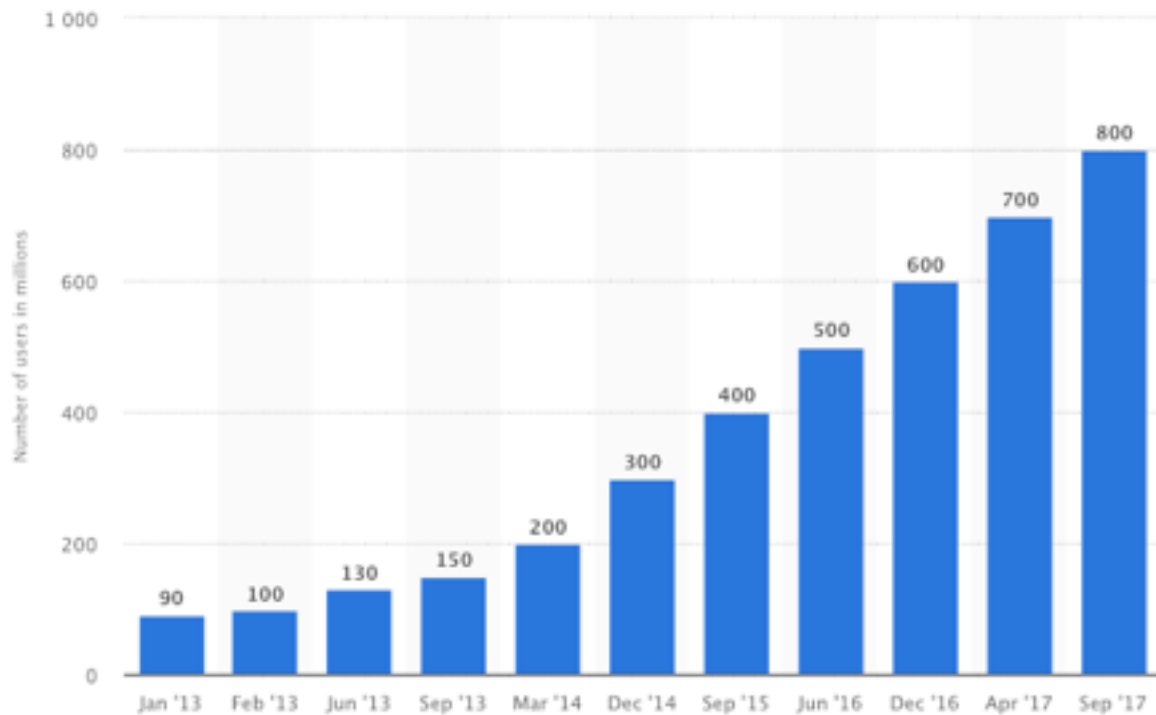


Content plan: cara mengelola Instagram for business agar bisnis dikenal audience



Ketertarikan pelaku bisnis terhadap instagram semakin menjadi-jadi. Kondisi ini tercipta berkat peforma Instagram sebagai platform media sosial berbagi foto yang semakin positif. Pertumbuhan pengguna terus meningkat dari waktu ke waktu.



Namun, sudahkah Anda tahu bagaimana mengoptimalkan Instagram for business untuk kelangsungan bisnis online Anda? Berikut saya beri panduan singkatnya.

Buat outline content sebelum memposting konten

Sebelum mengeksekusi deretan post Instagram, ada baiknya Anda siapkan terlebih dulu beberapa jenis post Instagram:

- Empat post berisi value dan membantu ideal audience
- Tiga post bertujuan untuk terhubung dengan audience
- Dua post berisi promosi atau menjual layanan bisnis

Ketiga jenis post tersebut disusun ke dalam outline, misalnya:

Promote	Help/add value	Connection
Help/add value	Promote	Connection
Help/add value	Connection	Help/add value

Outline ini bersifat berulang. Ulangi tata letak atau penataan post seperti demikian secara terus-menerus sehingga customer merasa nyaman saat berkunjung ke akun Instagram bisnis Anda.

