

Pinterest guide

*Тут зібрано все, що тобі потрібно
знати про просування на Pinterest.



Contents (зміст)



(01)

Чому Pinterest — це ідеальна соцмережа для просування зараз.

(02)

Як працюють алгоритми Pinterest.

(03)

З чого почати: три важливих кроки.

(04)

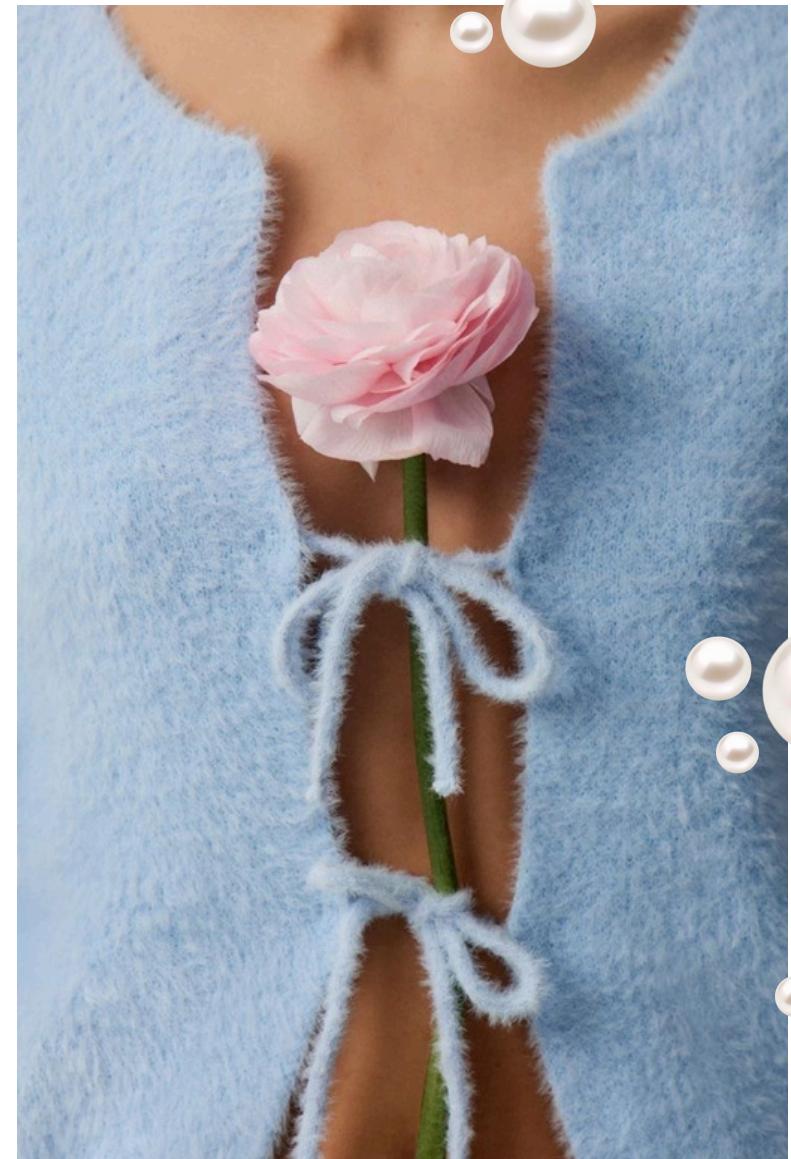
Найважливіші метрики.

(05)

Коли і як часто публікувати контент.

(06)

Чеклист: «Пін, який залітає»



(08)

СТА (Call to Action)

(09)

Як скоротити час на створення контенту: упаковка акаунта.

(14)

Що робити якщо заблокували акаунт?

(13)

Як не потрапити в тіньовий бан / не отримати блокування

(12)

Контент воронки.

(11)

Тренди та сезонний контент.

(10)

Як з одного поста зробити 10 форматів пінів.

(01)

Чому **Pinterest** — це ідеальна соцмережа для просування зараз.

Перш за все, **відсутність конкуренції саме на українському ринку**. Якою мовою ви шукаєте піни? Правильно — або російською, або англійською. А коли шукаєш українською, вибір одразу зменшується в рази.

Перевага над іншими соцмережами в тому, що контент може давати охоплення в середньому протягом 13 місяців. І навіть якщо пін не «залітає» одразу, він може набрати перегляди пізніше.

Не потрібно мати багато підписників.

Алгоритми Pinterest влаштовані так, що ваші піни показуються в стрічці та потрапляють у результати пошуку незалежно від кількості підписників.

Не потрібно знімати себе.

По-перше, зйомка себе займає багато часу. По-друге, не всім це комфортно. Якщо це про тебе — Pinterest ідеальна соцмережа. Там достатньо інфографіки, яку можна спокійно створювати за заздалегідь підготовленими або зміненими шаблонами.

Навіть **з одного поста можна зробити** щонайменше **три публікації** у різних форматах — і це дуже економить час.

(02)

Як працюють алгоритми **Pinterest**.



