

УДК 004.925

Суховольская М. В., Колокольникова А. И., доцент, к.т.н.
(КузГТУ, г. Кемерово)
Sukhovolskaya M., Kolokolnikova A., associate professor, candidate of technical science
(KuzSTU, Kemerovo)

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА В INSTAGRAM

TECHNOLOGIES OF BUSINESS PROMOTION IN INSTAGRAM

Instagram – одна из наиболее перспективно развивающихся социальных платформ для продвижения бизнеса. Данная социальная сеть становится с каждым годом все популярнее, пользователи Instagram демонстрируют высокую вовлеченность в знакомства с различными брендами и общение друг с другом при помощи фотографий или видео. Визуальный контент, публикуемый и изучаемый в Instagram, воспринимается пользователями эффективнее, чем текстовый. Возможность использовать Instagram буквально на ходу с помощью мобильных гаджетов помогает данному приложению являться идеальной социальной платформой для современного человека [4].

Появившись в 2010 году, Instagram долго оставался вне поля зрения российских SMM-специалистов. Примерно в середине 2013 года стали часто сообщать об эффективности приложения Instagram и внедрении возможности записывать небольшие видео продолжительностью не более 15 секунд. Бурный рост Instagram пришёлся на 2014 год [3].

Популярность данного приложения объясняется рядом факторов. Чтобы сделать видеоролики эффектнее, на них можно накладывать встроенные фильтры и публиковать их с указанием описания и с хештегами. На успех Instagram в России повлияла интеграция с социальной сетью «ВКонтакте», пользователи самой известной и популярной русскоязычной сети смогли наконец-то прикреплять свои адреса в Instagram в настройках «ВК» и автоматически публиковать на своей странице все фото и видео, размещенные с помощью Instagram. Не менее важным фактором является чрезвычайная популярность данной социальной сети среди известных персон СМИ (музыкантов, спортсменов, телеведущих, светских львиц и т.д.), что превратило некогда обыкновенное фотоприложение в предмет поклонения для целого поколения. В дальнейшем произошло ожидаемое событие – миграция администраторов публичных страниц «ВК» в Instagram. Это означало, что владельцы популярных групп и обществ решили создать и развивать в Instagram свои сообщества [2].

Ответить на вопрос о необходимости Instagram для развития бизнеса позволяет статистика. По данным американской аналитической организации «Pew Research Center» 17 % аудитории социальных сетей старше 18 лет каждый день проверяют свой аккаунт в Instagram. Основные пользователи Instagram имеют возраст от 18 до 29 лет. Это – поколение миллениалов, т.е. представители «цифрового поколения», которым свойственно принимать решения о приобретении чего-либо под влиянием социальных платформ. В гендерном разрезе в Instagram преобладают женщины. Об активности пользователей Instagram говорит тот факт, что 57 % владельцев заходят в свой аккаунт как минимум раз в день, а 35 % делают это несколько раз в день [3].

Для продажи услуг, например, страхования жизни, ремонта техники следует искать клиентов в Facebook и других традиционных социальных сетях. Визуальная социальная платформа Instagram более эффективна для продвижения и продажи товаров – косметики, одежды, товаров категорий hand made и DIY – «Сделай это сам», фотографий, декоративных изделий, изготовления и продажи собственного бренда одежды, услуг, связанных с красотой и уходом за телом (рис. 1).



Рис. 1 – Данные об активности в Instagram

Создавая свою страницу в сети Instagram, каждый пользователь становится её владельцем. Все, что создано внутри социальной сети, является формальным и принадлежит данной социальной сети, но в действительности всем распоряжается конкретный пользователь аккаунта. Если аккаунт в Instagram популярен, то пользователи могут зарабатывать на продаже рекламы, получая высокий доход в короткие сроки. Срок продвижения бизнеса в Instagram может быть сокращён до одного или нескольких месяцев. Для развития бизнеса необходимы определённые умственные и материальные вложения [1].

Следующие практические советы помогут привлекать клиентов на практике.

В блоге «Instagram for business» можно найти рекомендации и советы по использованию данного приложения для развития проектов, получать уведомления о новых функциях и примерах успешного использования этой социальной сети престижными брендами.

Оптимизация профиля компании в Instagram позволит сделать информацию о компании заметной для пользователей поисковых систем. Для оптимизации профиля необходимо следующее:

- установление логотипа компании в качестве фотографии профиля либо использование изображения одного из товаров;
- для обозначения названия («ника») используйте название компании или слова, выражающие суть бизнеса;
- кратко опишите суть предложения будущим клиентам, чтобы пользователи знали, какой товар им предлагается;
- внесите в описание контактные данные, включая указатель размещения сайта в интернете;
- обратите внимание на настройки приватности, фотографии должны быть в общем доступе для всех пользователей;
- создавайте публикации фотографий товаров.

Чтобы привлечь внимание покупателей, необходимо превратить аккаунт в Instagram в «витрину магазина», инвестировать некоторые финансовые средства в создание профессиональных фото. Например, кондитерские изделия собственного производства, сфотографированные с помощью цифровой мыльницы, привлекают внимание покупателей, если же фото создано профессионалом, то данные изделия выглядят настолько вкусно и красиво, что их захочется приобрести.

Добавленные к фото хэштеги помогают пользователям находить необходимые товары и услуги с помощью поиска. По данным маркетинговых исследований компании «TrackMaven» достаточно 4-5 меток под фотографией для того, чтобы публикацию заметили.

