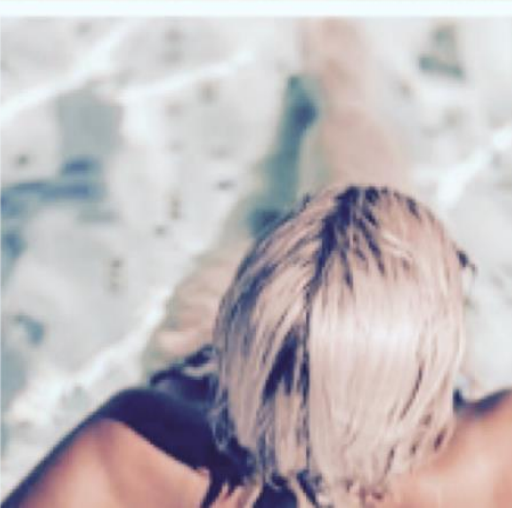




К ДЕНЬГАМ ЧЕРЕЗ INSTAGRAM

Первые шаги к монетизации

АВТОР : ТАТЬЯНА ИСАКОВА
INST: @NEWPEEPL



2019 Г

Оглавление

Введение.....	3
Выбор ниши.....	4
Аватарка.....	5
Имя пользователя.....	6
Описание профиля.....	6
Шапка профиля.....	7
Визуал	8
Целевая аудитория	9
Контент.....	10
Постинг.....	14
Варианты вовлечения аудитории.....	16
Заключение.....	17

Введение

Введение

Если Вы читаете эту книгу, значит тоже решили монетизировать свою страницу в инстаграм - это очень верное решение! Я не боюсь таких громких слов, потому что действительно считаю, что инстаграм - отличный инструмент для продвижения.

Более 4-х лет я развиваю свой бизнес через интернет. Мой инстаграм прошел путь от простого семейного фотоальбома, до страницы, которая продает на сотни тысяч рублей в месяц.

Весь опыт, который я здесь описываю - наработан мною самостоятельно. Это не просто теория. Это то, на чем я ошибалась и то, к чему пришла. Сейчас я понимаю, сколько времени и денег можно было сэкономить, если бы этих ошибок не было, поэтому делюсь информацией с вами в надежде, что вы, применив это, сможете развиваться быстрее.

Сейчас инстаграм это та платформа, через которую можно продать абсолютно все: блог, товар, бизнес - все, что только придет Вам в голову. Главное научиться выстраивать правильную связь со своими клиентами через соцсети.

В этой книге мы разберемся как оформить и продать вашу страницу в инстаграм. Здесь не будет много теории, зато будут практические задания, выполнив которые, вы сможете сделать ваш аккаунт продающим. У вас появятся первые подписчики и первые продажи. Инстаграм начнет работать и приносить вам деньги.

Выбор ниши

Первое, с чего нужно начать - выбрать нишу. Не стоит отталкиваться от большинства, прислушайтесь к себе. Выделите ту тему, в которой имеете хоть какую-то экспертность. Если, следуя моде, выберете, например, фитнес и правильное питание (а это вообще не ваше), то рано или поздно идеи для написания постов закончатся или вам просто надоест писать на эту тему. Подумайте какую пользу вы можете дать подписчикам.

Сейчас люди стали более осознанно относиться к информации в интернете, поэтому подписываются только на тех, кто дает пользу: лайфхаки, советы, инструкции или просто мотивируют на какие-то действия.

Поэтому не пишите о том, чего вы не знаете или в чем плохо разбираетесь, у вас 100% есть минимум 5 тем, которые можете раскрыть для подписчиков. Потом сможете поменять направление блога, это не на всю жизнь, но начать с чего-то нужно.

Задание:

1. Выпишите на листочке 5-10 тем в которых вы разбираетесь.
2. Вычеркните то, о чем точно не хотели бы писать в блоге.
3. Из оставшихся тем выберите то, что вам действительно интересно, то, что вас очень сильно увлекает.

Аватарка

Аватарка - это логотип вашего аккаунта. Она зависит от того, что вы продвигаете: личный бренд, интернет магазин, услуги, продукцию. Хочу обратить ваше внимание на то, что и магазин, и услуги можно продвигать через личный бренд, так даже эффективней. Вернемся к аватарке.

Если ведете блог, развиваете личный бренд или продвигаете бизнес, на аватарке должна стоять именно ваша красивая фотография. Здесь может быть лицо крупным планом или человек, одетый в красивую и яркую одежду. Фотография должна быть хорошего качества, чтобы на ней было видно вас. Ваш клиент хочет знать, кто стоит за ведением этого профиля, поэтому ставить на аватар, вместо себя цветочки или цитаты, крайне нелогично.

