны быть, когда он говорит и т. д.

Все мысли, которые приходят вам в голову, записывайте, потом выберете то, что больше всего подходит именно вам.

Как стать популярным в Instagram?

Как стать популярным в Instagram?

Что же такое популярность, откуда она берется? Почему некоторые профили набирают кучу лайков и загребают миллионы с размещения рекламы?

Мы не будем писать здесь поэмы, а наоборот выведем для вас 5 кратких тезисов.

Итак:

1. «Хочу реактивно продвинуть профиль»

Знаете – это возможно. Только до недавнего времени бюджет для этого нужен был настолько же реактивный, либо вы должны были быть супергуру в области SMM. Ведь каждому известно частое правило «Время=Деньги». Почему «до недавнего?»

После сотен тысяч просьб мы создали для всех VIP-популярность. Она словно как сапоги-скороходы для инстаграм-продвижения. О ней расскажем в 5-м правиле.

2. Как набрать миллион подписчиков?

Запомните. ИХ НЕВОЗМОЖНО ПОЛУЧИТЬ БЫСТРО. А как иначе? Если вы купите где-то в переходе миллион подписчиков, (пульнув деньги прямиком на карту «умельца») ВАМ НАСЫПЯТ БОТОВ! Просьба не вестись на это. «Насыпят» ведь они, как гравий в камазе, (только гравий не списывают через 5–7 дней:) Не пытайтесь даже попробовать на своих профилях: это действительно опасно.

Доверяйте лишь опытным и главное – ЛЕГАЛЬНЫМ компаниям!

3. Все тлен, все куплено, не продвинушь.

Многие действительно думают, что продвинутые профили в Instagram в топах рейтингов «по благу». Ой, все! Вы в это верите? С высоты многих лет продвижения личностей и компаний, мы смело можем вам сказать: если и есть блат, то только в 0,1 % случаях. А это значит, все в ваших руках. Нужно просто не лениться.

ВАЖНО!

Доверяйте лишь опытным и главное – легальным компаниям!

4. Популярность стоит бешеных денег.

Среди наших знакомых есть одна девушка, популярный makeup- и fashion-стилист (имени не назовем, сами догадаетесь.) Она продвигалась у нас чуть больше одного года, тратя по 1000–1500 р. в месяц. Через год ее не стало видно среди заказов, и мы узнали почему. Оказывается, заказов на бьюти у нее стало столько, что она решила отпустить все в свободное плавание, то есть добилась популярности. За год она потратила всего 17 000 р. Есть над чем задуматься.

5. Хочу лайки, не хочу ничего делать!

Да – это возможно. Нет, мы не шутим. Дело в том, что когда Instagram внедрили в приложение рекламу, мы внедрили кое-что в ответ. Называется это VIP-популярность. Любой чело-

век или компания может теперь по кнопке «Оплатить», получать на сколько угодно фото и видео тучу лайков и просмотров.

Ничего не делать не получится, конечно. Нужно публиковать фото/видео, делать их креативными и качественными. Вы даже можете стать популярным как Justin Bieber за 200 000 р. в месяц, получая сотни тысяч лайков и миллионы просмотров, а можете использовать это как хороший толчок в создании популярности и за 1500 р. в месяц.

ВАЖНО!

Нужно публиковать фото/видео, делать их креативными и качественными.

Мифы Инстаграма

А сейчас мы расскажем вам о самых главных мифах Инстаграма. Поэтому садимся поудобнее, слушаем внимательно и с огромным интересом!

МИФ 1. Бизнес-профиль отображается в ленте хуже, чем личный профиль.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Отображение профилей в ленте зависит от вовлеченности аудитории, скорости набора лайков и т. д. При идентичном качественном контенте профили отображаются абсолютно одинаково. Проверено на себе и на клиентах. Так что все зависит от качества ведения аккаунта, а не типа аккаунта.

МИФ 2. Чтобы поднять уровень вовлеченности, необходимо удалять из подписок магазины и ботов.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Для того чтобы поднять вовлеченность, нужно, во-первых, улучшать контент, и, во-вторых, привлекать новую, качественную живую аудиторию. Ботов Инстаграм удаляет сам – автоматически раз в месяц примерно, магазины сами от вас отпишутся. Тратьте время на то, что реально улучшит ваш аккаунт, а не на имитацию.

МИФ 3. В Инстаграме находится одна молодежь без денег и мамочки в декрете.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Средний чек Инстаграма – 6000–7000 р. Основная аудитория – 25–34 лет. Мужчины – 35 %, женщины – 65 %.

МИФ 4. Эффективнее давать рекламу в вечернее время.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Это зависит от вашей аудитории. Но посты, размещенные в первой половине дня, собирают большее число лайков и комментариев. Выбор за вами.

ВАЖНО!

Средний чек Инстаграма – 6000–7000 р.

Основная аудитория — 25–34 лет.

Мужчины – 35 %, женщины – 65 %.

МИФ 5. В Инстаграме невозможно продавать.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Наши клиенты с этим поспорили бы. Их средний оборот из Инстаграм от 50 до 300 тысяч рублей. У некоторых – несколько миллионов. Так что все барьеры – в голове. Главное – желание и владение информацией.

МИФ 6. Инстаграм скоро станет неактуален.

НА САМОМ ДЕЛЕ. «Фэйсбуку» и «ВКонтакте» – 10 лет. Инстаграму недавно исполнилось 6 лет. Количество пользователей по-прежнему растет.

