



Инди Гогохия

@gogosh_a

BESTSELLER

#ДОПОЛНЕННОЕ И ОБНОВЛЕННОЕ ИЗДАНИЕ

Инстаграм 2.0

хочу likes и followers

От блогера ➤ к бизнесу

ПРАКТИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ **КАК ЗАРАБОТАТЬ МИЛЛИОН** В ИНСТАГРАМЕ!



new



Актуальное



Stories



Маски



Статистика



Аналитика



УДК 004.73
ББК 32.973.202
Г 58

Все права защищены.
Ни одна часть данного издания не может быть воспроизведена или использована в какой-либо форме, включая электронную, фотокопирование, магнитную запись или иные способы хранения и воспроизведения информации, без предварительного письменного разрешения правообладателя.

Гогохия, Инди.

Г 58 Инстаграм 2.0: хочу likes и followers / И. Гогохия. — Москва : Издательство АСТ, 2020. — 208 с.

ISBN 978-5-17-120604-8

Инди Гогохия — основатель агентства «Genius.code», специалист в области SMM и PR, сликер МГИМО. Ее клиенты — топовые компании страны, а также множество предпринимателей со всего мира. Она сотрудничает с такими брендами, как Деловая среда, Сбербанк, Правительство Москвы, Mercedes, Кофемания.

Последние несколько лет Инстаграм представляет собой не просто социальную сеть. Теперь это настоящая бизнес-площадка для торговли, поиска клиентов, создания и раскрутки собственного бренда, заработка и многого другого.

Инстаграм не стоит на месте: появляются новые инструменты, правила, тенденции. Именно поэтому бестселлер «Инстаграм: хочу likes и followers» просто не мог не обновиться! В дополненном издании, помимо главных принципов работы в Инстаграме, автор раскрывает такие темы, как:

- функции stories;
- что такое «маски» и чем они привлекательны для блогеров;
- новые правила Инстаграма и как по ним играть.

Это издание — не набор теоретических данных, а практическое пособие. По технологиям Инди прошли обучение более 5000 сотрудников государственных организаций и специалистов в области SMM.

УДК 004.73
ББК 32.973.202

16+

Издание для досуга

ИНСТАГРАМ 2.0: ХОЧУ LIKES И FOLLOWERS

Руководитель направления *О. Зарина*, ведущий редактор *Д. Филатова*,
выпускающие редакторы *А. Уланова*, *Е. Ершова*,
технический редактор *Т. Тимошина*, компьютерная верстка *Ю. Анищенко*,
компьютерный дизайн обложки *Е. Алenuшкиной*

Подписано в печать 20.02.2020. Формат 70x100/16. Усл. печ. л. 16,9.
Печать офсетная. Гарнитура HeliosLight. Бумага офсетная.
Тираж 4000 экз. Заказ №

Общероссийский классификатор продукции ОК-034-2014 (КПЕС 2008):
— 58.11.1 — книги и брошюры печатные

Произведено в Российской Федерации. Изготовлено в 2020 г.
Изготовитель: ООО «Издательство АСТ»
129085, Москва, Звездный бульвар,
д. 21, стр. 1, к. 705, пом. 1, 7-этаж
www.ast.ru, e-mail: kladez@ast.ru
instagram.com/ast_nonfiction, facebook.com/astnonfiction,
vk.com/ast_nonfiction

«Баспа Аста» деген ООО
129085, Мәскеу қ., Звездный бульвары, 21-үй, 1-құрылыс,
705-бөлме, I жай, 7-қабат
Біздің электрондық мекенжайымыз : www.ast.ru
E-mail: kladez@ast.ru
Интернет-магазин: www.book24.kz
Интернет-дүкен: www.book24.kz

Импортер в Республику Казахстан и Представитель
по приему претензий
в Республике Казахстан — ТОО РДЦ Алматы, г. Алматы.
Қазақстан Республикасына импорттаушы және
Қазақстан Республикасында
наразылықтарды қабылдау бойынша өкіл —
«РДЦ-Алматы» ЖШС, Алматы қ.,
Домбровский көш., 3-а, 5 литері, офис 1.
Тел.: 8 (727) 2 51 59 90,91, факс: 8 (727) 251 59 92 ішкі 107;
E-mail: RDC-Almaty@eksmo.kz, www.book24.kz
Тауар белгісі: «АСТ»
Өндірілген жылы: 2020
Өнімнің жарамдылық мерзімі шектелмеген.

