



Инстаграм: 50 тем постов для творческих профессий

Привет!
Я Оксана Кашенко.



22 года я работаю на интерьерном рынке.

3 фундаментальных образования: журналист, маркетолог и дизайнер интерьера.

10 тем абсолютно мои: тренды, интерьеры, дизайн, архитектура, текстиль, технологии, техника, арт, урбанизм и... маркетинг в диджитал!

13 лет я была главным редактором журнала Salon-interior.

2 года вела собственную авторскую программу о роскошных интерьерах на «РБК ТВ».

1 год была первым главным редактором портала www.inmyroom.ru

6 лет являюсь сооснователем и главным редактором портала www.roomble.com.

250 или более мероприятий для архитекторов и дизайнеров провели мы с моим партнером Еленой Лафта — и продолжаем проводить

100 или более лекций и семинаров я провела для архитекторов, дизайнеров и мебельщиков.

25 компаний доверили мне вести их соцсети целиком

70 или более личных консультаций я провела по продвижению в смм и онлайн для дизайнеров, архитекторов, фотографов, модельеров, ювелиров и других творческих личностей.

6,5 лет я занимаюсь смм-маркетингом для компаний, работающих в сфере интерьеров, недвижимости и премиальных товаров

300 миллионов рублей или более :-) мое агентство заработало для своих клиентов.

3 форума доверили мне продюсировать их деловые программы: Woman who matters 2018 — деловая программа дизайн-блока, Heimtextil Russia 2019, «Город:Детали — 2019» на ВДНХ.

Я начала читать лекции и проводить консультации по продвижению в «Инстаграме» для людей творческих профессий с января 2014 года и стала первооткрывателем этой ниши. Почему я решила это делать? Потому что сарафанное радио и реклама в печатных изданиях перестала работать — и мои знакомые творцы бросились ко мне за советами. Я давала советы регулярно и в больших количествах, но поток нуждающихся в них не ослабевал. Поэтому я проанализировала ВСЕ вопросы, свела их в категории, добавила задачи из своего опыта работы с смм и разработала собственную систему продвижения в «Инстаграме» и других соцсетях.

Эта мини-книга — мой ответ на очередную волну запросов от моей дорогой целевой аудитории. Вопрос с контентом — один из первоочередных для любой социальной сети. А в период тотального перехода продвижения и бизнеса в онлайн этот вопрос стал еще значимее. Я собрала все свои идеи и весь опыт и делюсь ими с вами. Пусть ваши публикации будут красивыми, интересными и полезными. А о том, как продвигать ваши аккаунты, я планирую рассказать в следующей книге.

Удачи! И красивой ленты в «Инстаграме» :-)



INTERIOR_LINE_IRA

Публикации



Нравится gitanasakalauskaite и ещё 177

interior_line_ira ПОЗНАКОМИМСЯ ПОБЛИЖЕ

Число моих подписчиков растёт и пришла пора ещё раз сказать несколько слов о себе. Кто я, чем занимаюсь и зачем людям этот аккаунт 🙋. Планировала сделать этот пост коротким. Всем известно, что длинные посты мало кто читает. Но коротко не получится. Будет вообще два поста. Простите 😊 начну издалека, но надеюсь все будет предельно ясно и полезно.

Найдётся не много людей, которые до сих пор считают, что ремонт - это плевое дело, ерунда. Этот стереотип потихоньку умирает 🙌.

Прошло примерно 25 лет с тех пор как появилось

1.

Знакомство с подписчиками. Рекомендуется периодически напоминать о том, кто вы и чем занимаетесь. Я советую рассказывать о себе раз в полгода, и каждый раз раскрывать что-то новое, что до этого оставалось «за кадром». Наилучшей иллюстрацией будет ваш портрет

2.

Рассказ о клиенте, который не верил в себя, но которому вы помогли изменить его жизнь. Примеры:

заказчик боялся цвета в интерьере, и вы как дизайнер интерьера видели, что это связано с его закрытостью и неверием в себя. Вы это постепенно переломили, и через цвет интерьера в его жизнь пришли вера в себя и радость. **Или:** заказчица носила только брюки, потому что была недовольна своей фигурой, и вы как модельер смогли вселить в нее уверенность в себе, поменяли стиль ее гардероба — она стала носить юбки и платья и вышла замуж.