Если у вас страница магазина или же вы продвигаете товары и услуги - на месте аватара может быть ваше личное фото, логотип или же фото услуг, которые вы предлагаете. К примеру, если вы мастер маникюра или продвигаете услуги нейл-сервиса, то есть вариант поставить на аватар вашей страницы, фото одной из работ. Так посетители и подписчики аккаунта, сразу поймут, что предлагают на этой странице.

В любом случае аватарка должна быть яркой и интересной.

Сейчас есть много способов ее оформить: рисунки в стиле 3D, граффити, скетч и т.д. Информацию о том, как это сделать можно найти в свободном доступе в интернете. Главное не увлекаться и помнить, что аватарка-это ваше лицо, много “косметики” тоже плохо.

Задание:

1. Выберите самое красивое, на ваш взгляд фото, где вы крупным планом.

2. Поставьте фото на аватарку.
3. Попросите подругу посмотреть и оценить, видно ли вас в этом маленьком кружочке или нет, понятно ли что изображено.

Имя пользователя

Имя пользователя - это название вашего блога в инстаграм.

Если вы хотите развивать личный бренд, то можете придумать название, связанное с вашим именем и фамилией, если же услуги, то название, связанное с вашими услугами. В общем нужно исходить из направления деятельности. Чтобы зацепить клиента с первого взгляда, нужно хорошее название! Оно должно быть запоминающимся и легким. Такое имя не должно содержать цифр, странных слов и непонятных букв.

Задание:

1. Придумайте название профиля
2. Продиктуйте его знакомому человеку и попросите записать услышанное на листочке.

Если человек записал название без ошибок, значит вы справились с заданием. Если же нет - меняйте название.

Описание профиля

Есть строчка, выделенная жирным шрифтом - это ключевой запрос, по которому вас могут найти люди в инстаграм. Это ключевая фраза вашего направления! Описание позволяет вместить 30 символов.

- Если вы развиваете бизнес, то так и пишите “бизнес в инстаграм” или “интернет бизнес”.

- Если вы ведете страницу салона красоты, пишите салон красоты и город, в котором он находится, потому что вам нужно, чтобы люди пришли по фактическому адресу.
- Если маникюр - маникюр шеллак, чтобы люди понимали, что это за аккаунт.

Задание: Придумайте и напишите описание профиля, не более 30 символов.

Шапка профиля

Ваша страница - это ваша визитная карточка, будь то профиль в соцсетях, лендинг или сайт.

Смысл в том, что, попадая на страницу, человеку должно быть понятно, чем вы ему можете быть полезны.

Дайте конкретную информацию. Когда человек заходит на ваш профиль, у него есть 1 секунда, чтобы решить оставаться ему или нет.

Оформляйте шапку из понимания своей целевой аудитории. Вся работа в инстаграм невозможна без ориентира на нее.

Задание:

Выписать тезисы о себе:

- 5 личных достижений в своей сфере
- 5 описаний своего блога (о чем я пишу)
- 5 описаний целей блога (расскажу, мотивирую, со мной вы научитесь...)

Это ключевые задания для оформления классной шапки профиля.

Визуал

Внешний вид вашей страницы тоже играет большую роль в вовлеченности аккаунта и количестве подписчиков.

Объективно посмотрите на свою страницу. Оцените визуал аккаунта. На что похожа ваша страница? Единый холст с интересными моментами жизни? Или винегрет из мамских будней? Если второе, тогда ситуацию нужно менять.

Визуал определяют первые 9 квадратов, которые видит человек, когда открывает вашу страницу. Все фото должны быть хорошего качества, обработаны, лучше всего делать фото при дневном освещении. Обязательно четкие и не размытые. Чтобы сделать ленту в едином стиле можно использовать пресеты, изучить информацию по обработке. Можно поиграть с выкладкой - шахматный порядок, рядами или бесконечная лента.

Каждое фото должно словно дополнять друг друга, не должно быть “пятен” ни ярких, ни тусклых. Для того, чтобы лента смотрелась гармонично, посмотрите на нее через планировщика инстаграм. Его можно скачать на любой телефон.

Задание:

1. Сделайте скрин экрана (9 квадратов)
2. Дайте оценить 5 людям, которые по вашему мнению разбираются в этом и послушайте их мнение.
3. Уберите все, что не вписывается в единую красоту позиционирования аккаунта.

