



КУРС “ПРОДВИЖЕНИЕ ИНСТАГРАМ ПО-НОВОМУ”

41 ПОТОК УРОК 2



ЕЛЕНА НИКУЛЬШИНА •

@NIKULSHINA.ELENA

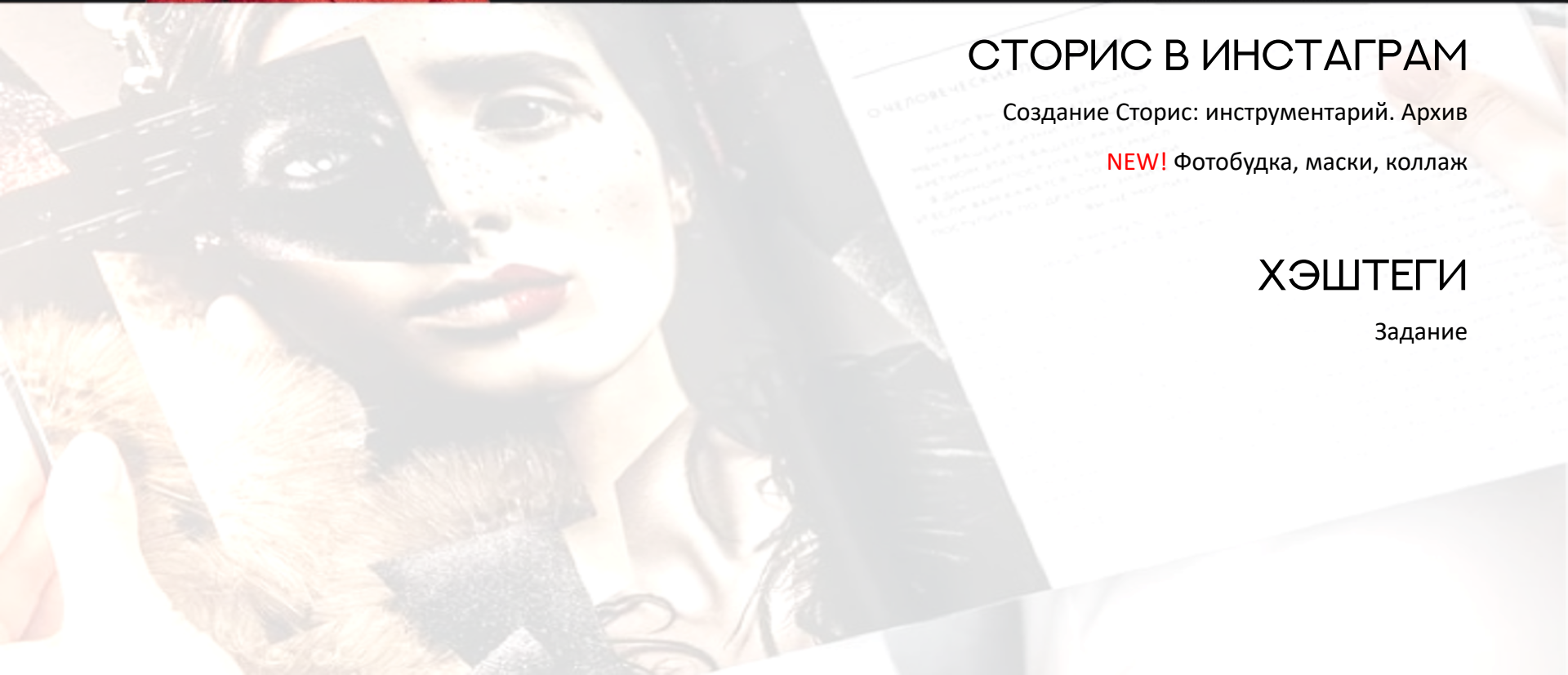
СТОРИС В ИНСТАГРАМ

Создание Сторис: инструментарий. Архив

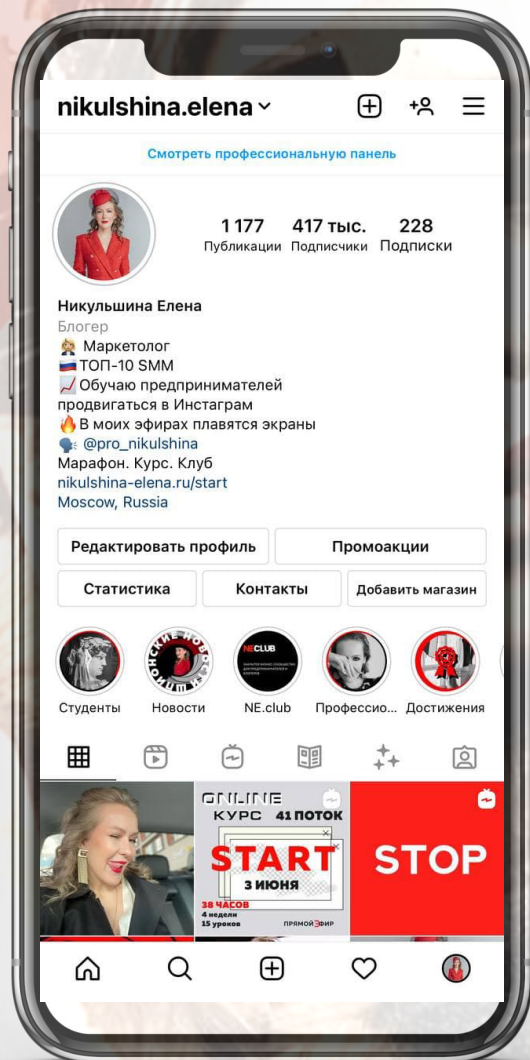
NEW! Фотобудка, маски, коллаж

ХЭШТЕГИ

Задание



ЧТО ТАКОЕ СТОРИС В ИНСТАГРАМ?



Сторис – это функция для выкладывания фото и 15-секундных видео в Инстаграм. Сторис хранятся 24 часа, а после уходят в архив. Если их не закрепить в Stories Highlights (Хайлайтс) - вечные Сторис.

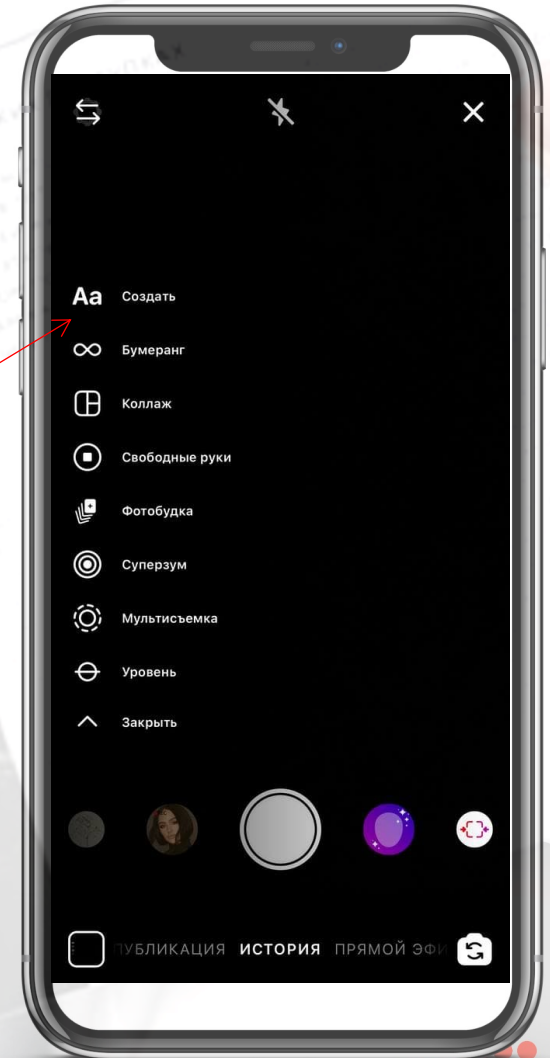
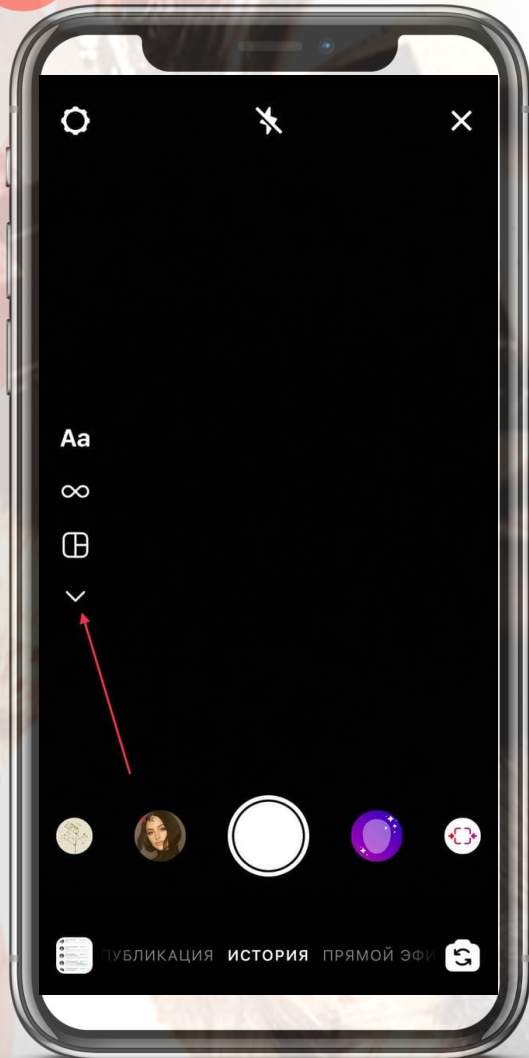
Размер Сторис в Инстаграм – вертикальное 9:16. 1080 x 1920 пикселей фото, а видео в форматах MOV, MP4 или GIF не более 2,3 ГБ.



ПОДРОБНЕЕ РАЗБЕРЕМ ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

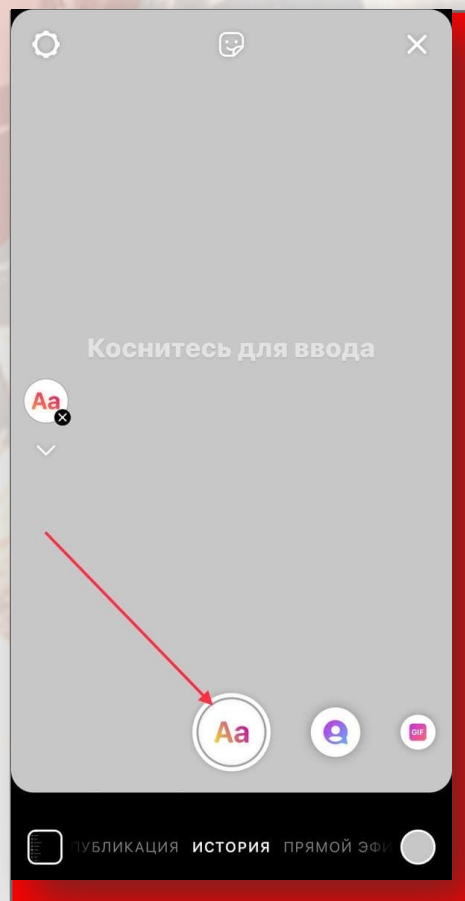
1. Открываем сторис – нажимаем на 
2. Выбираем инструмент для съемки сторис.

Каждый инструмент, мы разберем далее



ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

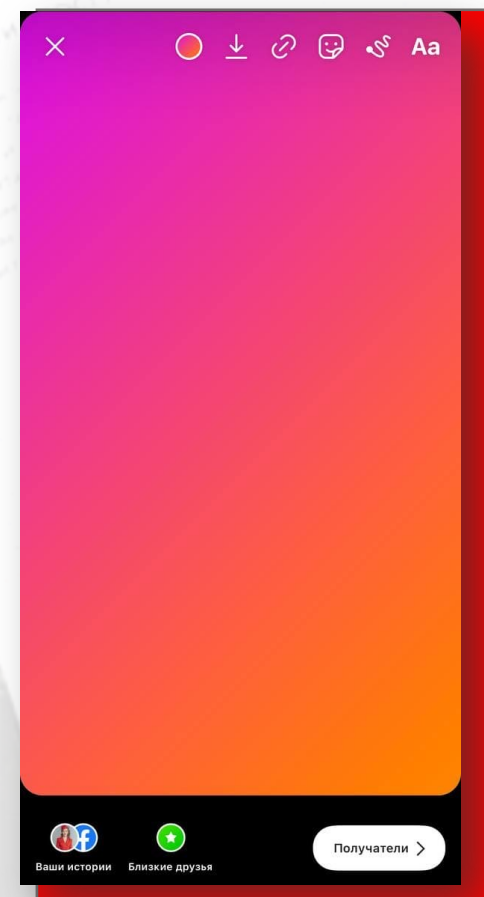
Шаг 1. Открываем инструмент «Создать». Нажимаем на «Аа»



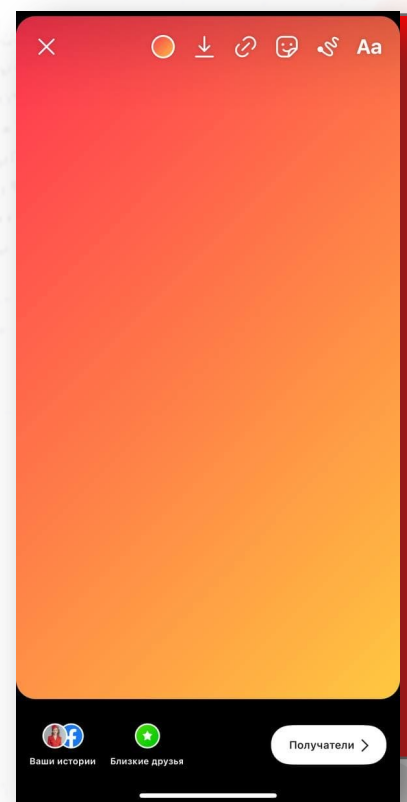
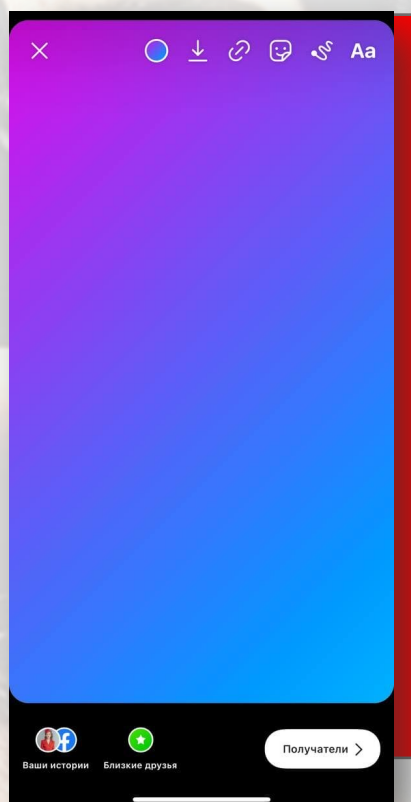
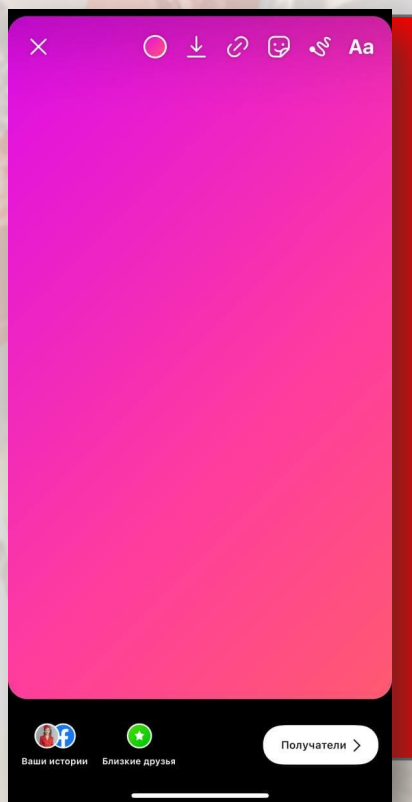
Шаг 2. Нажимаем на кружок, тем самым меняем цвет.
Данный цвет – серый, отмечен зеленой галочкой, потому что этот формат хорошо заходит для бизнес – блогов и в блогах эксперта



Есть несколько форматов



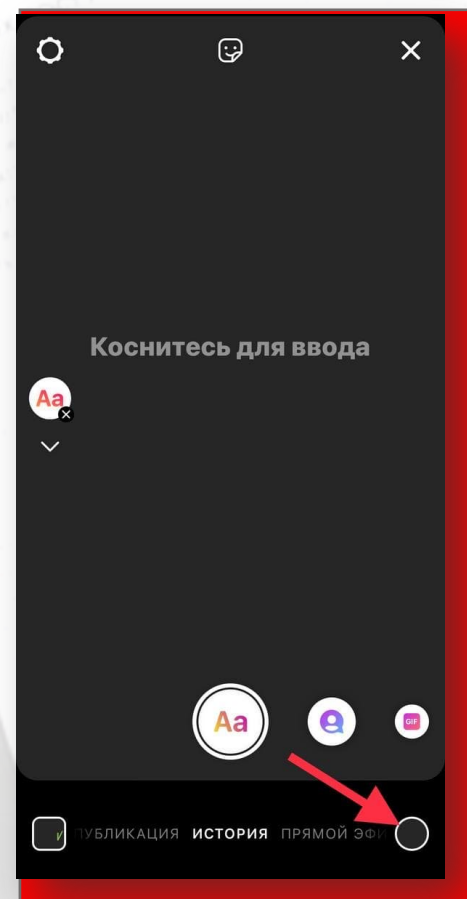
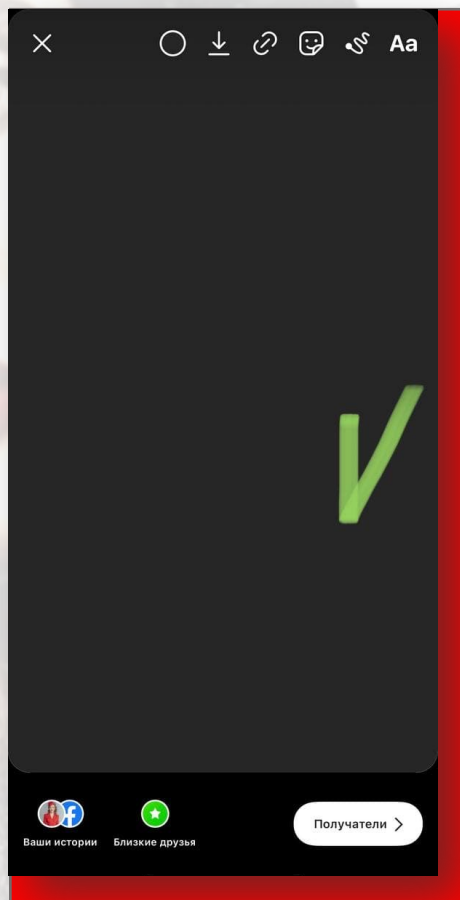
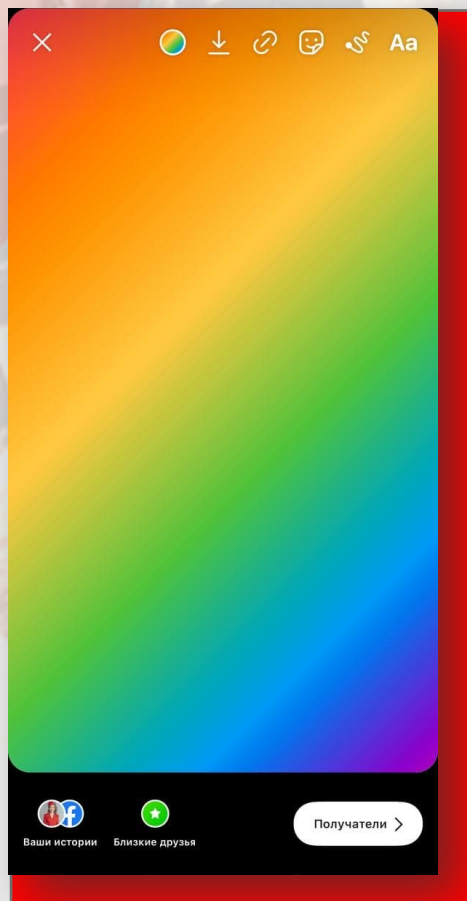
ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС



ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

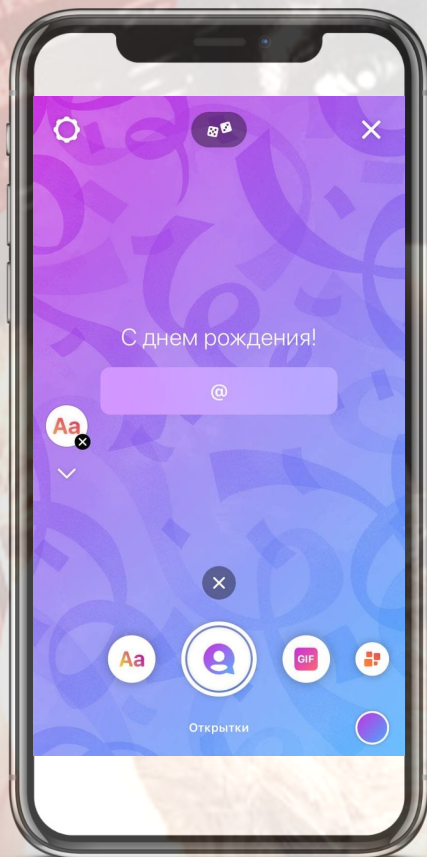
Данный цвет — отмечен зеленой галочкой, потому что этот формат хорошо заходит для бизнес — блогов и в блогах эксперта

Также цвета можно поменять в самом режиме «Создать»

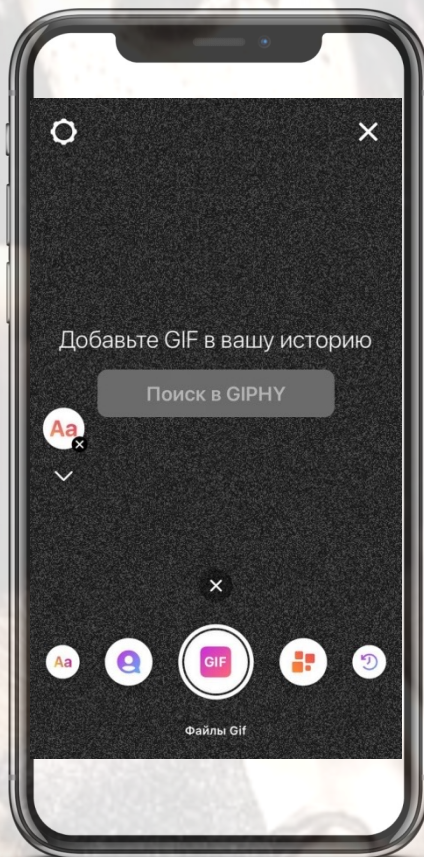


ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

Также в инструменте «Создать»,
есть режим «Открытка»



