

ГРАНИ



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Грань №4 Я – Маркетолог

Урок № 13
Instagram и продажи.



bk_grani



club-graniru



Instagram

Instagram для визуалов, про него мы говорили достаточно ещё в Грани №2 «Я – эксперт». Он для визуалов, которые хотят и смотреть контент, и иногда читать контент. В отличие от TikTok, который предназначен просто для визуалов, и является самой высокоэмоциональной мимичной соцсетью.

Специально для вас был записан тренинг по созданию «Продающего инстаграма для дизайнеров». Автор тренинга Евгений Тюрин и Олеся Худякова – самый медийный дизайнер города Астрахани, у которой все продажи выстроены на личном бренде и активности в инстаграм. Там авторы делятся всеми действующими наработками, как привлечь внимание потенциального клиента и как создавать в потенциальными клиентами «иллюзию дружбы». Купить курс и подробно ознакомиться с программой можно здесь:

<https://cenno-st1.ru/inst>

Инструкция по созданию рилсов в instagram от Екатерины Печаткиной.

Екатерина Печаткина – это член Союза Дизайнеров и Архитекторов, который на момент создания этой инструкции с помощью рилсов получила 150 000 подписчиков.

https://instagram.com/ekaterina_pechatkina

Базовые правила, без которых никак:

1. Частота публикаций

Публиковать так часто, насколько вы это можете.

В идеале - каждый день (пока нет аудитории, нужно делать, как советуют)

Частота публикаций — это как лотерейные билетки, чем больше их есть, тем больше вероятность выигрыша. Не всегда понятно, что может «залететь» и когда.





БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

2. Экспертные ролики

Снимать надо экспертные ролики. Заходя на страницу, люди понимают про что вы и подписываются.

3. Вы в кадре

Лучше «залетают» Reels, когда вы в кадре. Потому что люди, покупают у людей.

4. Просмотры не важны

Важны подписки. Мы продаем не через Reels, в моменте люди не покупают. Важно чтобы люди следили за вами и как следствие, покупали.

5. Краткость

Сестра таланта. Чем короче - тем лучше.

6. Упаковка профиля

Клиентов ведем через аккаунт. Reels инструмент первого касания. Первый этап продаж. ДОЛЖНО БЫТЬ ПОНЯТНО ПРО ЧТО ВЫ. Профиль должен быть упакован грамотно и понятно.

Частые ошибки, которые встречаются у всех:

1. Нетерпеливость

Резво начал и сдулся

!Терпение, системность и дисциплина.!

Люди часто начинают постить по несколько Reels в день по 3-4, но можно быстро выгореть.

2. Разные темы

Обо всем и ни о чем. Инстаграм не знает кому вас рекомендовать.

Если выкладывать ролики на разные темы, то инстаграм путается и не знает в какую нишу вас рекомендовать.

3. Что угодно, но не ты

Не показывать себя в кадре. Помните, что люди покупают у людей.

4. Измерять просмотрами

Постинг смеху*чков (как правило, с этих шуток никто не подписывается)



b k_g r a n i



c l u b - g r a n i r u



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

5. Слишком долго

Делают целые художественные повествования на «3 часа». У нас сейчас клиповое мышление у людей, у Вас есть 1,5 - 3 секунды, чтобы завлечь человека к себе, заинтересовать и в следствии подписаться на ваш аккаунт.

6. Нет шапки профиля (НЕПОНЯТНО ПРО ЧТО АККАУНТ)

7. Реагировать на хейт

Хейтеры не приблизят вас к мечте. Хейтеров можно удалять, но не зацикливаться.

Программа действий:

1. Ваша ЦА

Определить вашу целевую аудиторию, что вы снимаете? Для кого снимаете? Что хотите достичь?

2. Выписать 7 тем

Актуальных (стереотипы/ мифы и др.) Пример: в ванной обязательно должна быть только плитка(миф)

3. Сделать сценарий

А: Заголовок (Обязательно цепляющий)

Используйте слова "Как" и "Почему" для начала заголовка.

Создается интрига. (Вы конкурируете с собачками, кошечками и смеху*ечками, нужно привлечь внимание человека к себе)

Б: Контент

Несколько фраз, раскрывающих тему

В: Призыв

Подпишись, если (если призыв есть, то количество подписок увеличивается в разы)

4. Терпение и дисциплина

Не требуйте от себя быстрых результатов, продолжайте в любом случае.



b k _ g r a n i



c l u b - g r a n i r u



БИЗНЕС-КЛУБ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

Как в instagram повысить охваты.

