

WTK #WINTERKYRGYZSTAN

Преуспеть на Instagram



HELVETAS
KYRGYZSTAN



7 шагов плана действий в Instagram

Цель данного руководства - это предоставить вам 7-ступенчатую систему поиска клиентов и развития успешного бизнеса с помощью Instagram.

Следуя этой системе, вы получите основу для четкой стратегии по развитию аккаунта в Instagram, привлечению нужных людей и достижению ваших целей.

Однако данное руководство - это лишь малая часть возможностей в Instagram. Эта платформа способна многое сделать для продвижения успешного бизнеса и вам понравиться в нее инвестировать.

Стартуем!

1.

Обозначить четкую и конкретную цель

Большинство людей думают, что основная цель в Instagram - это увеличение количества подписчиков. Это заблуждение. Количество подписчиков - это всего лишь цифра, а настоящая цель не имеет ничего общего с Instagram.

ВНИМАНИЕ: Никому не нужны тысячи подписчиков, чтобы зарабатывать в Instagram.

Спросите себя, почему вы хотите иметь подписчиков? Что скрывается за этой "поверхностной линзой"? Чего именно вы хотели бы достичь?

Примеры:

- Ресторатор: получить больше заказов
- Спортивный тренер: продавать больше программ тренировок
- Фотограф: получить больше фото проектов

Только после того, как вы установите четкую цель, в дело вступит Instagram.

Instagram как маркетинговый инструмент сможет помочь вам в достижении этой цели.

Далее спросите себя, какова ваша цель в Instagram на 30 дней.

Примеры:

- Ресторатор: получить 30 новых клиентов в заведение
- Спортивный тренер: вдвое увеличить оборот тренировочных программ.
- Фотограф: получить 5 новых фотосессий в ресторане.

Упражнение:

четко определить свои цели

Моя конечная цель в Instagram:

Моя 30-дневная цель в Instagram:

2.

Определить идеальную аудиторию

Алгоритм Instagram нельзя назвать ни красивым, ни плохим. Его цель - просто подобрать ваш контент для аудитории, которой он может понравиться.

Следовательно, если вы не понимаете свою аудиторию, вы не сможете создавать контент в соответствии с ней и не сможете быть "лайковым" .

Итак, вы должны спросить себя, КТО ваша цель?

Для этого определите следующие параметры аудитории:

- Демографический профиль: например, если вы обращаетесь к мужчинам, вы не создадите такой же контент, как если бы вы обращались к женщинам, потому что все реагируют по-разному.
- Профиль в Instagram: нравятся ли видео вашей целевой аудитории? фотографии? карусели? инфографика? цитаты? до и после?
- 5 любимых аккаунтов в Instagram: для этого нужно спрашивать аудиторию напрямую через DM -личные сообщения, сториз, стратегические звонки, опросы.

Это уже не вопрос гипотез, а вопрос уверенности.

Основная цель: узнать свою аудиторию, чтобы точно определить ее потребности, вкусы и желания, и иметь возможность предлагать ей резонансный контент.

Упражнение:

Определить характеристики вашей целевой аудитории

Демографический профиль:

Возраст:

Пол:

Увлечения / интересы:

Профиль в Instagram:

Любимый контент:

3.

Создать правильную контент стратегию

Существует эффективный маркетинговый принцип «Знать, Нравиться, Доверять» (Know, Like, Trust).

Это концепция, согласно которой, для продажи и достижения большего количества целей и задач, вы должны предлагать 3 типа контента, чередуя их:

1. Заявить о себе (Знать- Know): обращаться к новым людям, привлекать большой трафик, выбирая вирусный контент, который будет легко нравиться и распространяться. Примеры: реальные конкурсы, цитаты, до / после.
2. Сделать так, чтобы вас ценили (Нравиться-Like): создавать настоящие и глубокие отношения со своей аудиторией, выбирая контент, который позволит вам привязать к себе и к тому, что вы делаете. Примеры: 3 факта о себе, расскажите свою историю, поделитесь анекдотом и т.п.
3. Заставить обрести уверенность (Доверять-Trust): установить доверительные отношения со своей аудиторией, выбрав контент, который сделает вас экспертом по вашей теме, укрепит ваш авторитет и навяжет вас в долгосрочной перспективе. Примеры: советы, учебные пособия, отзывы клиентов.

Упражнение:

Перечислить контент Знать, Нравиться, Доверять (Know, Like, Trust) , который можно опубликовать в своем Instagram аккаунте

"ЗНАТЬ" КОНТЕНТ

"НРАВИТЬСЯ" КОНТЕНТ

"ДОВЕРЯТЬ" КОНТЕНТ

4.