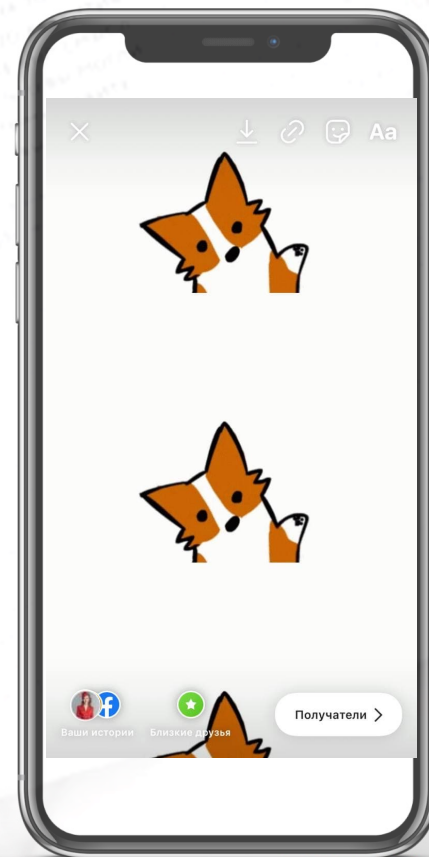
Режим - GIF



В поисковик вводим ключевое
слово и выбираем гифку



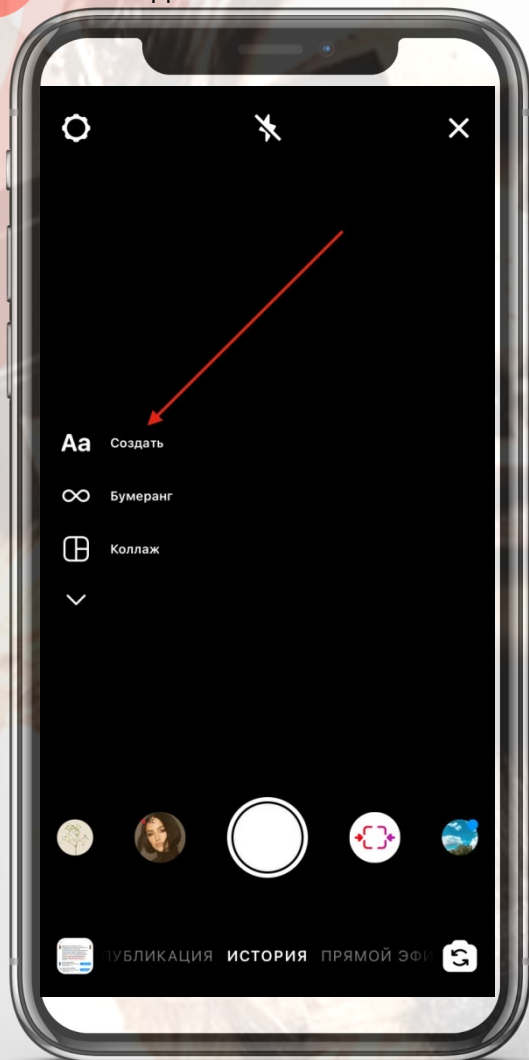
Редактируем, Публикуем



ПЕРЕПОСТ СТОРИС

<https://www.instagram.com/nikulshina.elena/>

Шаг 1. Открываем инструмент «Создать»



Шаг 2. Нажимаем на «@» и нажимаем на «показать все». В верхней панели показывается сколько раз в Сторис за сутки вас упомянули. 2 июня это было 94 блога

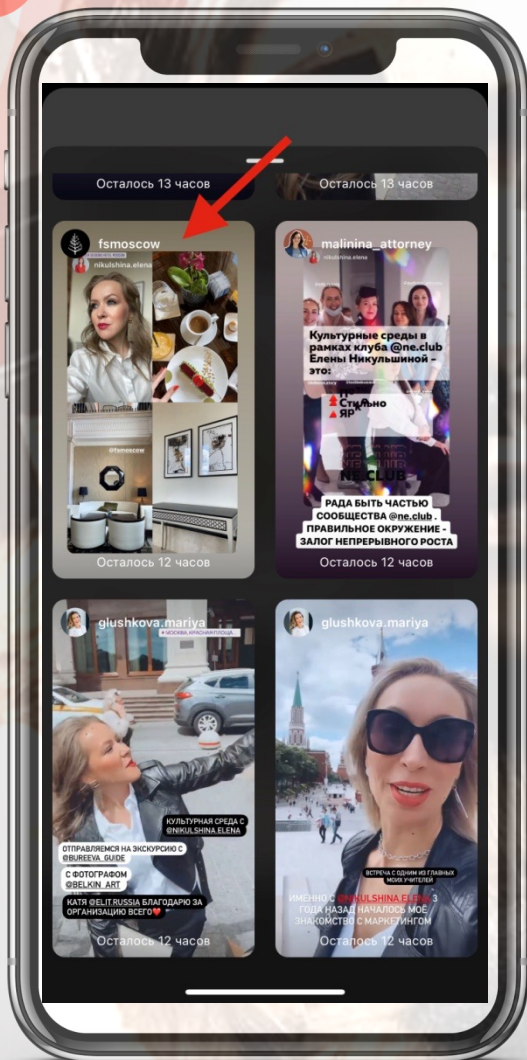


Шаг 3. Открылись все отметки. Это аккаунты, которые нас отметили в Сторис за последние 24 часа



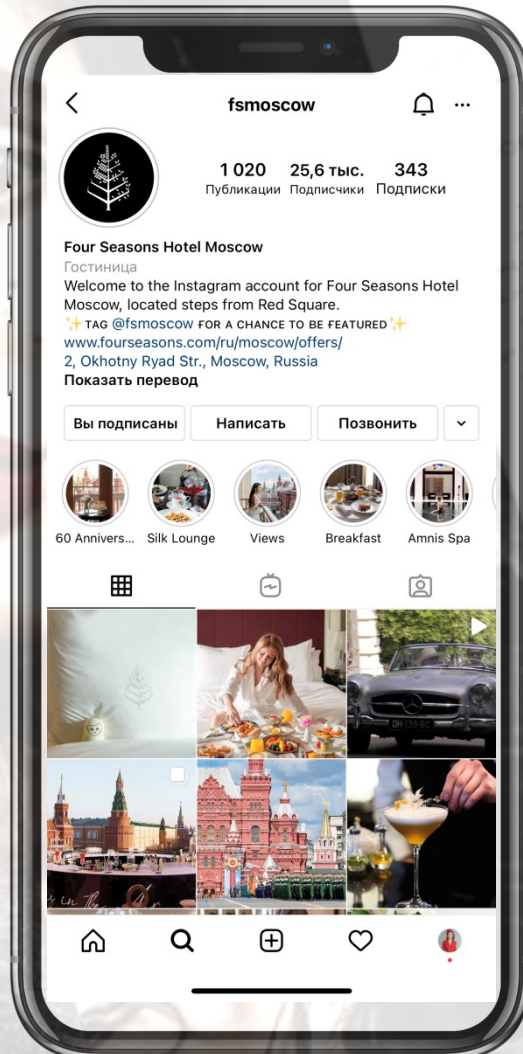
ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

Шаг 4. Выбираем профиль



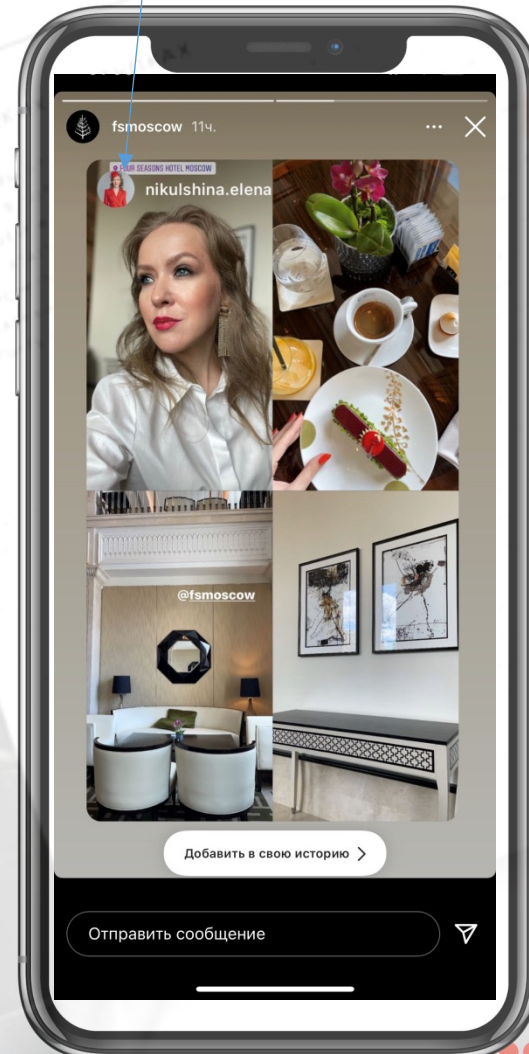
Шаг 5. Заходим в Сторис.

Сторис попал в истории отеля **Four Seasons Moscow**



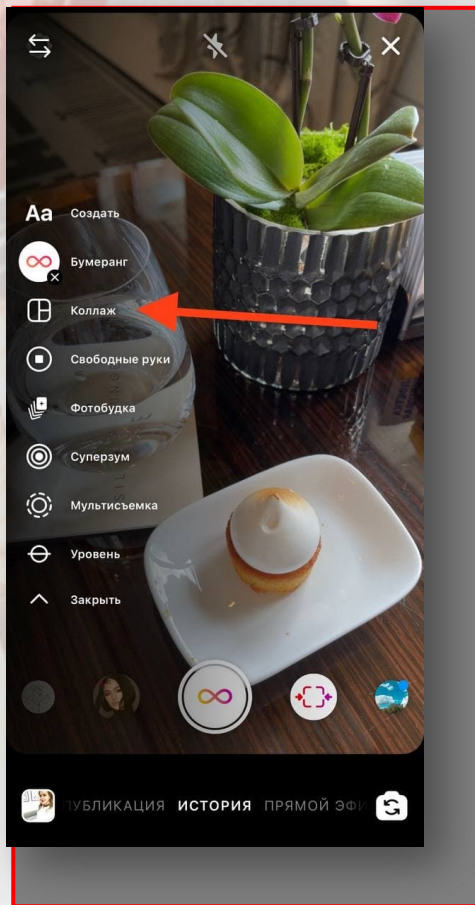
<https://www.instagram.com/fsmoscow/>

Шаг 6. Отметку можно забрать к себе
Или можем посмотреть, как нашу
отметку забрали к себе в Сторис.

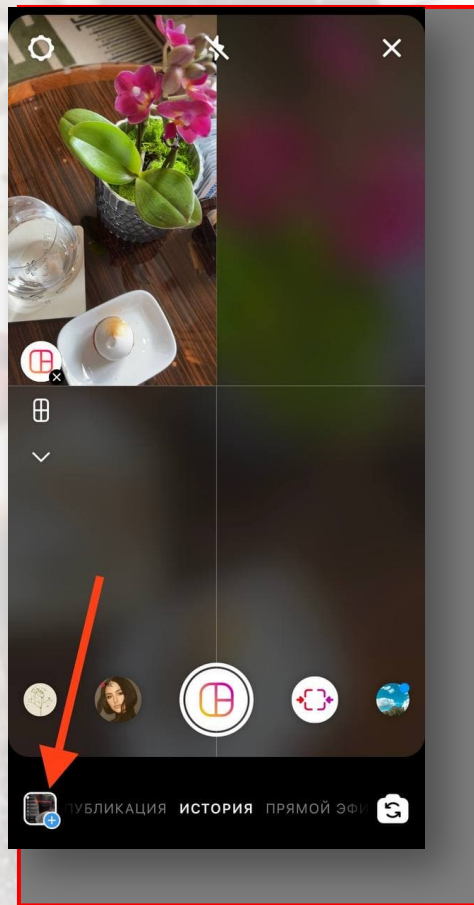


ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

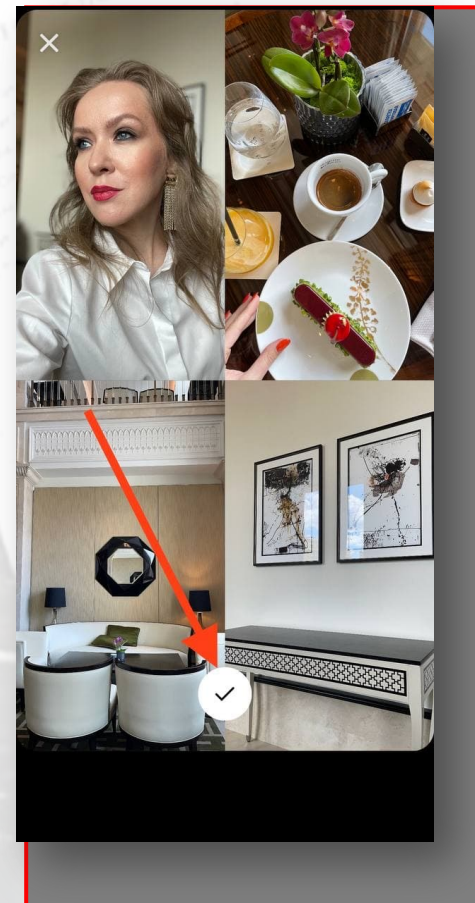
Шаг 1. Открываем инструмент «Коллаж»



Шаг 2. Фотографируем либо открываем галерею и выбираем фото

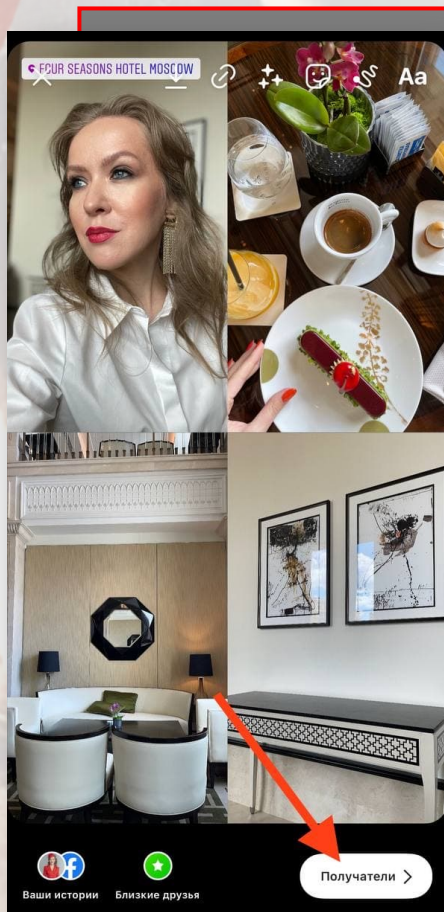


Шаг 3. Добавили фото, нажимаем на галочку

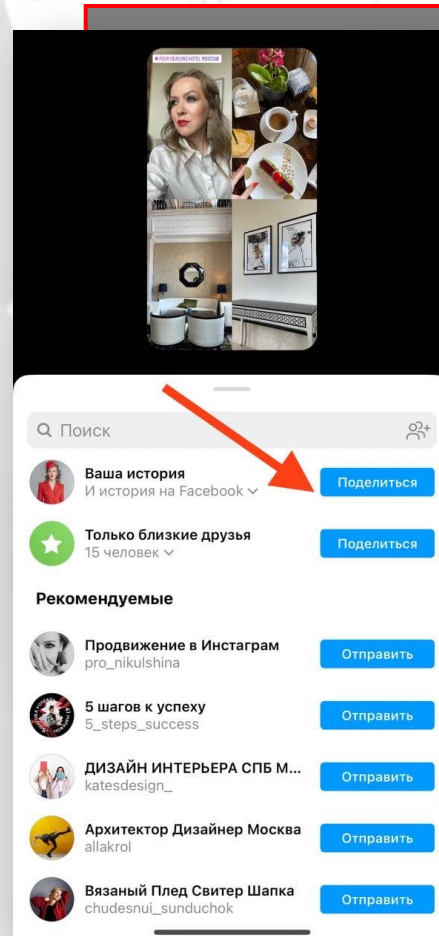


ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

Шаг 4. Нажимаем на «Получатели»

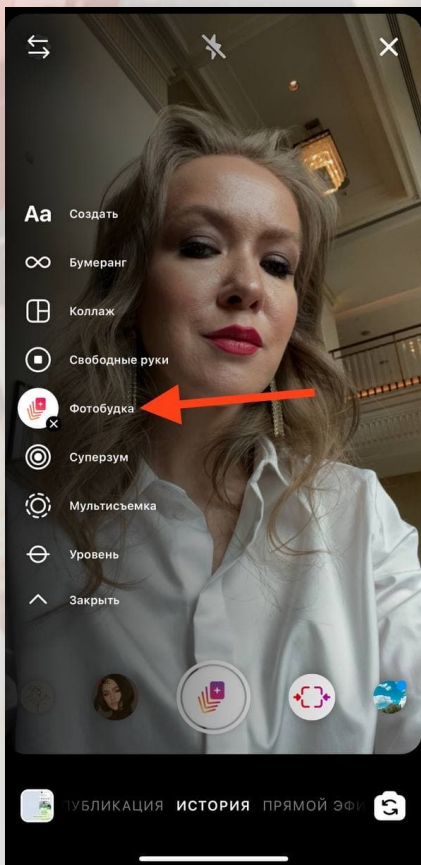


Шаг 5. Сторис можем поделиться как со всеми, так и только с «близкими друзьями»



ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

Шаг 1. Открываем инструмент
«Фотобудка»



Шаг 2. Нажимаем по стрелочке



Шаг 3. Меняем ракурсы



ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

Шаг 4. Есть несколько режимов съемки



Шаг 5. Публикуем



ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

Шаг 1. Выбираем фото, фон. Либо открываем инструмент «создать» и выбираем фон там – фон можно сохранить.



Шаг 2. Открываем знак «ссылка»

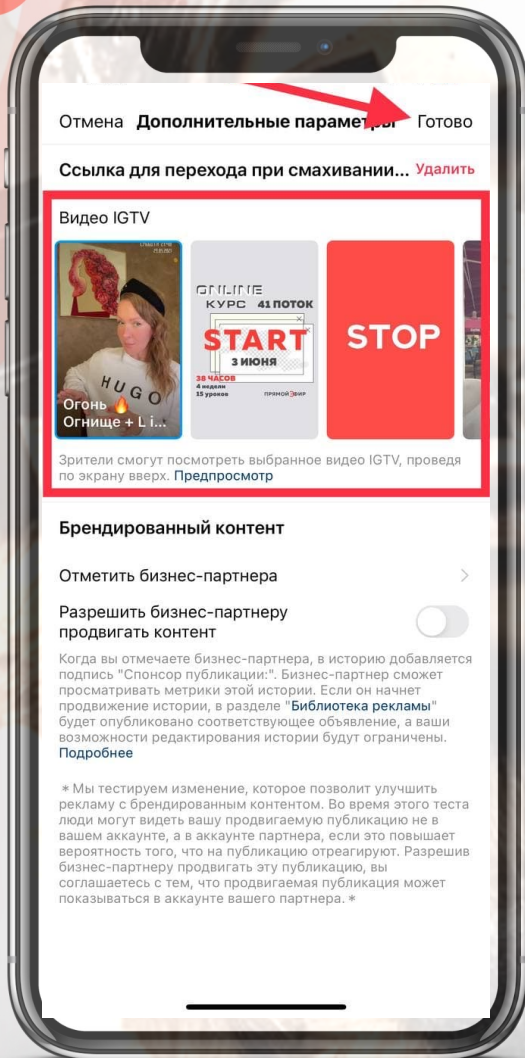


Шаг 3. Нажимаем на «Видео IGTV»

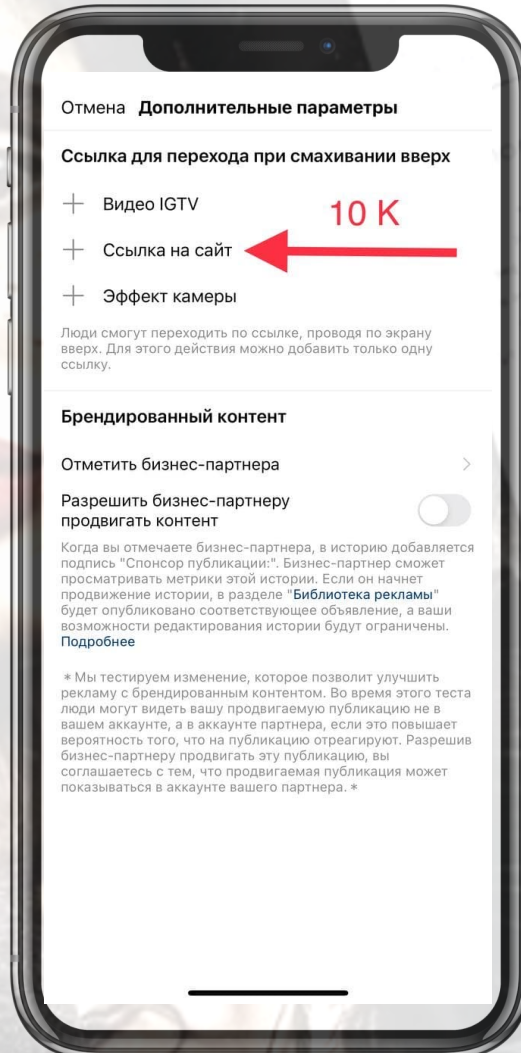


ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

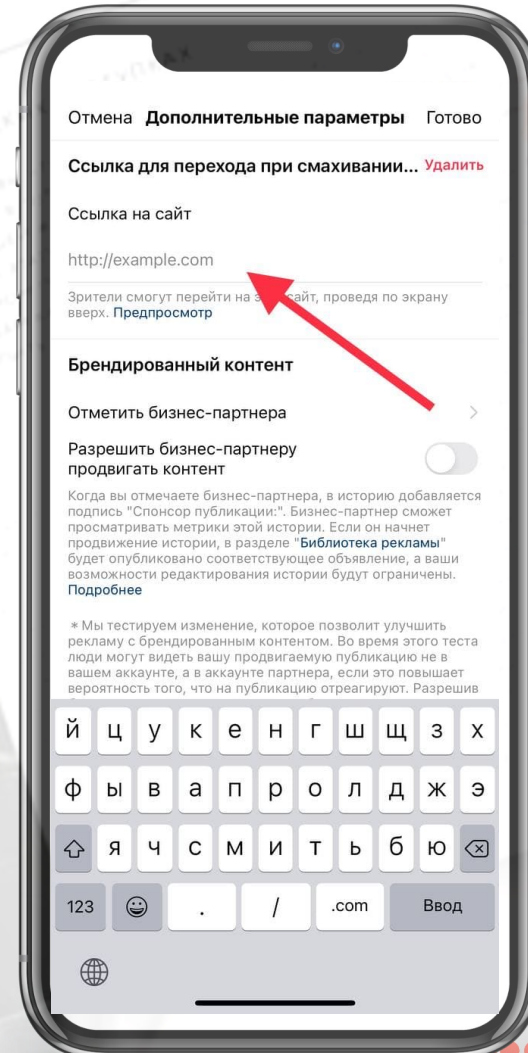
Шаг 4. Выбираем видео и нажимаем «Готово»