Лучшая статья, которую мне доводилось читать на эту тему была у Александры Митрошиной. Исходник статьи: <http://mitroshina.site/mitroshina.org>

Ниже приведены полезные выдержки из этой статьи без воды.

Глобальные факторы, повышающие охваты

Это больше про подход к ведению блога

Контекст в блоге — сериальность

Старайтесь всегда напоминать людям предысторию событий и погружать их в детали. Что привело вас к этой точке? Откуда вы пришли и куда идёте? Почему поступаете так, а не иначе? В чем логика ваших действий?

Сериал неинтересно смотреть с середины — постарайтесь делать так, чтобы людям было понятно, что тут вообще происходит.

Чем понятнее сториз – тем больше людей их смотрит. Периодически напоминайте подписчикам общие обстоятельства вашей жизни: откуда и куда вы идёте, какой период вы проходите сейчас, какие цели, над чем работаете. Особенно если есть приток новых людей.

Эмоциональность, открытость в блоге. Честность в моменте о чувствах, провалах, загонах, проявлениях неидеальности

Если все плохо — надо выходить с тем, что все плохо. Если думаете о чем-то — не надо делать сториз о том, что «надо» или по «контент-плану». Выходите по импульсу — о том, что вам самим прямо сейчас интересно вести блог.

Аутентичная проявленность — будь то скромность или наоборот громкость, агрессивность или мягкость, ироничность или душность. А также свой стиль ведения блога, в котором комфортно.

Не пытайтесь быть как кто-то или мерить себя по чьим-то меркам. Каждый блогер ищет стиль ведения блога, подходящий именно ему, и если кому-то в кайф большое количество сториз / освещение всего и вся / юмор / длинные смысловые прогревы / сторителлинги / говорящая голова — это не значит, что это нужно и вам.

Контакт с аудиторией: открытый диалог, взаимодействие, человеческие отношения.

Тут как с людьми: разговаривайте, слушайте, слышите, относитесь по-человечески, выстраивайте комфортные границы.

И еще один нюанс: **охваты будут повышаться, если у вас происходит какой-то интересный жизненный период, инфоповод, событие.** У меня были высокие охваты на расставании с парнем и переезде в Сити, когда взяла котят, когда начала встречаться с Марком, когда переехала в Дубай.

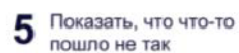
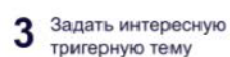
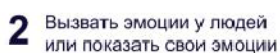


b k_g r a n i



c l u b - g r a n i r u

ЛОКАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ И ПРИЕМЫ, ПОВЫШАЮЩИЕ ОХВАТЫ



Отдельно давайте поговорим о таком факторе, как первая сториз — она очень влияет на охваты

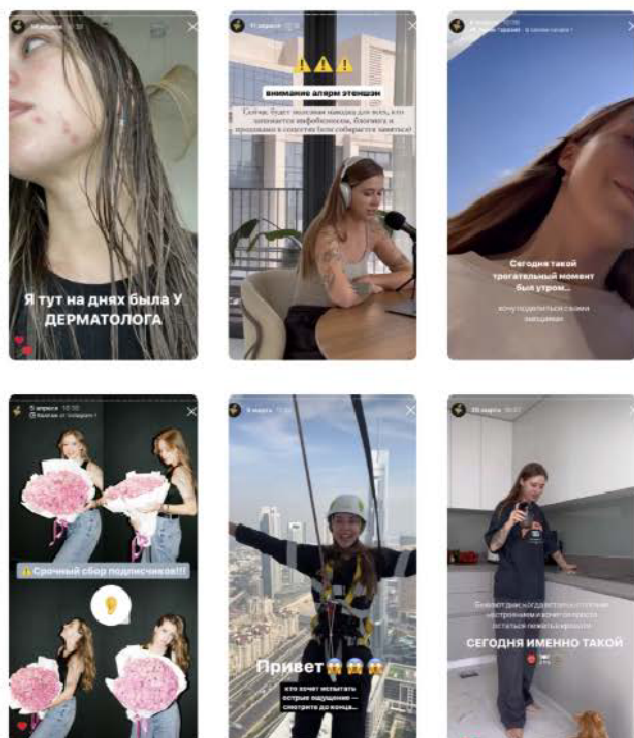
Почему так происходит? Мы видим сториз блогера по порядку. И если нам первая сториз не кажется интересной, мы не будем смотреть дальше. И наоборот — **зацепив людей первым кадром, мы повысим охваты**, ведь Инстаграм очень чутко отслеживает взаимодействие аудитории с контентом.