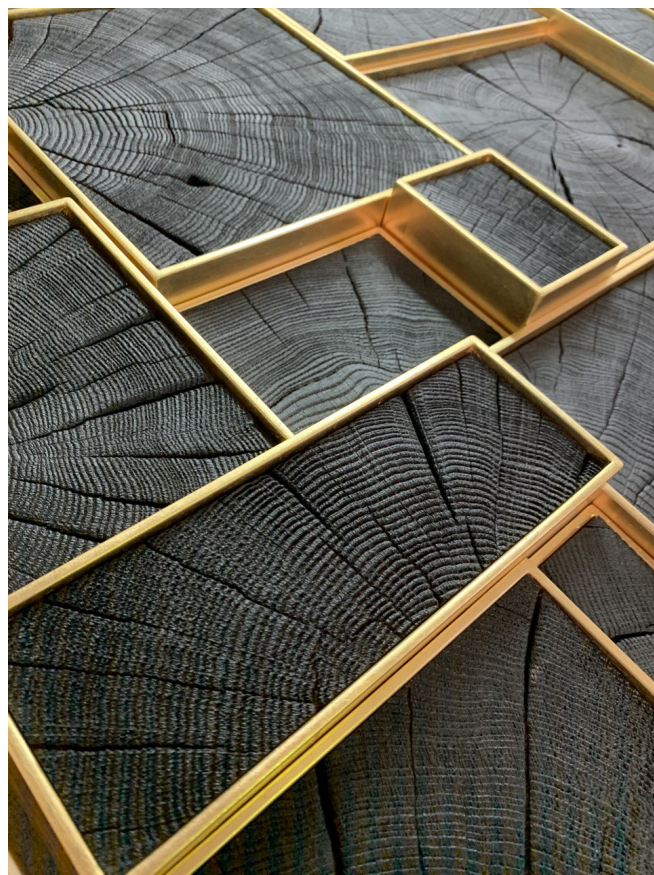
У вас наверняка есть подобная фантастическая душещипательная история. Может быть, вы просто дали кому-то профессиональный совет, и жизнь этого человека изменилась.

Или: ко мне пришла на фотосессию девушка, которая стеснялась своей внешности и даже боялась улыбаться. Но во время фотосессии мне удалось ее разговорить, и мы сделали такие крутые фотографии, что она смогла по-иному себя увидеть, для нее это стало психотерапией, поднявшей ее самооценку. Иллюстрировать вашим портретом.



3.

Провокация. Найдите самый спорный, на ваш взгляд, объект искусства, дизайна, моды, архитектуры и спросите, что ваши читатели на самом деле думают о нем. Дайте им разнополюсные варианты мнений. Нужно использовать фотографии этого объекта. Желательно найти что-то поинтереснее Малевича, а в идеале — что-то крутое, спорное, но не особенно известное на российском рынке.



4.

Что вас вдохновляет. Походы в музеи, прогулка по центру города, чтение книг, просмотр красивых фильмов и т. д. Это очень благодатная тема, которая может перерасти в серию постов о ваших любимых музеях, фильмах, книгах и так далее. Не удивляйтесь, что именно такие посты читатели будут сохранять чаще всего. Пишите от души, рассказывайте о стоимости билетов и о том, когда лучше идти в музей, раскрывайте секреты подбора фильмов, рекомендуйте улицы городов... Фотографии подбирайте по теме. Очень хорошо, если посты о фильмах будут дополнять короткие ролики с самыми красивыми декорациями.

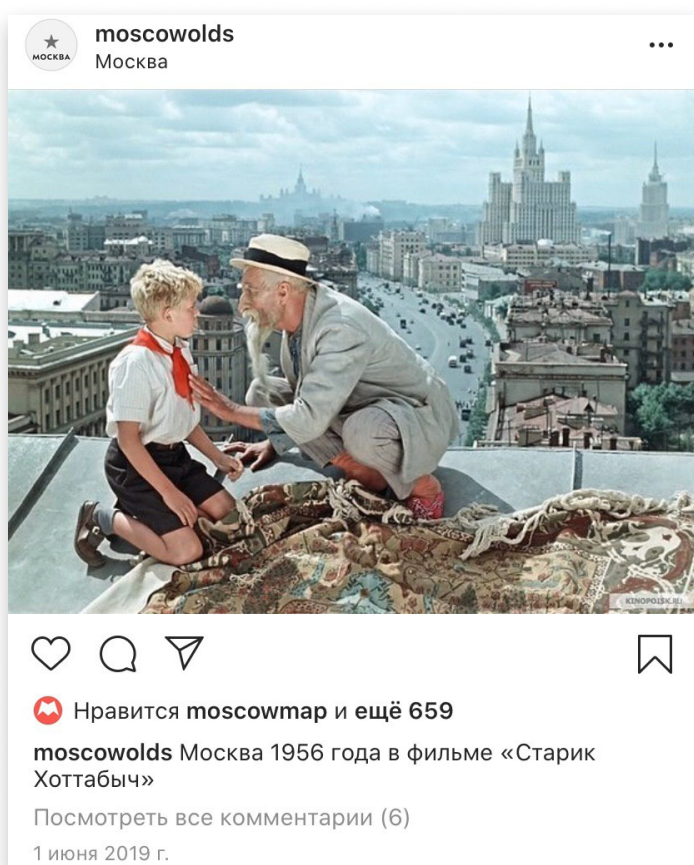
5.

Расскажите о своих принципах в жизни и в бизнесе. Наверняка они есть и наверняка они крутые.

Пример: я не продам созданный мною костюм клиентке, если пойму, что он ей совсем не идет. Дам ей скидку на другую вещь, скажу, что ее размера нет, но не продам. Потому что люблю своих клиенток и хочу, чтобы они выглядели красиво. **Или:** при декорировании детской комнаты я использую только безопасные и экологически чистые материалы, это мой принцип. Ваш портрет будет лучшей иллюстрацией.

6.

Расскажите историю о вашей семье, вашем родственнике, о вашем детстве. Что-то, что даст вашим читателям возможность увидеть в вас светлое и прекрасное. Для иллюстрации вам понадобятся фото родственников, желательно черно-белые, архивные фото вашего города (их можно найти в Интернете), кадры из старых фильмов и т. д.