Лишние фото можно архивировать или удалить.

Целевая аудитория

Без ориентира на целевую аудиторию страница работать не будет. Каждый пост - прикосновение к определенному человеку и нужно четко определить, что это за человек.

- Какого возраста? Здесь нужно отталкиваться от своего же возраста, с шагом между годами, не более 10 лет.
- Пол
- Социальный статус
- Работа
- Интересы и увлечения
- Боли, проблемы и страхи, мечты и желания.

Думайте о том, чего хочет аудитория.

Отталкивайтесь от того, что ваша аудитория, во всем, такая же, как и вы, потому что мы притягиваем себе похожих людей. Ваши посты должны быть адресованы кому-то, кто вас читает. Каждый пост, каждая сторис - это обращение к определенному виду подписчиков и быть интересным одновременно для всех - невозможно.

Проще всего аудитория определяется исходя из ваших же интересов. Если вы мама в декрете - вы с легкостью найдёте множество тем, о материнстве и декрете. А если плюсом к этому, вас будут читать много таких же мам, то активность вашей страницы однозначно будет повышаться.

Поэтому стоит обязательно составить аватар вашего подписчика.

Задание:

Составьте аватар вашего подписчика, отвечая на эти вопросы:

1. Пол
2. Возраст
3. Место жительства

4. Семейное положение

5. Уровень дохода

6. Дети

7. Образование

8. Профессия

10. Интересы и увлечения

(не менее 10 пунктов).

11. Потребности (боли и желания) вашего подписчика (не менее 10 пунктов).

12. Мечты, желания, цели

(не менее 10 пунктов).

Можно подобрать фото для аватара клиента и дать ему имя.

Выполнив это задание, вы поймёте, что у вас за аудитория, что им интересно, на какие темы им интересно было бы почитать, какие мечты и желания у них есть, что они хотели бы узнать и услышать.

Контент

Контент в инстаграм выстраивается из

- постов (фото, видео, тексты);
- сторис;
- видео GTV;
- прямых эфиров.

Роль контента: привлечь внимание, дать какую-то ценность и полезность, побудить подписчиков на активность, создать доверие и конечно, продать.

В инстаграм можно продавать продукты, услуги, бизнес - продавать себя.

Блогер, который зарабатывает в инстаграм на рекламе - в первую очередь продает себя.

На старте развития инстаграма нужно запускать в ленту своих подписчиков хотя бы один- два поста в день. Так вы будете постоянно мелькать у них в ленте и не дадите повод о вас забыть.

Конкуренция в сети огромная и нужно заполнить собой всё возможное пространство инстаграм. Если вы не выложите интересный пост, его выложит кто-то другой и соответственно, заберет всю вашу аудиторию себе.

Состав контента в процентном соотношении зависит от выбранной ниши.

- Интернет магазин, товары:

70- 80% продающего контента 20-30 % полезного и развлекательного.

Например, на странице магазина сумок, не стоит 100% контента отдавать постам о продаже этих самых сумок, дайте людям какую-то пользу, а не "холодные" объявления с прилавка.

- Услуги (маникюр, косметолог, массажист и т.д.):

60-70% пользы и развлечений.

30-40% продажи услуг

Если на странице маникюрного салона вы будете рассказывать только про маникюр, то читателям рано или поздно станет не интересно, но если дадите пользу, например, "Как ухаживать за ногтями?", "Польза и вред шеллака" и т.д., то люди будут хотеть вас читать и из всех страниц маникюрного профиля, выбирать именно вас.

- Личный бренд:

70-80% пользы, развлечений и вовлечения аудитории, путём различных розыгрышей и активностей, а продаж только 20- 30%.

- Блогеры:

90-100% пользы, развлечения, вовлечение, интерактивы

10% продажа, реклама

Становитесь максимально близким другом для ваших подписчиков.

Блогеры, которые постят только рекламу, сразу идут в отписки - это факт. На ваш блог подписываются за интересный контент, а не за бесконечную рекламу косметики.

Тут нужно внимательнее подходить к частоте выкладки постов. Если ваши развлекательные посты выкладываются очень часто - по несколько раз в день, то можно внести больше рекламы в свой аккаунт, и она не будет давить на ленту ваших подписчиков, потому что помимо нее, будет много полезных постов.

Контент страницы лучше всего выстраивать исходя из целей, проблем и болей аудитории.

Также важным моментом является регулярность постов - чем чаще вы будете мелькать в ленте у своих подписчиков, тем больше будет охват аудитории и вовлеченность на страницу.