И сториз, которую все внимательно смотрят и взаимодействуют с ней, Инстаграм продвинет вперёд.

Факторы хорошей первой сториз:

- Вы в кадре, желательно в полный рост
- Красивая, эстетичная картинка — хорошо если захвачена локация
- Цепляющая подпись
- Эмоции
- Происходит какое-то действие, возможно что-то неожиданное или смешное
- Монтаж, смена кадров, насыщенность видеоряда, незатянутость — и все начинается с первых секунд, не надо ждать

Примеры хороших первых сториз



Примеры цепляющих подписей для первой сториз (можете использовать любую):

- Сегодня проснулась с таким осознанием...
- Я никогда не рассказывала об этом в блоге, но сегодня хочу поделиться
- Сегодня я первый раз в жизни <делаю что-то>
- Сегодня мой последний день <на этом месте работы, в этой локации, в этом статусе>
- Сейчас будет откровение, присаживайтесь поудобнее
- Сегодня я исполнила свою мечту
- Мне очень страшно этим делиться...
- Никогда больше не буду делать так!
- Ни за что не угадаете, что со мной произошло
- Такого я не ожидала...
- Всем привет, сегодня мы с вами <потратим 500.000 рублей, полетим в Африку, отправимся на экскурсию в мой офис> (краткое описание, о чем будет сегодняшний контент)
- Честно говоря, мне сегодня совсем не хочется выходить в сториз, потому что...
- Сегодня в сториз будем разбирать, <почему ваш блог не растет> (напишите боль / запрос вашей ЦА)
- Объявляю день откровенности. Сегодня вы можете задать мне любой вопрос на любую тему <добавьте форму вопросов>
- Наконец-то этот день наступил! (И дальше рассказываете, почему вы его ждали)



Итого, основные задачи первой сториз:

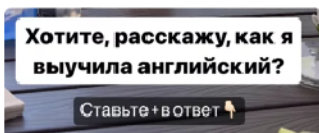
- зацепить и удержать внимание
- Обозначить тему
- Заинтриговать человека посмотреть дальше

– ДЕРЖИТЕ ЭТО В ГОЛОВЕ, КОГДА СОЗДАЕТЕ СЦЕНАРИЙ.

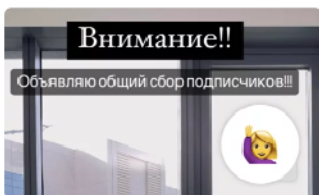
И есть еще механический фактор, влияющий на охваты — количество взаимодействие со сториз.

Как его повысить? Я обычно настраиваю все способы работы с охватами: выбираю конкретную тему выхода (а не просто «привет, подписчики»), снимаю яркую первую сториз, пишу цепляющую подпись — и добавляю какой-то интерактив.

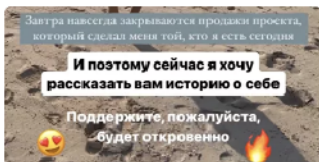
Примеры:



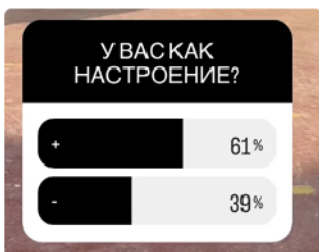
Попросить поставить +, если тема актуальна



Стикер для поддержки, выражения интереса и т.д.



Попросить поставить реакцию



Добавить опрос

Разновидность механического повышения охвата — когда люди листают сториз туда-сюда (например, ищут отличия или рассматривают до/после).

Также всегда повышает охват сделать перерыв от сториз. Если вы выкладываете первую сториз (а до этого сториз не было), то кружочек всегда пушится вперед.

Используйте это! Сделайте цепляющую первую сториз и постарайтесь захватить побольше подписчиков.

ЧТО РОНЯЕТ ОХВАТЫ?