Ссылку на сайт можно прикрепить только тем, у кого подписчиков 10 к и больше

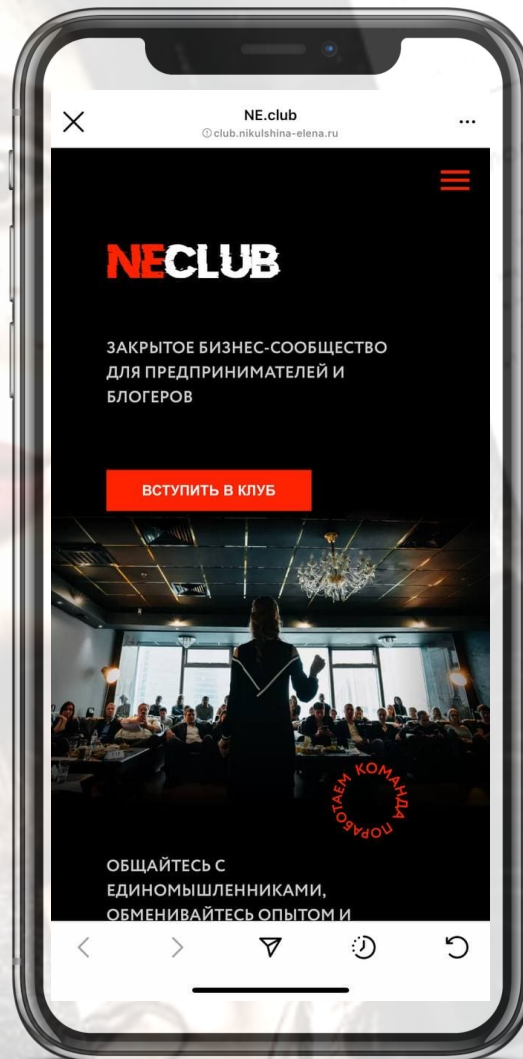
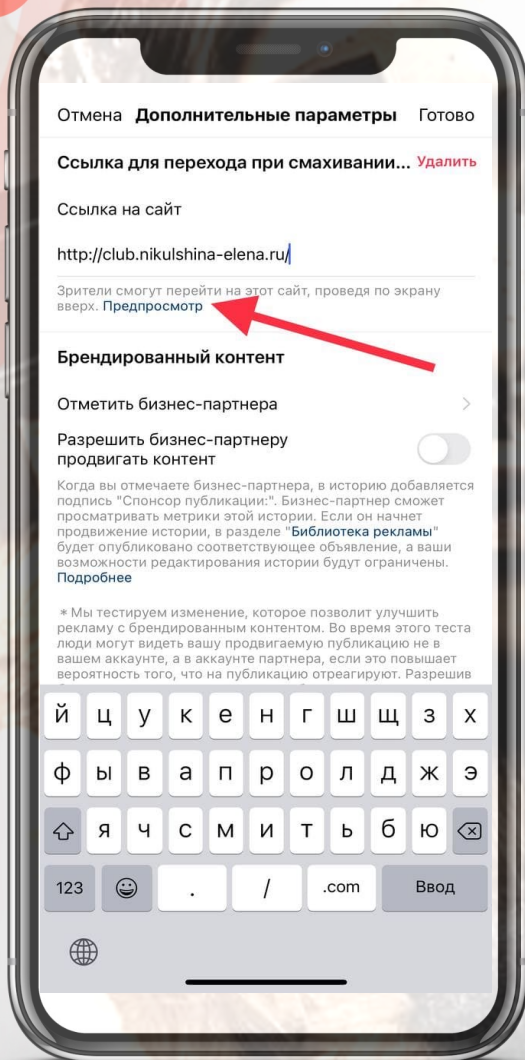


Вставляем ссылку

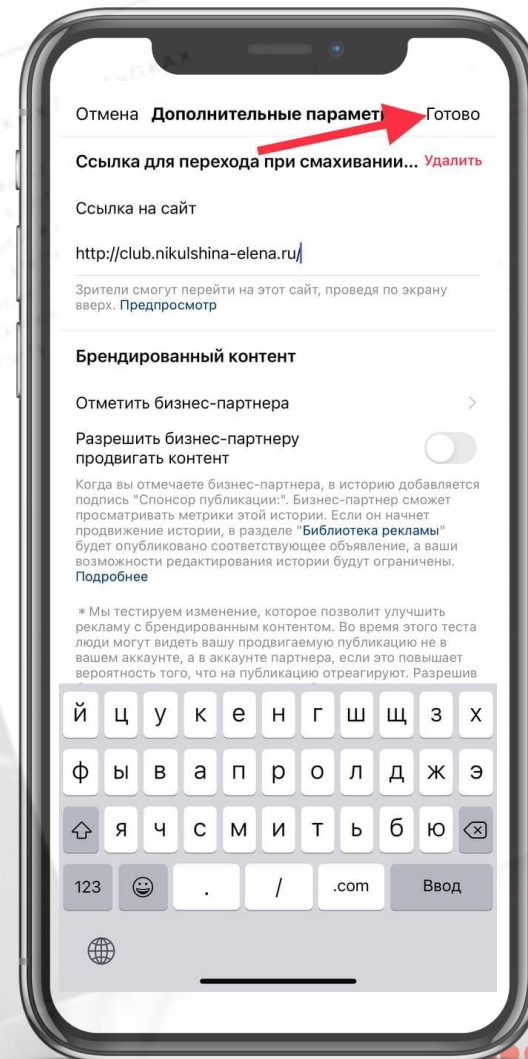


ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

Нажимаем на «Предпросмотр»



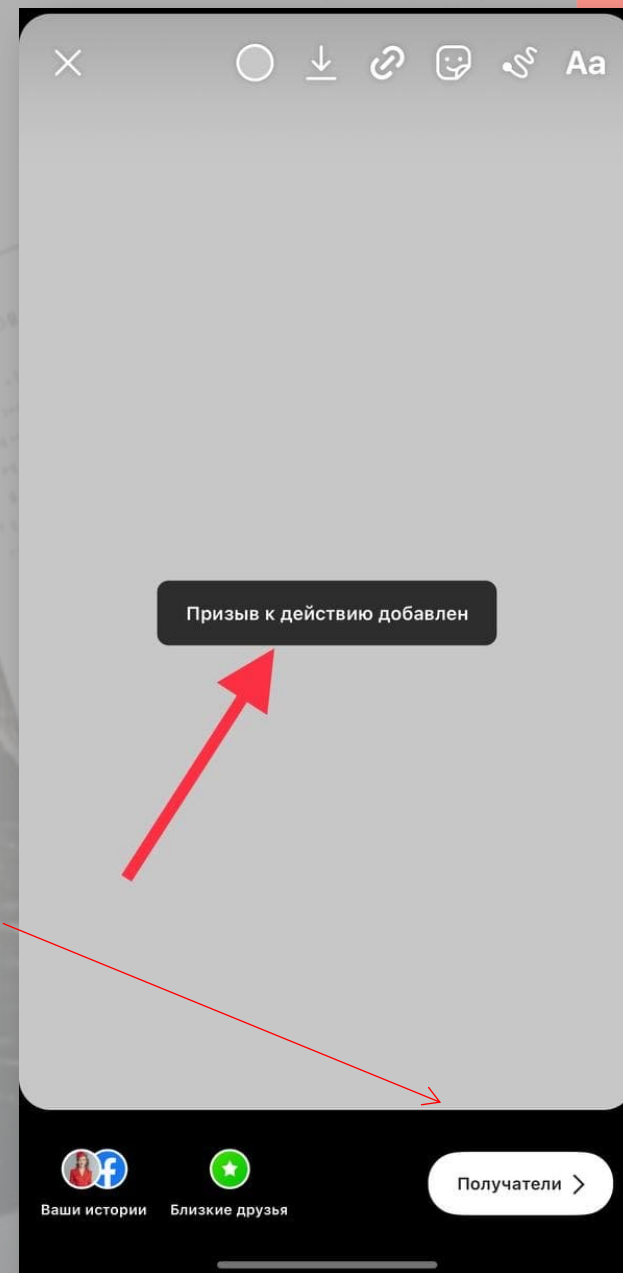
Нажимаем на «Готово»



ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

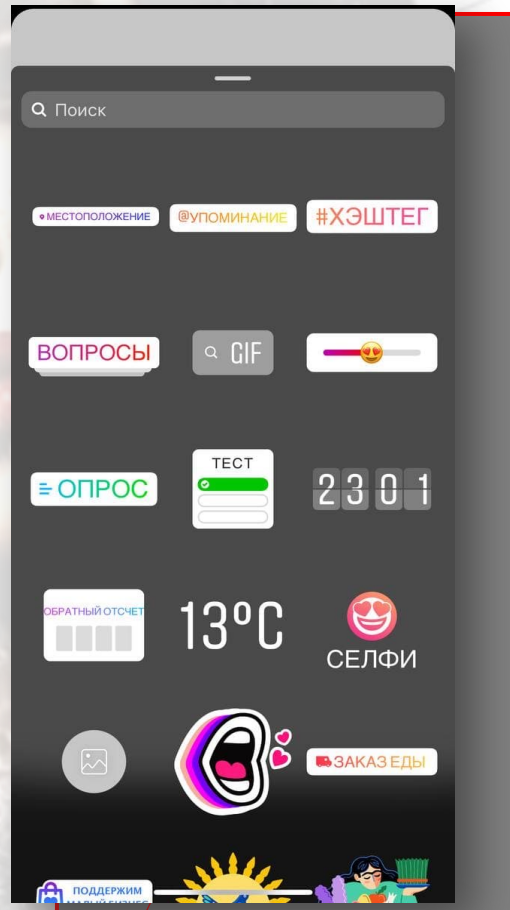
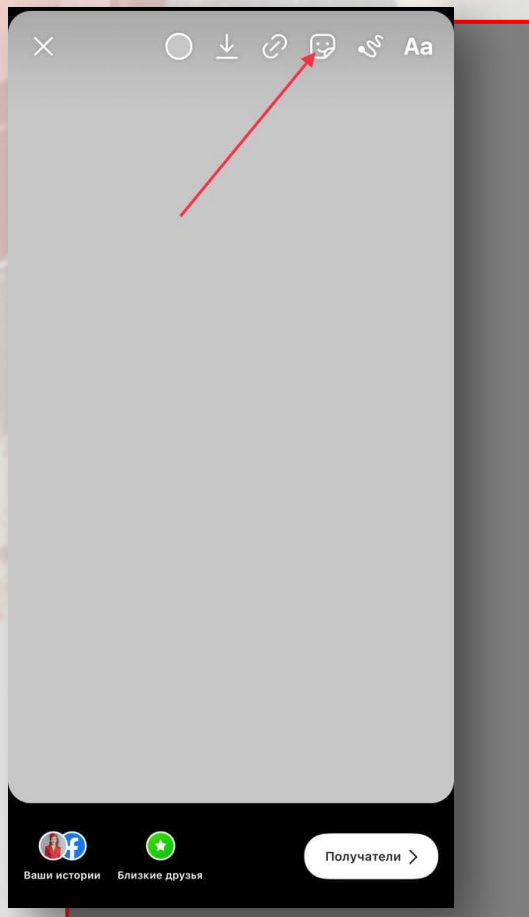
Призыв к действию добавлен

Можем публиковать



ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

Нажимаем на картинку



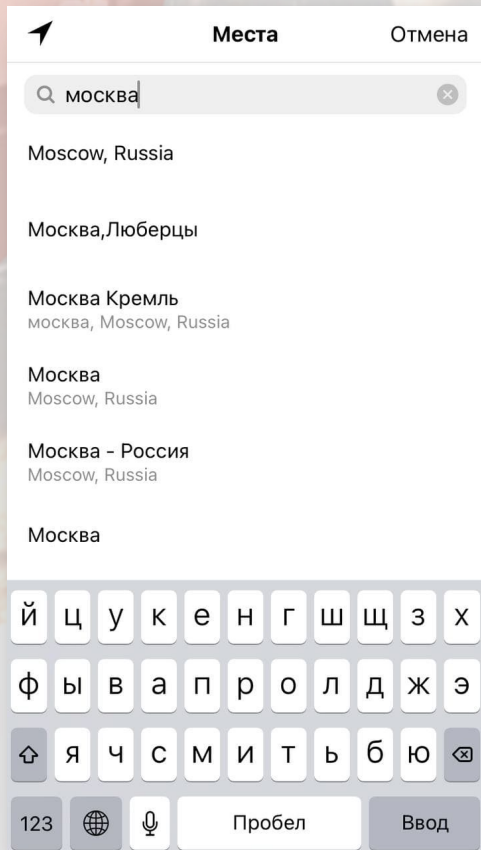
Открывается функционал:

1. Местоположение
2. Упоминание
3. Хэштег
4. Вопросы (задай мне вопрос)
5. GIF
6. Бегунок
7. Опрос
8. Тест
9. Время (дата – если публикуем старое фото)
10. Обратный отчет
11. Температура
12. Селфи
13. Инструмент, чтобы вставить картинку из галереи
14. Стикеры
15. Отметка «Заказ еды»
16. Отметка «Поддержка малого бизнеса»

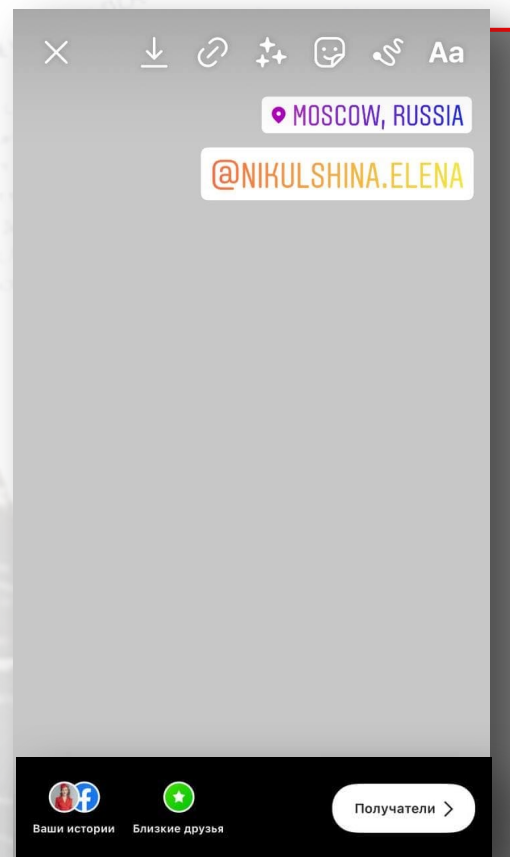
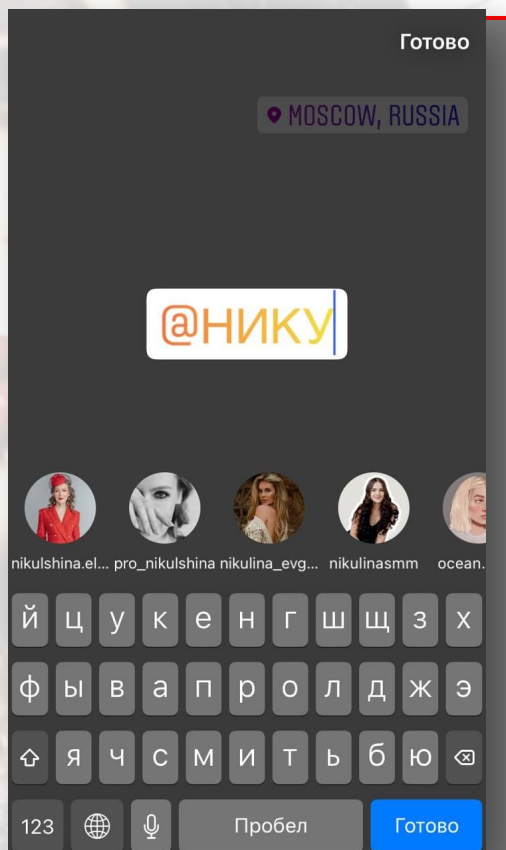


ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

1. Местоположение. Нажимаем в поисковик вводим город, улицу – выбираем из списка гео

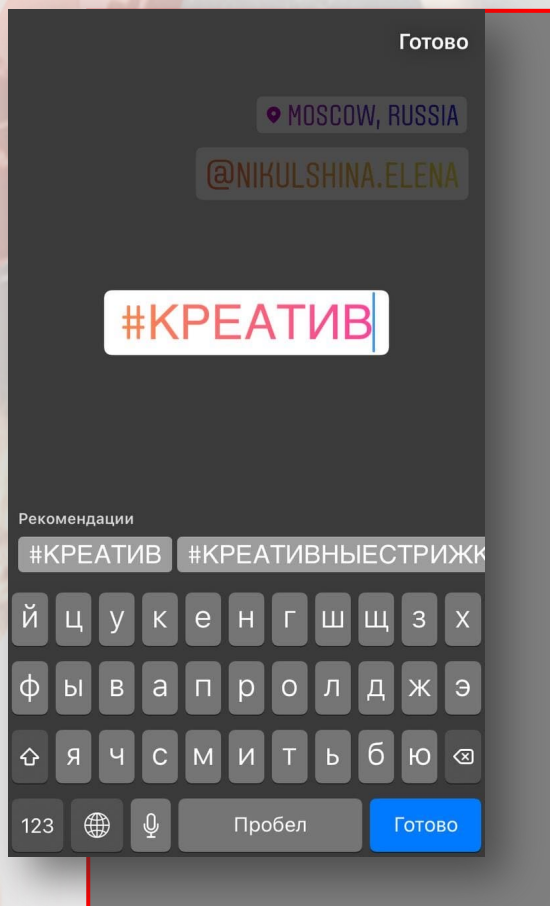


2. Упоминание. Нажимаем. Вводим ник

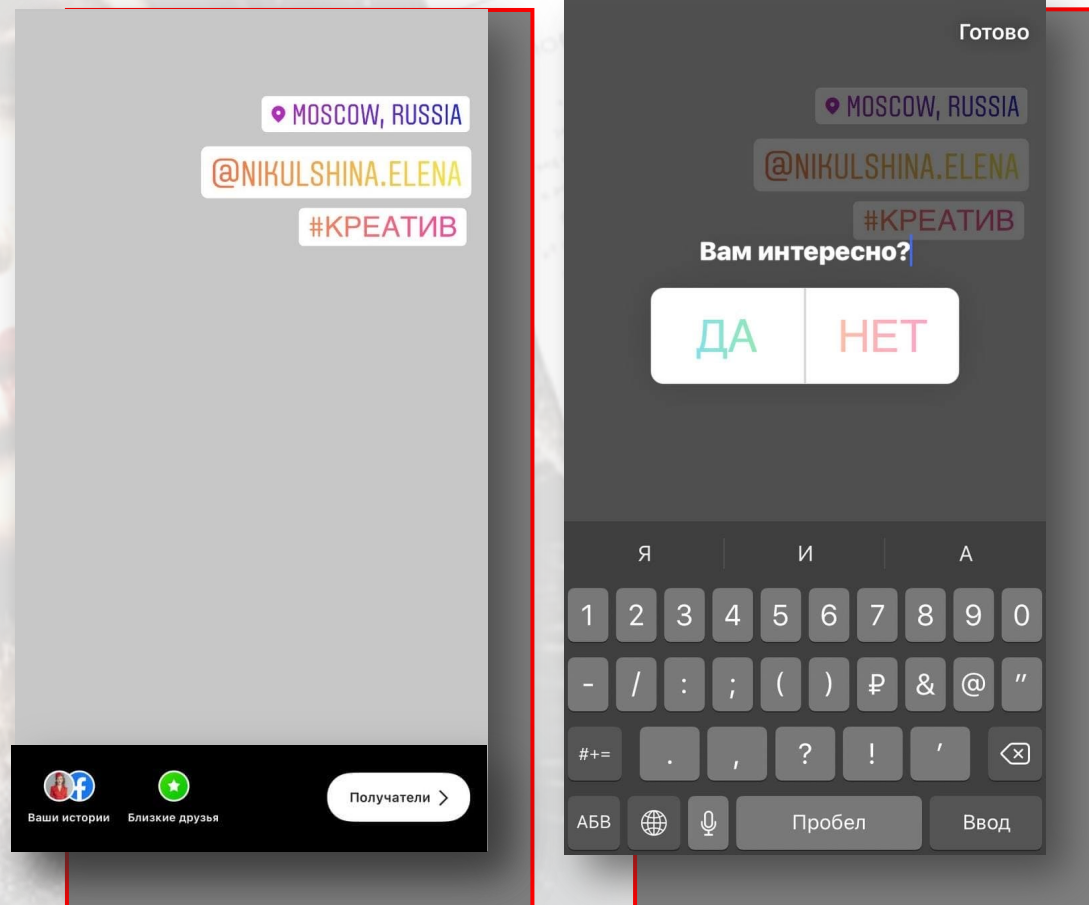


ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

3. Вводим хэштег, снизу нам уже инстаграм выдает подсказки



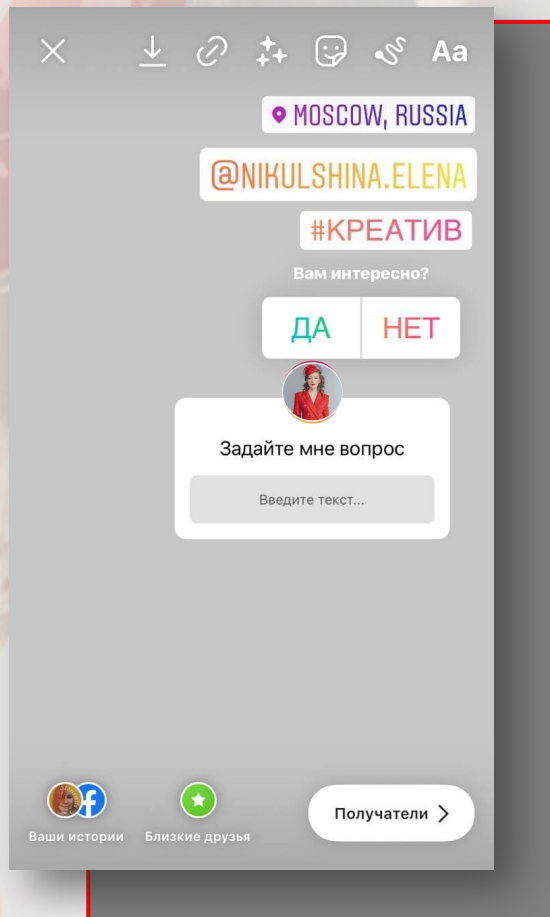
4. Добавляем опрос.