Загалом, Pinterest працює зовсім не так, як Instagram чи TikTok.
Це більше не соцмережа, а пошуковик із картинками.
Тобто замість того, щоб змагатися за лайки й алгоритми стрічки, ви просто
допомагаєте людям знайти те, що вони шукають — і якщо ваш контент
підходить під їхній запит, він з'явиться у видачі.

1. Pinterest — це пошукова система

Усе крутиться навколо ключових слів.

Користувач вводить, наприклад, «ідеї для контенту», «фон для stories» і Pinterest починає шукати піни, які максимально відповідають цьому запиту.

Алгоритм дивиться не лише на текст, а й на саму картинку — він реально «бачить», що на ній зображено.

Тому важливо, щоб і текст, і візуал відповідали темі.

2. Алгоритм оцінює, наскільки ваш пін цікавий людям

Якщо пін зберігають, клікають, переглядають або переходять за посиланням — Pinterest розуміє: «це щось корисне» і починає показувати його частіше.

Тому іноді буває так, що пін спочатку нікому не показався, а через місяць починає набирати тисячі переглядів.

Тут усе залежить від того, як люди з ним взаємодіють.

3. Pinterest любить регулярність

Краще викладайте 2-3 піни щодня регулярно, ніж 20 пінів відразу раз в місяць.

Так алгоритм «запам'ятовує», що ви активні, маєте свою тематику, і починає показувати ваш контент частіше.

4. Ключові слова — це база

Усе, що ви пишете: назву профілю, опис, назви дощок, описи пінів — Pinterest усе це читає й використовує, щоб вирішити, кому показати ваш контент.
Навіть текст на самій картинці.
Тому варто писати зрозуміло і по темі, без складних формулювань.
Наприклад: «фон для stories», «ідеї для reels», «натхнення для дизайну».



5. Стрічка кожного користувача унікальна

Pinterest підлаштовується під кожну людину окремо.
Він аналізує, що користувач шукає, які піни зберігає, на що натискає — і формує персональну стрічку.
Тому навіть якщо двоє людей підписані на вас, вони можуть бачити різні ваші піни.

6. Підписники тут майже не мають значення

І це велика перевага.
Тут справді можна мати сто підписників, але сотні тисяч переглядів.
Бо головне — не кількість підписників, а наскільки ваш контент релевантний пошуковим запитам і наскільки він цікавий людям



(03)

З чого почати: три важливих кроки.

1. Створіть бізнес-акаунт

Якщо ще не маєте акаунта — зареєструйте новий або просто переключіть особистий у бізнес-режим у налаштуваннях. Тільки на бізнес акаунтах є аналітика, а це один із ключових факторів просування.

Три крапки в правому верхньому кутку > Налаштування > Керування обліковим записом > Перейти на бізнес акаунт