7.



Расскажите историю своего лидерства.

Возможно, вам говорили, что у вас не получится, а вы шли к цели. Как смеялись одноклассники над тем, что вы все время рисовали в тетрадках, как бабушки и дедушки требовали выбрать нормальную профессию, как вы окончили вуз, который выбрали родители, а потом все равно стали заниматься тем, к чему лежала душа. **Это важно.** Такой рассказ располагает и вызывает доверие. И потом, это же правда — каждый творческий человек проходит через этап сопротивления окружения. Иллюстрируем своим портретом.

8.

Опубликуйте отзыв клиента. С его фотографией или без нее. Если без нее — можете сделать простой баннер, в сервисе Canva к примеру, а в галерею уже поставить скрин отзыва.

Поблагодарите в тексте к посту этого клиента за отзыв.



Расскажите историю о том, как вам удалось сделать «невозможное».

Придумать и сшить платье для свадьбы за два дня, провести фотосъемку с вертолета, построить дом за три месяца, декорировать квартиру на другом конце света, ведя работы удаленно. Иллюстрировать в идеале фотографиями «невозможного». Если их нет — поставьте ваш портрет первым, а в галерею соберите все, что может подтверждать истинность ваших слов. При невозможности это сделать ограничьтесь портретом.

9.



10.

Расскажите о том, сколько вы вкладываете в свое обучение. В период, когда отовсюду лезут новоиспеченные «профессионалы», аккуратно покажите, как многому надо обучиться и как часто повышать свой профессиональный уровень. Здесь очень важно в рассказе о вашем образовании не принизить свой уровень, а, наоборот, подчеркнуть его. Иллюстрируем своим портретом, в галерее можно опубликовать дипломы, награды и т. д.

20 октября 2016 г.



svetlana_des_int
Малая Ордынка, 25

...



Нравится: 63

svetlana_des_int Прекрасная роза 🌹 это элемент необычной люстры, которую я увидела в салоне @o_svet_official на Малой Ордынке. Сегодня здесь @kashenko_xenia и @roomble организовали лекцию по применению света от лауреата премии interia awards архитектора Карена Манько. Спасибо, очень интересно. 🙌

Вашу работу или ваше мнение опубликовали в СМИ? Делаем фото или скрин, пишем пару слов об авторитетности издания и много слов о своей работе, своем опубликованном мнении и т. д. Если есть возможность — публикуем в галерее фотографии работы. Пожалуйста, не забудьте в тексте и на фото отметить аккаунт СМИ.

11.



pavelalekseevdesign

...

дизайн-проект

октябрь | 2017

Четверо в лофте

ПИСЬМО 2 (ДВУХУРОВНЕВАЯ КВАРТИРА 57,5 М²)

Дизайнеры: ПАВЕЛ И СВЕТАНА АЛЕКСЕЕВЫ
Визуализация: АЛЕКСЕЙ СТАРОВЕРОВ

Особенность проекта: не прибегая к перепланировке, а лишь гармонично распределяя имеющийся на двух уровнях метраж, дизайнеры организуют для семьи с двумя маленькими детьми все требуемые зоны и помещения. Стиль оформления — лофт

Здравствуйте! Мы с женой и двумя маленькими сыновьями приобрели двухуровневую квартиру (общая высота потолков 5,9 м), расположенную на последнем этаже одного из домов ЖК «Пятиэтажные кварталы». Жилище имеет условно свободную планировку — границы прихожей, а также ванной комнаты и туалета, привязаны к санитарно-техническому стояку и вентиляционной шахте, просто намечены рядом пеноблоков. Всё остальное — это полностью открытое пространство, где нужно разместить кухню, гостиную и две комнаты: нашу спальню и детскую. Понимаем, что из-за малой площади жилые помещения едва ли получатся просторными, тем не менее помимо мест для сна в них нужно предусмотреть достаточно мест для хранения вещей. И будет хорошо, если специалисты сумеют найти место для детской игровой зоны.

ПЛАНИРОВОЧНОЕ РЕШЕНИЕ

ЭКСПЛИКАЦИЯ ПЕРВОГО ЭТАЖА

1. Прихожая	4,4 м²
2. Ванная комната	3 м²
3. Туалет	1,3 м²
4. Зона кухни	9,7 м²
5. Зона гостиной	14,2 м²
6. Балкон	3,5 м²

ЭКСПЛИКАЦИЯ ВТОРОГО ЭТАЖА

1. Спальня родителей	10,5 м²
2. Детская комната	8,8 м²
3. Внутренний балкон	1,5 м²

ТЕХНИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ
Общая площадь: 57 м²
Высота потолков: 2,8–5,8 м



Нравится [ustyantseva.design](#) и ещё 531

pavelalekseevdesign Совсем упустил из виду, в октябре вышел журнал с нашим проектом) спасибо [@olesya_shlyakhtina](#) за публикацию) кстати подписывайтесь, прекрасный дизайнер и по совместительству редактор журнала))

12.