1-2 поста в день, утром и вечером, например, - идеально!

Статистика вашего аккаунта поможет определить идеальное время для ваших подписчиков.

Если вы хотите монетизировать свой аккаунт, то у вас должно быть 20% продающих постов и 80% вовлекающих. Вовлекающие посты - "утепляют" ваших клиентов, дают какую-то полезность, показывают вашу интересность и настраивают контакт, между вами 10 и вашими подписчиками. Такие, уже "доверчивые" к вам клиенты и будут читать остальные 20% продающих постов и вероятность принести прибыль в ваш аккаунт существенно увеличится.

Как я уже говорила, подписчики очень избирательны, поэтому важно знать наперёд, что вы будете постить и снимать в сторис. Не нужно рассчитывать на ситуативные посты, составьте план минимум на неделю. Если же это бизнес аккаунт или страница салона красоты, то можно написать план и на три

месяца. Нарисуйте таблицу и внесите в нее число, тему и тезисы, опираясь на которые вы будете писать пост.

Придумать тему для контент-плана не так уж и тяжело:

1. Исходите из болей своей целевой аудитории: их проблем, мечтаний, интересов и увлечений. (Здесь уже будет план на 30 постов).
2. Исходите из вашей экспертности, прямой или косвенной. Если вы мама в декрете и при этом ведете какой-то бизнес, то у вас будет 2 вида экспертности. Вы можете давать информацию по вашему виду заработка и также полезности про воспитание детей - для мамочек. В таком случае вы уже сможете миксовать темы для ваших подписчиков и дополнительно привлекать новых.
3. Исходите из предпочтений вашей ЦА.
4. Продающий контент (создается через вовлечение аудитории).
5. Информационный контент (создается через полезность).
6. Развлекательный контент (конкурсы, лайфстайл).
7. Вовлекающий контент (опросы, батлы, тесты).
8. Интерактивные посты, которые "утепляют" аудиторию (требуют ответа на вопрос или задание, на них хочется написать ответ или комментарий).
9. Посты про ценности, либо про за кулисы вашей деятельности.
10. Пост о людях (вы говорите про людей, с которыми работаете или общаетесь).
11. Как проходит ваш рабочий или выходной день.
12. Посты, формата "было-стало". Например, как вы жили 2 года назад и как сейчас - чего добились. Или же как вы похудели/похорошели за последние несколько лет. Такой формат постов очень хорошо заходит подписчикам.
14. Сторителлинг (через посты с историей можно привести клиента, например, к продаже

или просто "утеплить" ваши отношения.

15. Посты призывы - продающие посты. Их нужно выкладывать 1-2 раза в неделю.

16. Конечно же, очень круто заходит видео - контент.

17. Отзывы ваших клиентов.

Например, утверждение "Маникюр держится больше 2-х недель" было бы прекрасно, чем-то доказать.

18. Лайфстайл. Пишите о жизни, о том, что осознали и к чему пришли, расскажите о своих мыслях, делайте обзоры и т.д.

Задание:

1. Составьте контент план на ближайшие 7 дней так, чтобы по итогу вы могли выкладывать 1 пост в день. Следите, чтобы все темы для постов были перемешаны. В идеале, конечно нужно сделать план на месяц. Этим вы решите огромную проблему с ежедневным выбором тем и написанием постов.

Проделав один раз такую работу, вам не составит труда вести свою страницу в инстаграм, в течении целого месяца.

Постинг

Посты в инстаграм требуют определенных условий. Здесь не должно быть "воды", лишних слов, много местоимений и речевых оборотов типа "эксклюзивный товар", "красивое фото", "отличное качество" и т.д. Это засоряет пост и не несет никакой смысловой нагрузки. Что для одного красиво, для другого не очень, а "эксклюзивный товар" не дает никаких фактов и подтверждений. Более подробно о том, как писать посты можно прочитать в книге по копирайтингу "Пиши и сокращай" (авторы Максим Ильяхов и Людмила Сарычева)

Если говорить о постинге в целом, то аккаунт должен передавать подписчикам позитивные эмоции. У вас должен быть свой, запоминающийся слог и индивидуальная подача. Но помните, чем проще вы пишете, тем легче вас читать, короткие посты заходят людям чаще.

Если вы пишете длинный пост, то ваша главная задача писать так, чтобы его хотелось дочитать до конца.

Чтобы добиться успеха в написании длинного информативного поста, важно сделать историю в нем яркой и цепляющей. Чем интересней начало поста, тем больше людей захотят его прочитать. В конце такого поста стоит добавить призыв к действию, вопрос или просьбу. Вопрос в конце поста побуждает написать комментарий.