Rencanakan tipe post "awal" yang berisi value ke audience

Jangan terburu-biri mengunggah konten berisi penawaran kepada audience. Awali dengan tipe post yang berisi value atau paling tidak meng-edukasi audience. Salah satu contohnya [instagram.com/ellevest](https://www.instagram.com/ellevest/):



Selain itu, sesekali unggah pula beberapa konten yang bersifat entertain. Cara ini bertujuan supaya setiap konten mampu diterima oleh audience dengan baik. Hal demikian dipraktikkan secara apik oleh @hrblock:



Atau, Anda pun bisa mengarahkan customer untuk tetap optimis dan positif untuk menjalani hidup dengan mengunggah konten yang berisi quote-quote. Selain menghibur, jenis konten ini juga berpotensi dibagikan oleh audience kepada follower-nya.

Rencanakan jenis post "tambahan" agar terhubung dengan audience

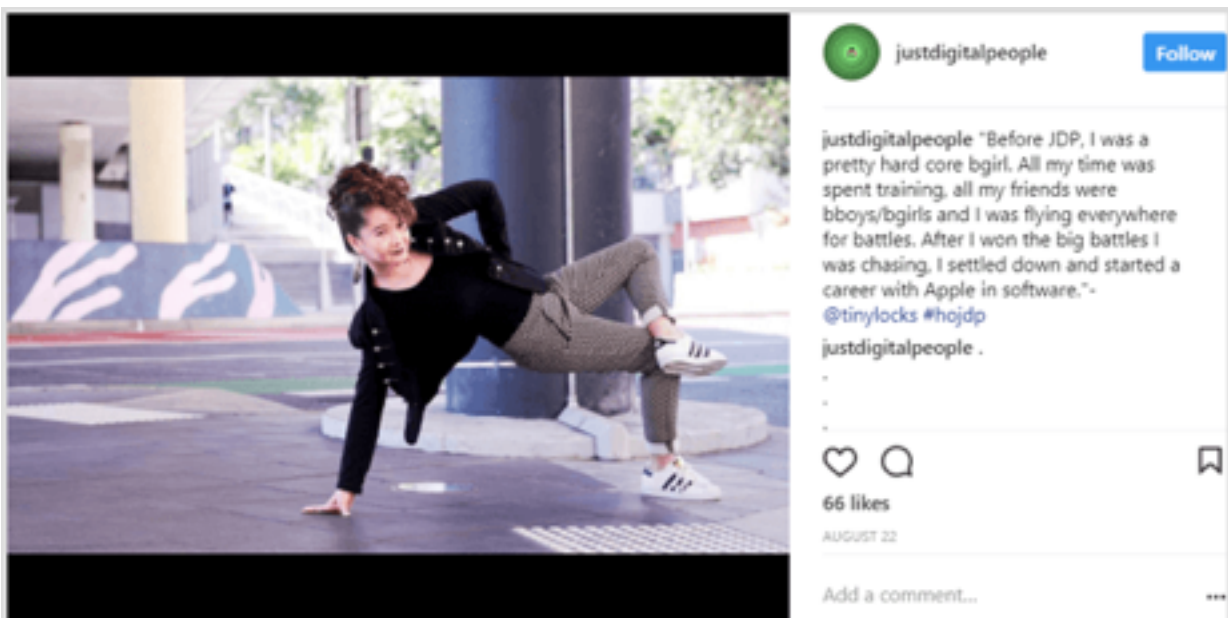
Setelah membagikan konten yang bertujuan untuk terkoneksi dengan audience, selanjutnya silakan memproduksi konten berisi budaya di dalam bisnis dan cerita-cerita yang terkait bisnis Anda.

Salah satunya seperti yang dibagikan oleh [instagram.com/hootsuite](https://www.instagram.com/hootsuite):



Penawaran layana kepada audience seringkali ditolak mentah-mentah oleh audience. Terlebih dulu, Anda perlu membuktikan bahwa seluruh proses produksi atau manajemen di dalam bisnis Anda terlihat menarik. Kondisi ini akan membuat audience penasaran dan tidak ragu untuk menerima tawaran yang Anda berikan kepadanya.