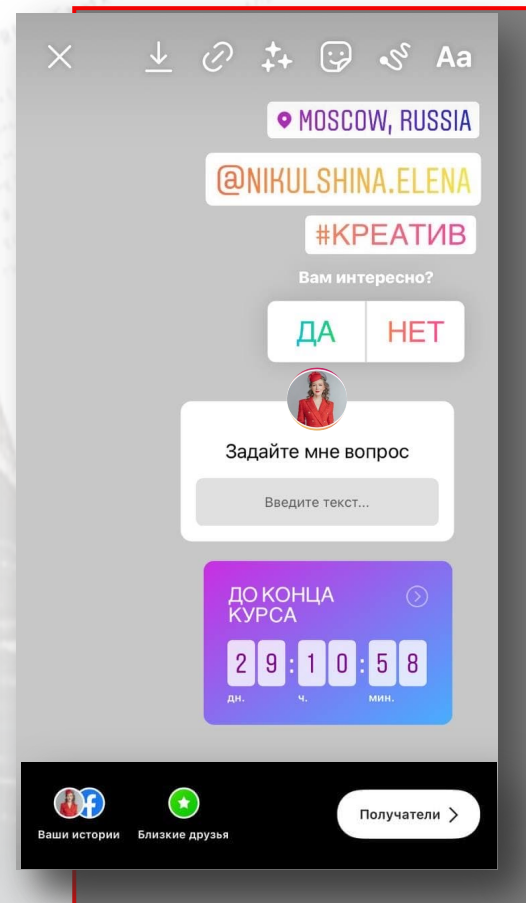
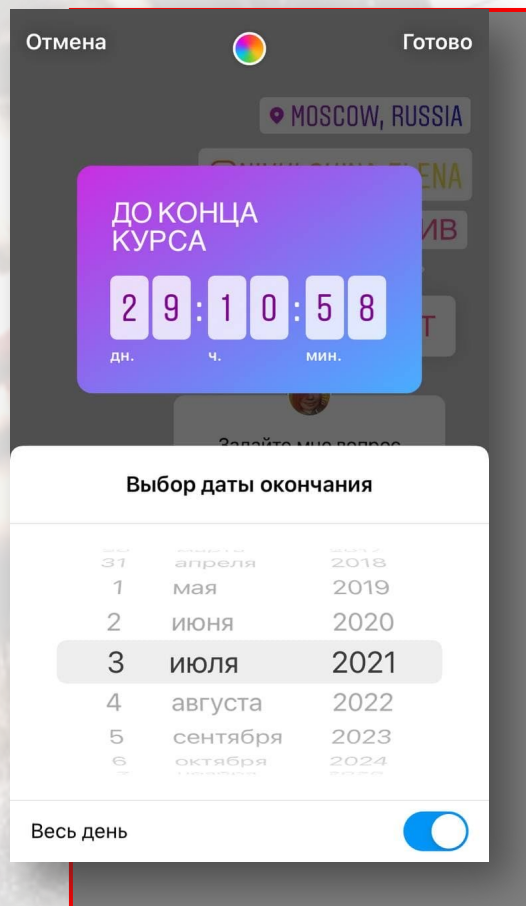
ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

5. Добавляем вопрос.

Цвет плашки можно менять



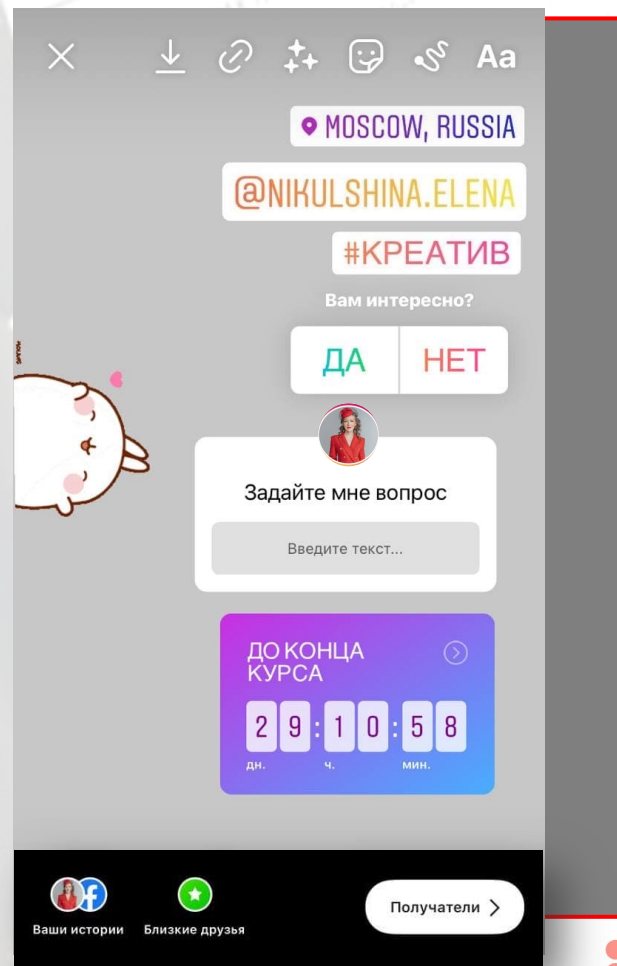
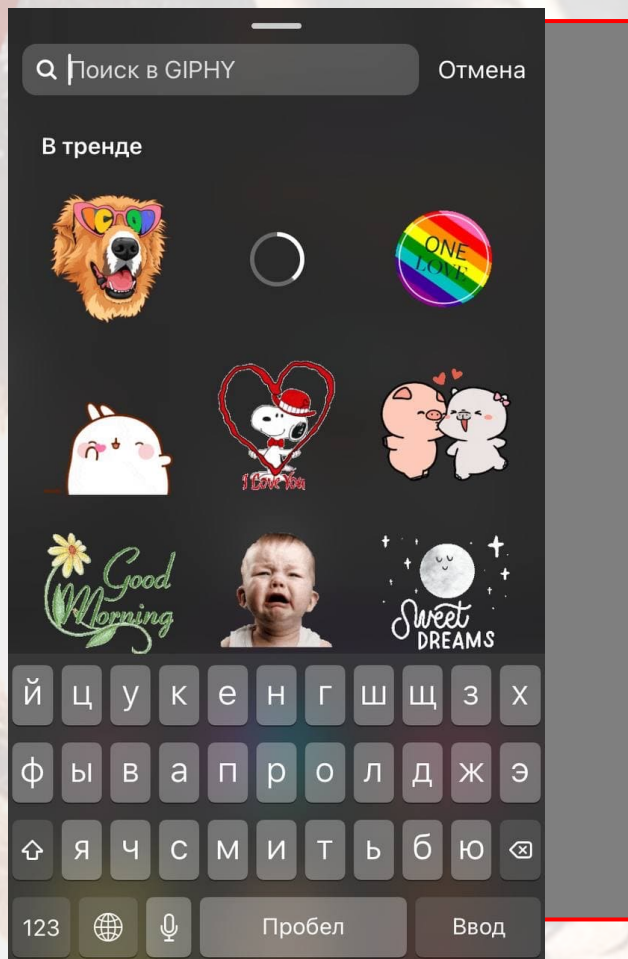
6. Добавляем «Обратный отчет»



ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

7. Добавляем «гиф»

В поисковик вводим ключевые слова

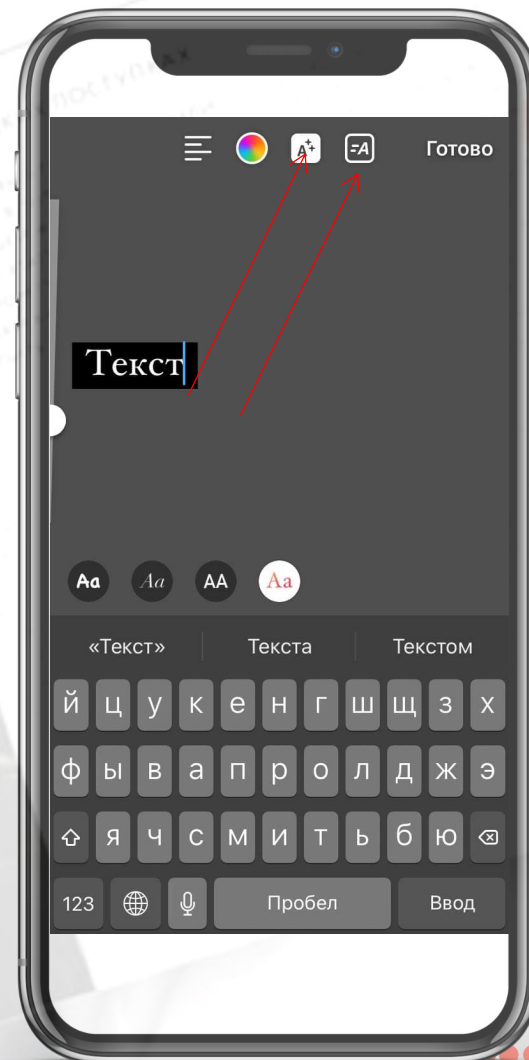
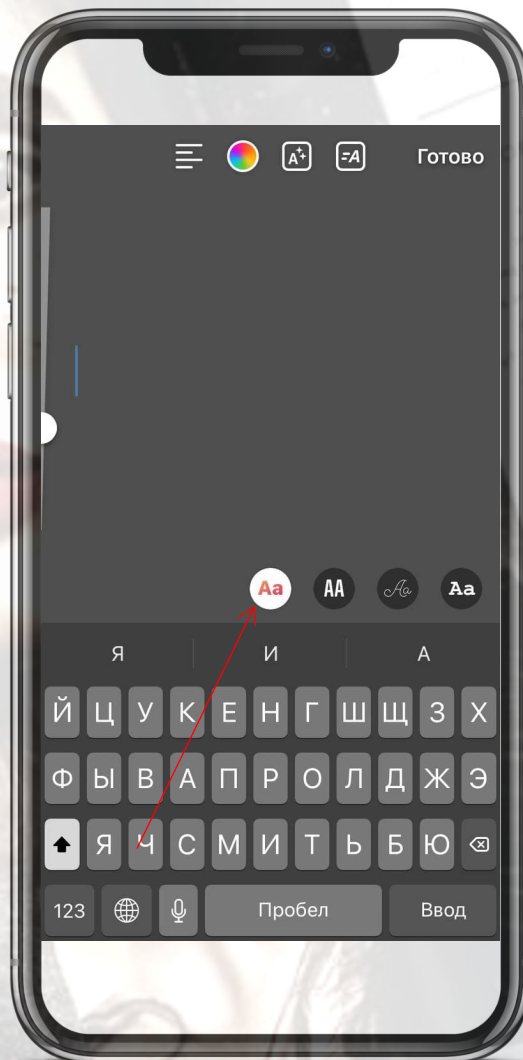
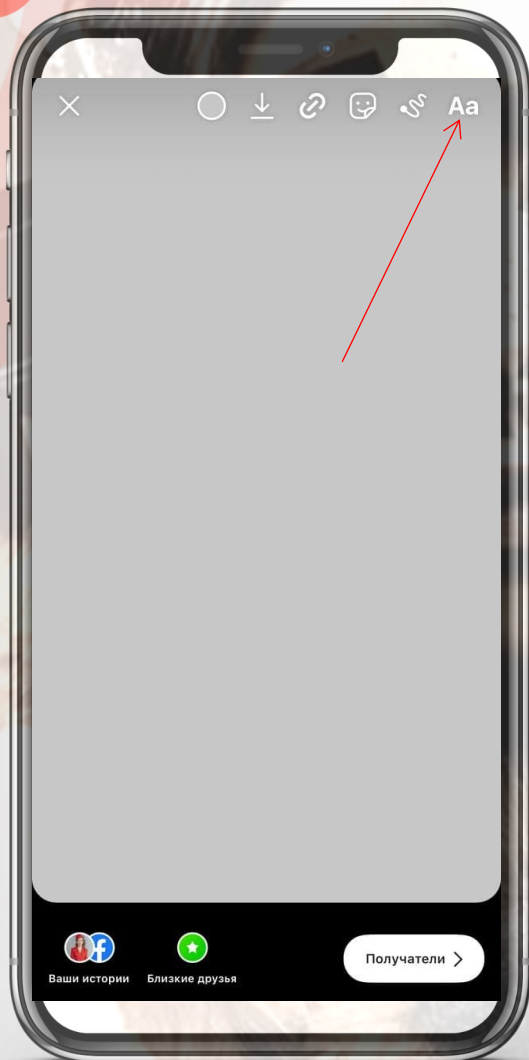


ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

Инструмент «Текст»

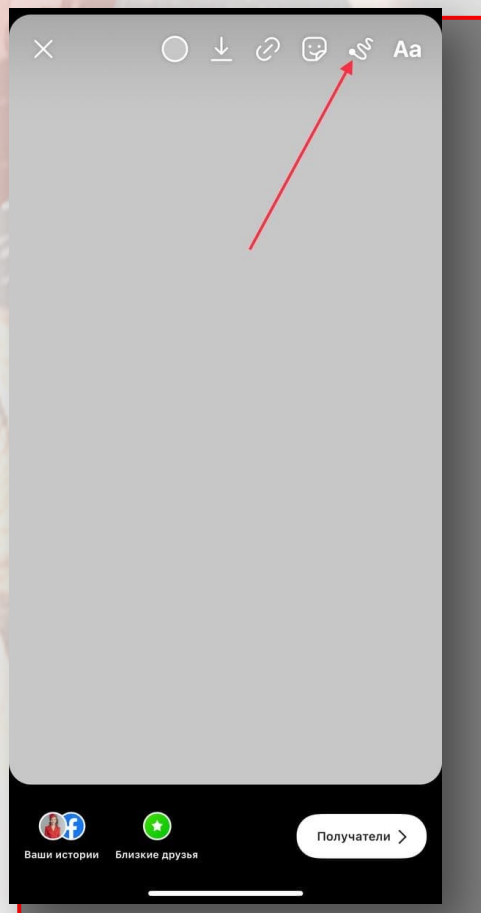
Есть несколько вариантов Шрифтов

Также можно поменять цвет шрифта
Добавить плашку
И добавить анимацию текста

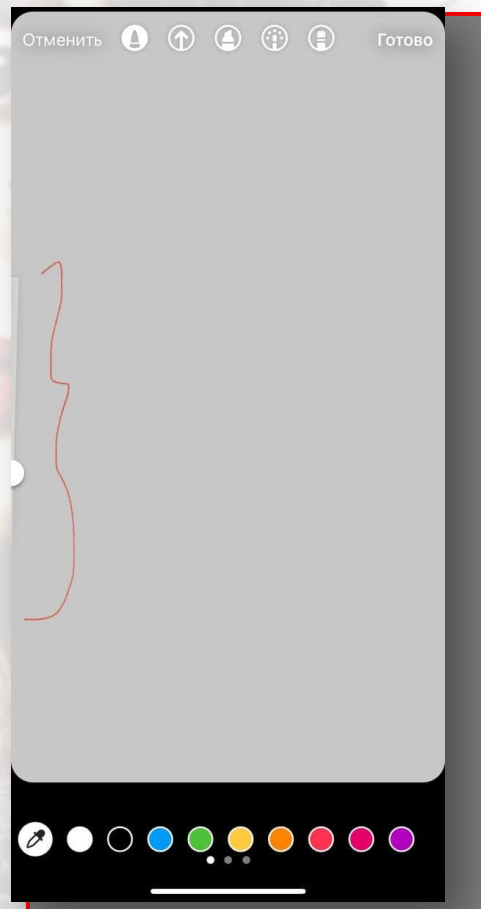


ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

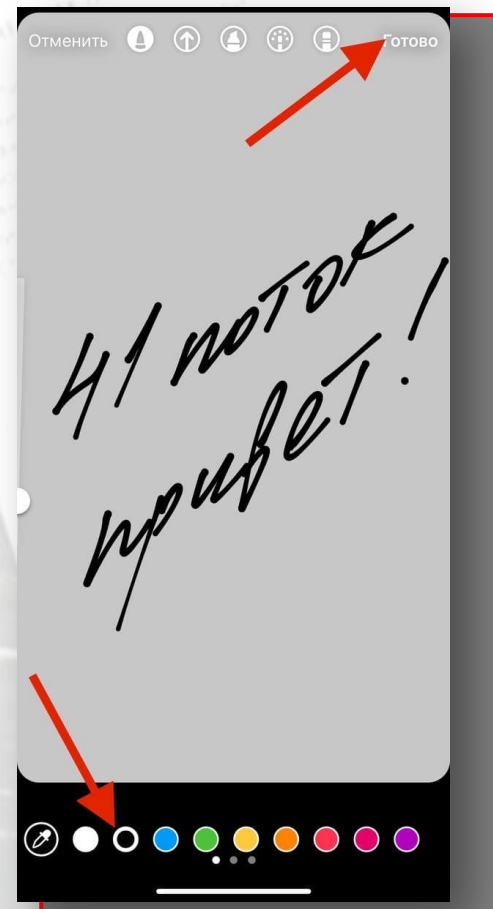
Инструмент «Рисование»



Размер кисти можно
отредактировать

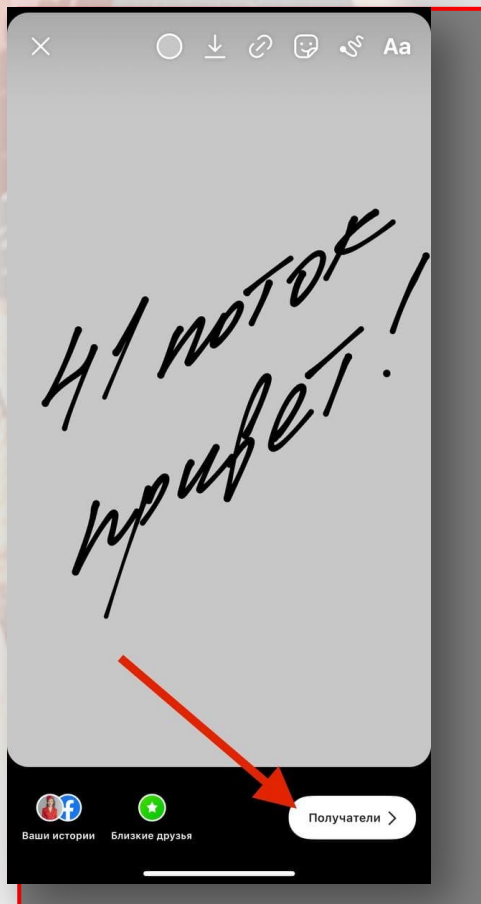


Выбираем цвет, пишем или рисуем
Нажимаем на «готово»

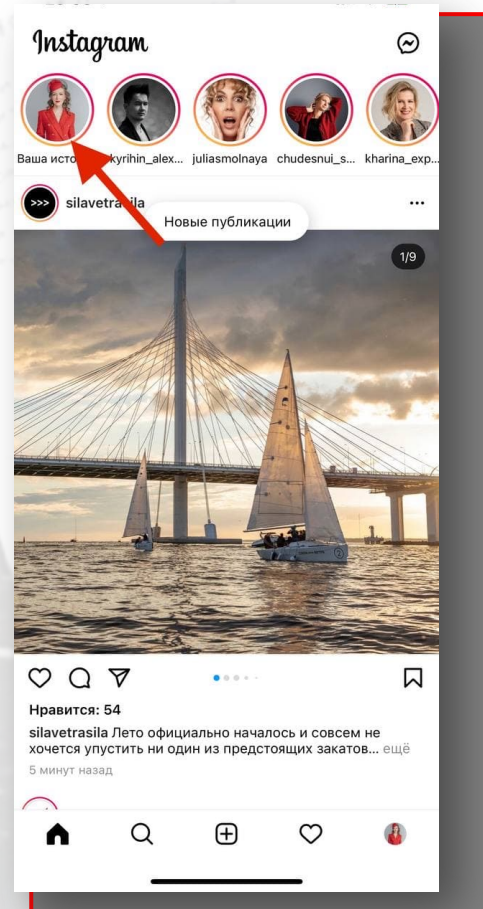


ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

Публикуем готовую картинку

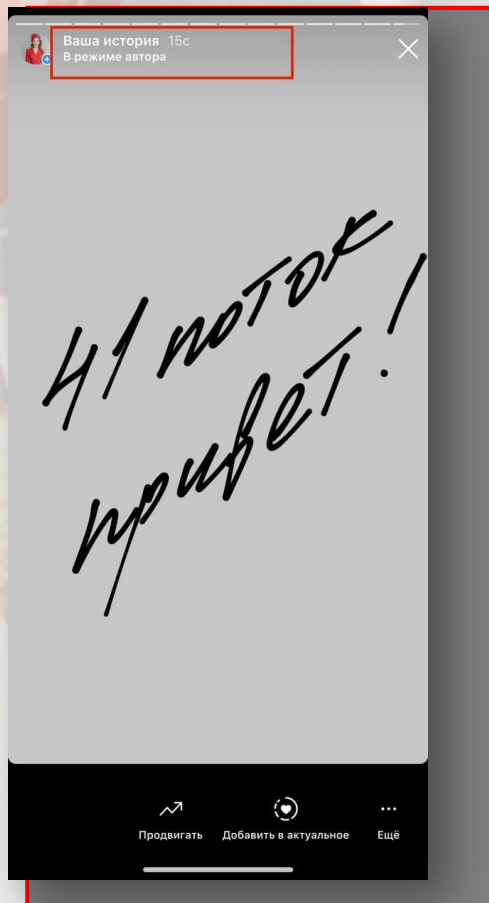


Заходим в сторис

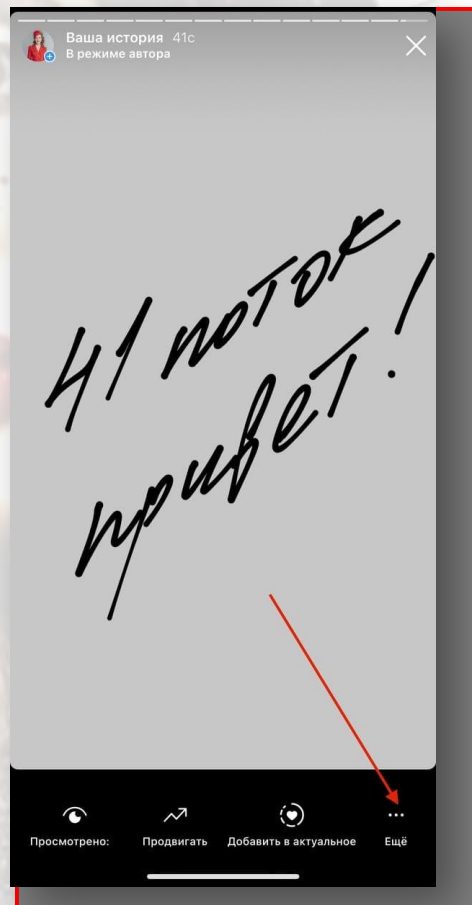


ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

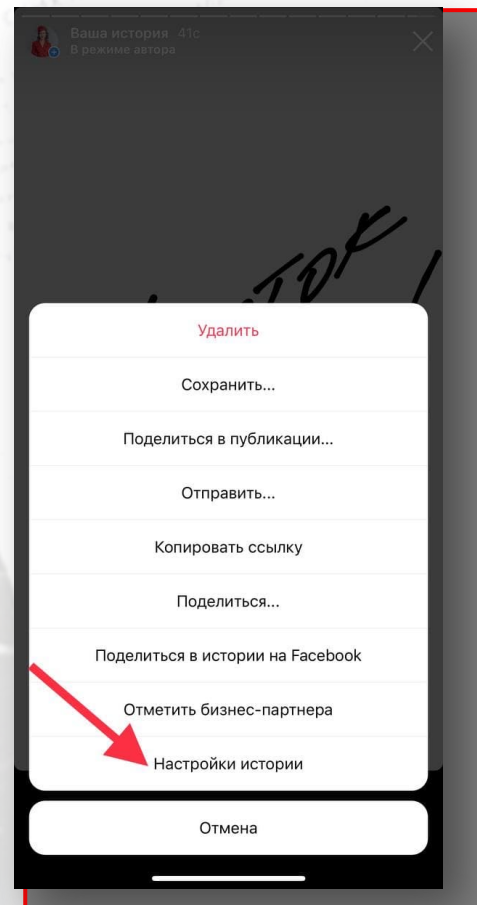
Когда мы создаем сторис через инструмент «создать», оно публикуется «в режиме автора»