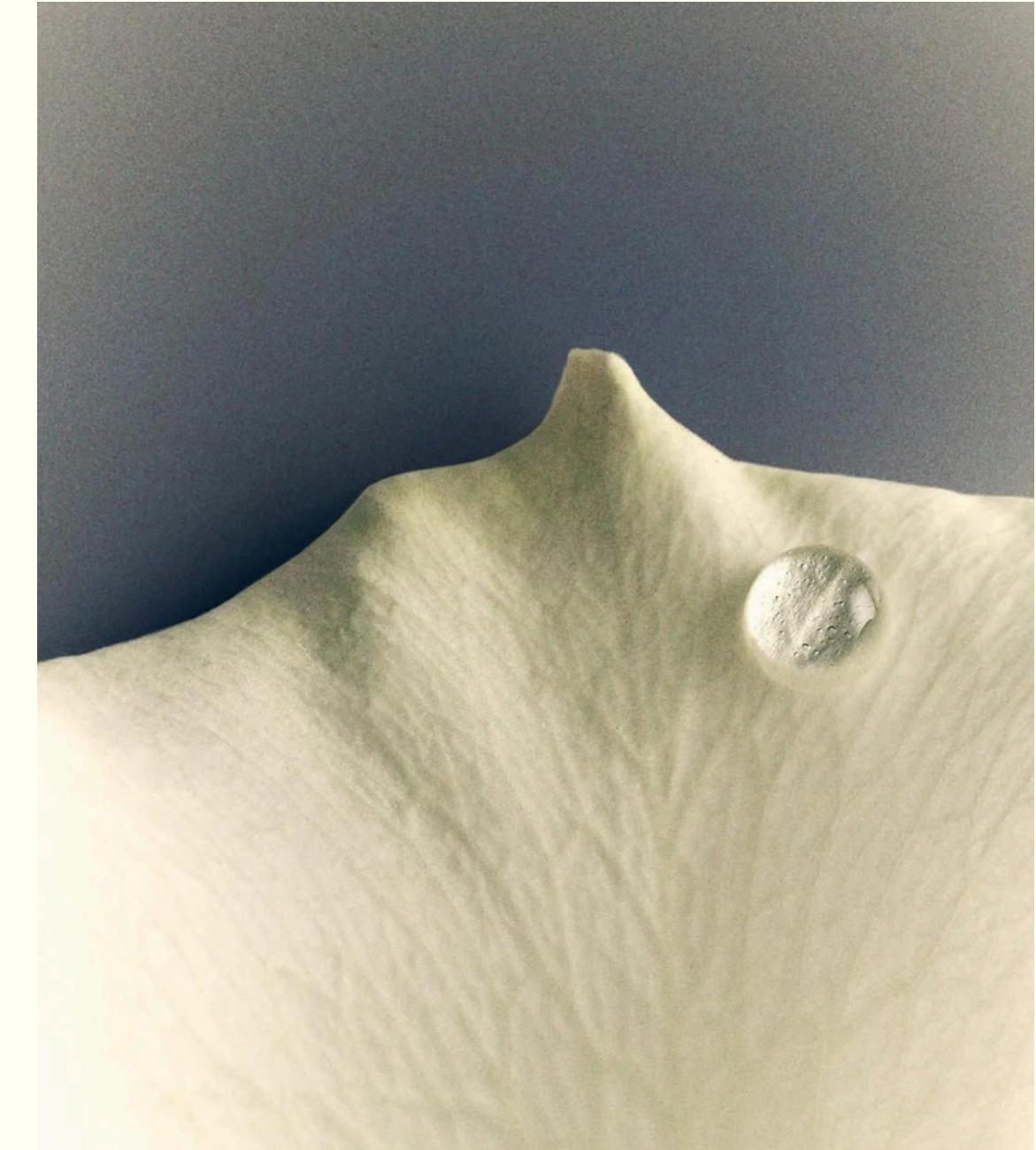


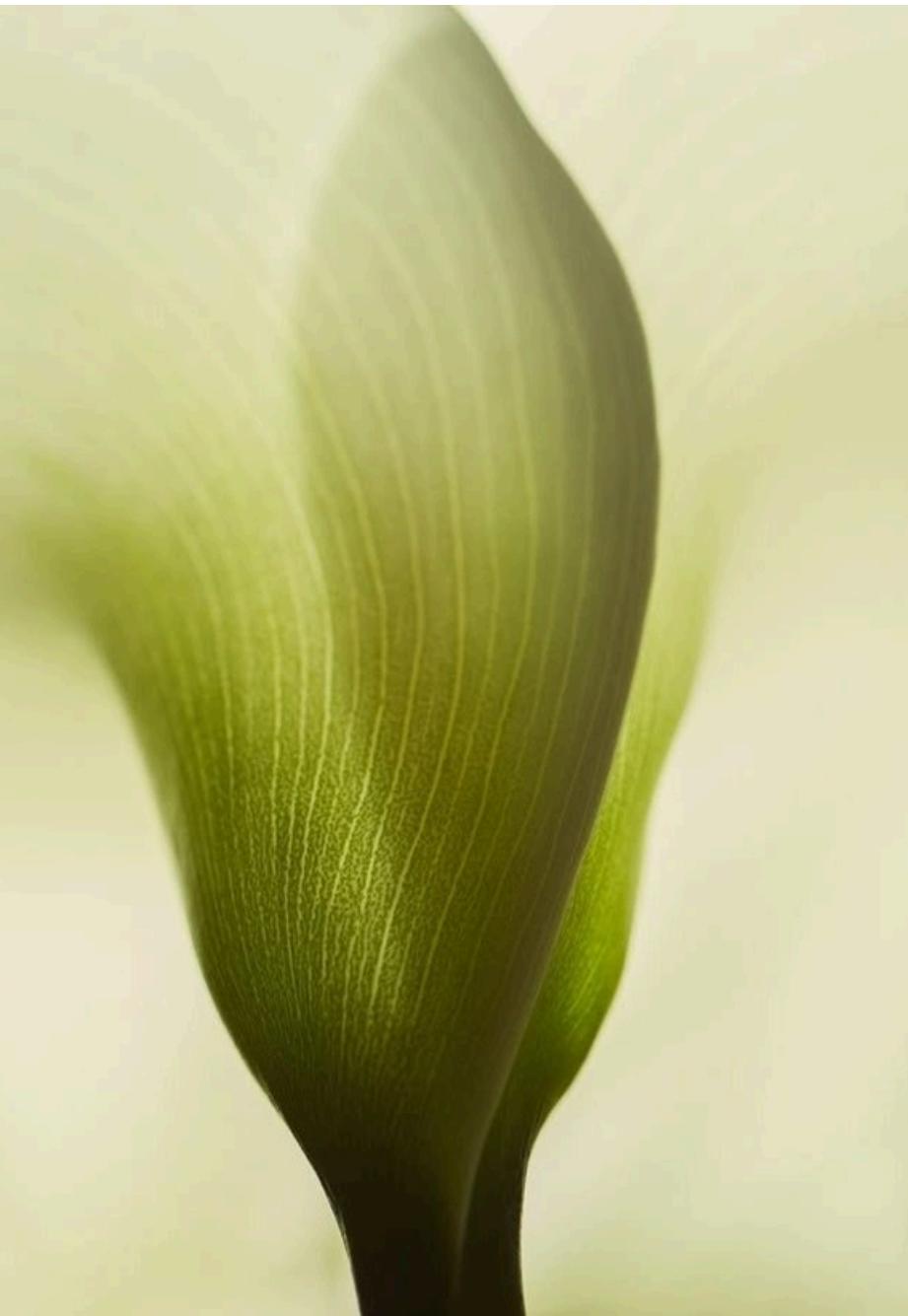
2. Про що ваш блог

Важливо, щоб тематика вашого профілю була одна. Одна загальна тема і підтеми до неї. Так ви звузите аудиторію до потрібної.