Технические факторы, снижающие охваты

- блокировка Инстаграма
- блокировка бесплатных ВПН
- обновления Инстаграм
- Сезонность и праздники

На эти факторы мы повлиять не можем.



Глобальные факторы, снижающие охваты

Постепенное отпадание подписчиков. Любая аудитория постепенно отваливается или перестает смотреть, поэтому важно регулярно продвигать свой блог, чтобы в том числе снова цеплять тех, кто перестал смотреть. А так охваты с каждым годом понемногу падают, это нормально.

Плохое состояние блогера. И когда снимаешь сториз через силу. Это всегда чувствуется, качество контента падает, смотреть не хочется. Если вы устали и съемка сториз категорически не идет, в 99% случаев выход — просто прекратить их снимать и отдохнуть.

Когда непонятен контекст, ничего не объясняется. Чем понятнее сториз, тем больше людей их смотрят. И наоборот.

Нет контакта с аудиторией. Вы не разговариваете с подписчиками, не обращаете на них внимания, нет общих шуток, нет неформального общения.

Нет честности, блог пластиковый. Маска, неискренность, когда показано только хорошее.



b k_g r a n i

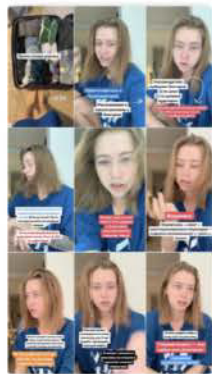


c l u b - g r a n i r u

ЛОКАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ, СНИЖАЮЩИЕ ОХВАТЫ

*каждый из этих факторов может снижать охваты, но на самом деле **универсальных правил тут нет** – вы могли заметить, что есть блогеры, которые «нарушают» все, что я тут говорю, но у них дикая лояльность и охваты. Потому что главное все-таки это контакт с аудиторией, честность в ведении блога, состояние и энергия блогера и его собственный интерес к блогу. А также комфорт. Поэтому если вы не хотите снимать говорящую голову – не снимайте, если не хотите заморачиваться над картинкой – не заморачивайтесь, не хотите делать сторителлинг и длинные прогревы – не делайте.

А теперь давайте перейдем к факторам.



1 Однообразие и монотонность

Как по форматам (когда сториз одинаковые по виду), так и по контенту в целом.

Если вы каждый день говорите одно и то же, делаете одно и то же, надолго застряли в одной теме – людям надоедает.

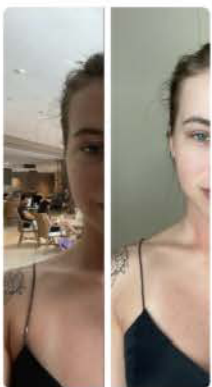
ЗВАНIE
ДУШНИЛА
ГОДА

2 Тяжелый контент, «умный», занудная экспертность.

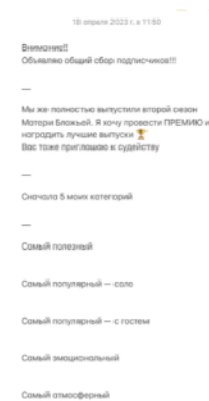
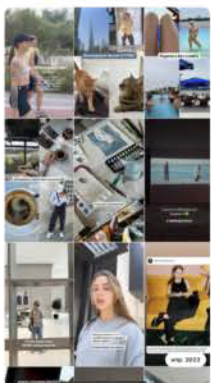
Любую мысль можно сказать просто и показать наглядно. Людям сложно напрягать мозг при просмотре сториз, не грузите их слишком часто, либо старайтесь подавать в более простом формате.

3 Плохо снятый и оформленный контент:

- темно
- неопрятно
- визуальный шум



Я всегда слежу за чистотой и эстетикой картинки!



4 Бессвязность сториз, мешанина

Я вообще обычно выхожу с одной конкретной мыслью / событием, а не просто «что вижу, то пою».

Я не снимаю сториз в течение дня по одной, а собираю материал, пишу в заметках текст для сториз, оформляю все в черновиках и выкладываю сториз блоком.

Обилие
репостов
и отметок

6 Продажи, прогревы

Это не значит, что не надо продавать или прогревать.

Просто надо иметь ввиду, что продающий контент актуален не всем, и люди от него могут уставать.