Путешествия. Творцы это любят, для вас это важно — путешествовать, чтобы видеть новые фактуры, цвета, другие горизонты, другие закаты и рассветы. Расскажите об этом. Покажите места, которые вас привлекают. И объясните почему. Вы ведь не из-за еды и отличной температуры моря туда поехали? Тогда делитесь фотографиями фактур и красот! Рассказывайте о том, что зацепило и почему. Может быть, вашего заказчика цепляет то же самое. Иллюстрировать желательно тем, о чем идет речь. Если нет своих фото — «Пинтерест» вам в помощь.

13.

Планировки, раскадровки, лекала. Все то, что обычно остается за кадром, но без чего ничего не возникает. В идеале — рассказать о них на видео. Подробно, о каждом варианте. Чем он хорош или плох, как вы хотели его реализовать, но технологически не получилось, как в итоге стало. Рассказываем на видео и показываем. Вполне может получиться ролик для igtv. И не беспокойтесь, что где-то в рассказе вы сбились, потому что живой разговор в видеоформате всегда интереснее постановочного.



Крупные детали. Пуговицы, ткани, паркетины, обои, фактурные фоны для съемок... Все, что цепляет глаз и становится важным дополнением к создаваемому вами произведению. Если вам есть что рассказать об этом, рассказывайте. Если нет — попробуйте удивить читателя цифрами. К примеру: «таких кистей на штору нужно 250 штук», «у меня фактурных фонов в студии 10, и это мало кто может себе позволить», «только эти нитки удовлетворяют моим требованиям к красоте и качеству».

14.



15.

Покажите ваши эскизы, визуализации, контрольки.

Расскажите подробно о том, как проходит работа, какие есть этапы в реализации проекта, сколько всего по времени длится ваша работа. Вы поможете заказчику расстаться с иллюзиями и одновременно подчеркнете свой профессионализм и подтвердите высокую стоимость своих работ.



16.

Процесс работы над конкретным проектом или изделием. От эскизов до выбора материалов и непосредственно процесса создания объекта/работы/изделия. Помните о том, что даже процесс выбора материалов и процесс монтажа/стройки/шитья/проявки для ленты должен быть снят максимально «картинно» и постановочно.

То есть мы снимаем не реальную ситуацию, а так, будто нужно было сделать фотографию для обложки альбома о процессе производства. Пусть это будут красивые детали, с руками в кадре, с выверенной композицией. Вспомните картину, где Ленин несет бревно вместе с рабочими на субботнике, и вам сразу станет понятно, как именно подавать все рабочие процессы в ленте. А реальные рабочие процессы вы будете показывать в сторис. **Важно:** как только вы начинаете делать публикации о старте работ над новым проектом, вам нужно придумать для этого проекта уникальный хештег и потом все последующие посты об этом проекте, включая рабочие процессы и фотографии готовой работы, сопровождать этим хештегом. **Пример:** #дача_двухэтажная_радость



17.

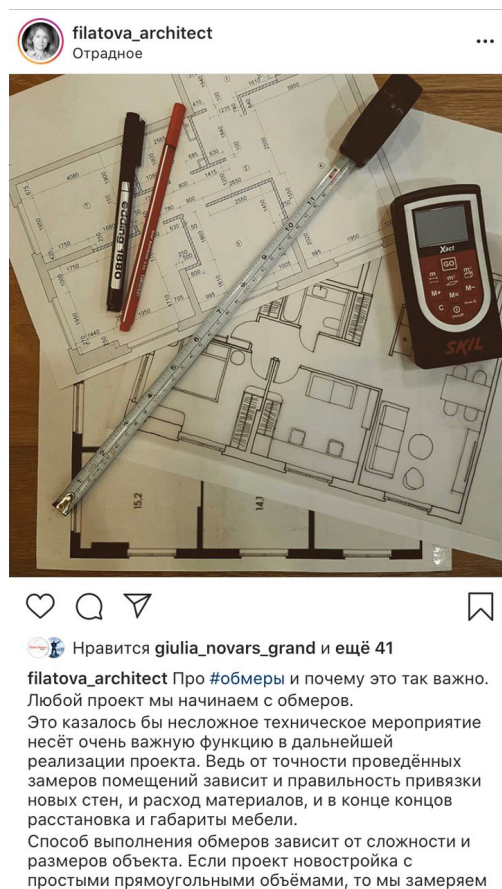
Готовая работа. Выбираем лучшие ракурсы и лучшие фото. Рассказываем так много, как может вместить инстаграм. Пожалуйста, не забудьте поставить уникальный хештег этой работы и напомнить читателям, что по этому хештегу они смогут посмотреть ВСЕ посты о процессе создания этой работы.



18.

Подробно расскажите, как выстроен процесс вашей работы. Для вас это привычно, а для тех, кто ищет специалиста, — нет. Расскажите, как обычно начинаете работу над проектом, как и о чем беседуете с заказчиком, как даете задания узкопрофильным специалистам для выполнения определенных этапов работ, как проводите планерки, как следите за качеством.

И не пытайтесь запихнуть все сведения в один пост. Лучше расскажите о каждом этапе отдельно. Будет отлично, если вы припомните, когда и почему стали придерживаться определенного регламента.



19.

Расскажите о вашем хобби.

О том, что помогает снимать стресс и поддерживать себя в ресурсном состоянии. Случайностей не бывает. Ваш заказчик или его близкие могут оказаться поклонниками того же самого хобби. И это даст им возможность почувствовать родственность душ. Это важно. Ведь ваши услуги недешевы, и нужен довольно большой процент доверия, чтобы начать расставаться с деньгами, еще не увидев даже промежуточный результат. Формируйте это доверие.