Мій профіль, наприклад, про монтаж, але я додаю туди трішки життя, трішки ідей для відео, є дошка з шрифтами і тд.

Детальніше розберемо в іншому розділі.





3. Оформіть профіль

Ім'я та фото

В імені вкажіть себе/свій бренд + сферу діяльності + кілька ключових слів (це важливо для пошуку)

Фото — як на аватарку в Instagram: чітке обличчя на спокійному фоні.

Опис

Коротко розкажіть, чим ви можете бути корисні, додайте ключові слова та заклик до дії (наприклад, підписка на ваш Telegram, запис на консультацію або замовлення продукту).

Дошки

Обкладинка — квадрат 1080×1080 px. Щоб її встановити, спочатку завантаж картинку як пін на дошку.

В описі дошки додайте ключові слова по темі та легкий заклик до дії.

Піни

Назва: ім'я/бренд + тема піна (наприклад, фони для сторіс) + 2–3 ключові слова.

Опис: заклик натиснути або перейти за посиланням + близько 15 ключових слів українською і кілька англійською.

Посилання: можете вести на свій Telegram, блог, сторінку з корисними матеріалами чи на замовлення послуг.

[ПРИКЛАДИ](#)

(04)

Найважливіші метрики.



Покази — кількість разів, коли ваш контент з'явився у загальній стрічці.

Взаємодії — загальна кількість лайків, коментарів та збережень, які отримав ваш контент.

Переходи на інші ресурси — кількість разів, коли користувачі натискали на ваш контент і переходили за доданим посиланням.

Збереження — кількість разів, коли ваш контент був збережений іншими користувачами на їхні дошки.



Як подивитися аналітику на Pinterest:

Зайдіть у свій акаунт > Натисніть «Центр для авторів» — і все.



TRUST
YOUR
creativity

Публікувати потрібно багато — чим більше, тим краще.

Чому так:

Алгоритми Pinterest люблять активність і регулярність, тому просувають піни краще при постійній активності.

Логічно: чим більше пінів — тим більше показів, охоплень, переходів на інші джерела та підписок. Це працює чисто за рахунок кількості.

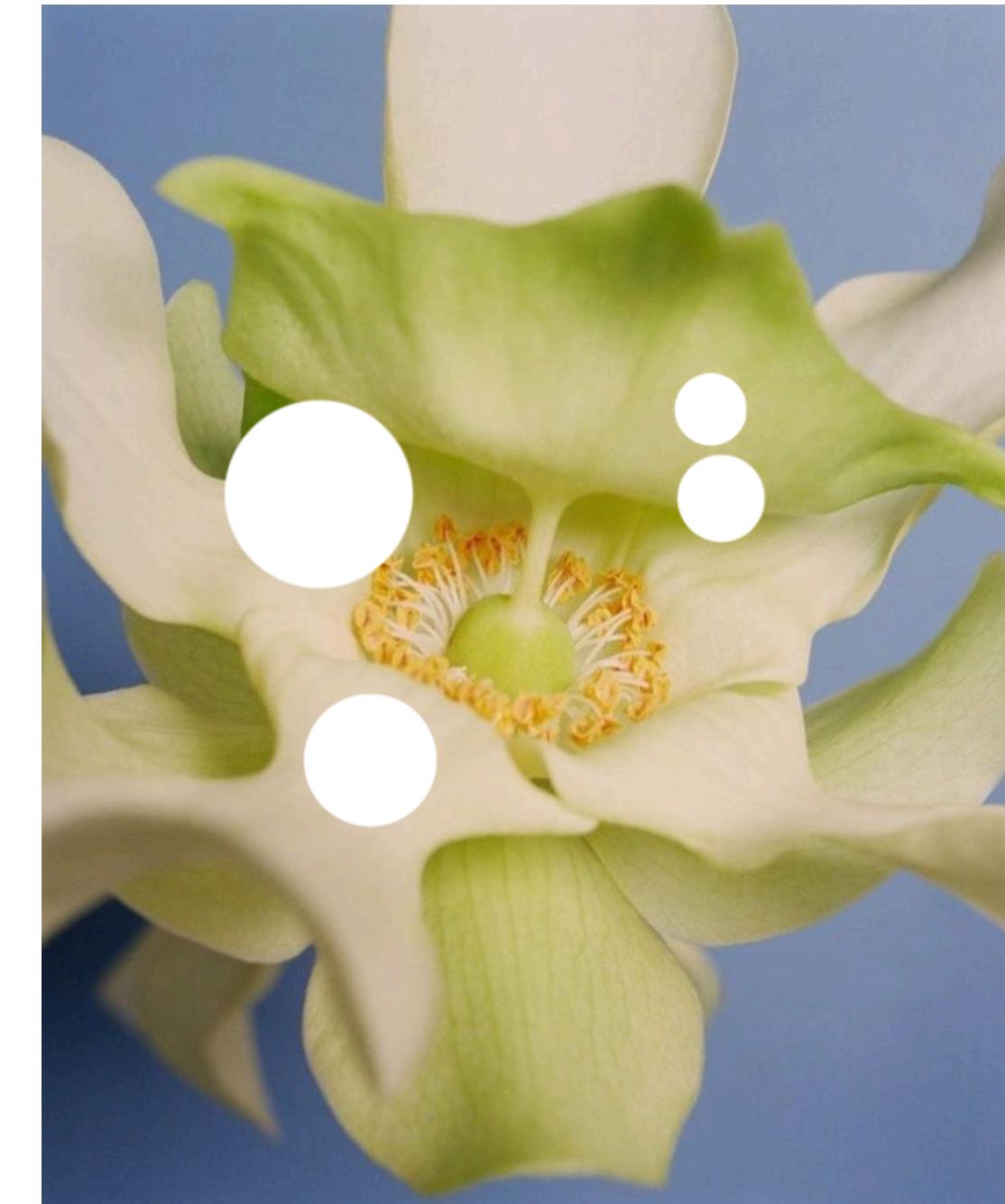
Не всі піни набирають перегляди.