Нажимаем «Ещё»

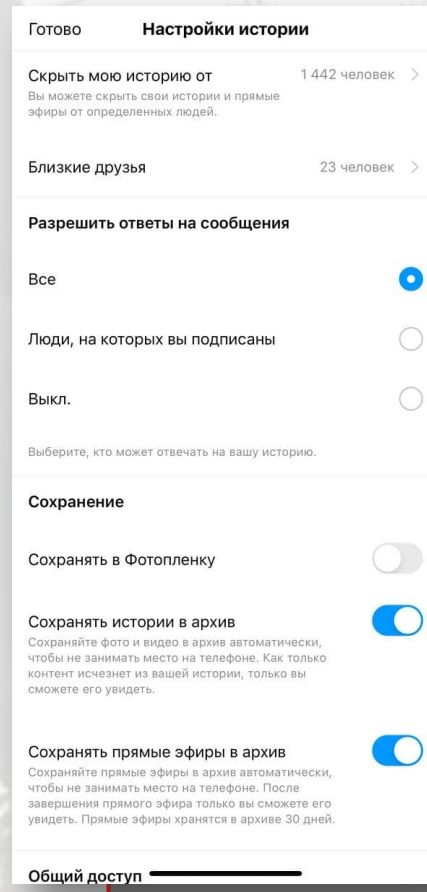
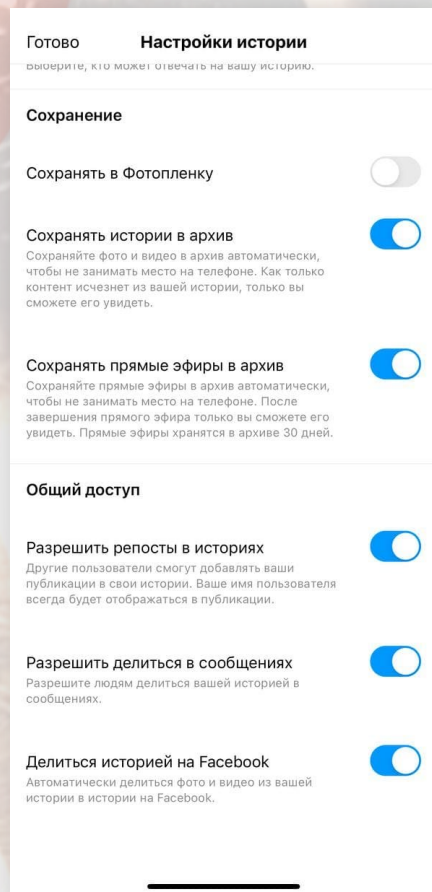


Заходим в «Настройки истории»



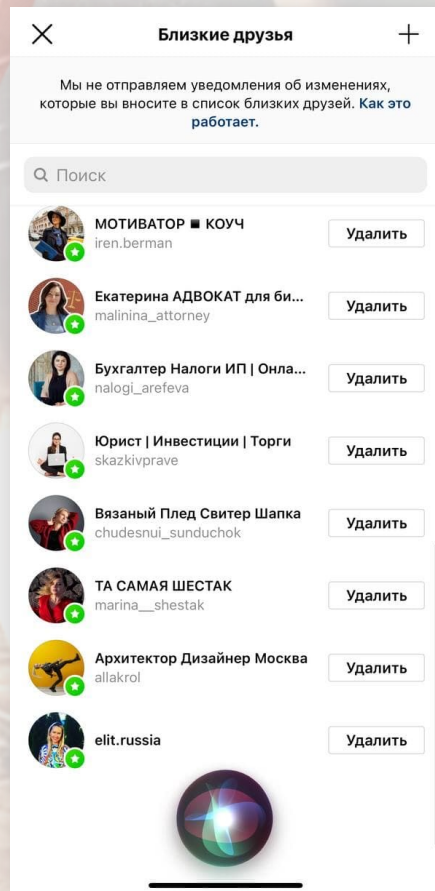
ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

Здесь мы можем задать необходимые параметры

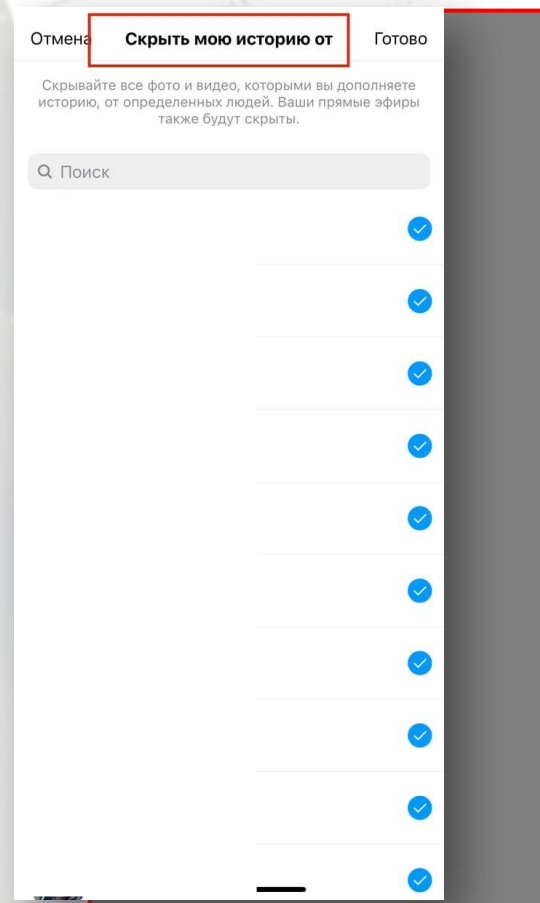


ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТОРИС

Создать «Бликие друзья»

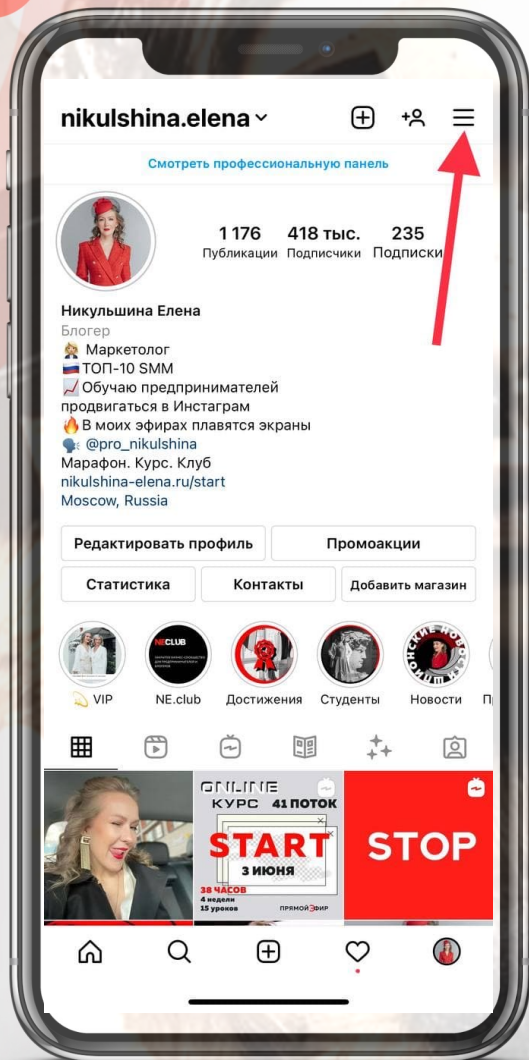


Или скрыть историю

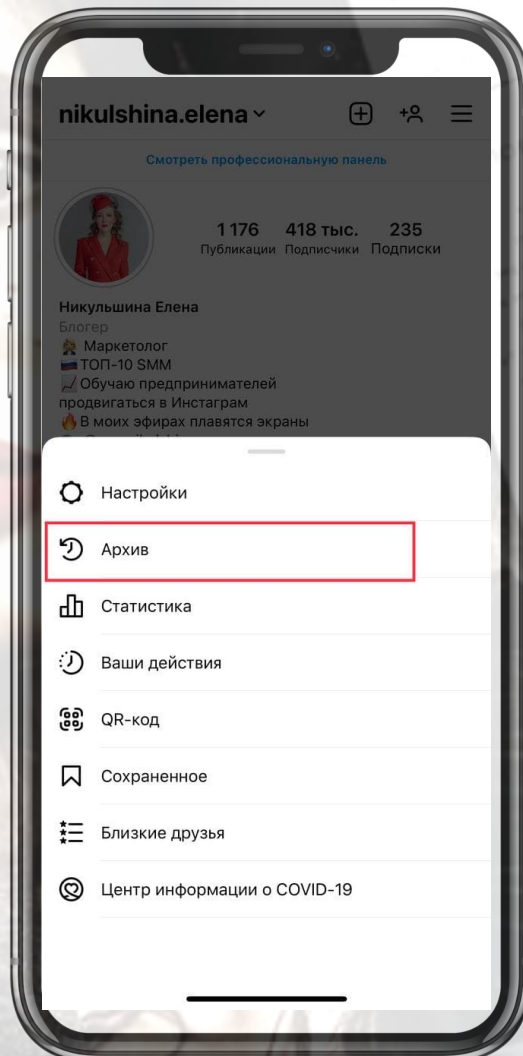


АРХИВ СТОРИС

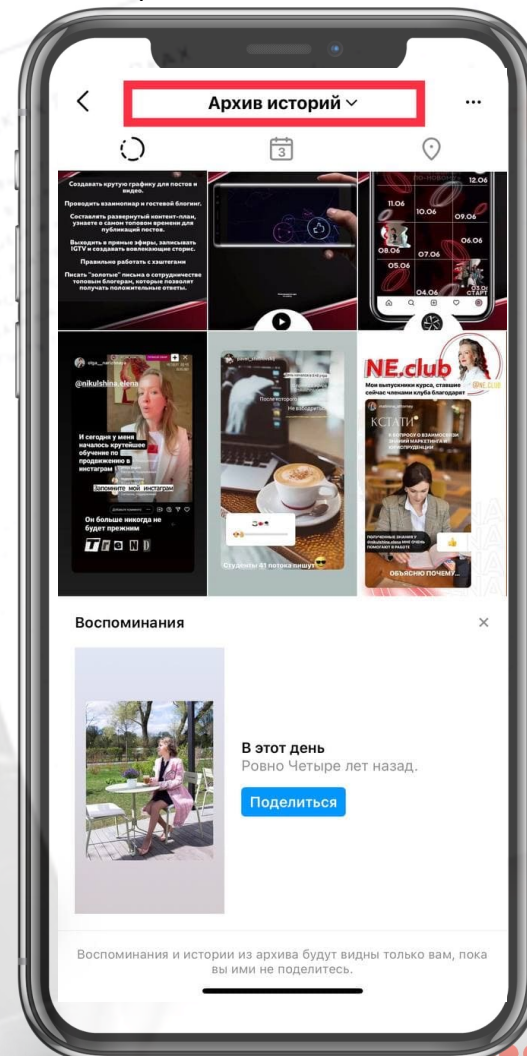
Шаг 1. Открываем профиль
Нажимаем на три линии



Шаг 2. Открываем Архив

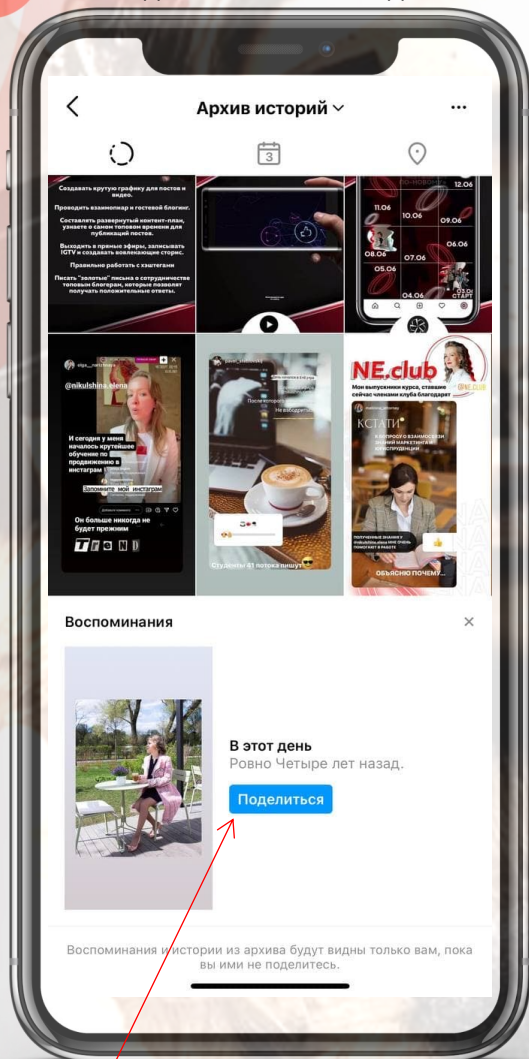


Шаг 3. Выбираем «Архив историй»

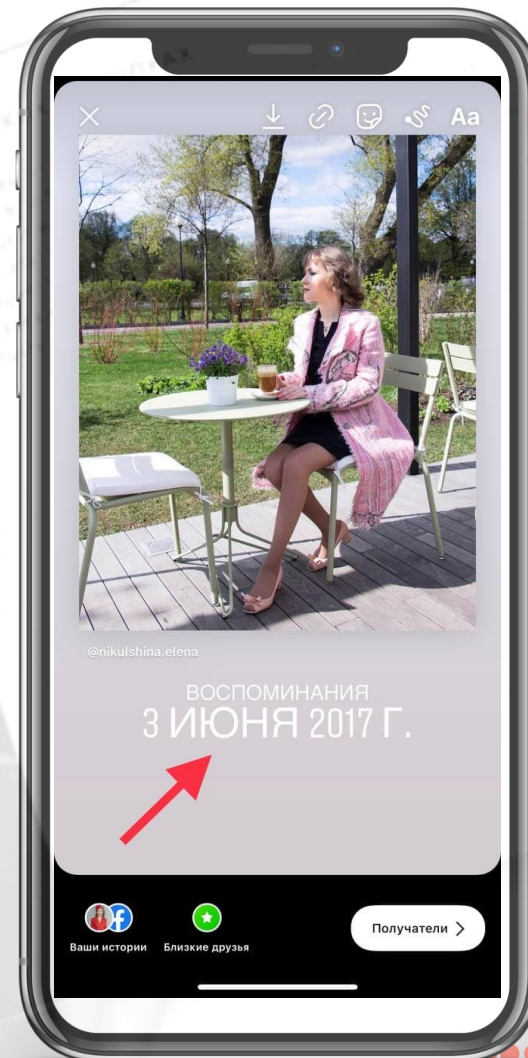


АРХИВ СТОРИС

Шаг 4. Инстаграм сам подсказывает, какие публикации были год, два, четыре назад. Нажимаем на «поделиться»



Шаг 5. Поменять надпись можно, нажав на нее 1 раз
При клике на надпись появляется слово «ВОСПОМИНАНИЯ и дата»

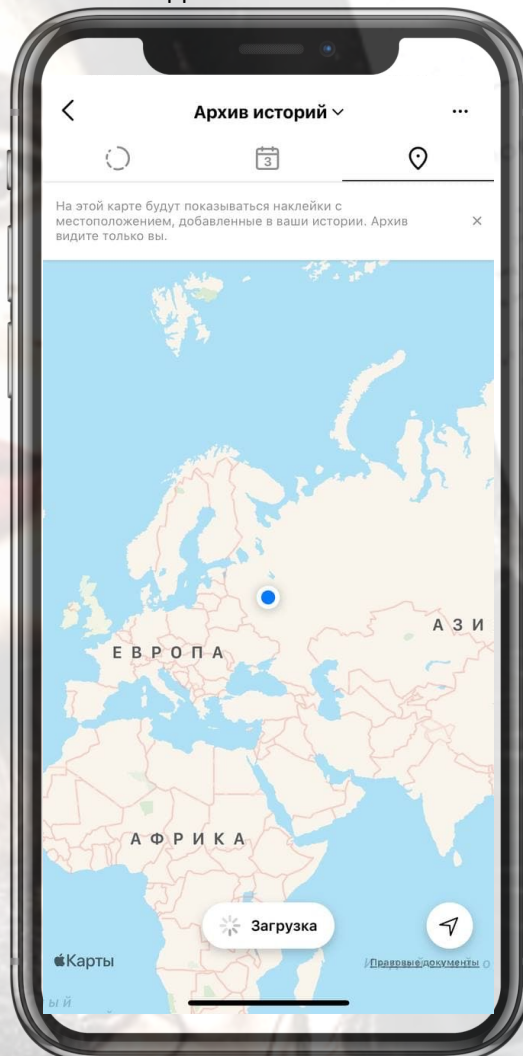


АРХИВ СТОРИС

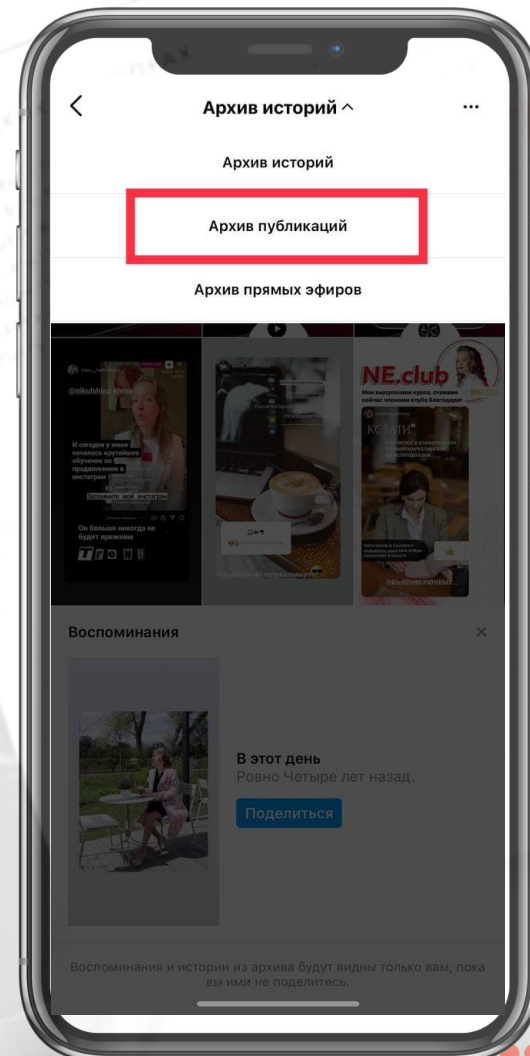
Нажимаем на знак «Календаря»
Нам откроются сторис по дням



Также можно найти Сторис из поездок и путешествий
Они находятся в паке - гео

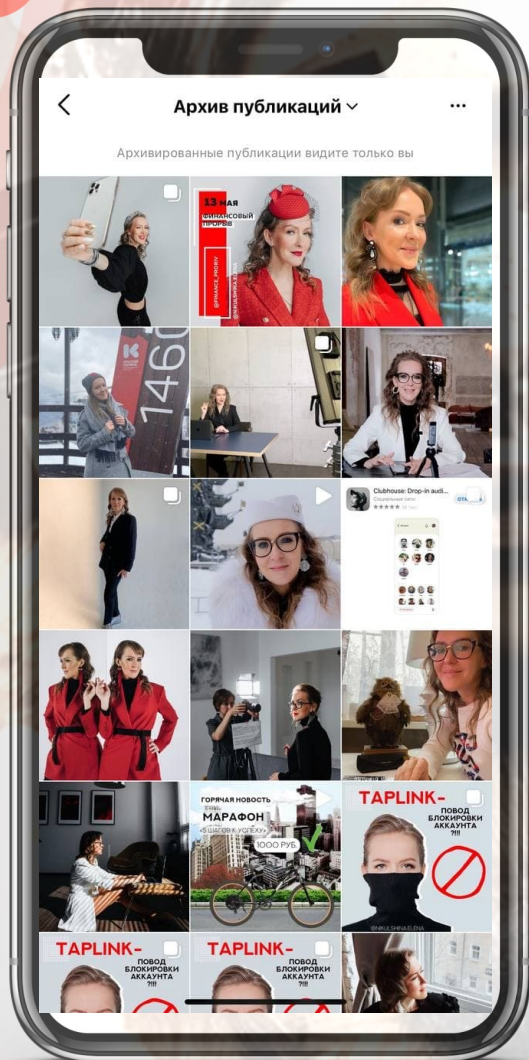


Есть возможность посмотреть Сторис, а также посты, которые вы ранее архивировали. Для этого в верхней части нажимаем на «Архив публикаций»