20.

Всем будет очень интересно узнать, как вы боретесь с возражением «это дорого». Расскажите о своих приемах или хотя бы о случаях из практики. Поделитесь вашей точкой зрения по поводу стоимости предметов интерьера. Иллюстрировать лучше всего фотографией дорогой и действительно стоящей вещи.

21.

История становления личных ценностей — это то, что тоже будет работать на формирование доверия к вам. Чтобы понять, о чем стоит говорить, а о чем нет, представьте, что вас попросили выступить перед вашими родственниками. Такая мысленная проверка проста и эффективна. Иллюстрировать нужно своим портретом.

22.

У вас есть идеология вашего творчества? Это прекрасная тема для рассказа. И прекрасный повод дать вашим поклонникам наконец понять, почему они так любят то, что вы создаете. Потому что. Потому что они чувствуют вашу идеологию и считывают ее. Но теперь, после прочтения, они будут любить вас еще больше. И, уверяю, станут о вас рассказывать своим знакомым. Почему? Потому что своим рассказом вы поднимете их самооценку, они уверятся в том, что правильно все считали. И не преминут поделиться открытием со своими друзьями. Иллюстрировать нужно фотографиями/эскизами ваших знаковых работ.



23

Профессиональные выставки. О них обязательно нужно писать. Потому что это будет показывать ваш постоянный профессиональный рост. Но нужно именно рассказывать, а не публиковать фото из серии «я на выставке, посмотрите, как красиво». Если уж пришли, то составьте свой топ-10 того, что нужно увидеть. Новинки или бестселлеры, известные или неизвестные бренды будут в вашей подборке — решать вам. Главное, чтобы вы рассказали о них самое важное и опубликовали красивые фотографии. Иногда на выставках бывает так много людей, что невозможно сделать красивое фото. В таких случаях я либо прихожу в другой день к открытию, либо ищу фотографии этих моделей на официальных страницах компании.





«Что полезного я сделал за последние три недели» — тема поста говорит сама за себя. И не думайте, что это глупость. Это «умность». Когда по-честному перечислите все, что вы сделали по работе за 2/3/4 недели, сами себя зауважаете. Иллюстрировать нужно хотя бы одним кадром из сделанного, а лучше дать галерею и в тексте указать, на каком фото что отражено.

24.

25.

Пять профессионалов вашей сферы, которыми вы восхищаетесь. Расскажите о каждом самое важное и обязательно напишите, почему вам нравится творчество этого человека. Вы можете брать как ваших современников и соотечественников, так и западных звезд любого исторического периода. Иллюстрировать их произведениями. При наличии у них аккаунтов в «Инстаграме» укажите их.



26.

Любимый цвет. Это очень простой вопрос. А вот ответ на него может быть и должен быть непростым. Потому что цвет — это эмоция. За которой стоит настроение, ощущение, воспоминание, образ... Глубоко личное лучше оставить при себе, но какой-то частью вам следует поделиться. Иллюстрировать можно как просто цветной плашкой, так и проектами и объектами в описываемом цвете.



27.



Любимый бренд тканей, кухонь, мебели, техники, оборудования и т. д. Тема бесконечная, и, уверена, вас она зацепит. Только начните говорить честно, без попыток написания исторической статьи. Заглянуть в Интернет и почитать историю бренда — это похвально, однако здесь важно отразить не только факты, но и ваше к ним отношение. Один пост — один бренд. Фотографий может быть несколько, и постов об одном бренде — тоже.

28.



Фактура или материал, которые вы любите использовать.
Рассказать, почему вы это любите и как впервые вы поняли, что вам нравится именно этот материал или эта фактура.
Проиллюстрировать красивыми, крупно снятыми кадрами.

29

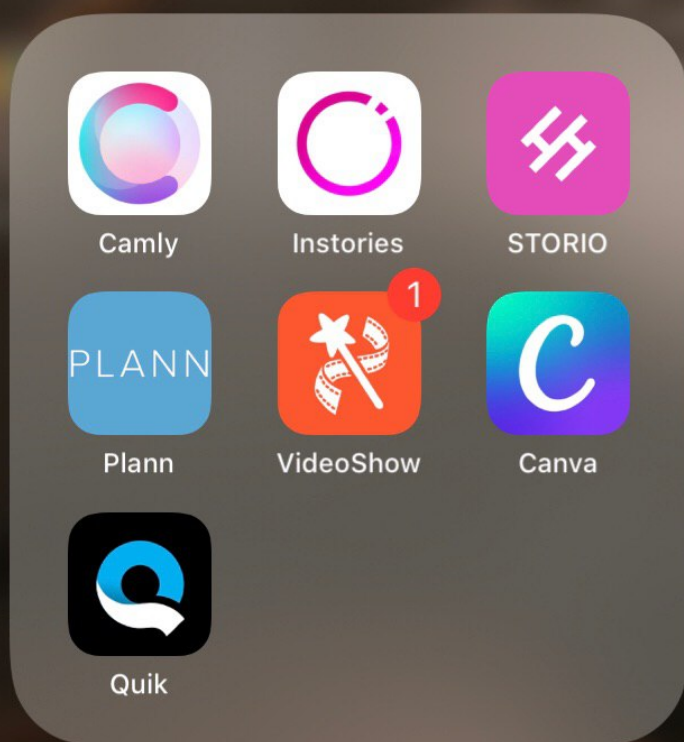
Декор, который вам нравится. Для кого-то это будет капитель, для кого-то акант. А для кого-то декором будет бетонная столешница.