МИФ 7. В Инстаграме дорогие, невыгодные подписчики.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Средняя стоимость подписчика в Инстаграмме – 5–6 рублей, а в «Яндекс. директе» (контекстная реклама) – один клик, а это даже не подписчик, стоит около 1 доллара, что почти в 10 раз больше. Так что все познается в сравнении.

ВАЖНО!

Средний оборот из Инстаграма от 50 до 300 тысяч рублей.

У некоторых – несколько миллионов.

Так что все барьеры – в голове.

МИФ 8. В Инстаграме нельзя писать цены.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Официальных ограничений на этот счет нет. Если вы не пишете цены из-за конкурентов или налоговой, то поверьте, что конкуренты и налоговая ваши цены узнают. А вот клиентам плясать с бубном и писать в Директ будет лень, и вы их потеряете.

МИФ 9. SFS и giveaway – лучшие способы увеличения подписчиков.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Злоупотребление SFS (взаимоупоминаниями) очень раздражает подписчиков, гивэвэй, в основном, приводят в аккаунт халявщиков (если они не продуманы грамотно), которые отписываются после розыгрыша, поэтому используйте разные методы продвижения, а главное – с умом.

МИФ 10. Инстаграм в основном для картинок, а не информационного контекста, текста.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Те, кто дочитал текст до этого места – уже опровергли этот миф и заполучили очень ценную информацию. Инстаграм – это комплексная работа и над фото, и над текстами, и над темами этих текстов.

ВАЖНО!

Инстаграм – это комплексная работа и над фото, и над текстами, и над темами текстов.

МИФ 11. Главное – красивые фото.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Фото – это бесспорно важно. Но давно канули в лету те времена, когда можно было разместить фото овсянки, написать «доброе утро, инстамир!», поставить хэштеги и принимать армию новых фолловеров. Конкуренция растет. Качество контента тоже растет. Тут – или соответствуй, или твое место займут другие.

МИФ 12. Главное – количество подписчиков.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Количество, конечно, важно. Но качество еще важнее. Если ваша аудитория – это купленные боты, разношерстные школьники или арабы, то она не несет никакой ценности. Лояльность и вовлеченность важнее.

МИФ 13. У меня нет времени на Instagram.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Каждый сам расставляет приоритеты. При нормальном планировании можно успешно развивать аккаунт, посвящая ему 2–4 часа в день. Было бы желание.

ВАЖНО!

При нормальном планировании можно успешно развивать аккаунт, посвящая ему 2–4 часа в день.

МИФ 14. Развивать Instagram нельзя без денег.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Можно! Отчего же нельзя? Приложите требуемые усилия, читайте нашу главу по продвижению!

МИФ 15. Зарабатывают в Instagram только те, у кого много подписчиков.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Зарабатывают в Instagram те, у кого классный продукт, востребованные навыки, интересный контент и т. д.

МИФ 16. Ранжирование постов – это ужасно, оно тормозит развитие аккаунта.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Ранжирование постов – это счастье для тех, кто и раньше заморачивался над качеством фото, постов, лояльностью аудитории и смертью для аккаунтов с низкой вовлеченностью и убогим контентом. Научитесь использовать преимущества ранжирования и «рекомендованного» и будет вам 1000–7000 бесплатных фоловеров.

МИФ 17. В Instagram нельзя продавать услуги.

НА САМОМ ДЕЛЕ. Можно. Исследуйте Instagram, вы найдете немало таких людей, которые успешны в своем деле и зарабатывают на этом.

Ведение аккаунта

В этой главе мы опишем все известные методы ведения аккаунтов в Instagram, азы наполнения профилей, а также рассмотрим варианты дополнительных возможностей для продвижения с помощью создания правильного контента и иных способов внедрения публикаций в данной сети.

В помощь блогеру

5 шагов для начинающих

Сначала поговорим о 5 шагах для начинающих свой блог.

1. Решите, для кого вы пишете? Желательно, если вы будете представлять человека или группу людей для которых вы пишете пост. Ошибка начинающих – копировать «голос» других, более популярных блогеров. Писать «Доброе утро, котята!», использовать уменьшительно-ласкательные суффиксы (овсяночка, фоточки) или грубость. Проблема обычно в том, что у блогера это выглядит органично, а у вас – нет.

ВАЖНО!

Пишите искренне и непринужденно, представляйте друзей, коллег или подруг, которым рассказываете историю.

И похожие люди потянутся к вам.

Поэтому пишите искренне и непринужденно, представляйте друзей, коллег или подруг, которым рассказываете историю. И похожие люди потянутся к вам.

2. Определите тематику блога. Вы должны понимать, в чем вы сильны и каким опытом готовы поделиться, а также, что отличает вас от других блогеров, которые пишут на эту тему, почему подписчик должен выбрать вас? Придется забыть про стеснения и сомнения, говорить/писать уверенно, заявлять свою точку зрения.

3. Цените свою аудиторию. Отвечайте на комментарии, учитывайте пожелания подписчиков, проявляйте к ним внимание. Не допускайте оскорблений по отношению к аудитории, удаляйте спам и негатив.

4. Делайте контент качественно и регулярно. Уделяйте внимание, как фото, так и текстам, а главное – общему виду профиля. Желательно подготовиться и написать 15–20 постов заранее, прежде чем приглашать читателей в свой блог и заниматься продвижением. На пустые профили с 2–5 фото люди не подписываются.

