



Чек-лист по Instagram



Оформление профиля



Прежде чем начать публиковать сообщения в своей учетной записи Instagram, убедитесь, что ваш профиль в Instagram настроен правильно:

- ☐ **Бизнес-аккаунт.** Владелец бизнес-аккаунта со страницей Facebook могут легко интегрировать вкладку Instagram на свою страницу. Это отличный способ привлечь подписчиков Facebook в свой профиль в Instagram.
- ☐ **Логин.** Используйте в качестве логина название своего бренда (не забывая про ключевые слова).
- ☐ **Аватар.** В качестве аватара можно использовать логотип своего бренда или лаконичное название. Учитывая небольшой размер и круглую форму аватара, сделайте его легко считываемым.
- ☐ **Имя аккаунта.** Для имени используйте описание своего бизнеса с задействованием ключевых слов.
- ☐ **Описание аккаунта.** Используйте описание предлагаемых вами товаров или услуг, контакты и призывы к действию. В идеале использовать УТП. Не забывайте и про эмодзи, которые помогут выделить ключевую информацию. Максимальное число символов для описания 160.
- ☐ **Ссылки.** Разместите ссылки на свои мессенджеры и сайт с прописанными UTM метками. Если его нет, то можно создать визитку через CMS. Помните, что доменное имя .рф на кириллице в Instagram не отображаются.
- ☐ **Кроссплатформенность.** Посмотрите, как отображается ваш профиль через мобильные устройства.
- ☐ **Обратная связь.** В настройках профиля укажите телефон, адрес офиса и электронную почту.
- ☐ Добавляйте **активные упоминания и хештеги** прямо в описание профиля, используя новую функцию Instagram.



Контент



Составьте календарь контент-плана на неделю – месяц вперед. Не стоит рассчитывать на более длительные сроки, так как необходимо размещать самую актуальную информацию и в случае каких-либо изменений быть готовым все перестроить.

- ☐ **Контент-план.** Контент-план должен быть гибким и зависеть от текущих целей и задач вашего бизнеса. Будь то привлечение новых клиентов или распродажа товара.
- ☐ **Когда и во сколько.** Здесь нет строго правила. Некоторые считают, что лучшее время для размещения постов промежуток от 5 до 9 вечера. В пятницу – 7 – 8 вечера. А лучшим днем – среда. Однако, надежнее учитывать время активности именно вашей аудитории и отталкиваться от этого.
- ☐ **Аудитория.** Подумайте, кто может быть заинтересован в вашем товаре или услуге. Старайтесь размещать то, что может быть интересно именно этой аудитории. Также можно составить таблицу с особенностями вашего продукта.
- ☐ **Разнообразие.** Используйте не только продающий контент, но и развлекательный, и познавательный.
- ☐ **Регулярность.** Размещайте посты хотя бы один раз в день. Оптимальным количеством можно считать 2 – 3 поста в день.
- ☐ **Стиль.** Все посты должны быть выполнены в едином и узнаваемом стиле.
- ☐ **Тексты.** Разделяйте длинные тексты на абзацы. Каждый текст должен соответствовать общему характеру бренда и преследовать определенную цель.
- ☐ **Хештеги.** Используйте как фирменные хештеги, так и хештеги для поиска товара по схожей тематике.
- ☐ **Способы оплаты.** Не забывайте указывать в постах все способы связи, оплаты, доставки и времени ожидания.
- ☐ **Отзывы.** Время от времени размещайте положительные отзывы своих клиентов.



Stories и Life также используется для привлечения клиентов. Здесь можно выделить несколько рекомендаций:

- ☐ **Актуальное.** В разделе Highlights (закрепленные Stories) укажите информацию о доставке, цене, отзывах, портфолио и т.д.
- ☐ **Иконки.** Для каждого закрепленного Stories используйте соответствующие иконки
- ☐ **Темы.** В Stories используете тематические подборки такие, как новости, процесс работы, инструкции
- ☐ **Регулярность.** Нет оптимального количества Stories, но вполне можно ориентироваться на 5-10 в день.
- ☐ **Вовлечение.** Для улучшения поведенческого фактора используйте опросы, гиф, стикеры, отчеты, проводите конкурсы, игры и т.д.
- ☐ **Репосты.** Репостите новые записи из своего аккаунта в Stories, чтобы подписчики знали о ваших обновлениях.



Общение с подписчиками



Качественная обратная связь поможет не только удержать старых клиентов, но и обрести новых. Для этого можно выделить ряд рекомендаций:

- ☐ **Оперативность.** Старайтесь отвечать, как можно оперативнее. Помните про вежливость и заинтересованность. Не допускайте односложных ответов.
- ☐ **Информативность.** Переписку с клиентом можно считать успешной только в том случае, если он узнал, что хотел.
- ☐ **Помощь.** Если клиент проявляет заинтересованность, но затрудняется с выбором, постарайтесь в вежливой форме помочь ему с этим выбором.
- ☐ **Комментарии.** Старайтесь не оставлять без внимания комментарии пользователей и, по возможности, отвечайте на каждый из них.



Продвижение



- ☐ **Массфоловинг.** Если вам удалось собрать подходящую аудиторию, то имеет смысл подключить автоподписку.
- ☐ **Конкурсы.** Для продвижения своего бренда можно устраивать конкурсы, участвуя в которых пользователи будут делать репосты и вовлекать все большую аудиторию. В среднем можно проводить по 1 конкурсы в месяц.
- ☐ **Реклама.** Одним из вариантов продвижения является покупка рекламы в городских и тематических пабликах. При их выборе отталкивайтесь от качества аудитории, а не ее количества. Еще одним вариантом является реклама у тематических блогеров.
- ☐ **Таргетированная реклама и ретаргетинг.** Можно запустить официальную рекламу своей продукции прямо в Instagram через Facebook. Еще одним вариантом является запуск таргетинга по тем, кто проявлял активность на вашем профиле в течение последнего месяца. В этом не так просто разобраться, и вам может потребоваться специалист.
- ☐ **Статистика.** Делайте ежемесячные и еженедельные срезы активности, определяйте, какой контент привлекает наибольшее внимание.



Анализ конкурентов



Анализ профилей ваших конкурентов даст вам подсказку, какие хештеги использовать, как отвечать на комментарии, как работать с аудиторией и какие успешные решения можно использовать в своем Instagram.



Make money with RBK.money!

Больше на -

<https://rbk.money/>