30.

Сделайте обзор ваших рабочих инструментов. Покажите ваши рулетки, камеры, компьютеры и т. д. Если они дорогие и крутые — отлично, пусть клиенты знают, что вы вкладываетесь в оборудование. Если не новые — расскажите, почему вы к ним привязаны. И это тоже можно повернуть в вашу пользу. **Задача поста** — дать понять, насколько вы цените свою работу и как трепетно относитесь к рабочим инструментам. Иллюстрировать лучше всего фотографией ваших инструментов в стиле флэтлэй — плоского натюрморта, снятого сверху. Можно дать ваш портрет, где вы держите один из своих инструментов.



Фото и видео



31.

Обзор профессиональных программ на ваших гаджетах. Они ведь у вас есть? Как минимум для обработки фотографий и монтажа видео. И если вам кажется, что у всех всё одинаковое, вы заблуждаетесь! Набор у всех разный, поверьте мне. Вы удивитесь, когда увидите, сколько людей сохранили этот пост. Иллюстрировать лучше всего фотографией, где вы держите мобильный телефон.

32.

Расскажите о вашей команде. Даже если вы работаете в одиночку, у вас наверняка есть стилисты/костюмеры/декораторы/модели/строители и т. д., с которыми вы привыкли делать проекты. Расскажите о них. С душой. Так, как если бы поздравляли их с юбилеем. Расскажите так, чтобы слезы наворачивались. О том, как вы познакомились и почему стали работать вместе. О том, как вместе решали сложные задачи и как праздновали успехи. А если у вас есть целая команда — посвятите ей несколько постов. И растяните это во времени. Пусть это займет несколько месяцев. Иллюстрировать лучше всего фотографией, где есть вы и ваш партнер или команда вместе.





Расскажите о ваших профессиональных навыках. Если вам кажется, что в вашей профессии все умеют всё делать одинаково, я вас удивлю! Не все и не всё. К примеру, журналисты не все умеют красиво фотографировать, обрабатывать фото и монтировать видео. А уж тем более — заниматься смм и разбираться в настройках таргетинга. А дизайнеры далеко не все умеют самостоятельно визуализировать, и не все умеют рисовать скетчи от руки. Что важно при написании поста на эту тему? Не упоминать то, что вы не умеете делать. Ваш портрет, иллюстрирующий ваши навыки, — лучшее визуальное решение для поста.

33.



Ваш фетиш: духи, витамины, часы, сумки и т. д. Почему об этом нужно писать? Ну, во-первых, это просто интересно. А во-вторых, это дает возможность вашим потенциальным заказчикам узнать о вас немного больше. И, может быть, даже понять, что вы похожи на них. Такой вывод может сподвигнуть к заключению контракта :-)

34.

35.

Сделайте обзор трендов, которые вы видите. То есть не возьмите журнал и не перепишите статью оттуда, а именно расскажите о том, что, по вашему мнению, является нынче трендом. Конечно, можно и статьи почитать, и кое-какие вещи из них почерпнуть. Но главное — ваше личное профессиональное мнение. Иллюстрируем фотографиями трендов.



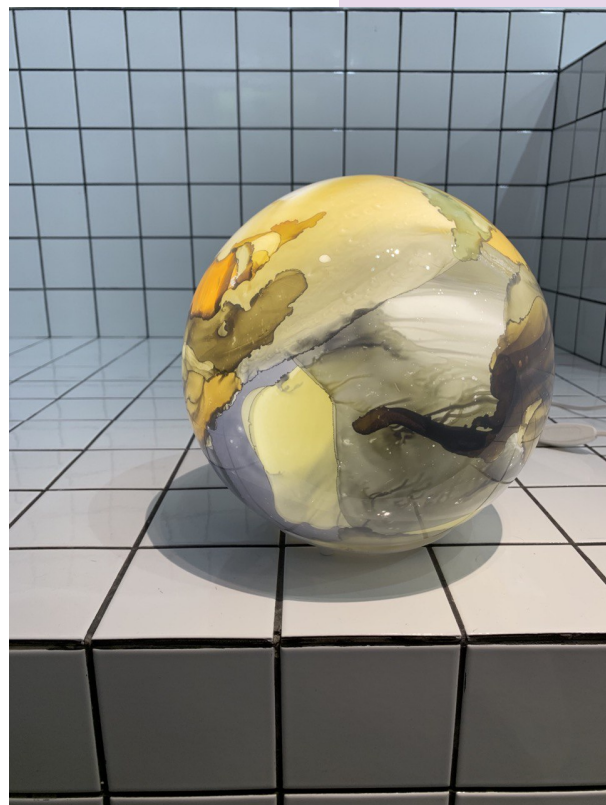
36.