ВАЖНО!

Не допускайте оскорблений по отношению к аудитории, удаляйте спам и негатив.

5. Занимайтесь продвижением. Уделяйте внимание не только контенту, но и продвижению. Заводите Instagram-друзей, участвуйте в дискуссиях под постами у популярных блогеров, ходите по аккаунтам людей, которые вам приятны, оставляйте комментарии, ставьте лайки на фото, будьте доброжелательны и активны – и люди к вам потянутся.

10 маст-хэвов для блогера

Что необходимо иметь, чтобы быть успешным блогером?

1. Красивые фотографии.

Рассказывайте историю не только в текстах, но и в фото. Следите за их качеством, композицией, общим оформлением профиля. Instagram – это прежде всего визуальная социальная сеть.

2. Понятная тематика.

Оптимально, если у вашего блога будет понятная тематика или регулярные рубрики. Например, пишете про материнство, но также делитесь обзорами на кино-новинки или полезными ПП-рецептами. В этом случае аудитория сразу понимает, в чем польза вашего блога и подписывается охотнее.

3. Высокая вовлеченность.

Следите за показателем вовлеченности. Для личных блогов она должна быть на уровне 2–2,5 %. Чем меньше блог, тем выше показатель.

0–10К – 7–10%

10–50К – 4–7%

50–100К – 2,5–5%

100К+ – 2,5 %+

4. Регулярный постинг.

Размещайте посты регулярно (оптимально 1–3 раза в день), в противном случае вы рискуете «затеряться» в ленте и пропасть из фокуса ваших подписчиков.

5. Харизма.

Харизма и обаяние – те качества, которые помогают вдохновлять людей, заражать своими идеями, располагать, притягивать последователей.

6. Живое общение.

Ценность любого блогера – в его контенте и его аудитории. Общайтесь в комментариях, задавайте открытые вопросы, просите поделиться опытом, дать совет и т. д.

7. Качественные тексты.

Пишите содержательные посты на темы, интересные вашей аудитории, делитесь мыслями, используйте storytelling.

ВАЖНО!

Оптимально, если у вашего блога будет понятная тематика или регулярные рубрики.

8. Уникальность.

Будьте уникальным, не копируйте чужой стиль и фото. Выразите свою точку зрения, и она обязательно найдет последователей.

9. Искренность.

Не нужно пытаться быть сладким и милым, если в жизни вы эксцентричны и резковаты. Будьте собой. Искренность в текстах и фотографиях чувствуется и притягивает подписчиков куда эффективнее, чем попытки стать тем, чем вы не являетесь.

10. Лояльная аудитория.

Ваш блог – ваше персональное сообщество, следите, чтобы все его участники уважительно относились к вам и друг к другу, блокируйте негатив и спам, следите за направлением дискуссии в комментариях.

Типичные проблемы блогеров

1. Контент.

Если вы пишете/фотографируете исключительно по вдохновению, то наступит тот момент, когда вдохновение иссякнет на фоне осенней хандры, простуды, болеющего ребенка, отпуска и т. д. Нет публикаций – падает статистика, просмотры, показы, вовлеченность, и вы медленно теряете свои позиции. Наличие контент-плана и написанных на черный день постов помогает исправить ситуацию.

2. Позиционирование.

Это, пожалуй, самая главная проблема. Нельзя одновременно вести блог про декор, кулинарию и строительные материалы. Это напоминает вечный поиск себя или как в детстве: «Я вырасту и стану космонавтом, балериной и еще буду в буфете пирожки продавать». Детство кончилось, пора расставить приоритеты.

3. Деньги.

Первые 2–6 месяцев блог не будет приносить вам денег. Будьте готовы и воспринимайте это, как период «стартапа», и получайте удовольствие от процесса.

ВАЖНО!

Нельзя одновременно вести блог про декор, кулинарию и строительные материалы: это напоминает вечный поиск себя.

4. Нет времени для работы над блогом.

Блог, особенно на этапе запуска и развития, требует довольно много времени, в среднем от 4 часов в день. Возможно, придется ложиться на час позже, или вставать раньше, или перестать смотреть сериалы, или оптимизировать время иначе.

5. Подписчики.

Они не растут, или растут не так быстро, как хотелось бы, или вообще отписываются. Важно концентрироваться как на контенте, так и на продвижении, потому что под лежащий камень вода не течет.

6. Конкуренция.

В среде блогеров также есть конкуренция – за рекламодателей, за аудиторию, за клиентов, если вы блогер-эксперт.

7. Вовлеченность.

Пишете вы потрясающий пост, делаете классные фото – а в ответ тишина и три лайка. Это демотивирует. Над вовлеченностью также можно и нужно работать, дерзайте!

Что такое вовлеченность и зачем она нужна?

Рейтинг вашего аккаунта, то есть насколько динамично люди взаимодействуют с ним, покажет именно **ВОВЛЕЧЕННОСТЬ**.

ВАЖНО!

Instagram размещает наиболее популярные публикации в «Рекомендованное», где пост видят даже те, кто не является вашими подписчиками.

Первый месяц лета 2016 отличился некоторыми изменениями в одной из самых популярных соцсетей. Механизм выпуска публикаций Instagram изменился, хотя некоторые люди были совершенно против этого.

Каковы изменения?