Хэштеги (#)

Хэштеги (#) на Instagram предназначены для ссылки на вас и для привлечения трафика в долгосрочной перспективе.

Существуют разные # стратегии. Основная из трех стратегий состоит в том, чтобы оптимизировать свои результаты с точки зрения видимости с помощью хэштегов и найти точку баланса. Для этого вы должны создать 3 категории хэштегов:

- Категория #, которая соответствует вашей учетной записи, именно вашей деятельности
- Категория #, которая соответствует вашему контенту, именно вашим темам, а также фотографиям и форматам, которые вы публикуете.
- Категория #, которая соответствует вашей аудитории, именно их характеристикам и профилям (упоминалось ранее).

Упражнение:

Составить список # категорий, перемешать их и опубликовать.

О ВАШЕМ АККАУНТЕ

О ВАШЕМ КОНТЕНТЕ

О ВАШЕЙ АУДИТОРИИ

5.

Создать заинтересованное сообщество

Недостаточно того, чтобы ваша аудитория находила вас ТОЛЬКО по хэштегам.

Никто ничего у вас не купит, если вы ему не нравитесь и не создаете реальные правильные отношения с ним.

Не существует магических тактик или волшебных рецептов для того, чтобы наработать это качество и завоевать доверие аудитории.

Вам просто нужно быть искренним, проявлять интерес к другим, давать, прежде чем получать, проявлять свою индивидуальность, включая обсуждения и переписку в DM (Direct Message – личные сообщения).

Именно благодаря этой связи, вы сможете впоследствии успешно продавать. Дополнительно демонстрируя себя «социальным», вы сможете успешно улучшить алгоритм и свою вовлеченность!

Упражнение:

Применить следующий контрольный список

- ОПУБЛИКОВАТЬ ЛИЧНЫЙ КОНТЕНТ / НЕДЕЛЯ**
- ПОСТИТЬ ИСТОРИИ ЖЕЛАТЕЛЬНО ЕЖЕДНЕВНО**
- ВЗАИМОДЕЙСТВОВАТЬ С КОНТЕНТОМ, РАЗМЕЩЕННОГО ВАШЕЙ INSTAGRAM ЭКО СИСТЕМОЙ (ЛАЙКИ, КОММЕНТАРИИ, ПОДЕЛИТЬСЯ, DM)**
- ОТВЕТИТЬ НА КАЖДЫЙ КОММЕНТАРИЙ И DM В ТЕЧЕНИЕ 3 ДНЕЙ МАКСИМАЛЬНО**
- ВСЕГДА БУДЬТЕ АУТЕНТИЧНЫМ**

6.

Фокусировать внимание на релевантной работе

Следуя вышеперечисленным советам, вы получите прочный фундамент для успеха в Instagram.

Но помимо этого важно уметь и знать, как сосредоточить свои усилия и свое время, чтобы предпринять правильные действия, которые помогут вам достичь основной ежемесячной цели.

Пример: если вы коуч по личному развитию и ваша цель - удвоить количество клиентов, то необходимо сосредоточиться на подготовке редакционного календаря, который позволит вам предоставить свой план коучинга, а не тратить 3 часа на публикацию "красивой истории".

Упражнение:

В зависимости от цели, перечислить действия, которые вы должны предпринять, и, наоборот, те, которые вы не должны предпринимать, чтобы избежать пустой траты времени и энергии.

ДЕЛАТЬ

НЕ ДЕЛАТЬ

7.

Повторить и оптимизировать свою стратегию

Каждый месяц вам нужно делать полный анализ ваших результатов в Instagram:

- Достиг(ла) ли я своей ежемесячной цели?
- Какие посты были наиболее успешными? Почему?
- Напротив, какие посты работали меньше всего? Почему?

При необходимости подвести итоги.

Цель состоит в том, чтобы вы нашли области для качественного улучшения и количественного прогресса, оптимизируя свою стратегию для достижения более амбициозных целей и задач с помощью Instagram.

Упражнение:

Заполнять этот отчет ежемесячно

Я ДОСТИГ(ЛА) СВОЮ ЕЖЕМЕСЯЧНУЮ ЦЕЛЬ: ДА НЕТ

**3 ПОСТА, ПОЛУЧИВШИЕ МАКСИМАЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ
(ПРОАНАЛИЗИРОВАТЬ ПОЧЕМУ, МОИ ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ)**

3 ПОСТА, ПОЛУЧИВШИЕ МИНИМАЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

МОИ ДЕЙСТВИЯ ПО УЛУЧШЕНИЮ КАЧЕСТВА И УВЕЛИЧЕНИЮ КОЛИЧЕСТВА

