

ЧЕК-ЛИСТ ГОТОВНОСТИ insta-аккаунта компании к продвижению



В 2020 году аудитория инстаграм достигла впечатляющей цифры - **1,2 млрд.** пользователей (это только те, кто заходит в свой аккаунт не реже 1 раза в месяц)! Из них **33 727 000** - российская аудитория!

Мы как бы ни на что не намекаем, но... Понимаете, да? Думаем, понимаете, если читаете этот материал.

Но радоваться рано. Стоит помнить и о том, что среди этих миллионов есть и ваши конкуренты. Потому перед нами (точнее - вами) стоит задача представить свой продукт максимально эффектно, используя все возможности именно этой платформы - Instagram. Делаете ли вы это с помощью профессионалов или самостоятельно, наш чек-лист поможет вам привести ваш аккаунт в полную готовность перед продвижением и запуском рекламы.

Что важно в оформлении аккаунта:

- **ИМЯ АККАУНТА** должно быть максимально коротким и простым. Желательно - отражать суть вашего бизнеса

- **ОПИСАНИЕ** должно содержать конкретное УТП (уникальное торговое предложение) - никаких "С нами весело и полезно, мотивируем и вдохновляем!" Только конкретное предложение - чем вы полезны

- Измените **ТИП ВАШЕГО АККАУНТА** на "Бизнес" (преимущества получите много: от возможности пользователей звонить вам прямо с вашей страницы до подробной статистики, которая доступна только на этом типе аккаунта)

- Сделайте **КНОПКИ ДЛЯ СВЯЗИ** (есть только на бизнес-аккаунтах). Добавьте телефон, почту, ваше месторасположение (если бизнес привязан к месту)

- Если есть сайт, разместите **ССЫЛКУ** на него в описании. Помните, что доменные имена кириллицей (например, названиесайта.рф) в Instagram не размещаются

- **АВАТАР**. Может содержать логотип вашей компании или Ваш портрет, если ведете бизнес от своего имени. Учитывайте небольшой размер и круглую форму аватара - не должно быть слишком мелких, неразборчивых деталей или обрезанного текста

В контенте важно:

■ Обложки постов с полезной или постоянно актуальной информацией (способы оплаты, условия доставки, список услуг...) делайте с заголовками, чтобы их было видно при попадании пользователя на вашу страницу, не открывая каждый пост.

■ Обязательно начните с того, что сделайте посты на эти важные темы из пункта выше

■ Не пишите длинных постов. Если тема сложная или о ней нельзя сказать коротко, разбивайте такие посты на несколько частей.

■ И даже небольшие посты разбивайте на абзацы (сделать это в редакторе инстаграма нельзя - он все равно "слепит" это в единую простыню. Потому рекомендуем пользоваться чат-ботами или онлайн-сервисами - загуглите. Один из удобных чат-ботов в телеграм - @Text4InstaBot) и разбавляйте смайликами (даже если для вас это странно, в Инстаграме это норма. Но и не переборщите! Любой перебор раздражает)

■ Не злоупотребляйте шаблонным текстом (например, контакты внизу текста поста) и одним набором хештегов - алгоритмы Instagram могут за это отправить ваш аккаунт в теневой бан и тогда видеть ваши посты никто не будет.

■ Публикуйте живые отзывы ваших клиентов - это действительно важно! Нет, не так... ЭТО ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ВАЖНО!!!! И не стесняйтесь просить написать отзыв. Если человек благодаря вам получил то, что ему было нужно, чаще всего он с радостью этим поделится.

■ Составьте контент-план - освещайте темы, которые всплывают из вопросов ваших клиентов, используйте темы, которые пользуются популярностью у ваших конкурентов. Мониторьте комментарии на тематических форумах и ютуб-каналах - там тоже полно вопросов, которые волнуют вашу аудиторию или аудиторию похожей группы товаров/услуг.

■ Если вы никогда не писали тексты, начните с того, что ответьте себе на вопрос: "Какую цель я преследую, публикуя этот текст? Чего хочу добиться им?". Как только ответите на этот вопрос, писать будет проще.

■ Придумайте фирменный хештег, а также можно на его основе придумать хештеги рубрик - это упростит навигацию позволит создать целые каталоги ваших товаров или услуг. Плюс используйте общие хештеги вашей тематике. НО! Не берите слишком популярные. Например, если вы мастер маникюра, то как бы ни было логично для вас использовать хештег "маникюр", никакой пользы он вам не принесет, поскольку перейдя по такому хештегу вы увидите, что публикации по нему появляются с бешеной скоростью и вас просто не увидят. Используйте хештеги средней популярности ("маникюр-вьялте", "маникюралта" и т.д.)

Если у вас возникли вопросы или нужна помощь в продвижении вашего бизнеса, мы всегда на связи!

Маркетинговое агентство CMG

+7 978 781-44-19

Обсудим Ваш проект