Вашим читателям интересно будет прочесть пост с комментариями к заявленным цветам года от Pantone и иже с ним. Конечно, если вы это сделаете в тот же день, как о цвете/тренде будет объявлено. Иллюстрируем фотографиями цвета/тренда. В галерею ставим свое видение применения тренда/цвета. И об этом же говорим в посте.



37.

Цифры и аналитика. Этот пост рассчитан на пытливого ум. О чем писать? «В 2020-м в пять раз вырос спрос на элитную недвижимость. А это значит, что дизайнеры в ближайшие пару лет без работы не останутся». И дальше — ваши комментарии, прогнозы и идеи. Писать можно обо всех цифрах, которые могут быть интересны вашей целевой аудитории. Каков процент людей, покупающих белые кухни? Сколько людей перешли на покупки мебели в онлайн? Иллюстрировать предметом, о котором идет речь, или вашим портретом. Никаких диаграмм.



38.

Смешные случаи из вашей практики. Мы это очень любим читать. И комментировать. Иллюстрацией лучше всего выбрать портрет, где вы смеетесь. В компании или в одиночестве.



39.

Расскажите о самом большом проекте, который вы делали. Это добавит вам очков в глазах ваших поклонников. Только не в двух словах, а подробно. К примеру, самый большой мой проект — кураторство деловой программы международной выставки «Город:Детали». 78 спикеров за три дня. От урбанистов до чиновников, от энтузиастов до топ-менеджеров огромных сетей. За неделю до открытия выставки и форума все отменили по причине начала карантина. Интересно, кто бы там мог выступить и о чем этот форум? Рассказывайте в деталях. По возможности иллюстрируйте фотографиями/эскизами проекта, если же это невозможно — давайте ваш портрет или фото детали, такой же, какая была использована на объекте.



40.



Самый необычный заказ, который вы получили. К примеру, сделать интерьер вертолета, провести фотосъемку с частного самолета, сфотографировать свадьбу дайверов под водой, сшить кожаные шторы, придумать 50 одинаковых костюмов для подружки невесты... Для меня, к примеру, самым необычным заказом в смм был заказ на ведение инстаграма компании, продающей силиконовые рыболовные приманки. Пришлось нырять в форумы рыболовов и погружаться в глубины особенностей русской рыбалки. Про иллюстрации, думаю, вы уже сами догадались.

41.

Самая удивительная история коммуникации с заказчиком.

Наверняка она у вас есть. Во всяком случае, я регулярно узнаю от знакомых дизайнеров, архитекторов, модельеров, фотографов и других творческих людей фантастические истории коммуникации. Моя самая удивительная история коммуникации: заказчик дотошно, в течение нескольких часов расспрашивал, как будет проходить работа над смм, неделю ходил в раздумьях, потом заплатил деньги вперед и... на два месяца пропал. Потому что на него посыпались заказы сразу, как он перевел деньги. Иллюстрируем своим портретом или портретом прекраснейшего из заказчиков. Или фотографией того, что имеет отношение к этой истории. Поверьте мне, когда вы начнете рассказывать личные истории, вам станет проще вести инстаграм. Потому что ваши знакомые и незнакомые начнут писать вам в директ и комментировать посты, и вы сами поймете, что вас читают, за вами следят, ваша точка зрения интересна и ваш инстаграм нужен!



42.

Самая фантастическая профессиональная поездка в другой город или другую страну.

Уверена, что у вас таких поездок было очень много. И большая часть из них — самые-самые. Начните рассказывать о том, как это было необычно, классно, познавательно... Расскажите о музеях и дискотеках, поездках в метро и смешных пари, об «ожиданиях и реальности». Моя самая фантастическая командировка — это поездка в Швецию для знакомства с производством саун. Журналистов решили погрузить в атмосферу саун. Погружение начиналось в 7 утра заходом в деревенскую сауну на берегу реки с дальнейшим реальным погружением в прорубь. С иллюстрациями понятно?



43.

Ответы на популярные вопросы заказчиков. Согласитесь, что процентов на 60 это бывают одни и те же вопросы. Логично ведь сделать из ответов рубрику? Иллюстрируем либо фотографией предмета, о котором идет речь, либо своим портретом.

Сейчас я назову рубрику, успех которой обеспечен. «До и после». Будь вы косметолог, визажист, дизайнер интерьера, архитектор или скульптор. Вы можете постараться показать вашу работу если не в стадиях «ноль» и «100», то хотя бы в стадиях «20» и «90». И кратко рассказать о проделанной вами работе

44.





45.

Рассказ о посещенном профессиональном мероприятии. Вы все это публикуете. Но не всех читать интересно. Потому что обычно под фотографиями с тусовкой слов совсем мало. А они должны были бы быть. Потому что вас собрали по определенному поводу. Будь то презентация Карима Рашида, которого вы обожаете (иначе зачем пришли), представление новой коллекции или нового бренда (видимо, тоже хорошего, иначе вас бы там не было) и т. д. Вот и расскажите о том, почему пошли туда и оправдались ли ваши ожидания.

Иллюстрировать своим портретом на тусовке лишь в том случае, если он реально очень хорошо получился. Групповые портреты, если они неидеальны, лучше поставить в галерею. Можете поставить на обложку фото Филиппа Киркорова или Максима Галкина, если они там были. Ну или Карима Рашида и новой коллекции, если Галкин и Киркоров не явились.