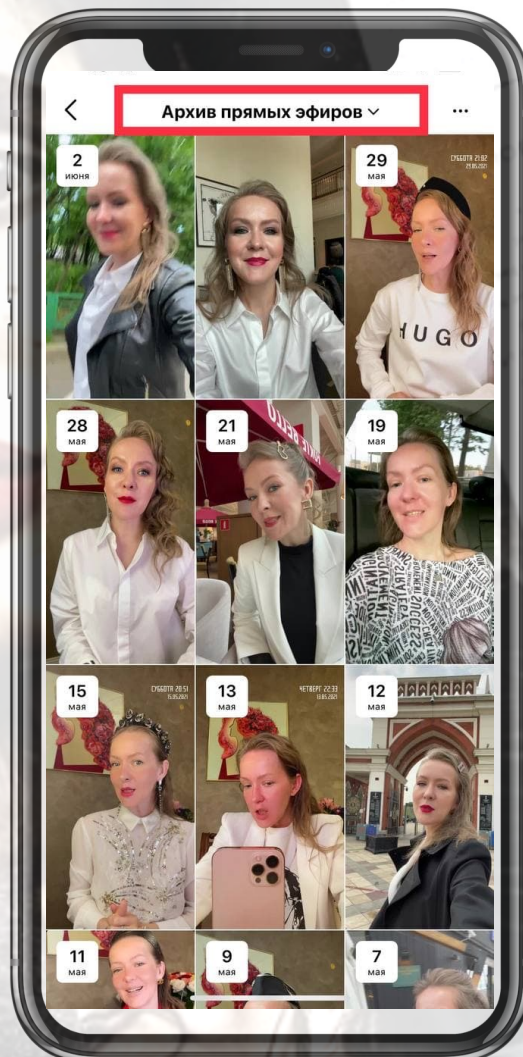
АРХИВ ПОСТОВ

В архиве спрятаны все те публикации,
Которые мы сами убрали

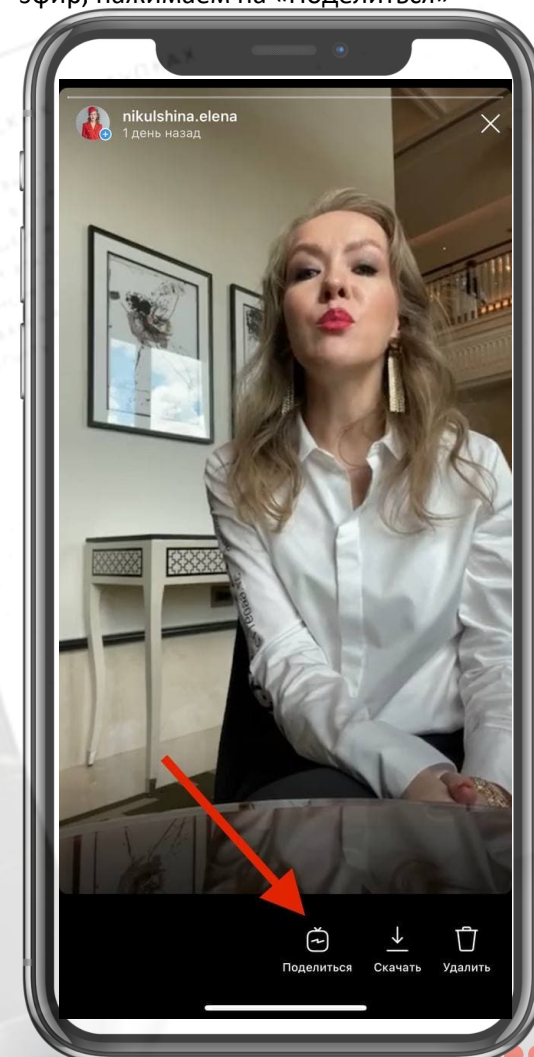


NEW! АРХИВ ПРЯМЫХ ЭФИРОВ

Открываем «Архив прямых эфиров»

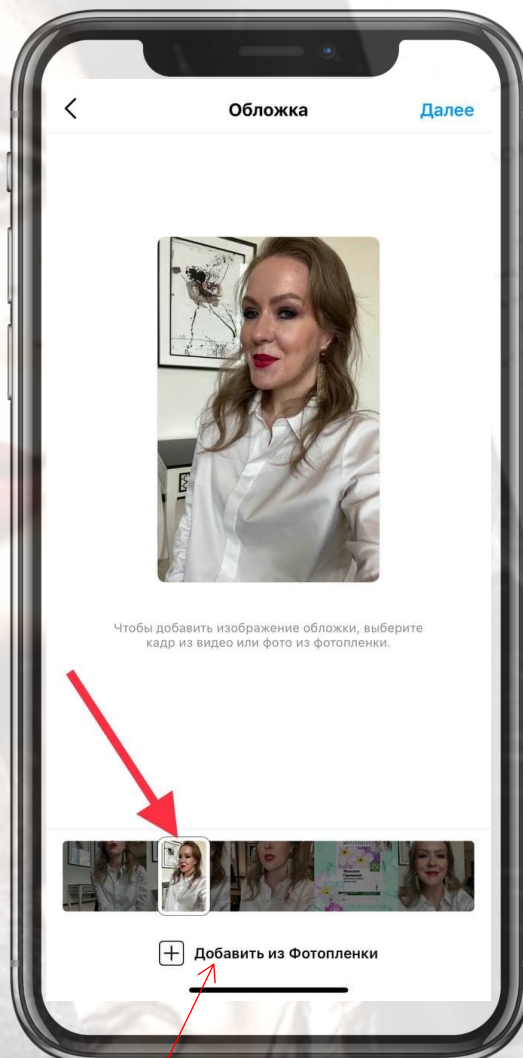
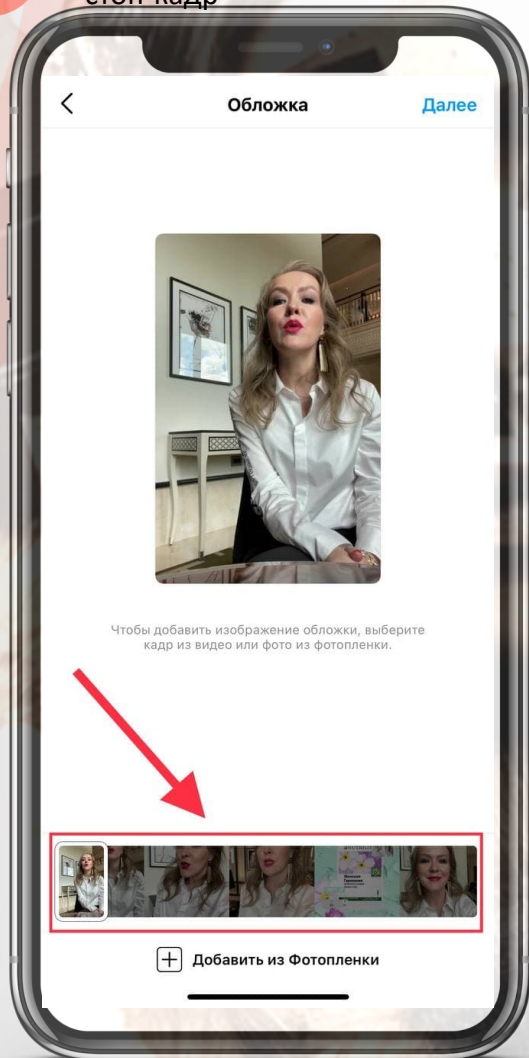


Можно поделиться предварительно
сохраненным эфиром. Выбираем - кликаем
эфир, нажимаем на «Поделиться»

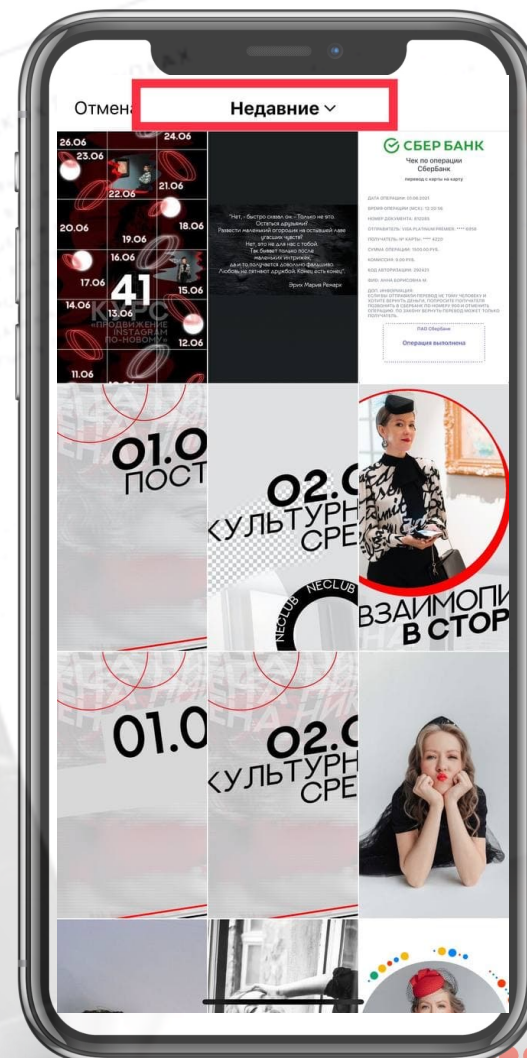


АРХИВ СТОРИС

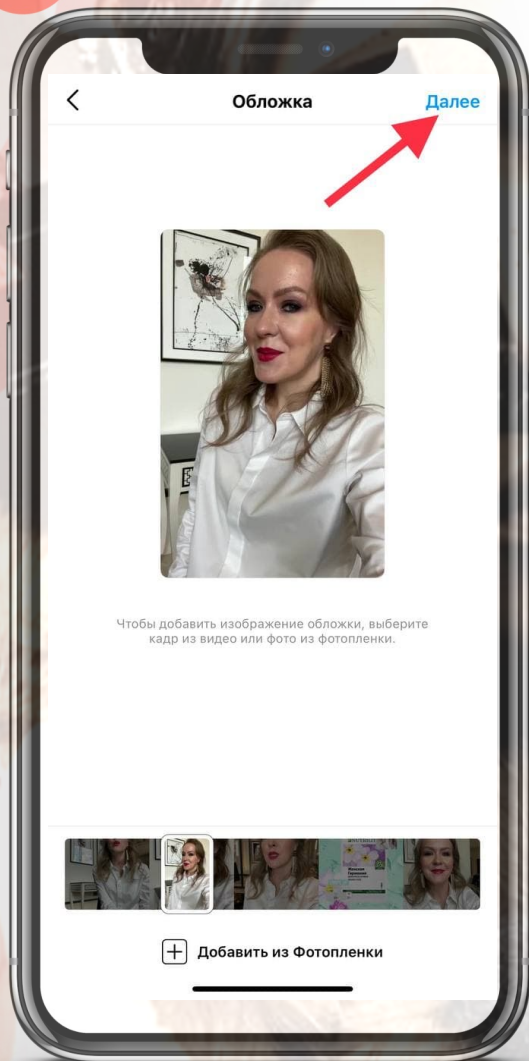
Выбираем обложку эфира,
либо из самого эфира выбираем
стоп-кадр



Либо из фотоплнки

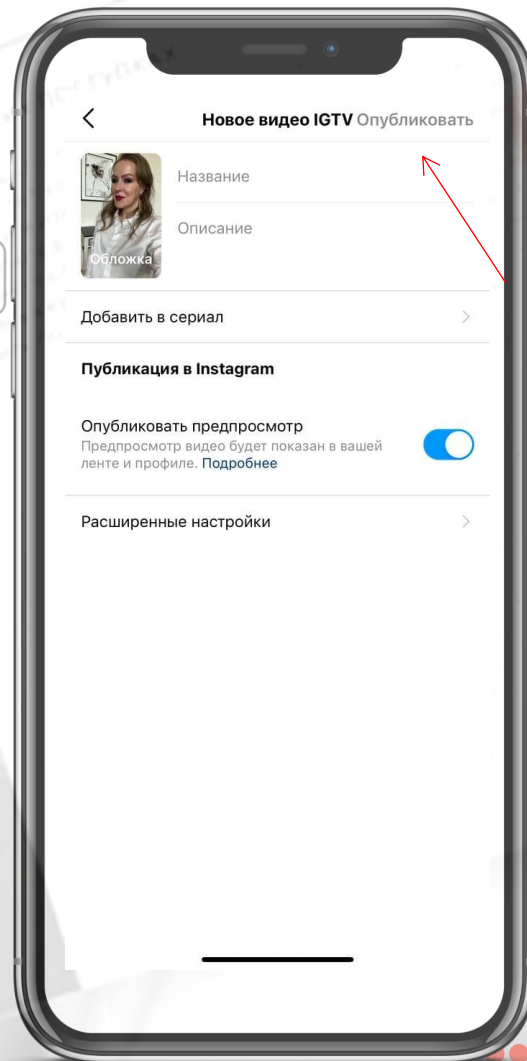


АРХИВ СТОРИС



Нажимаем на далее

Публикуем



ХЭШТЕГИ. КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ХЭШТЕГИ С УМОМ?



- **Хэштег** – это ключевое слово или фраза, перед которыми ставится символ # и которые используется в публикациях в социальных сетях.

Низкочастотные хэштеги – это ссылки, по которым до 100 000 постов (100 К+)

Среднечастотные хэштеги – посты с количеством публикаций 100 000 - 500 000 (100-500К)

Высокочастотные хэштеги от 500 000 (500 К+)

Сверхвысокочастотные свыше > 1 млн. постов Не используем, только для аккаунтов от 50К + подписчиков или редко

Все кричат, что хэштеги не работают. Есть в этом и доля правды. Но разберемся подробнее.

- не работают теги с миллионом упоминаний. Вернее, они уносят вашу публикацию в ленте тегов быстро и далеко. Никто не успевает ее увидеть по ним. Кроме того, за сверхвысокочастотные хэштеги можно схватить теневой бан.

- для локации выбирайте более узкие хэштеги. Например, сравните по упоминанию теги #Москва и #некрасовка

Конечно, Москва актуален для всех москвичей, а Некрасовка для местных. Но лучше поймать хоть пару человек местных, чем вообще никого.

- если вы - продавец, то не ставьте теги покупателей. То есть по тегу #рукоделие вас увидят одни рукодельницы. А если вы хотите попасть в аудиторию молодых мам со своим товаром, то ваши теги #воспитаниедетей #советыдлямам и т.д.

- используйте личные теги, называйте вашими уникальными темами рубрики. Такие теги можно вынести в шапку профиля, но не постарайтесь. Одного главного хэштега в шапке профиля достаточно.

- также вы можете назвать тегом не рубрику, а один пост и закрепить его по хэштэгу в шапку Инстаграм. И написать так «подробнее здесь»

- предлагайте аудитории подписываться на свои хэштеги, даже если люди на вас уже подписаны. Например, вы создаете полезные посты для мам малышей и подростков. Мамы малышей могут не ставить лайки на посты о подростках. Тогда Instagram решит, что надо меньше вас показывать и вы исчезнете из ленты этих мам. А если они подписаны на интересные им хэштеги, то нет.

- хэштеги для отзывов. Хорошо komponуются отзывы под одним вашим тегом. Идея - сделайте карточки или чеки с хэштегом про отзывы и просите покупателя после покупки выложить отзыв с #

Дополнительно исследователи изучили среднее число хэштегов, которые добавляют в свои посты бренды. Чаще всего это 7 хэштегов # # # # # # #

Нормы в Инстаграм по хэштегам – 30 шт. хэштегов в одном посте



У ЛЮБОГО ХЭШТЕГА ЕСТЬ 2 ВЕЛИЧИНЫ:

Частотность - это, то что видит пользователь Инстаграм и это количество видят все

Клики/переходы - количество кликов или переходов отследить нельзя. Эту величину понимает только Инстаграм, потому что это внутренние данные платформы. Данная информация не представляется разработчиками, так же как алгоритмы Инстаграм.

Принято считать, что переходы от вбивов это та величина, которая дает охваты.

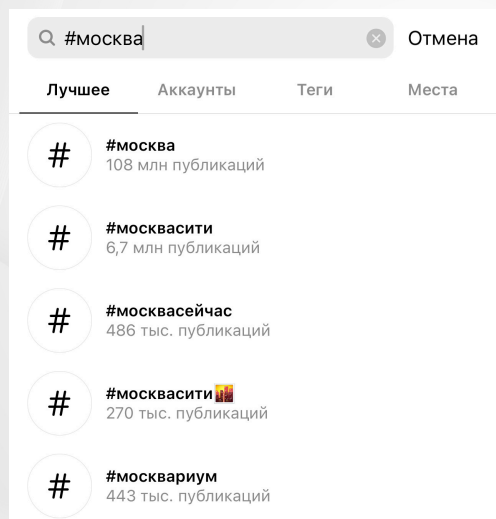
Вбив и переход осуществляет живой пользователь социальной сети.

Что такое вбивы? Когда вы вбиваете в поиск #Инстаграм, это уже называется вбивом.

Переход – это когда, вы через пост конкурента перешли по хэштегу в ленту самого хэштега.

Таким образом мы имеем три точки входа через хэштеги на вашу публикацию в Инстаграм.

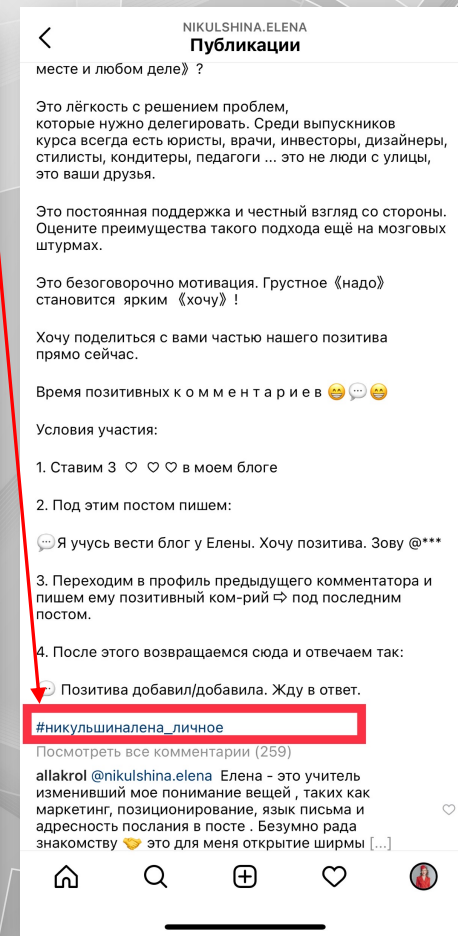
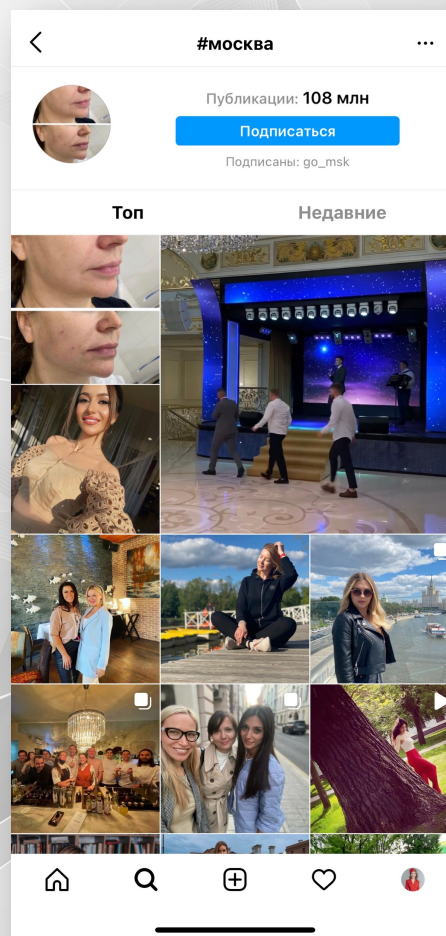
1. Это поиск Инстаграм.



3. Это подписка на определенный хэштег. Если раньше люди подписывались очень редко на хэштеги, то сейчас ситуация изменилась кардинально. Очень много аккаунтов подписываются на хэштеги. Тем кто подписан на хэштег, еженедельно будет показываться лучший пост, он может быть и вашим.