Публикация фото или видео развлекательного характера делает аккаунт интересным. Периодически добавляйте веселые фото, связанные с вашим бизнесом, чтобы дать аудитории повод для улыбки.

Популярность аккаунта в Instagram прямо зависит от числа фолловеров (от англ. follower – читатель, последователь, подписчик). Чтобы количество подписчиков увеличилось, следует выполнять такие рекомендации как:

- подключение аккаунта в Instagram к хронике в Facebook;
- публикация фотографий с популярными хэштегами;
- подписка на обновления других пользователей, написание комментариев и оценивание понравившихся фотографий.

Публикация фотографий из Instagram в Facebook является эффективным способом для привлечения внимания подписчиков и друзей в Facebook, которые еще не знают об аккаунте в Instagram.

Публикуйте видеоролики из Instagram в Twitter, Facebook, включайте их в e-mail рассылку, на страницы блога или сайта. Видео в Instagram - очень хорошая возможность заявить о своём бизнесе ещё более ярко.

По данным маркетологов компании «TrackMaven» наиболее популярны у пользователей такие фильтры для обработки фотографий, как «Mayfair», «Normal» и «Inkwell». Исследователи компании «Simply Measured» отмечают, что авторитетные бренды довольно часто применяют фильтры «Rise», «Amaro», «Lo-fi» и «Valencia».

Предложение поучаствовать за определённое вознаграждение в каком-либо конкурсе эффективно стимулирует активность пользователей. Использование участия в конкурсах для привлечения дополнительного количества подписчиков позволит узнать отклик аудитории. Предложение об участии в конкурсе должно содержать в себе все условия соревнования, например, объявление о выборе победителя в результате жеребьёвки.

По данным Массачусетского университета в Дартмуте 64 % пользователей Facebook подписываются на страницы брендов, желая получить скидки. Пользователи Instagram будут подписываться на аккаунт более активно, если им будут обещаны бонусы. Для получения купона, следует попросить подписчика оставить несколько комментариев или опубликовать фото и т.п.

Одним из эффективных способов привлечения внимания к аккаунту в Instagram является прямое общение с клиентом. Здесь говорится о публикации фото и видео, отображающих происходящие в бизнесе события в реальном времени. Для освещения деятельности проекта используйте такие информационные поводы, как ввод в эксплуатацию оборудования, открытие нового офиса, еженедельная планерка. Тем самым, клиенты будут знать, что общаются не с безликой компанией, а с живыми людьми. Онлайн общение подчинено правилам сетевого этикета, соблюдая которые пользователь показывает свою культуру и воспитанность [5, с. 63].

Чтобы стимулировать спрос, рассказывайте покупателям о возможностях предлагаемого товара, демонстрируйте на конкретных моделях причёски, макияж и одежду.

Контролируйте популярность бизнеса в Instagram, следите за эффективностью его продвижения, ориентируясь на стандартные для социальных сетей метрики: количество лайков, комментариев, переходов на сайт компании, потенциальных клиентов и конверсий. Так, оценить результативность заметок с визуальным контентом позволяют сервисы аналитики «Curalate» и «Blitzmetrics» [3].

Самая главная ошибка, которую допускают владельцы бизнес-аккаунтов в Instagram – это размещение подозрительной рекламы. Не нуж-

но гнаться за прибылью «здесь и сейчас», необходимо обдумать возможные факторы риска. Очень часто пользователи таких аккаунтов остаются без своей страницы. Запрещённым считается продвижение табачной и спиртной продукции. Старайтесь всё и всегда проверять потому, что в любой момент страница с аккаунтом может быть заблокирована техподдержкой социальной сети, если не будет работать ссылка на размещенную на сайте рекламу. Когда клиенты увидят, что им предлагается что-то ценное и интересное, то и заказчики придут, и доход возрастёт [6].

Итак, попробуйте взаимодействовать с аудиторией через Instagram – привлекайте клиентов, оптимизируйте профиль, публикуйте фото товаров, отмечайте их хэштегами, проводите конкурсы и предлагайте клиентам скидки.

Список литературы

1. 10 новых шаблонов для блогеров / WIX Blog [Электронный ресурс]. - URL: <http://ru.wix.com/blog> (дата обращения 15.10.2016).
2. Белецкая П. Раскрутка в Инстаграме как высокое искусство / Интернет – маркетинг для малого бизнеса [Электронный ресурс]. - URL: <http://web-likbez.com/posts/raskrutka-v-instagrame-kak-vysokoe-iskusstvo/> (дата обращения 15.10.2016).
3. Дементий Д. Как использовать Instagram для продвижения бизнеса: 13 практических советов / Интернет-агентство Texterra [Электронный ресурс]. - URL: <http://texterra.ru/blog/kak-ispolzovat-instagram-dlya-prodvizheniya-biznesa-13-prakticheskikh-sovetov.html> (дата обращения 15.10.2016).
4. Как начать продвигать свой бизнес в Instagram: 5 советов [Электронный ресурс]. - URL: <https://marketium.ru/kak-nachat-prodvigat-v-instagram/> (дата обращения 15.10.2016).
5. Носиров Д.С., Колокольникова А.И. Правила поведения в социальных сетях // Роль технических наук в развитии общества: сборник материалов Международной научно-практической конференции (26-27 ноября 2015 года). – Кемерово: КузГТУ, 2015. – 148 с.
6. Сенаторов А.А. Бизнес в Instagram: Как начать зарабатывать на своём аккаунте [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.the-village.ru/village/weekend/books/218743-biznes-v-instagram> (дата обращения 15.10.2016).