Із десяти може «залетіти» три, та й то не одразу — деякі піни можуть «вистрілити» через кілька місяців.

Коли ви публікуєте багато пінів, особливо різних форматів і тем, то **швидше розумієте, що заходить** вашій цільовій аудиторії, а що краще не постити, щоб не витрачати час даремно.



ВАЖЛИВО! Якщо акаунт абсолютно новий — публікуйте регулярно по 5 пінів на день, але не більше, щоб не потрапити в тіньовий бан або не отримати блокування. Так робимо приблизно місяць, поступово збільшуючи кількість пінів.



Чеклист: «Пін, який залітає»

1. Якісне зображення з чіткою інфографікою.

Не забувайте, що пін у першу чергу з'являється в загальній стрічці, тож він повинен одразу чимось зачепити.

2. Чіпляючий заголовок.

Коротко, ясно і зрозуміло. Не ускладнюйте.

3. Унікальний стиль

Кожен пін обов'язково має бути у вашому впізнаваному стилі. Використовуйте фірмові деталі на кожному піні: логотип, кольори тощо.

4. Слова для SEO-оптимізації

Не забувайте, що Pinterest — це насамперед пошукова система. Користувач вводить свій запит, і система показує йому піни.

А щоб ваші піни побачило якомога більше людей, потрібно використовувати ті самі «запити».

Використовуйте ключові слова в назві та описі, щоб ваш пін було легко знайти.

5. Заклик до дії

Використовуйте в назві або описі піна call to action.



Використовуйте релевантні до вашої ніші слова для SEO оптимізації.

Пишіть структуровано та включайте в текст популярні запити вашої ЦА.

Міксуйте мови: українська + англійська (усе, що українською — обов'язково дублюйте англійською, щоб збільшити охоплення, ви ж вводите запити англійською будучи українцями? Інші так само!).

Обов'язково додавайте альтернативний текст.

Альтернативний текст не відображається публічно — його бачать лише користувачі, які використовують допоміжні технології (наприклад, програми для озвучення тексту). Pinterest також застосовує його для SEO-оптимізації, тому добре прописаний alt text допоможе вашим пінам частіше з'являтися в пошуку. Це можна зробити через десктопну версію (через браузер на комп'ютері або в мобільному браузері в режимі «повної версії сайту») після публікації.

Як це зробити:

Увійдіть у свій Pinterest-акаунт через браузер.

У правому верхньому куті натисніть на світлину свого профілю.

Перейдіть у вкладку «Збережене» (Saved) — там зібрані всі ваші дошки та піни.

Відкрийте дошку, де розміщено потрібний пін.

Наведіть курсор на пін і натисніть іконку олівця (або правою кнопкою Редагувати пін / Edit Pin).

У вікні редагування прокрутіть униз і знайдіть поле «Альтернативний текст» (Alt text).

Введіть короткий опис зображення — він має передавати, що саме зображено на картинці або відео, а не повторювати заголовок.

Як знайти ключові слова для своєї ЦА?

Найпростіший варіант — запитати в ChatGPT.

Промпт:

«Проаналізуй нішу [ваша ніша] на Pinterest, визнач найпопулярніші запити моєї ЦА та ключові слова, які використовуються в найпопулярніших постах у моїй ніші.»

Call to Action (або скорочено СТА) — це ваш заклик до дії. **Те саме речення, яке м'яко підштовхує людину зробити наступний крок після того, як вона побачила ваш пін.** Використовуйте в назві або описі піна.

Чому це важливо?

1. Керуємо увагою. Pinterest — це не кінцева ціль, і нам потрібно провести користувача від точки А до точки Б. СТА — це двері до точки Б. Більшість користувачів розгублені, тож їм потрібно вказати шлях і чітко сказати, що робити далі.
2. Підвищення конверсії. Якщо ви чітко говорите користувачу, що йому зробити далі, то ймовірність того, що він це зробить, зростає. Це підвищує відсоток переходів на інші ресурси.

Приклади (їх можна повторювати й не вигадувати велосипед):

«Клікай на пін, щоб дізнатися більше!»