Прежде лента новостей была последовательной, и люди могли быть абсолютно уверены, что подписчики увидят их запись в ленте.

Идеальное время публикации было одним из самых важных моментов при размещении постов. Например, вы опубликовали запись в 15:00, и читающие вас люди увидят ее раньше, нежели посты, опубликованные позже.

Каковы же изменения?

Новый механизм выпуска публикаций обеспечил новую новостную ленту. Теперь она строится, базируясь на конструкции ранжирования.

Теперь посты видны не в той последовательности, в которой они опубликовываются, а в той, которая основывается на контакте с контентом. Общеизвестно, что секретные механизмы учитывают не что иное, как вовлеченность, то есть просмотры видео, лайки и комментарии.

Instagram размещает наиболее популярные публикации в «Рекомендованное», где пост видят даже те, кто не является вашими подписчиками.

Кстати, есть еще кое-что выгодное: если тенденция набора комментариев и лайков будет хорошей, то по хэштегам и геолокациям вы легко попадете в ТОП-9. Однако пользователи Instagram, которые на вас не подписаны, ваши посты не видят, и никак отзываться, соответственно, не могут. Это отрицательный момент.

Статистика Instagram покажет, сколько подписчиков из всех вас наблюдают.

Итак, чтобы поднять индекс вовлеченности, нужно удалять из подписок магазины и ботов.

Для того чтобы поднять вовлеченность, нужно улучшать контент и привлекать новую качественную аудиторию. Ботов Instagram удаляет сам (автоматически, примерно раз в месяц), магазины сами от вас отпишутся. Тратьте время не на имитацию, а на то, что реально улучшит ваш аккаунт.

И знайте, что при одинаково качественном контенте профили отображаются абсолютно идентично. Так что ваши позиции зависят от качества ведения аккаунта, а не типа аккаунта.

ВАЖНО!

При одинаково качественном контенте профили отображаются абсолютно идентично. Так что ваши позиции зависят от качества ведения аккаунта, а не типа аккаунта.

20 заповедей для блогеров

1. Оставайтесь собой, будьте уникальны, не копируйте чужой стиль, мысли и идеи.
2. Регулярно пишите и размещайте качественные посты.
3. Знайте и любите тех, для кого вы пишете.
4. Понимайте, о чем им интересно читать, что их волнует, о чем они просят, чего хотят.
5. Уделяйте внимание комментариям, отвечайте на них, поддерживайте дискуссии, удаляйте спам и неадекват.
6. Оформляйте посты так, чтобы их было удобно читать.
7. Продумайте тематику основных «рубрик».
8. Продумайте визуальное оформление блога.
9. Составьте контент-план.
10. Инвестируйте время (и/или деньги) в продвижение блога и увеличение численности читателей.
11. Найдите товарища в блогерском сообществе, с которым можно обсуждать насущные вопросы. Или пять.
12. Уделяйте внимание, как текстам, так и фото, развивайтесь в этих аспектах.
13. Если планируете монетизировать свой блог, подготовьте его к этому.
14. Подготовьте качественные собственные фотографии (портреты, селфи и т. д.), своих будней, событий и т. д.
15. Подпишитесь на 3–5 блогеров, с которых можно брать пример, черпать вдохновение.
16. Регулярно проводите аудит блога, думайте, что можно улучшить, дополнить и развить.
17. Уделяйте внимание обратной связи и вопросам, которые задают читатели.
18. Будьте доброжелательны, но четко отстраивайте свои границы.
19. Взаимодействуйте с другими блогерами, используйте гостевой блоггинг, совместные активности, марафоны, SFS и т. д.
20. Будьте открыты к новым идеям и сотрудничеству.

INSTA-грамотность. Как найти блогера?

А теперь поделимся с вами секретом, какие блогеры необходимы именно вашей целевой аудитории, и где их найти.

1. Где искать?

Самое главное: не забываем, что у блогера должна быть ваша целевая аудитория. Поэтому необходимо найти блогера с идентичной целевой аудиторией.

* В подписках у блогеров. Блогеры тоже дружат и общаются, в подписках у одного вы найдете с десяток других интересных ребят.

* Во вкладке «Рекомендованное» у блогеров. Это зеленая стрелочка в разделе user info рядом с кнопкой «Подписаться».

* На сайтах статистики и рейтингах, например livedune.ru, там, кстати, и вовлеченность, и город показывают, что плюс, можно посмотреть прирост аудитории у блогера и т. д.

* На биржах рекламы Youtube, Instagram блогеров: например, labelUP или Plibber. Там удобно искать мини-лидеров мнений. Там показывается еще больше статистики – про среднее число лайков, комментариев и т. д., что вручную считать запарно.

* В поиске Инстаграма: просто в поиске по словам, например, «Природа» или «Екатеринбург», в топе по локациям и т. д.

ВАЖНО!

Целевую аудиторию можно найти на биржах рекламы Youtube, Instagram блогеров: например, labelUP или Plibber.

2. Как выбрать?

* Мы советуем вам завести отдельный аккаунт и подписаться на всех, кого вы выбрали в качестве потенциальной площадки и посмотреть за тем, что у них происходит. Какую реакцию вызывают рекламные посты, на сколько растут рекламируемые аккаунты.

* Данную информацию вы легко можете отследить с помощью того же livedune.ru или делая скрины до и после. В общем, живой ли аккаунт или там только «мамочки в декрете из “Бургер Кинга”».