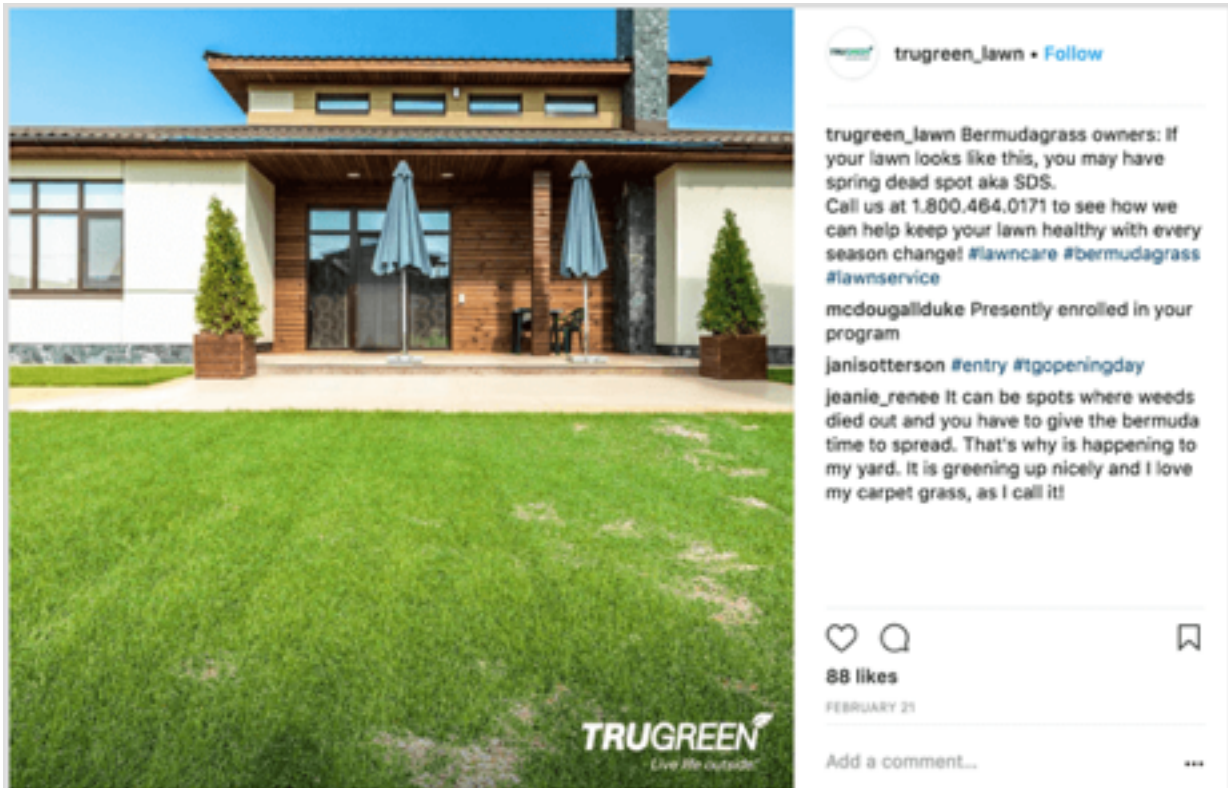
Jangan lupa untuk membagikan konten berisi cerita-cerita terkait bisnis Anda, seperti yang dipakai oleh [instagram.com/justdigitalpeople](https://www.instagram.com/justdigitalpeople):



Nilai di dalam bisnis Anda akan terimplementasi ke dalam cerita-cerita ini. Secara tak langsung, ini merupakan penggambaran nyata atas value di dalam perusahaan Anda.

Rencanakan 2 jenis post untuk "menawarkan" produk atau layanan bisnis

Pada akhirnya, Anda perlu menawarkan layanan atau produk kepada customer. Namun, jangan terlalu "keras" saat memberi tawaran produk atau layanan kepada customer. Tiru apa yang dilakukan oleh [instagram.com/trugreen_lawn](https://www.instagram.com/trugreen_lawn):



Penawaran yang "terlalu jelas" cenderung di-reject oleh customer sehingga hal ini akan berimbas bagi bisnis Anda dikemudian hari.

Hal lain yang perlu Anda cermati lagi yaitu soal kualitas visual konten. Instagram merupakan media sosial berbagi foto yang berisi beragam foto dan image. Dan, hampir mayoritas berisi konten dengan tampilan "wah". Apabila Anda belum bisa memproduksi konten visual secara mandiri, pakai saja Pexels dan Canva untuk menghasilkan konten berkualitas.