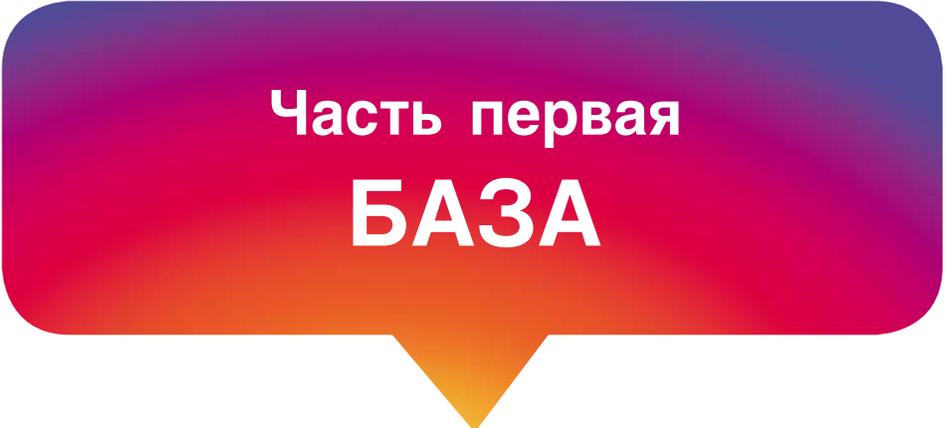
ISBN 978-5-17-120604-8

© Инди Гогохия, текст, иллюстрации, 2020
© ООО «Издательство АСТ», 2020

#СОДЕРЖАНИЕ

#Здравствуй, дорогой читатель!	6
Часть первая. БАЗА	9
Глава 1: #Особенности_и_преимущества Instagram . . .	11
Глава 2: #Правила_работы_с_аккаунтами	18
Глава 3: #Целеполагание	41
Часть вторая. ВЫБОР НИШИ И УТП	47
Глава 1: #Инструкция:_как_выбрать_нишу	49
Глава 2: #УТП_или_В_чем_твоя_уникальность, брат? . . .	57
Часть третья. БРЕНДИНГ	59
Глава 1: #Личный_бренд	61
Глава 2: #Кто_ты?	63
Глава 3: #С_чего_начать?	65
Глава 4: #Бренд_в_Instagram_и_его_упаковка	69
Глава 5: #Сторителлинг	73
Часть четвертая. ПРАВИЛА ИГРЫ	77
Глава 1: #Алгоритмы_Instagram	79
Глава 2: #Госпожа_ранжа	89
Глава 3: #Теневой_бан	91
Глава 4: #Лимиты_Instagram	93
Глава 5: #Воронка_Instagram	95

Часть пятая. КОНТЕНТ	99
Глава 1: #Как_быстро_раскрутить_свой Instagram	101
Глава 2: #Создание_качественного_контента	107
Глава 3: #Пользовательский_контент	109
Глава 4: #15_тем_для_вашего_блога	117
Глава 5: #Принципы_создания_контент-плана	122
Глава 6: #Stories_и_Life	127
Глава 7: #12_эмоциональных_триггеров	133
Часть шестая. КОПИРАЙТИНГ	137
Глава 1: #Правила_написания_постов	139
Глава 2: #Схемы_написания_постов	142
Часть седьмая. ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ	145
Глава 1: #Привлечение_трафика	147
Глава 2: #Подготовка_к_трафику	153
Глава 3: #Технология_конкурсной_активности	155
Глава 4: #Как_выжить_в_Giveaway?	158
Глава 5: #Нативная_реклама	163
Глава 6: #Маски	168
Глава 7: #VTL-активности	176
Глава 8: #Настройка_рекламной_кампании (таргетинга)_в_Facebook	180
#Заключение	195
#Словарь	197

A speech bubble with a gradient background transitioning from purple at the top to red and orange at the bottom. The bubble has rounded corners and a small tail pointing downwards. The text is centered and written in white.

Часть первая
БАЗА

Глава 1: #Особенности_и_преимущества Instagram

Сейчас многие из нас становятся более раскрепощенными; а некоторые все еще боятся, но при этом тайно желают завести свой блог. У кого-то есть причины стесняться, кто-то не привык говорить на камеру и при этом имеет закрытый аккаунт.

Самое важное, что вы должны понять, что я точно так же, как и вы, была на этом этапе. Я – абсолютный интроверт. Мне очень тяжело далось открытие своего профиля, и я искренне считала, что это абсолютно мне не нужно. Мои клиенты и друзья, обладающие аккаунтами с миллионами подписчиков, мне постоянно говорили: «Откройся миру, аккаунт — это твое лицо!» А я отвечала, что самое важное — кейсы, ведь не все знают, кто продюсер у той или иной звезды. Но увы, сейчас такое время: если тебя нет в сети, то тебя не существует. Тем не менее я всегда была в тени и считала, что это не нужно и не важно. Но, дорогие друзья, судят по одежке. Не важно, какой ты: красивый, талантливый, умный; важно то, сколько у тебя





БАЗА

#Особенности_и_преимущества Instagram



подписчиков и какое количество людей знает и поддерживает тебя, лояльны к тебе.

Первое, что вы должны сделать, — это открыть аккаунт и прекратить бояться, что кто-то вас оценит не так; тем более если это «Дуся» из соседнего подъезда. Это абсолютно не важно, ведь у вас есть *большая цель*.

Поэтому не стесняйтесь, не обращайтесь внимания на негативные комментарии, взгляды друзей, которые будут говорить вам: «Зачем это нужно?» Просто делайте свое дело. Потом все эти люди к вам вернуться, потому что увидят, что вы красавчик!

Будьте активными и самое главное — открытыми!

*

Глупо считать, что Instagram — это всего лишь фото красивой еды, селфи в зеркале и просто детская игра. Instagram — это динамично развивающаяся площадка, на которой вы можете реализоваться, и достаточно быстро.