* Следите за индексом вовлеченности ER (engagement rate). У небольших блогеров – до 30 000, ER должен быть не меньше 3, а лучше 5–10 % – это признак живого аккаунта. У крупных – от 2,5 %. Если меньше, то не вариант – особого смысла рекламироваться нет.

ВАЖНО!

Важно, чтобы аккаунт был живым, настоящим, активным. Смотрим не только за количеством, но и за качеством подписчиков.

* Важно также, чтобы аккаунт был живым, настоящим, активным. Смотрим не только за количеством, но и за качеством подписчиков. Кликаем на лайки, подписчиков и прокручиваем вниз – там реальные люди или магазины, или мотивированные подписчики? Комментарии – по сути или спам?

* Просмотры видео – должно быть не меньше 10 % от общего числа (хотя при желании тоже накручиваются).

* Вы запросто имеете право попросить блогера прислать скрины статистики Инстаграма: средний охват постов, аудиторию и т. д.

Как сотрудничать с блогерами Инстаграма?

Как правильно выбрать блогера для сотрудничества?

Это одна из самых непростых задач в продвижении.

Здесь все зависит только от вас. Если что-то пойдет не так, и реклама не работает, то вы там будете виноваты и только вы!

ВАЖНО!

Покупать рекламу вас никто не заставляет. Вы сами выбираете блогера, день, время публикации, готовите к рекламе свою страничку и т. д.

Некоторые инста-специалисты и рекламодатели любят жаловаться на блогеров, иногда и ушат ***** с удовольствием выльют на блогеров.

Но у нас имеется иной взгляд на этот счет, и сейчас объясним почему, а еще дадим вам по-настоящему стоящие советы по сотрудничеству.

Покупать рекламу вас никто не заставляет. Вы сами выбираете блогера, день, время публикации, готовите к рекламе свою страничку и т. д. Если вы делаете что-то неправильно, то это ваш недочет. К рекламе нужно подходить серьезно!

1. Ищите блогера с вашей ЦА. Пролитайте тех, кто на него подписан (не всех, смотрите выборочно, чтобы составить примерную картину), посмотрите, кто активен в комментариях. Удостоверьтесь в том, что это ваша ЦА.

ВАЖНО!

Вам придется потратить неделю-две на анализ блогеров, зато вы не выкинете денег на ветер и максимально обезопасите себя от провала.

2. Проверьте активность профиля. Смотреть лайки стало уже давно не актуально. Лучше смотрите количество просмотров видео и количество комментариев. И если просмотры можно накрутить, то живые комментарии нет, их привлечение – залог качественной рекламной кампании.

3. Почитайте, как блогер пишет рекламные посты, насколько эти тексты интересны, и как на них реагирует его аудитория. Да, вам придется потратить неделю-две на анализ блогеров, зато вы не выкинете денег на ветер и максимально обезопасите себя от провала.

4. Отслеживайте чужие рекламные посты у блогера. Попробуйте написать рекламодателям и спросить, какой эффект они получили после размещения рекламы: сколько человек к ним пришло, есть ли вопросы по товару и продаже.

5. Договариваясь о рекламном посте, обязательно договоритесь о том, в какой день он выйдет, в какое время, как будет упомянут ваш аккаунт и каким образом будет написан сам пост. Попросите блогера, чтобы упоминаний вашего аккаунта было два. В самом начале в первых трех строчках, чтобы те пользователи, которые все-таки не читают посты, видели ваш ник, и – в самом конце, чтобы все пользователи, которые дочитали пост до конца, могли кликнуть на активную ссылку на ваш профиль.

Название и информация профиля

Когда-то мы говорили в школе о том, что как «корабль назовешь, так он и поплывет». Эта истина актуальна и для Instagram.

Зачастую, название совсем не отражает сути профиля, но это еще не самый худший вариант.

Хуже всего, когда вы не можете запомнить ник. И сейчас мы расскажем о том, чего делать нельзя.

Всегда нужно помнить о комфорте своих читателей, сделайте все, чтобы им было легко вас найти и запомнить. Также нельзя забывать и об уникальности: очень важно отличаться и выделяться из моря похожих аккаунтов. Удачное название профиля – это отличный фундамент для строительства вашего личного бренда как в бизнесе, так и в блогосфере.

Информация в профиле

Одна из самых важных тем – информация в профиле. Она состоит из 150 символов о себе и о том, что вы делаете в Instagram.

Это та информация, по которой всего за пару секунд пользователь определяет, интересны ли вы ему, и стоит ли на вас подписываться.

Как же правильно заполнять эту информацию?

Начнем с самой верхней строки «Имя профиля». Там всего 33 символа, и нам необходимо поместить туда самую важную информацию: чем вы занимаетесь и в каком городе находитесь. Например: Украшения Москва.

ВАЖНО!

Что делать нельзя!

Не создавайте сложный и длинный ник наподобие

©elizavetakuznetsova ©elennarybakovvaa и т. д.

Не нужно использовать повторяющиеся буквы, если в настоящем имени их нет.

Не используйте цифры в названии профиля, типа ©mashechka94

Не используйте номер телефона в названии аккаунта.

Не используйте 2–3 нижних подчеркивания, так Ваш профиль будет сложно запомнить и найти.

Старайтесь, чтобы ваш ник был максимально коротким и понятным, еще круче, если вам удастся придумать его запоминающимся.

Почему именно эту информацию?