Чаще всего люди не комментируют именно потому, что их ни о чем не спросили

Даже если вы никогда не писали тексты и думаете, что не умеете этого делать - просто попробуйте. Начните писать хоть что-то и через некоторый промежуток времени вы заметите, как сильно выросли в этом умении.

Задание:

Возьмите тему вашего контент плана и подумайте, о чем на данном этапе ваших умений вы можете рассказать людям. Возможно вы захотите написать не свою историю, а историю своего соседа, подруги или члена семьи.

Попробуйте записать на диктофон то, что хотели бы сказать людям, потом прослушайте. Вполне возможно, что вам что-то не понравится и вы захотите записать новый текст. Потом возьмите запись с диктофона, перепишите ее на лист бумаги, прочитайте, отредактируйте ее и уберите лишнее. Следите за тем, чтобы в вашем тексте не было "воды". Дайте прочитать ваш пост кому-нибудь, кому вы доверяете и спросите, интересно ли его читать, захотелось ли дочитать до конца, был ли пост полезным и информативным?

Это задание постепенно научит вас чувствовать, что интересно людям, а что не несет никакого смысла в написании.

Варианты вовлечения аудитории

Вовлекать аудиторию в общение и в участие в своей жизни и в жизни вашего аккаунта просто необходимо.

- Попросите сделать какое-то действие:
поставить лайк, написать комментарий, сохранить в закладки.
- Ставьте вопросы в конце поста и отвечайте на каждый комментарий к нему, чем интересней ваши ответы на комментарии людей, тем охотнее вам ответят еще раз.
- Проводите розыгрыши.
- Просите рассказать о вашем посте в истории.
- Напоминайте в своих сторис, что вы написали новый интересный пост и ждете к нему лайка или совета. Есть люди, которые листают ленту, а есть те, которые смотрят только сторис. В сторис такие люди и заметят ваш новый пост. Не забываете давать в них максимальную полезность и информативность.

К слову сказать, сторис - это тренд 2019 года. Чем активней вы себя снимаете, тем большая аудитория вас начинает смотреть.

Снимайте от 6-10 сторис в день: часть утром, Часть днём, часть вечером. Чтобы всегда появляться у подписчиков в ленте сторис.

Но не переборщите - если у вас много мелких точек вместо тире в сторис, вас не будут смотреть, вы быстро надоедите публике.

Круто делать контент-план для сторис тоже. Делайте опросы, викторины, прикрепляйте наклейки, стикеры, эмоджи и т.д. Всевозможные касания со сторис увеличивают охваты.

Прямые эфиры тоже крутой инструмент для того, чтобы общаться с аудиторией. Появляется возможность "утеплять" ваши отношения здесь и сейчас, разговаривать об актуальной информации в данный момент вашей жизни.

Прямой эфир висит сутки. Поэтому, даже когда вы не на связи - прямой эфир продолжает на вас работать, создавая впечатление, что вы общаетесь с людьми в настоящий момент.

Заключение

Однозначно можно сказать, что продвижение в соцсетях, сейчас актуально как никогда. Продвижение в Инстаграм вполне реально и совсем не сложно освоить, придерживаясь моих простых рекомендаций.

Инстаграм самая быстрорастущая, самая вовлекающая социальная сеть, поэтому можно сделать вывод - для предприимчивых людей, инстаграм - уже давно стал способом хорошего дохода.

Развивая вашу страницу и повышая ее активность, вы получаете эффективный инструмент, помогающий вам продавать свои товары и услуги, получать доход от рекламы других компаний и зарабатывать на собственной популярности.

Давайте подведем итог. Что важно инстаграм?

1. Помните, что каждый пост-касание с человеком. Заходите через решение проблем, интересы и желания читателя.
2. Фото-это тоже касания с человеком. К выбору фото нужно подходить с головой и эстетическим вкусом и оригинальностью
3. Регулярность. Вспомните пример с оборотом магазина. Пост раз в неделю не принесет больших продаж.

После того, как страница упакована, ее нужно продвигать. О том, как это делать я расскажу на бесплатном вебинаре, информацию о котором вы скорее всего уже получили.

Если же нет, то напишите мне в директ @newpeerl, я отправлю вам всю информацию поэтому вебинару.

Желаю удачи, в раскрутке вашего аккаунта и хорошего результата!

Я буду очень благодарна,
если поделитесь с
друзьями отзывом об этом
файле и отметите меня в
сторис

 **newpeerl**