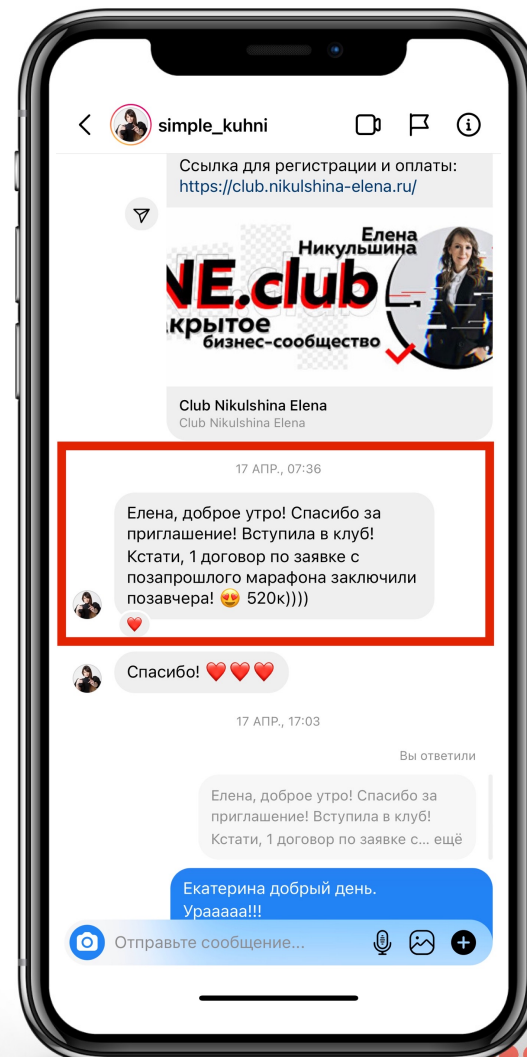
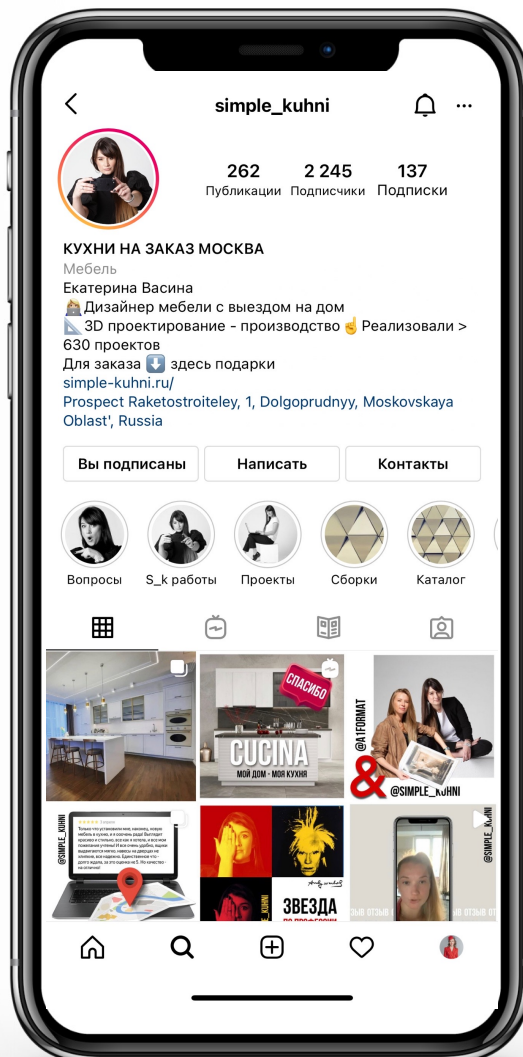
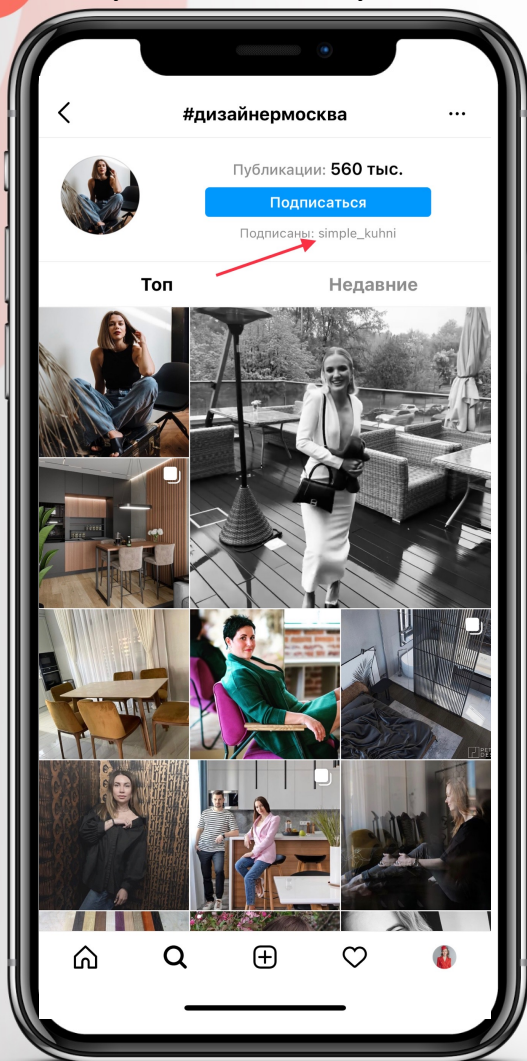
Естественно чем пост более высокочастотный, тем меньше шансов, что он будет показываться.

2. Это пост/комментарий. Ваш пост может являться точкой входа на какой-либо хэштег. Если в посте будет стоять хэштег, то получается что вы собственноручно передаете («сливаете») часть вашего трафика. Поэтому так делать не стоит. Исключения только ваши авторские (именные) хэштеги.



ПОДПИСКА НА ХЭШТЕГ

В ленте при вбиве #дизайнермосква я вижу, что на этот хэштег подписалась моя студентка - выпускница Екатерина (владелец салона кухонь) https://instagram.com/simple_kuhni



КЛАССИФИКАЦИЯ:

Узкоспециализированные - это хэштеги, которые соответствуют вашей нише или сфере. Это те хэштеги, которые чаще всего будет использовать ваша целевая аудитория при вбиве в поиске Instagram.

Например, у вас магазин по продаже нижнего белья в г. Саранск и человек будет вбивать такие хэштеги, как #бельесаранск #нижнеебельесаранск

Смежные - это хэштеги, которые не относятся к вашей нише или сфере, но они могут входить в интерес вашей целевой аудитории.

Эти хэштеги в большинстве ниш - это лучший способ выделиться и собрать наибольший охват.

Например, вы продаете женское нижнее белье. Большинство будут подбирать хэштеги связанные с этой темой и максимум это гео, где они находятся, но что лучше сделать?

Подобрать, например, #бельесаранск (1 K) или подобрать #саранскногти (16,4 K) , #саранскманикюр (5 K+) , #тортсаранск (16,2 K) ?

Конечно лучше выбрать #саранскногти , потому что если вы зайдете на #нижнеебельесаранск , то увидите что там огромное количество белья и там выделиться будет сложнее.

Но если зайдете по хэштегу #саранскманикюр и выложите свой пост с бельем, то ваш пост будет более заметен. А если он заметен, то он более кликабелен для вашей целевой аудитории. Они не отвлекаются на другое белье (ваших конкурентов).

Общие - это те хэштеги, которые вы можете использовать при работе с узкоспециализированными и смежными областями. Они отлично подходят для всего. Общие хэштеги – это #москва #санктпетербург #мотивация #образжизни

Посевные - это те хэштеги, которые имеют низкую частотность, но при этом ключевой запрос. Их задача заключается не в увеличении охватов. Их задача заключается в том, чтобы приводить вам клиентов и давать продажи в долгосрочной перспективе. При этом посевные можно разделить на узкоспециализированные и на смежные хэштеги.

Например, #стилистдляполных

Если мы перейдем на этому хэштегу, то увидим мало публикаций. То есть, это тот хэштег, который может вбить ваша ца рано или поздно. Может не сразу, но возможность есть. И поэтому конкуренция будет низкой, что может привести к покупке именно вашего продукта.

Со смежным то же самое по аналогии.

Есть 3 стратегии.

1

2

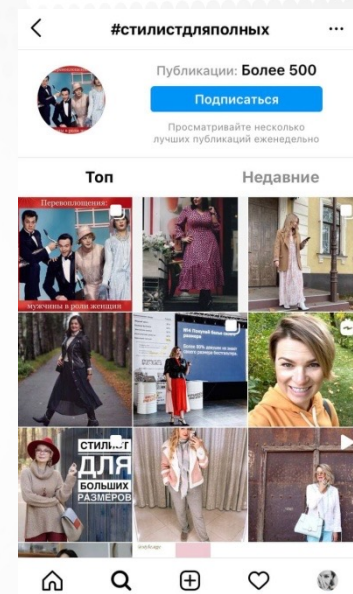
3

продажи – охват – продажи+охват

Продажи. Например, есть поселки, где 3000 населения, либо поселки городского типа 30 000 населения . И там цель не охват, а именно продажи, чтобы вас заметили. Вот в таких малонаселенных пунктах, не имеет смысла качать охват.

Охват. У кого-то стоит задача повысить охват, например у блогеров lifestyle, либо у пабликов.

Продажи и охват. Эта стратегия, где хотят выиграть в двух вариантах. Она подходит для экспертов, продают инфопродукты, у них чаще всего в профиле полезные посты, личные фото, а это все помогает выходить в TOP и получать охваты.



Что такое хэштег и какова его функция?

Многие проводят параллель, что хэштег - это SEO в Инстаграм. Но это не так. Это не совсем корректно. SEO и Инстаграм – это два совершенно разных инструмента.

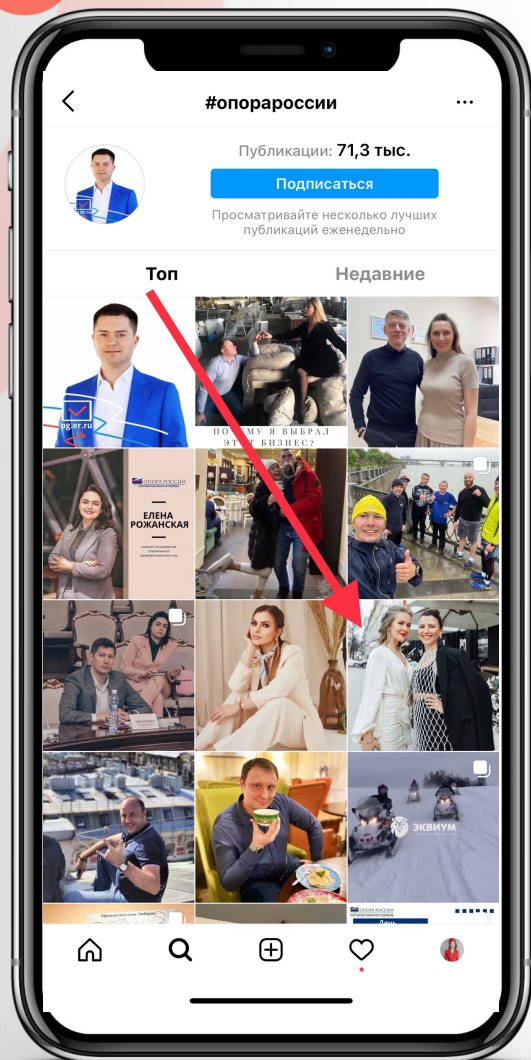
Каждый хэштег – это запрос.

Запрос который вводит пользователь или видит при переходе с другой публикации. Многие социальную сеть Инстаграм используют, как новостной источник. Люди подписаны на паблики, люди используют хэштеги, когда ищут новости. Например, когда начинался Covid-19, то многие искали с помощью хэштегов информацию, новости о нем.

Все популярные новости можно найти в Инстаграм, с помощью специальных хэштегов. Если взять историю известными медийными лицами и их семейными событиями (смерть), то те кто использовал хэштеги #фамилияимя у себя, у тех просмотры увеличивались.

Это говорит о том, что поисковой трафик в Инстаграм тоже сильно развит. Но хайповые хэштеги подойдут не всем. Поэтому не спешите их делать. Речь о философии и ваших установках. Подумайте сначала, как отреагирует ваша целевая аудитория

ПОПАДАНИЕ В ТОП- ЛУЧШИХ ПУБЛИКАЦИЙ В ИНСТАГРАМ

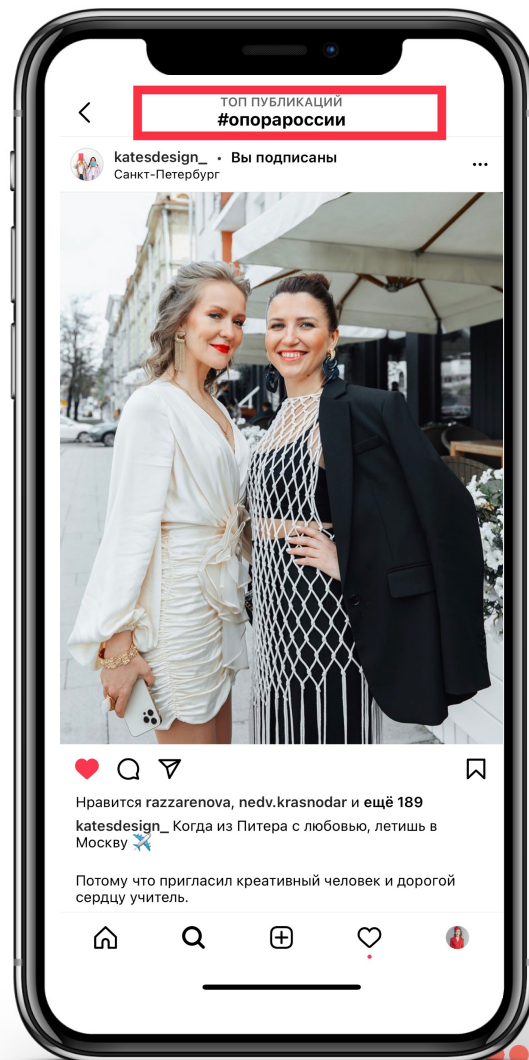


Как же все же можно привлекать хоть немного подписчиков по хэштегам? Анализируйте группы хэштегов, которые используете. Избегайте сверхчастотных. Лучше искать среднечастотные (100-500 К) и низкочастотные хэштеги и быть в ТОП среди них. Здесь качественная ЦА.

Если вы сильный блог, с качественной и вовлеченной аудиторией, вы можете использовать хэштеги миллионники и зайти по ним в ТОП.

Вот пример попадания в ТОП по среднечастотному хэштегу #опорароссии студентки – выпускницы курса Екатерины с постом про курс «Продвижение Инстаграм по-новому» <https://www.instagram.com/p/CPoP-00leBm/>

Если видите, что какой-то хэштег вызывает активность или подписки, то используйте его на более важные посты.



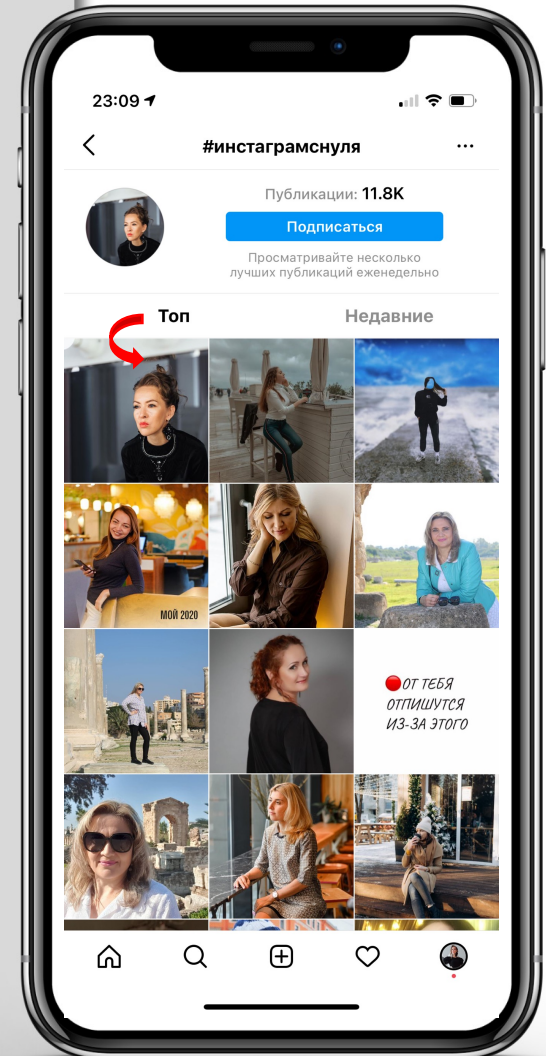
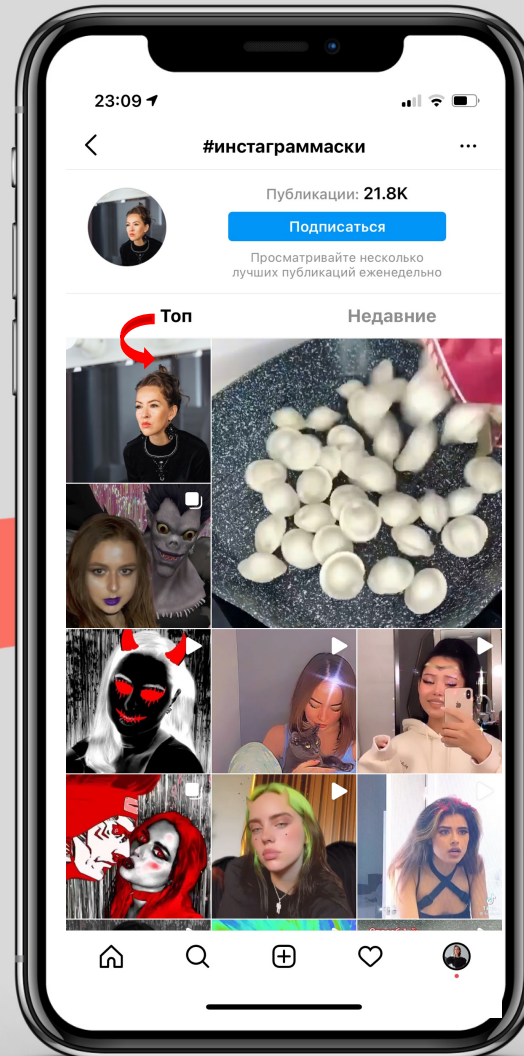
ПОПАДАНИЕ В ТОП- ЛУЧШИХ ПУБЛИКАЦИЙ В ИНСТАГРАМ

Среднечастотные

Более 400 тысяч постов

Низкочастотные хэштеги

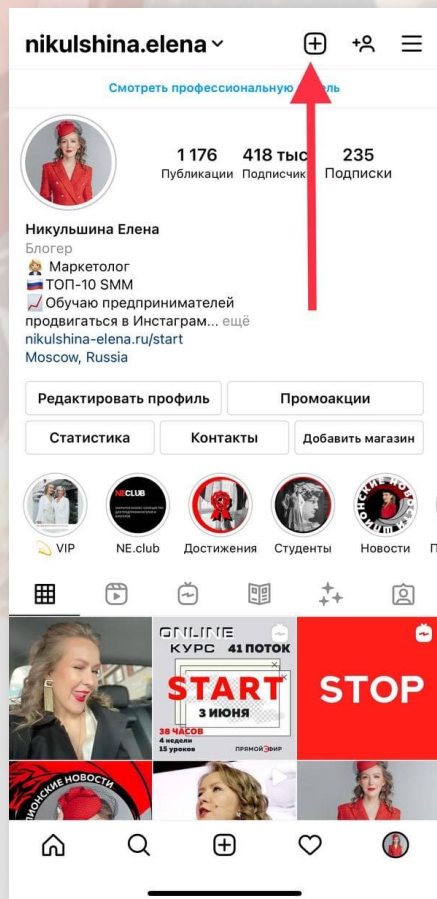
Более 10 тысяч постов в умной ленте по этому тегу



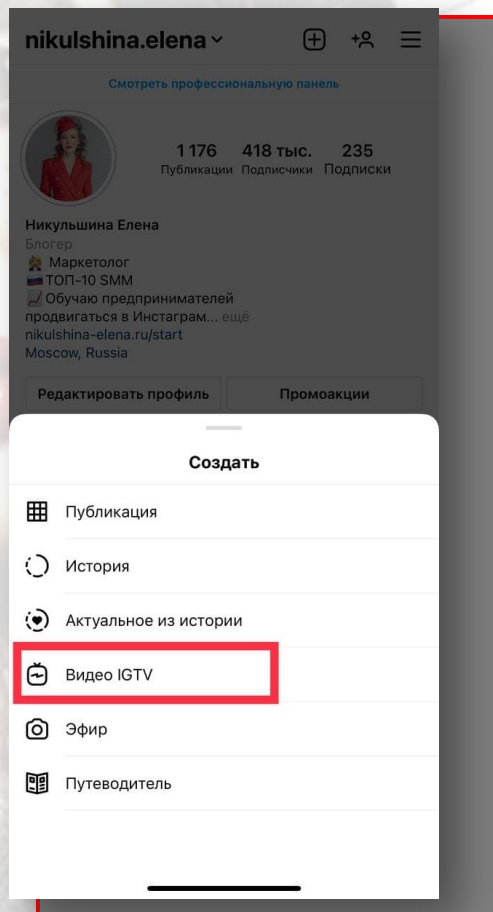
КЕЙС КУРАТОРА https://www.instagram.com/p/CKd_ZS9FbeA/

ПУБЛИКАЦИЯ IGTV

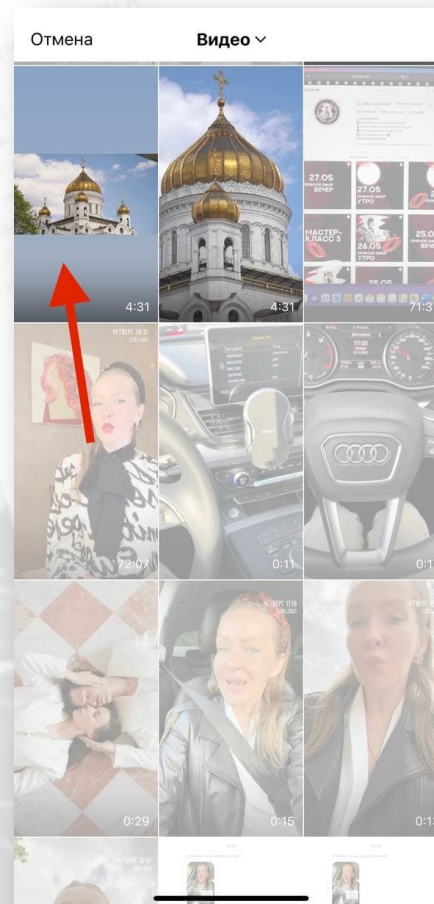
Шаг 1. Открываем профиль
Нажимаем на «+»



Шаг 2. Открываем «Видео IGTV»