«Хочеш дізнатися більше? Доєднуйся за посиланням!»

«Детальніше можна дізнатися, натиснувши на посилання.»

Важливо! Сторінка, на яку ви закликаєте перейти має бути гарно упакована.

Користувач **повинен захотіти** залишитись.





(09)

Як скоротити час на створення контенту: упаковка акаунта.

Створюємо до 50 пінів на тиждень, не витрачаючи на це купу часу.

Спочатку робимо те, що в майбутньому стане основою — **упаковуємо акаунт:**

1. Продумуємо рубрики та підрубрики — це будуть ваші дошки та розділи.
2. Заздалегідь готуємо ключові слова, хештеги та заклики для кожної дошки (щоб потім просто скопіювати — `ctrl+c / ctrl+v`).
3. Розписуємо список різних закликів до дії дляожної дошки, щоб можна було чергувати.
4. Створюємо шаблони для пінів у **Canva**, **Figma** або, якщо ви не дуже любите дизайнити, скористайтеся додатком **Flow** — там є безліч безкоштовних шаблонів, які можна редагувати під себе. Це допоможе швидко створювати пости змінюючи лише деякі деталі. [Наприклад як зробила це я ось у цій серії постів зі стікерами.](#)
5. Складаємо матрицю (не долі) контенту. Це справді потужний інструмент, який допомагає з одного поста зробити до 10 форматів пінів.
6. Автоматична публікація контенту.

Як це зробити:

1. натискаємо плюс в нижній панелі
2. обираємо пін та те, що будемо публікувати
3. Натискаємо далі
4. Прогортуємо до функції Запланована дата публікації

(10)

Матриця контенту



Матриця контенту — це інструмент, який допомагає не вигадувати кожен пін з нуля, а розумно масштабувати ідеї.

Вона показує, як з одного поста можна зробити десятки різних форматів: від інфографіки й туторіалу до цитати чи короткого відео.

По суті, це таблиця, де ви прописуєте:

- теми або напрямки контенту;
- типи пінів (поради, натхнення, туторіали, відгуки, закулісся тощо);
- цілі (зберегти, перейти, підписатися).
- І коли маєте, наприклад, одну ідею — ви просто проходитеся нею по цій матриці й отримуєте купу різних варіантів для пінів.

Це економить час, прибирає хаос і допомагає підтримувати збалансований, візуально різноманітний контент, який не набридає користувачам.

Створила для вас готову матрицю контенту, яку можна використовувати як шпаргалку. А також оформила таблицю, яку можна редагувати під себе.

Це допоможе швидко створювати пости змінюючи лише деякі деталі.

[МАТРИЦЯ КОНТЕНТУ](#)

[ТАБЛИЦЯ](#)

Звідки брати ідеї

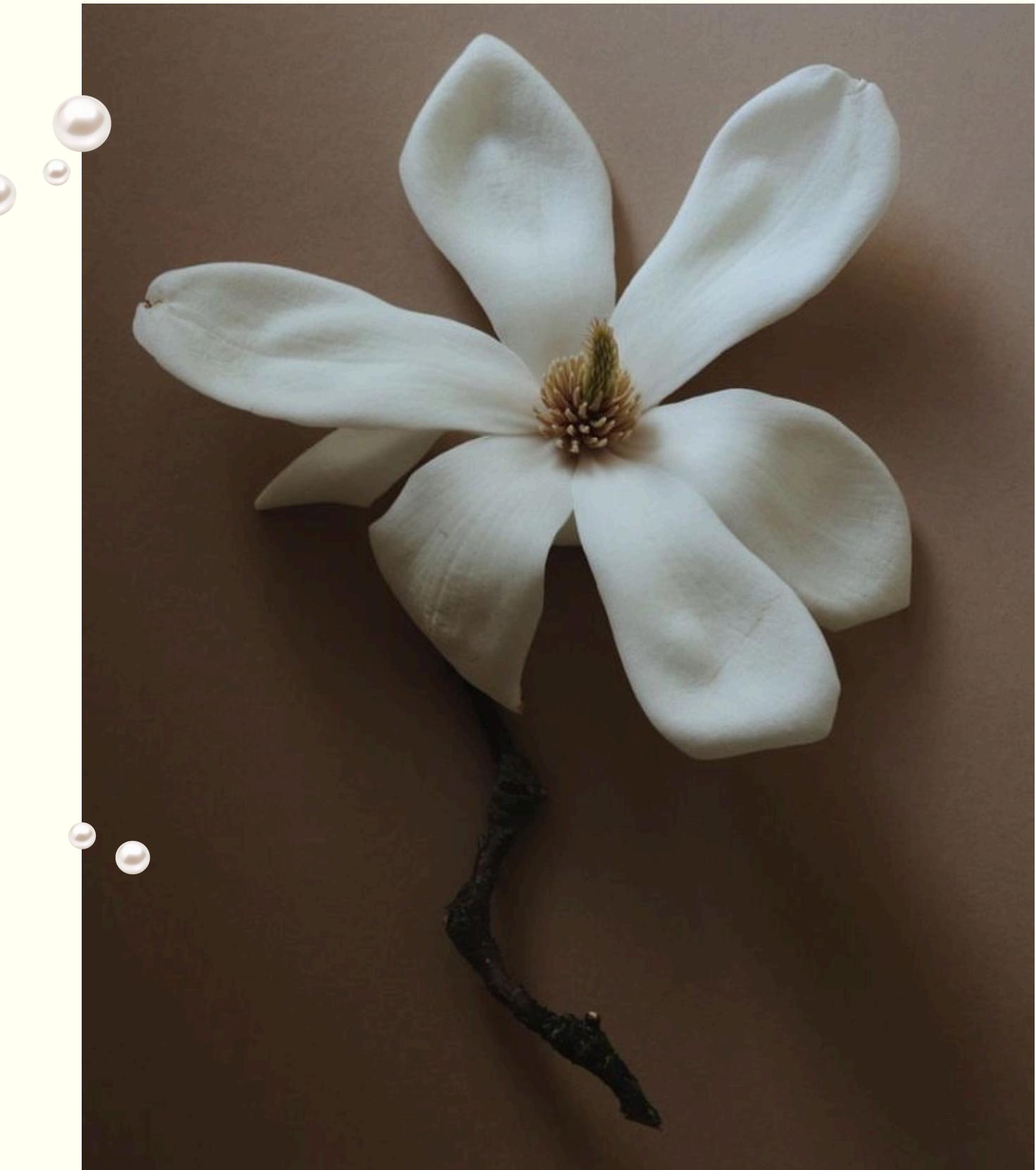
Те, що працює у будь-якій соцмережі і Pinterest не виключення. Три опори з яких будується контент:

- Особистість
- Експертність
- Продукт

Кожна опора має свою ціль. Додаю таблицю з детальними розгалуженнями, які ви можете використовувати як ґрунт, на якому будуються публікації.

Приємний плюс — таблиця універсальна для будь-якої соцмережі.

ТРИ ОПОРИ



(11)

Тренди та сезонний контент.

В Pinterest, як ви вже знаєте, контент працює на вас досить довго.

Проте, щоб він «розігнався» і почав приносити реальні результати, потрібен час — щонайменше місяць.

Щоб охопити якомога більшу аудиторію, важливо створювати трендовий і сезонний контент. Але, враховуючи час на розкрутку, робити це потрібно заздалегідь.

Створила для вас файл з головними поїнтами для креаторів щодо сезонного контенту.

СЕЗОННИЙ КОНТЕНТ

Як відслідковувати тренди на Pinterest?

Pinterest Trends — сам Pinterest пропонує переглянути тренди на найближчий час.

Платформа аналізує популярні види контенту та пошукові запити, які зараз набирають перегляди.

Окрім сезонного контенту не забуваємо про популярні свята, до яких також потрібно готоватися заздалегідь.

СПИСОК СВЯТ

IT'S NOT
A DUMB
IDEA

(12)

Контент воронки.

Контент-воронка — найкращий спосіб отримати трафік.

Воронка — це шлях користувача від знайомства з вашим контентом до здійснення цільової дії (підписки, покупки тощо).

На Pinterest можна створювати кілька типів воронок:

1. на сайт;
2. у Telegram-канал;
3. в Instagram;
4. на дошки всередині Pinterest.

Також воронки можна налаштовувати для переходів у особисті повідомлення, на конкретні пости чи будь-які інші цільові сторінки. Головне — викликати в користувача бажання натиснути на посилання.

Для автоматизованих воронок я використовую **Mapuschat** — додаток, який допомагає автоматизувати процеси.

Приклад воронки, яку я використовую найчастіше:

Пост із темою гайду → заклик натиснути на посилання, щоб отримати повну версію гайду → перехід на пост із проханням залишити коментар → коментар запускає автоматичну відповідь від Mapuschat із закликом підписатися, щоб отримати гайд.

Ця воронка класно працює, бо дозволяє:

- отримати активність безпосередньо на Pinterest;
- залучити активність в Instagram (коментарі, лайки);
- отримати підписку;
- перевести користувача на інші платформи.

Важливо!

Щоб воронка спрацювала, у фінальній точці (точці Б) потрібно дати людині реальну користь. Це забезпечить проходження всього шляху, адже кінцевий результат має бути для неї справді цінним.

(13)

Як не потрапити в тіньовий бан / не отримати блокування

Дотримуйся правил спільноти

Заборонений контент, дезінформація, сексуальний контент — усе це може привести до блокування.