ВАЖНО: ЭТО НОРМАЛЬНО, ЧТО ЛЮДИ НЕ ДОСМАТРИВАЮТ КОНТЕНТ ДО КОНЦА

и что с каждой сториз кто-то отваливается. Вот вы сами вряд ли у каждого блогера смотрите все сториз внимательно и строго до последней по порядку – скорее пролистываете в поисках чего-то интересенького.

На продажах, экспертном контенте, монотонном контенте досматриваемость будет ниже – и ничего страшного. На интересных событиях, жизненных историях, ситуациях с интригой досматриваемость будет выше.

Просто учитываем это и чередуем.

Еще один важный момент: если у нас была серия сториз с низкой досматриваемостью – то на следующий день охваты будут ниже, так как чтобы дойти до новых сториз, людям надо будет пролистать «неинтересные» сториз, а их выдача Инстаграмом к тому же будет низкая.

Поэтому после недосматриваемых серий я либо выжидаю сутки, либо удаляю перед новыми сторизами, либо смиряюсь с низкими охватами.

Если что-то важное или интересное – лучше выкладывать когда предыдущих сториз уже нет, после паузы. Например, какой-то значимый инфоповод или история.

Кстати, именно поэтому я не веду сториз каждый день длинными сериями, а часто прерываюсь каждые 2-3 дня.



b k_g r a n i



c l u b - g r a n i r u

КАК ВОВЛЕЧЬ НОВЫХ ПОДПИСЧИКОВ, ЕСЛИ ЛЮДИ ПОДПИСАЛИСЬ С РИЛЗ ИЛИ РЕКЛАМЫ, НО НЕ СМОТРЯТ СТОРИЗ?

Во-первых, научитесь интересно вести сториз. Мои видео на YouTube и подкасты вам в помощь, в конце файла дам ссылку на нужные выпуски.

Во-вторых, поработайте над яркими первыми сторизами, чтобы почаще появляться в начале линии сториз у подписчиков.

В-третьих, почаще переводите из ленты в сториз. Например: «сегодня рассказала в сториз о...», «переходите в сториз, чтобы узнать про...». Сняли интересные сториз — закиньте пост или рилз чисто чтобы проанонсировать их.

В-четвертых, работайте над медийностью в целом. А точнее — над количеством касаний с людьми. Чем больше вы будете везде мелькать — YouTube, у других блогеров, интервью, инфоповоды — тем больше люди будут испытывать интерес к вашей жизни и личности и естественным образом заходить в ваши сториз. Через это о вас будут вспоминать даже ваши старенькие подписчики, которые по каким-то причинам перестали вас смотреть.

ОХВАТЫ ПАДАЮТ ВО ВРЕМЯ ПРОДАЖ. ЧТО ДЕЛАТЬ?

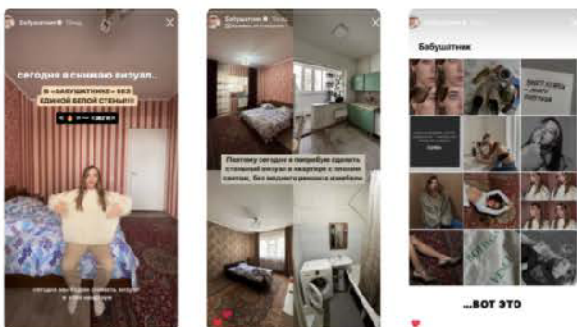
Во-первых, расслабиться. Это абсолютно нормально: не всем людям актуален ваш продукт. У меня на активных продажах норма снижение охватов в полтора-два раза — это мало влияет на результат, и я уже привыкла.

Не надо ставить завышенную планку и ожидать, что во время продаж у вас будут ровно такие же охваты как обычно — в большинстве случаев это невозможно, а вы будете нервничать и ругать себя, что плохо постарались.

Но есть один способ, как избежать этого.

Это использование инфоповодов.

Самые рекордные охваты за последние полгода у меня были в день, когда я делала челлендж «заработать 10 млн за день», в день объявления результатов, а еще в день, когда я на спор делала визуал профиля в бабушатнике.



А ведь все это тоже были продажи — просто донесённые в игровой форме.

Я считаю, это новый чёрный. Прогревы через стандартные рассказы в сториз уходят в прошлое — они давно всем надоели. А вот продающие смыслы, упакованные в яркие события, мероприятия, челленджи и реалити-шоу легко пробивают баннерную слепоту.

Еще они вызывают эмоции, запоминаются и продвигают вас — ключевые вещи для роста медийности и развития личного бренда.