В Instagram есть поиск, через который, собственно, мы и находим профили, так вот в нем чаще всего вводят ключевые слова и города.

ВАЖНО!

Самая важная информация: чем вы занимаетесь и в каком городе находитесь.

Указав, эту информацию, вы оптимизируете ваш профиль для поиска. Теперь ваш профиль гораздо легче будет найти в случайном поиске.

ВАЖНО!

Обязательно используйте смайлы, чтобы оживить информацию: смайлы цепляют внимание.

Далее мы открываем заметки на своем телефоне и пишем основную информацию о своем профиле.

Лимит – 150 символов. Здесь мы рекомендуем обязательно использовать смайлы, чтобы оживить информацию. Смайлы цепляют внимание.

Что же важно указать в информации о себе?

Если у вас магазин или вы предоставляете услуги, то подробнее расписываете то, чем занимаетесь, есть ли доставка, в какой форме предоставляется услуга, ваши контакты.

Если у вас личный профиль, вы пишете, кто вы, какие у вас интересы и о чем вы рассказываете в своем профиле.

Информация должна быть емкой, понятной и интересной – такой, которая зацепит потенциального подписчика.

ВАЖНО!

Информация должна быть емкой, понятной и интересной – такой, которая зацепит потенциального подписчика.

Всю эту информацию очень важно указать в столбик, а не сплошным текстом, именно для этого мы пишем ее в заметках (в Instagram у вас сделать столбик не получится).

Так, то, что вы написали о себе, будет легче читаться и выглядеть привлекательнее.

Свой стиль в Instagram

Узнаваемый стиль, интересный контент и характерная визуальная подача – это то, что поможет вам отстраниться от конкурентов, построить и укрепить собственный бренд, сформировать лояльность аудитории.

Все читают гляцевые журналы, на всех обложках одинаково красивые звезды и заголовки большими буквами. Тем не менее, каждый журнал ориентирован на свою собственную целевую аудиторию, в этом их различие.

Что можно наблюдать на некоторых аккаунтах? Неуместные копии того, что у кого-то зашло.

Друзья, не надо так! Копия всегда читается, и она хуже оригинала. Воспитывайте собственный вкус, пробуйте, ищите стиль, миксуйте. Всегда думайте о своей аудитории, о том, как ей удобно, что интересно, где «болит». Производите собственные идеи, уникальный контент, в том стиле, который будет для вас органичным, а не пытайтесь быть кем-то, кем вы не являетесь. Ваша задача стать лучшей версией себя самого, а не другим человеком.

* * *

В психологии есть такое понятие, как конгруэнтность – это в широком смысле «соответствие», в случае с социальными сетями – текстов, картинок, стиля жизни, посылы и подтекста и т. д.

Неконгруэнтные образы вызывают ощущение обмана и сводят все усилия по формированию доверия, симпатии и эмпатии к нулю. Это может быть несоответствие цены вашего продукта и его ценности или несоответствие посылы и фото общему стилю жизни. Ваши подписчики – неглупые люди и всегда заметят подвох, если он есть.

Почему у одних заходит приторное начало поста или провокационные темы, а у других нет? Потому что в первом случае это искренне, во втором – нет.

Во втором случае человек чувствует себя обманутым, злится и т. д. Он не лоялен к вам и вашему блогу, он никогда не станет клиентом.

Еще один негативный момент – несоответствие между «картинкой» и «реальностью» – часто вызывает депрессию у автора. Потому что на улице ждет не карета, а тыква.

Поэтому, друзья, будьте искренними и настоящими со своей аудиторией! Это продает и приводит подписчиков куда лучше, чем выложенные фото, а главное создает правильную атмосферу в аккаунте!

Тематика аккаунта

«О чем писать?» – с этим вопросом сталкивается каждый, кто начинает вести аккаунт в инстаграме. Предлагаем два простых шага, которые помогут вам определиться.

1. Какую цель вы ставите?

- Привлечение в свою структуру новых партнеров.
- Продажа продукта вашей компании.
- Работа с существующей структурой.
- Развитие своего личного бренда и т. д.

От этого будет напрямую зависеть и способ ведения аккаунта, и контент, и целевая аудитория. Так, если целью стоит привлечение клиентов, то в профиле должно быть больше обзор-

ров продукции. Если же это бизнес-аккаунт, то логичнее будет делиться информацией, которая поможет подписчикам в их бизнесе и/или привлечет их в вашу структуру.

2. В чем состоит ваша экспертность? В какой сфере вы уже стали профессионалом, или что вам интересно изучать?

Ответ на эти вопросы поможет понять, какие темы вы сможете поднимать в своем аккаунте. Кроме того, свои экспертные знания и навыки вы можете монетизировать: например, проводить платные консультации.

ВАЖНО!

Свои экспертные знания и навыки вы можете монетизировать: например, проводить платные консультации.

В МЛМ¹ очень важна личность лидера, наставника. Поэтому на первых этапах вам нужно определить для себя, хотите вы вести блог успешного сетевого, рассказывая только о том, как классно быть в МЛМ-индустрии, или же хотите делиться полезной информацией. Исходя из этого, есть несколько вариантов:

– личный лайфстайл блог с вашей успешной жизнью (только, пожалуйста, не пишите в каждом посте, как круто в вашей компании: людей это отталкивает);

– личный блог с экспертной полезной информацией – здесь может быть совмещение информации о компании, вашей жизни, плюс полезность;

– бизнес-блог, где вы делитесь полезной для всех сетевиков информацией – в этом формате можно также работать с вашей структурой.