Уникайте спаму

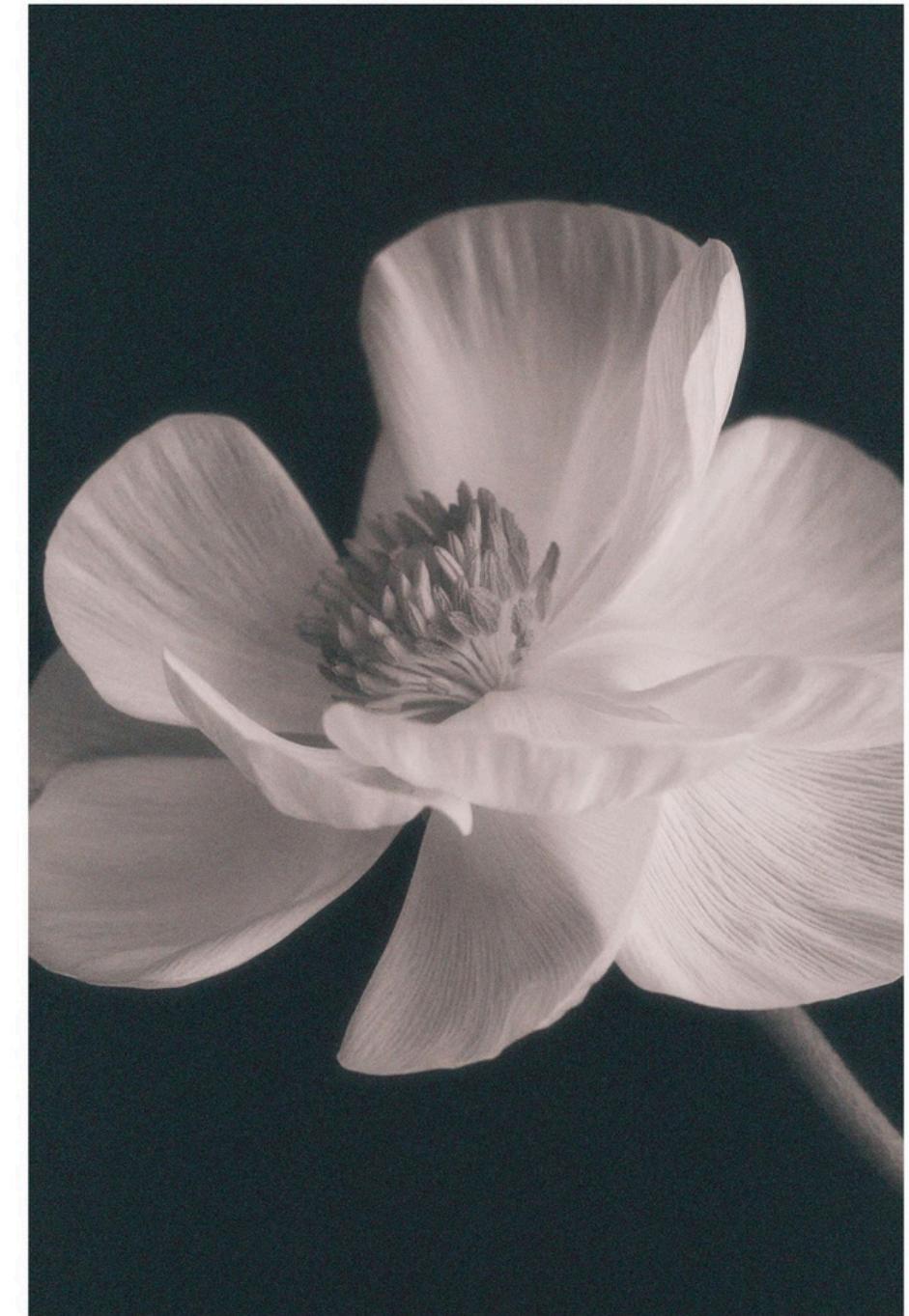
Масові репости з однаковими посиланнями, клікбейти, коментарі для просування — не допомагають. Pinterest чітко бачить, що ви робите.

Ніяких накруток ботів та штучної активності

Не використовуйте автоматизовані сервіси, бо отримаєте не активність, а блок.

Практичний чекліст перед публікацією

- Без клікбейту — заголовки та посилання мають відповідати контенту, на який ведуть.
- SEO оптимізація — чіткі описи, ключові слова, релевантні хештеги.
- Регулярність публікацій — різкі стрибки активності (10+ пінів за день коли не постили дуже довго) можуть спровокувати перевірку.
- Fresh pins краще, ніж репіни — унікальний контент цінується більше, ніж нескінченні репости одного й того ж і можуть сприйматися як підозріла активність.



(14)

Що робити якщо піни зникли / зменшились охоплення / акаунт заблоковано?

- 1.Зайди на пошту, можливо там вже є імейл з поясненням. У мене було блокування через різку активність і дізналася я це через лист на імейл. [Pinterest Help](#)
- 2.Якщо сталося блокування/деактивація читай офіційну сторінку про акаунтні санкції і подавай апеляцію через форму підтримки. Pinterest переглядає запити, але відповіді можуть бути повільними.
- 3.Якщо підозрюєш, що блокування помилкове (масові випадки помилкового фільтрування — це часта історія), документуй приклади і наполягай у зверненні — додавай скріншоти й посилання
- 4.Якщо бачите різке падіння охоплень — зупиніть автоматичні інструменти, дайте акаунту «відпочити» 24–48 годин, потім публікуйте по-трішки і тільки унікальний контент..



Для мене важливо залишати частинку своєї душі навіть у самих сухих та теоретичних продуктах, тому записала для вас міні-подкаст про те, як не закинути ведення Pinterest і що робити якщо так сталося.

Дякую, що довіряєш та залишаєшся зі мною, квітко!

[СЛУХАТИ](#)