Удивитесь, но отметить коллег на фото и даже в посте считается хорошим тоном. Прекрасно, если вы это уже делаете и подаете пример другим.

46.

Распишите образ вашего идеального клиента. У меня такой идеальный клиент был, два раза. Я точно знаю, как описать его требования и ожидания. Если вы думаете, что такой пост не нужен, — вы заблуждаетесь. Может быть, ваш потенциальный клиент мечтает хоть раз в жизни побыть в роли «идеального», но не знает как. **Подскажите ему.** Иллюстрировать — чем угодно красивым, что упоминается в посте. Портреты клиента и ваш тоже подойдут.





47.

Как вы стали тем, кем стали? Я не знаю простых историй становления творцов. И каждая из них уникальна и интересна. И, как правило, сильно отличается от того, что представляется. Я, к примеру, в детстве мечтала быть учительницей. Писала «программы обучения», придумывала, как буду класс водить в походы и музеи. А выучилась на журналиста, маркетолога и дизайнера интерьеров, но в итоге все равно стала «училкой»: читаю лекции для дизайнеров, пишу вот такие учебные пособия для взрослых и вожу архитектурные туры по заграничным музеям.

Ваше ноу-хау. Тут не надо раскрывать все карты и объяснять все принципы, надо просто сказать, в чем оно заключается. Может быть, вы умеете собирать интерьер из современных и антикварных предметов так, чтобы невозможно было определить дату его создания. Может быть, вы создаете одежду, которая стройнит, так как внимательно изучаете фигуру заказчика и делаете каждый раз индивидуальные лекала. Снова ваш портрет. Или фотография сделанного вами объекта или предмета.

48.



49.

Под какую музыку вы любите работать? Вопрос из разряда «для широкой аудитории», но это тот маячок, сигнал которого может увидеть ваш потенциальный клиент. В качестве иллюстрации можете записать видео, где вы работаете под музыку. Напишите, почему вы любите эту музыку, что вы знаете о композиторе или исполнителе. Поделитесь составом вашего рабочего плей-листа. Уверяю, тут вы приобретете поклонников.



50.

Пост для любого сезона и настроения. Просто расскажите об одном или нескольких аккаунтах, на которые вы подписаны по роду вашей деятельности или смежной сфере. По-честному. В идеале — перепостите у себя что-то из этого или этих аккаунтов. Не забудьте сделать отметку аккаунта на фото. Когда вы делитесь информацией, это вызывает уважение. Потому что делятся только те, кто чем-то обладает и у кого знаний и опыта уже столько, что делиться не жалко.



И еще 5 тем специально для моих любимых архитекторов и дизайнеров:

51.

Снимите на видео варианты планировок: покажите обмерочный план, расскажите о пожеланиях заказчика, и потом покажите 2-3 варианта планировки, где в одном из вариантов учтены ВСЕ пожелания заказчика, а в других — показано ваше видение КАК было бы лучше.



youplus_design · Вы подписаны
Ekaterinburg, Russia | Екатеринбург, Россия

...



Нравится [nikitazub.interiors](#), [dq8.ru](#) и ещё 161

youplus_design Честно сказать, увидев планировку, мы сначала растерялись: длинные вытянутые комнаты 3x7 м 😊 при стандартных размерах окон... ещё



ingaazh
Triumph Palace

...



Нравится hanak_design и ещё 39

ingaazh Если все сложится, то будет красиво)))
#буднидизайнераинтерьера #рисуйкаждыйдень
#рисуюнкарандашом #ваннаякомната... ещё

24 июня 2019 г.

52.

Если у вас нет возможности сделать съемку интерьера, над которым вы работаете, покажите эскизы, визуализации и скетчи. Не на фото, так как в данном случае это будет не информативно. Запишите видео, где вы подробно расскажете о своей работе, объясните что и как вы планируете сделать или уже сделали.



53.

Если у вас нет возможности показать даже визуализации и эскизы, разложите каталоги и образцы, и запишите на видео рассказ о том, что и как вы подбираете или подбирали в этот интерьер. Почему выбрали то или другое, как много каталогов пересмотрели, как много магазинов посетили.



54.

Любимая тема - посещение магазинов для комплектации объекта. Делайте это на видео. Показывайте огромный ассортимент и объясняйте, что в магазине столько-то тысяч тканей, обоев, образцов плитки... А вам нужно выбрать всего один. Пусть ваши потенциальные клиенты видят, с каким огромным объемом всего вы работаете, сколько знаний нужно, сколько терпения и стиля. Если вы уж совсем против видео в магазине — выкладывайте образцы в горизонтальный натюрморт и снимайте для флэтлэй.

55.

Показывайте производства, которые вы посетили. Только не застолья и случайные кадры групповых портретов. Показывайте те процессы производства, которые вас удивили. К примеру, вы никогда не думали, что дорогие матрасы реально прошивают вручную, причем два человека, с разных сторон от матраса. Показывайте детали, которые характеризуют качество производимого продукта. И рассказывайте об этом. По опыту говорю, что на производстве сложно сделать хорошее фото с красивой композицией. А вот видео — вполне!



**Желаю успеха на ниве возделывания
своего контента и вкусного урожая!**

Ваша Оксана Кашенко, @kashenko_oksana_blog