Разделять личное и бизнес или нет – выбор за вами. Точно не стоит совмещать их, если в личном вы делитесь чувствами о первом зубе вашего ребенка или новым рецептом. Подумайте, подписались бы вы сами на такой профиль? Удачи в выборе тематики!

¹ Сетевой маркетинг (или многоуровневый маркетинг; англ. multilevel marketing, MLM).

Контент

В Instagram бывает два вида контента: фото и видео. Несомненно, на данный момент фото имеет огромное преимущество перед видео, так как требует меньших затрат и при создании, и при просмотре.

Контент – главный способ продвижения

Контент – другими словами – это содержимое вашей страницы. Без качественного контента другие инструменты продвижения бесполезны.

Чтобы на странице не было скучно, придерживайтесь 3 важных правил:

1) Будьте уникальны. Информация, которую вы публикуете, должна быть актуальна и увлекательна.

ВАЖНО!

Будьте постоянны. Публикации должны выходить систематически.

2) Будьте постоянны. Публикации должны выходить систематически. А вот два, три или семь раз в неделю – зависит от специфики бизнеса и его целевой аудитории.

3) Будьте достоверны. Факты, которые вы публикуете, должны быть взяты из надежных источников. Любые объявления об акциях и распродажах должны соответствовать действительности.

P. S. Помните – качество контента напрямую влияет на уровень интереса пользователя к ресурсу!

#Уникальность

Контент должен быть действительно оригинальным. Если уж вы берете какие-то существующие картинки, они как минимум не должны быть заезженными.

Здесь вы можете использовать различные фотобанки, коих в сети великое множество. Или нанять профессионального фотографа.

Но в первом случае вам не придется тратиться. Снимки должны быть четкими, отличного качества и исключительно по теме.

ВАЖНО!

Помните: пользователи предпочитают скорее лайкать, чем комментировать.

#Описание

Часто полезным бывает, помимо хештегов, добавлять описание к каждому фото (какое-то краткое пояснение, вопрос или комментарий).

Конечно, вариант простого постинга фотографий тоже имеет право на жизнь, но лучше все же как-то проявлять себя. Главное – не путайте Instagram с Facebook и не пишите длинных постов. Пары предложений достаточно.

Но помните: пользователи предпочитают скорее лайкать, чем комментировать.

#Видео

Данный контент уже давно пользуется популярностью, особенно у брендов, которые полагают всем необходимым для его создания. Самыми интересными видео славятся западные аккаунты Oreo, Lego, National Geographic, Go Pro и др.

ВАЖНО!

При загрузке видео в Instagram для сохранения его первоначального качества ни в коем случае не отправляйте его через WhatsApp или Viber, мессенджеры.

Как же загрузить видео в Instagram, сохранив его первоначальное качество?

Для этого ни в коем случае не отправляйте его через WhatsApp или Viber, мессенджеры, т. к. они сжимают формат и ухудшают качество. Лучше всего передать видео через Airdrop или iCloud, либо воспользоваться прямым переносом на flash-карту (для владельцев Android и Windows-устройств).

Формирование имиджа эксперта

Можно долго рассуждать об особенном позиционировании и ваших уникальных преимуществах, но эти слова будут пустым звуком ровно до того момента, пока вы не отразите все это в своем контенте. Ваш контент формирует ваш имидж!

Все-все-все, что содержит ваш профиль. И линяющий кот, и ребенок на горшке, и невнятные описания в духе «счастливая жена, дважды мама, пеку торты, рисую гуашью, гадаю на шаре»... Поэтому вот несколько правил, соблюдая которые, вы создадите необходимый имидж.

Правило N1: садимся и прорабатываем дизайн обложек, продумываем заголовки для постов, обозначаем темы, интересные для подписчиков и потенциальных клиентов.

Правило N2: перестаем кого-то копировать и вести себя неискренне – учимся быть собой, писать от души и с душой, формируем собственный стиль фотографий, текстов и т. д.

ВАЖНО!

Ваш контент формирует ваш имидж!

Ценность и актуальность вашего контента – это то, что будет формировать имидж профессионала куда серьезнее сотен отзывов. Поэтому уделяйте внимание, как содержанию, так и

форме. Как думаете – вашим фолловерам интересно смотреть на однообразные фото с чужих свадеб или видеоуроки о том, как правильно позировать?

Правило N3: убираем из профиля все фото, тексты, видео, которые не соответствуют тому имиджу, который вы намерены формировать. Помните, что искренность очень важна при любом общении с аудиторией. Поэтому не ведите себя притворно. Если в жизни вы не разговариваете по типу «ми-ми-ми», то не нужно пихать это в ваш блог.

96 Идей контента для Instagram

Представляем наш сборник 96 идей контента для Инстаграма.