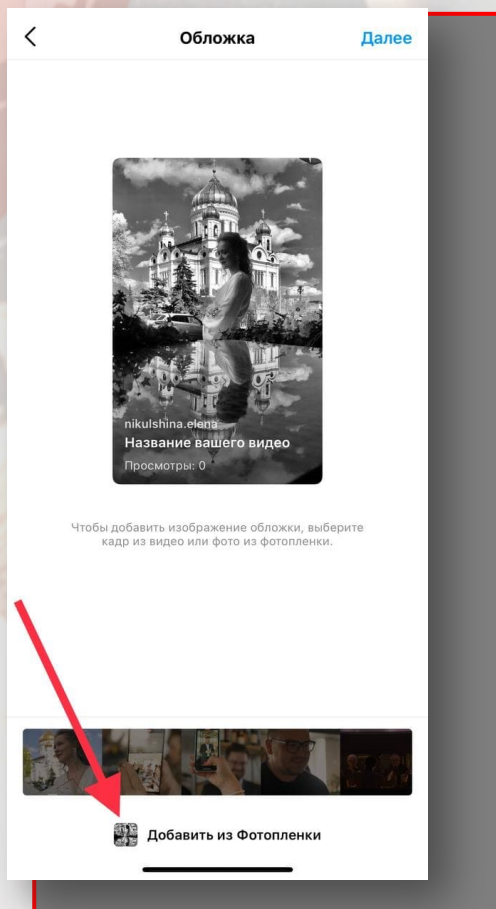


Шаг 3. Выбираем видео

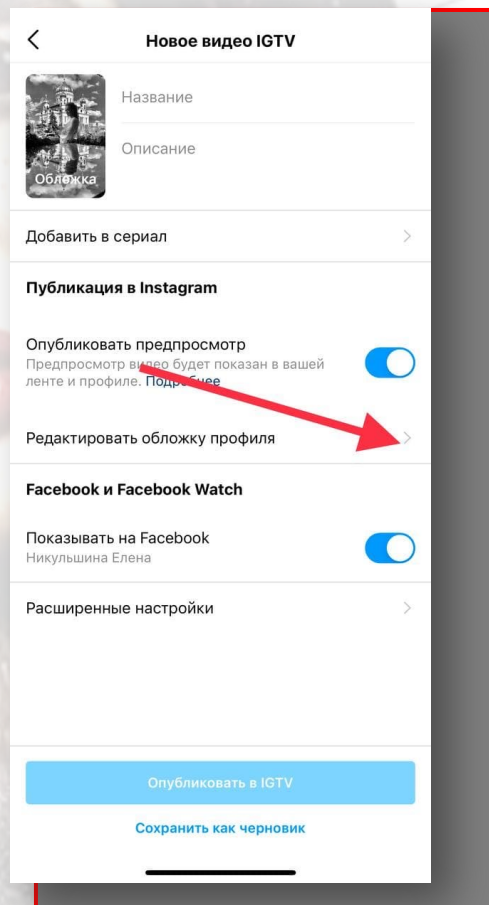


ПУБЛИКАЦИЯ IGTV

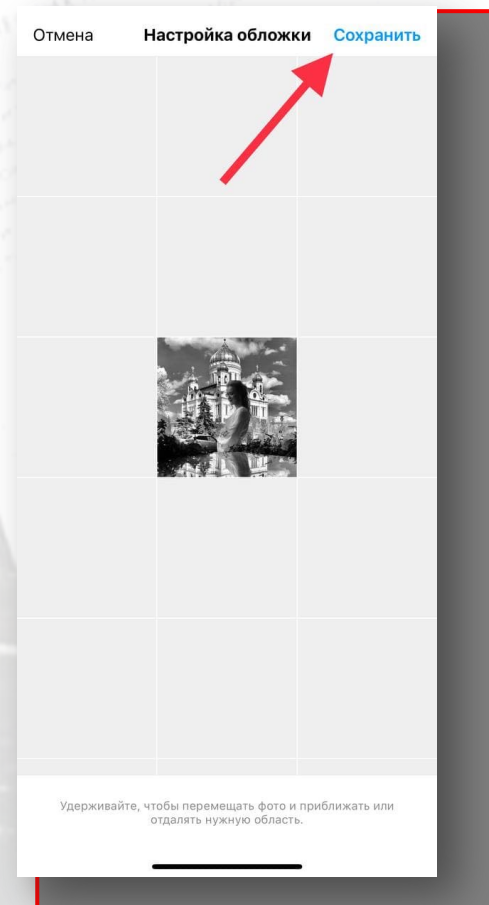
Шаг 4. Нажимаем
«Добавить из фотопленки»



Шаг 5. Редактируем обложку

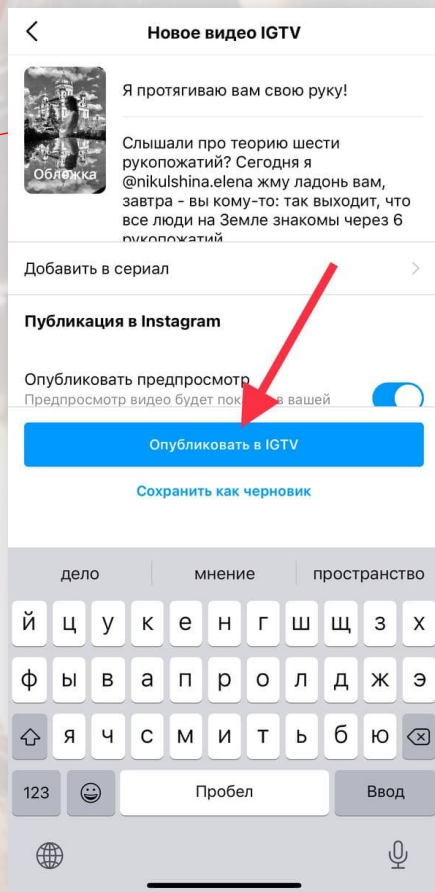


Шаг 6. Нажимаем на «Сохранить»

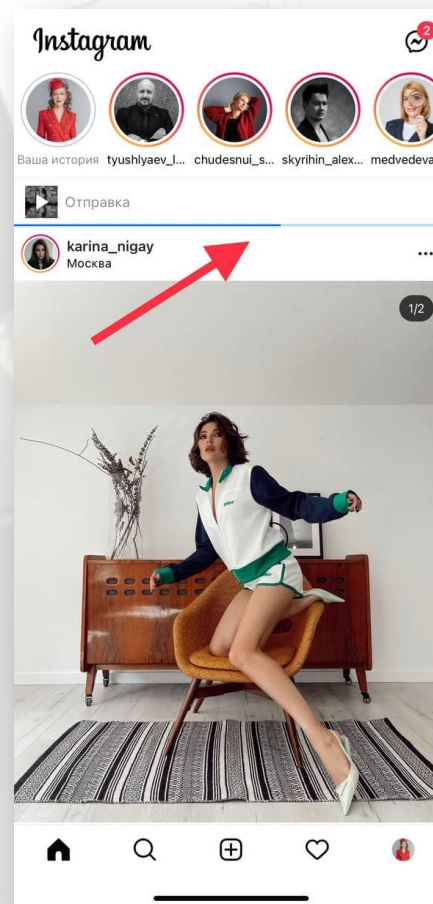


ПУБЛИКАЦИЯ IGTV

Шаг 7. Пишем текст и публикуем

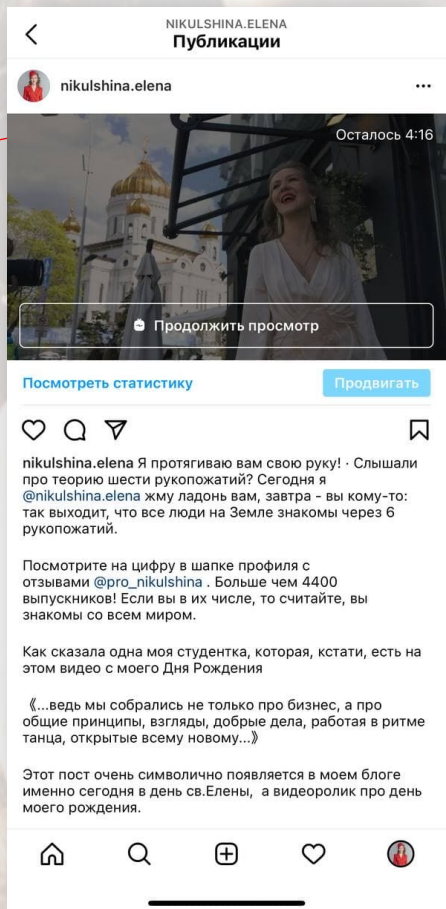


Шаг 8. Ждем загрузку

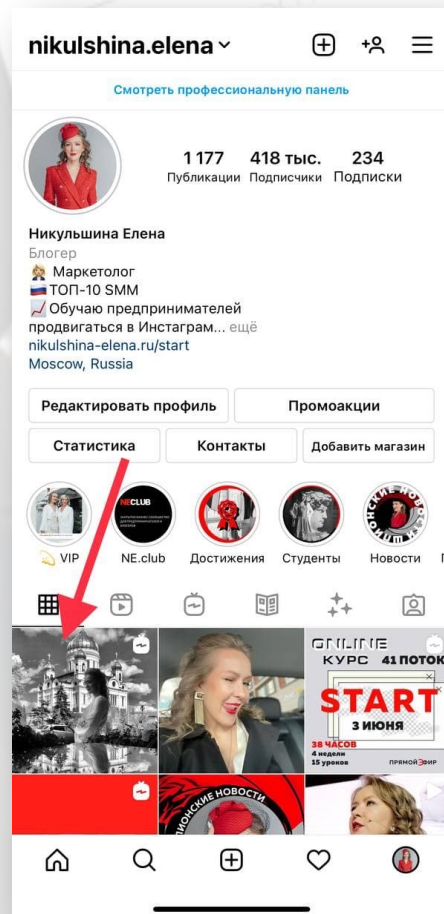


ПУБЛИКАЦИЯ IGTV

Шаг 9. Видео в ленте

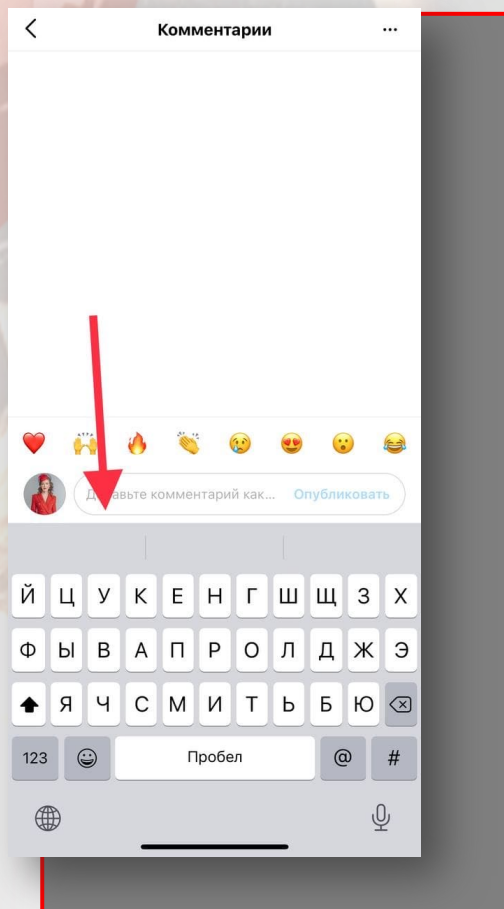


Шаг 10. Обложка гармонично вписала в визуал. Теперь добавим хэштеги

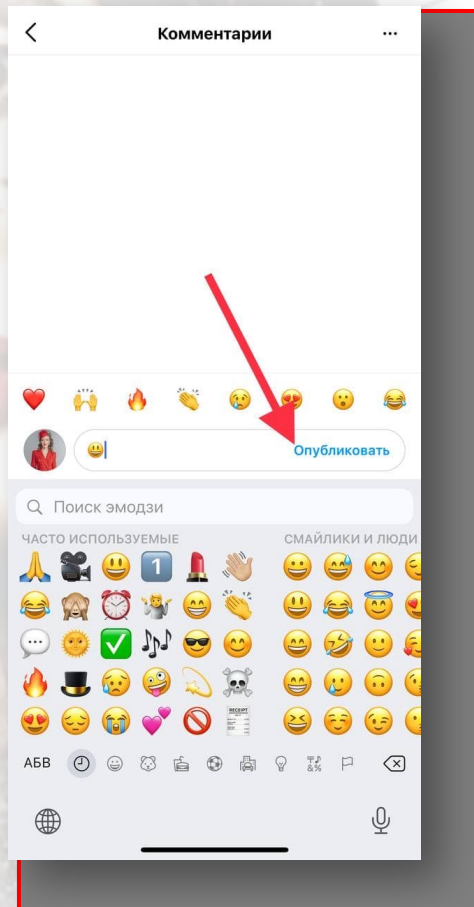


КАК СКРЫТЬ ХЭШТЕГИ к посту

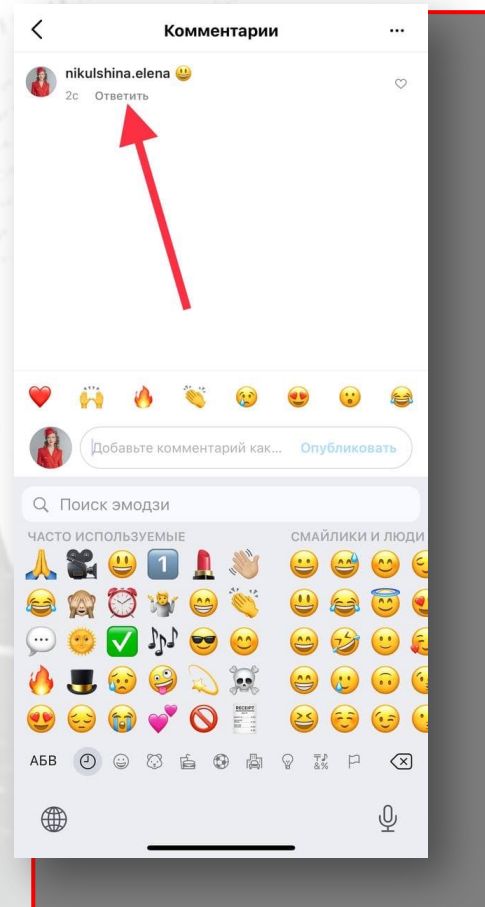
Шаг 11. Открываем комментарии
Ставим себе смайл



Шаг 12. Публикуем

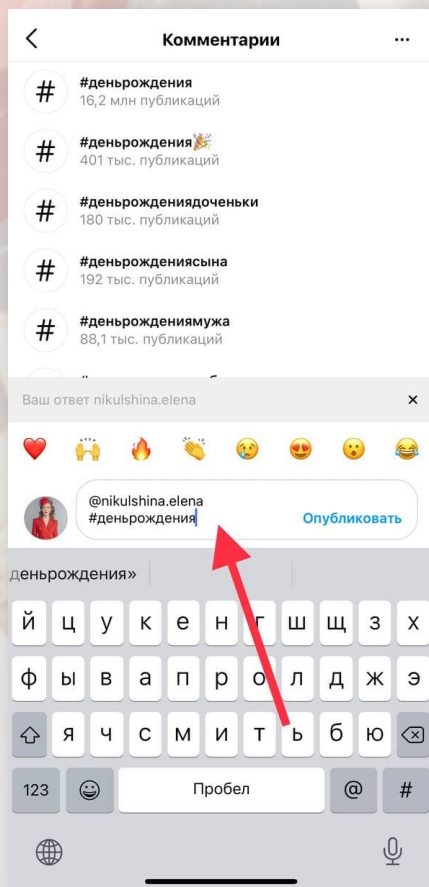


Шаг 13. Нажимаем на «ответить»

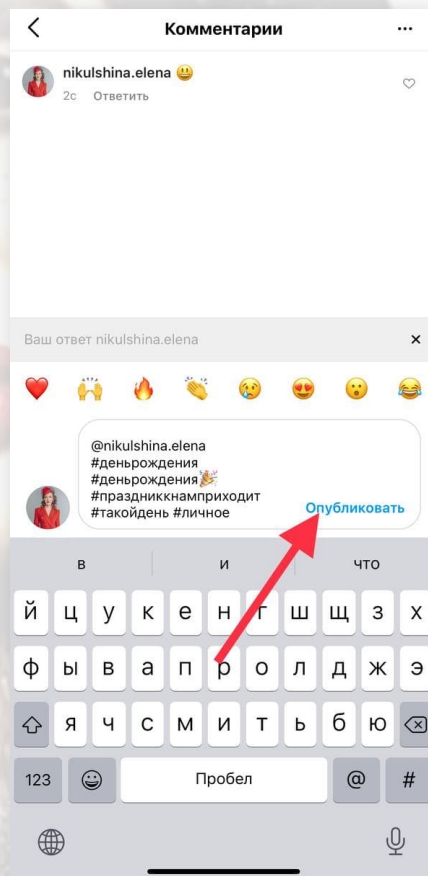


КАК СКРЫТЬ ХЭШТЕГИ К ПОСТУ

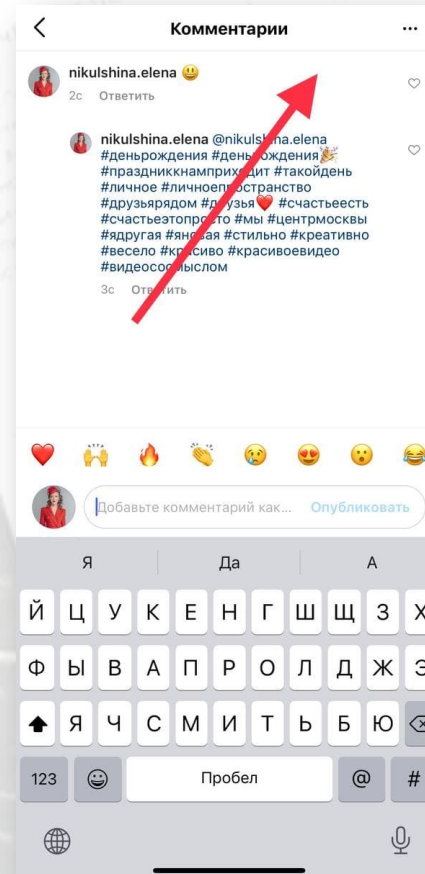
Шаг 14. Вводим хэштеги



Шаг 15. Публикуем

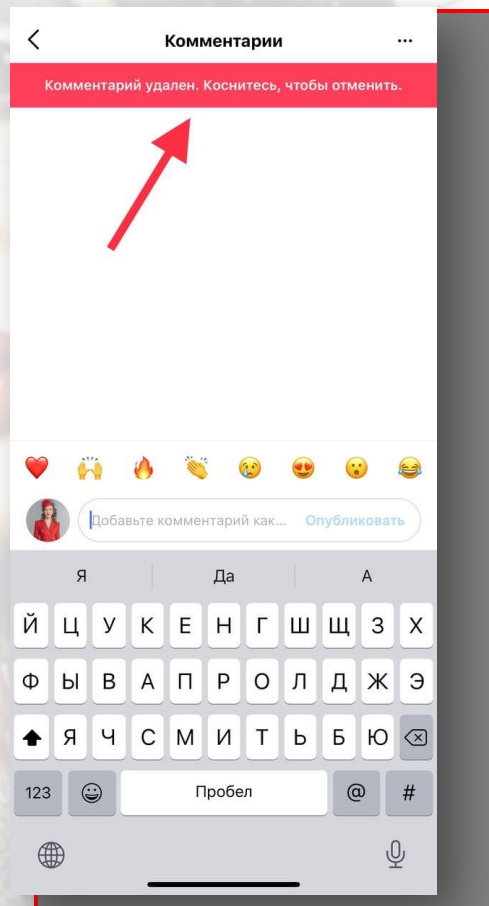
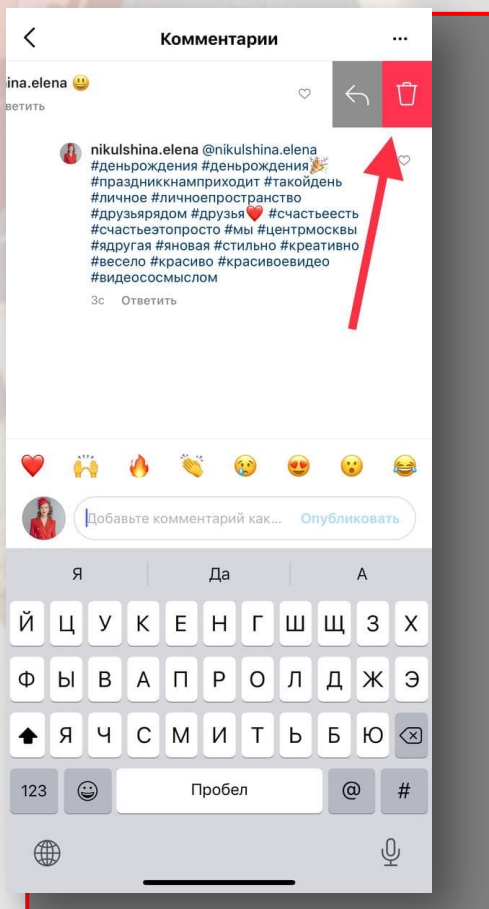


Шаг 16. Выделяем комментарий со смайлом. Смахиваем справа налево

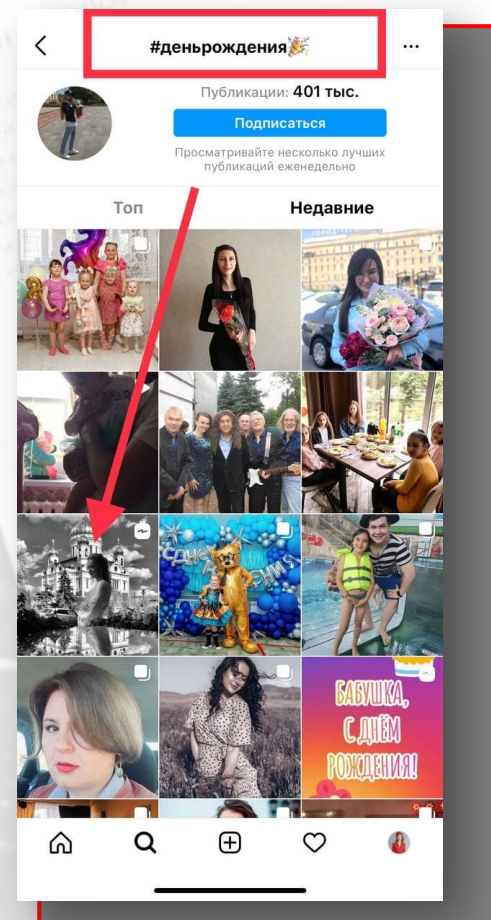


КАК СКРЫТЬ ХЭШТЕГИ к посту

Шаг 17. Видим значок «корзина»,
нажимаем на нее и удаляем



Шаг 18. Нажимаем внизу
на «Лупа», идем в общую ленту Инстаграм
Проверяем по хэштегам. Наш пост должен
быть виден, хотя хэштег мы уже удалили.



ЗАДАНИЕ К УРОКУ 2

Зайдите поставить лайк и напишите комментарий к последнему посту в моем блоге

https://www.instagram.com/p/CPqDI7_qMWb/

Все мастер-классы находятся в закрытом блоге и подписаны «МАСТЕР-КЛАСС»

1. Внимательно прослушать прямой эфир 04.06 УТРО. С помощью бота создать 3 группы низкочастотных хэштегов по 30 штук. Приложить в отчет дз к УРОКу. Использовать к новому посту.

2. Отчет по бизнес – целям прислать до понедельника

3. Пишем пост «Ты меня не тролль», скрин поста прилагаем его в презентацию к УРОКу.

4. Просмотреть УРОК по инструментарий Сторис и создать несколько Сторис новых. Скрины положить в дз. Сделать (опубликовать) у себя в Инстаграм что-то из нового, узнанного вами в этом Уроке.

Студенты не ставьте лайки на фото и видео в закрытом блоге. Это действие впустую! Блог не рейтингуется.

5. Подписаться на новый хэштег и приложить скрин этого действия в дз. Выбираем по тематике не вашего бизнеса, а смежное, либо хобби. См. стр. 38 УРОКа 2

6. Посмотреть Сторис студентов –сокурсников и приложить в презентацию (дз) 3 варианта понравившихся Сторис. Ваши выводы (почему)?