КАК НЕ ПАРИТЬСЯ ИЗ-ЗА ОХВАТОВ?

Мне эта проблема не то, что знакома — я так в свое время настрадалась из-за охватов, что просто ужас! Могла просыпаться с утра, смотреть на вчерашние охваты, и в зависимости от цифры у меня повышалось или понижалось настроение.

Главный секрет, как от этого избавиться — **прекратить оценивать себя через статистику.** Понижение охватов может говорить о чем угодно — контент не зашёл (или он просто сложноватый), Instagram глючит, ВПН заблокировали, тема не самая актуальная... Но мы, конечно, выбираем думать «я неинтересная» или «надо было постараться получше».

Не бывает так, что охваты всегда высокие. Невозможно управлять этим на 100%. И это ничего не говорит о нас — только о том, что наши сториз сегодня посмотрели не N человек, а N минус 30%. И ВСЁ. Ничего личного, просто бизнес. Просто подумайте, что с этим можно сделать — и нужно ли.

Более того, с накоплением блогерского опыта я поняла, что есть более широкие темы, вызывающие резонанс и привлекающие внимание — и менее актуальные для большинства. Но от этого не менее важные.

Например, у меня охваты всегда будут выше, если я буду говорить об отношениях (желательно о проблемах в них), прыщак, как избавиться от второго подбородка или рассказывать как у меня что-то пошло не так.

Или если буду примерять луки и просить выбрать лучшие.

А размышления о предпринимательстве, рассказы о моем опыте бизнеса, конспекты пройденных курсов, и даже советы по ведению блога (хотя казалось бы, все на словах так хотят и ждут ПОЛЕЗНЫЙ КОНТЕНТ) — не наберут столько просмотров. И это абсолютно нормально. Это вовсе не значит, что не надо постить «умный» контент или что надо расстраиваться из-за снижения статистики на нем.

Просто есть вещи, которые людям воспринимать легко — и которые интересны более широкому кругу. Как правило это юмор, развлечения, лайф-контент. А есть вещи, в которые надо вникать, или которые просто актуальны меньшей группе (и они от этого не становятся хуже или менее нужными).

Однако есть вещи, на которые мы можем повлиять:

- **Баланс легкого контента и сложного** — не надо душить много сториз или много дней в сториз подряд. Видите, что охваты стремительно несутся вниз? Срочно рубрика «лук дня» в студию. Ну или любой другой лёгкий для восприятия контент.
- **Базовая подача контента:** с хорошим вовлечением в начале (чтобы сразу цепляло), структурой, чтобы контент был незатянутым и интересным. Посмотрите или послушайте выпуски Матери Бложьей, там много про это.
- **Наше отношение!** Не надо смотреть на сториз и думать: «о боже, мои сториз посмотрели в два раза меньше людей. Это все потому что они продающие». Лучше подумайте: «класс! Мои продающие сториз посмотрело столько-то людей. Это гораздо больше, чем 0. И эти продающие смыслы работают на меня. Я молодец, что сняла эти сториз и показала их такому количеству подписчиков. Этот важный шаг для моего развития.»



bk_grani



sub-gran.ru

Давайте подведем итоги

- То, сколько людей вас смотрит каждый день – это ваш актив. Вложение в продвижение и в выстраивание контакта с подписчиками – инвестиция в любые ваши проекты.
- Уметь вести сториз – использовать по максимуму потенциал продвижения.
- Чем понятнее сториз, тем больше людей их смотрит.
- Очень важна честность в моменте о чувствах, провалах, загонах, проявлениях неидеальности.
- Найдите свой стиль ведения блога, в котором комфортно.
- Первая сториз очень влияет на охваты, ее цель – привлечь и удержать внимание и мотивировать смотреть следующие сториз.
- Добавляйте механическое взаимодействие со сториз: пролистывание, реакции, ответы в директ.
- Всегда повышает охваты сделать перерыв от сториз.
- Плохое состояние блогера и усталость понижает охваты.
- Людям тяжело смотреть, если блог пластиковый, ведется через маску, показано только хорошее.
- Это нормально, что люди не досматривают контент до конца.
- Чтобы охваты не падали во время продаж, используйте инфоповоды.
- Не бывает так, что охваты всегда высокие. И эта цифра ничего не говорит о вас, это просто бизнес-показатель.