1. Цитаты. Смешные и вдохновляющие изречения известных людей всегда пользуются успехом.
2. Продолжите мысль. «Если бы я был миллионером, то...», – предложите вашей аудитории продолжить эту или другие мысли.
3. Опросы. «Одноклассники», «ВКонтакте» и Facebook позволяют создать опрос в течение одной минуты.
4. Фото в формате «за кулисами». Опубликуйте фотографии сотрудников во время работы, довольных клиентов. Подходят фото с корпоративных вечеринок и отраслевых мероприятий.
5. Статистика. Графики и диаграммы с данными, относящимися к вашей сфере деятельности, всегда востребованы.
6. Повторные анонсы успешных публикаций в блоге. Ссылки на популярные статьи никогда не повредят.
7. Вопросы. Задавайте аудитории простые вопросы, связанные с вашим бизнесом.
8. Анонсы Ваших гостевых постов. Если ваша статья опубликована на авторитетном отраслевом ресурсе, немедленно сообщите об этом подписчикам.
9. Брендированные фото. Поищите в дальних уголках жесткого диска фото, на которых есть логотип вашей компании. Хорошо, если изображение будет смешным.

ВАЖНО!

Смешные и вдохновляющие изречения известных людей всегда пользуются успехом.

10. Инфографика. Вы можете анонсировать чужую инфографику или создать собственную.
11. Фотографии Вашего продукта. Эти фото можно опубликовать на Pinterest или Instagram.
12. Фотографии, вызывающие позитивные эмоции. Не старайтесь связать их со своим бизнесом. Ваши подписчики наверняка оценят фото заката или улыбающегося ребенка.
13. Ссылка на дискуссию или спор. Если вы спорите с коллегами на каком-нибудь форуме, сошлитесь на этот спор. Холивар – отличный способ привлечь внимание и вовлечь подписчиков во взаимодействие.
14. Попросите подписчиков поделиться мнением о вашем продукте.
15. Опубликуйте фото вашего продукта в процессе сборки или производства.

16. Репостинг фотографий с Pinterest. В этой соцсети вы найдете много интересных изображений, достойных внимания вашей аудитории.

17. Поделитесь ссылкой на полезный ресурс. Это может быть отраслевой блог, новый сервис или гайд.

18. Опубликуйте презентацию на SlideShare и поделитесь ссылкой с подписчиками.

19. Сошлитесь на полезный кейс. Многие считают этот формат более интересным по сравнению со стандартными заметками в блоге.

20. Опубликуйте полезный совет, связанный с вашим бизнесом.

21. Попросите пользователей написать обзор вашего продукта. Мотивируйте их и вознаграждайте самых активных.

22. Расшарьте фото клиентов, которые связаны с вашим бизнесом или продуктом. Их можно найти по соответствующим хэштегам.

ВАЖНО!

Попросите пользователей написать обзор вашего продукта.

Мотивируйте их и вознаграждайте самых активных.

23. Посоветуйте пользователям какой-либо бесплатный инструмент. Например, поделитесь с ними информацией о программе, с помощью которой вы делаете gif-анимацию.

24. Посоветуйте пользователям полезную книгу, связанную с вашей сферой деятельности. Если она есть в свободном доступе, оставьте ссылку.

25. Опишите рабочий день сотрудника вашей компании. Это может быть фотоотчет с небольшим описанием. Сошлитесь на этот контент.

26. Посоветуйте свои любимые продукты. Если вы продаете велосипеды, то должны быть заядлым велосипедистом. Поделитесь с публикой личными предпочтениями.

27. Периодически делитесь с пользователями полезными трюками. Составьте список и опубликуйте их в следующем формате: «Трюк № 9».

28. Составьте список самых популярных постов в отраслевых блогах. Опубликуйте его и объясните на примере нескольких материалов, почему публикации стали успешными.

29. Посоветуйте подписчикам своих партнеров. Например, если вы довольны своим интернет-провайдером, поставщиком компьютерной техники или клининговым агентством, не жалейте комплиментов.

30. Расскажите аудитории, как вы добиваетесь успеха в бизнесе и не сходите с ума. Возможно, вы занимаетесь йогой, или выбрасываете негативную энергию с помощью кроссфита? Фотографии приветствуются.

31. Попросите у подписчиков совета.

32. Подтвердите, что вы человек. Опубликуйте фото своего завтрака, уничтоженный вашей собакой тапок или разрушительные последствия вчерашней вечеринки.

33. Прокомментируйте текущие события, которые у всех на слуху. Избегайте политических тем. Победа Кончиты Вурст на «Евровидении» – отличный пример:)

34. Посоветуйте фолловерам подписаться на страницу отраслевого эксперта. Скажите, что сами получаете много полезной информации из первых рук.

35. Поделитесь с аудиторией воспоминаниями. Опубликуйте фото старого логотипа, первых продуктов или офиса в гараже.

ВАЖНО!

Прокомментируйте текущие события, которые у всех на слуху. Избегайте политических тем.

36. Опубликуйте в «Фейсбуке» или «ВКонтакте» ссылку на свой профиль в Pinterest.
37. Опубликуйте что-нибудь смешное. Обыграйте известный мем.
38. Опубликуйте видео. Лучше, если это будет полезная видеоинструкция.
39. Посоветуйте подписчикам профиль классного специалиста на LinkedIn. Возможно, вы сотрудничали с отличным дизайнером или фотографом. Поделитесь опытом с коллегами и клиентами.
40. Проведите конкурс фотографий. Тематика фото должна быть связана с вашим бизнесом.
41. Прокомментируйте темы, которые в данный момент обсуждаются в Twitter. Избегайте политики.
42. Поспорьте с кем-то из коллег или отраслевых гуру. Сделайте так, чтобы дискуссию увидели ваши подписчики.
43. Опубликуйте забавное фото и попросите подписчиков придумать подпись.

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.