Любой может быть любим.



Instagram позволяет быстро добиться результатов. Возможно, вы хотите стать блогером, вести свой блог, в котором будете рассказывать о каких-то интересных событиях из своей жизни или делиться полезным контентом. Либо вы можете создать бизнес-профиль и открыть свое дело.



12 страница



С минимальными вложениями можно протестировать абсолютно любую нишу, насчет которой вы, возможно, долго сомневались и не решались открыть ее для себя. Вы также можете стать высокооплачиваемым smm-специалистом. Сейчас многие компании разыскивают себе такого специалиста для ведения социальных сетей. Почему же так происходит и почему эта сфера так популярна?

Сейчас я постараюсь приоткрыть для вас завесу тайны.

Instagram полностью визуальная социальная сеть.

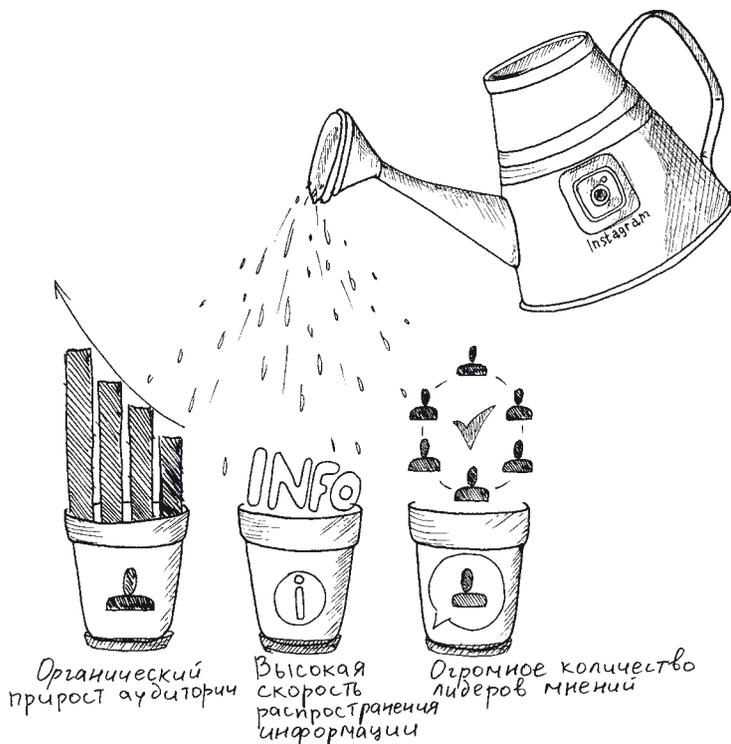


80% контента — это визуал, то есть видео и фотографии. На данный момент в Instagram зарегистрировано более 700 миллионов пользователей со всего мира!

- Ежемесячная аудитория Instagram в России — 23 млн пользователей — люди, которые заходили в приложение хотя бы 1 раз в месяц.
- По трафику Россия занимает 2-е место в мире после США.
- Доля женщин в Instagram — 77% — самая крутая целевая аудитория, которая готова к спонтанным покупкам.
- Преобладающая аудитория — от 25 до 34 лет.

Фактически у вас нет никаких границ!





Преимущества Instagram

Как ни странно, Instagram — это самый дешевый трафик на данный момент, потому что стоимость подписчика в данной социальной сети, по сравнению с другими, намного меньше. При этом имеется:

- Органический прирост аудитории.
- Высокая скорость распространения информации.
- Огромное количество лидеров мнений.





Сейчас Instagram настолько популярен и легок в раскрутке по сравнению с другими социальными сетями, что в него стекаются разные источники информации, и это помогает раскручивать ваш профиль намного быстрее.

Потоки, ведущие вас в Instagram

Offline:

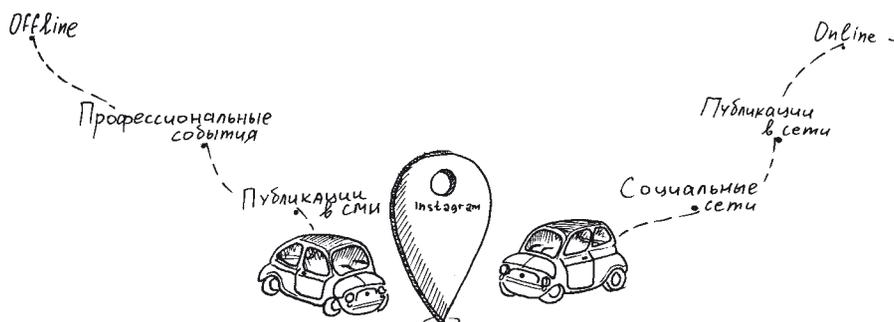
- Профессиональные события.
- Публикации в СМИ.

Online:

- Публикации в сети.
- Социальные сети.

Что дает прокачанный Instagram:

- Заработок на рекламе в своем профиле при рекомендации услуг и товаров.
- Получение бесплатно услуг и товаров за рекомендацию; по-другому — бартер.



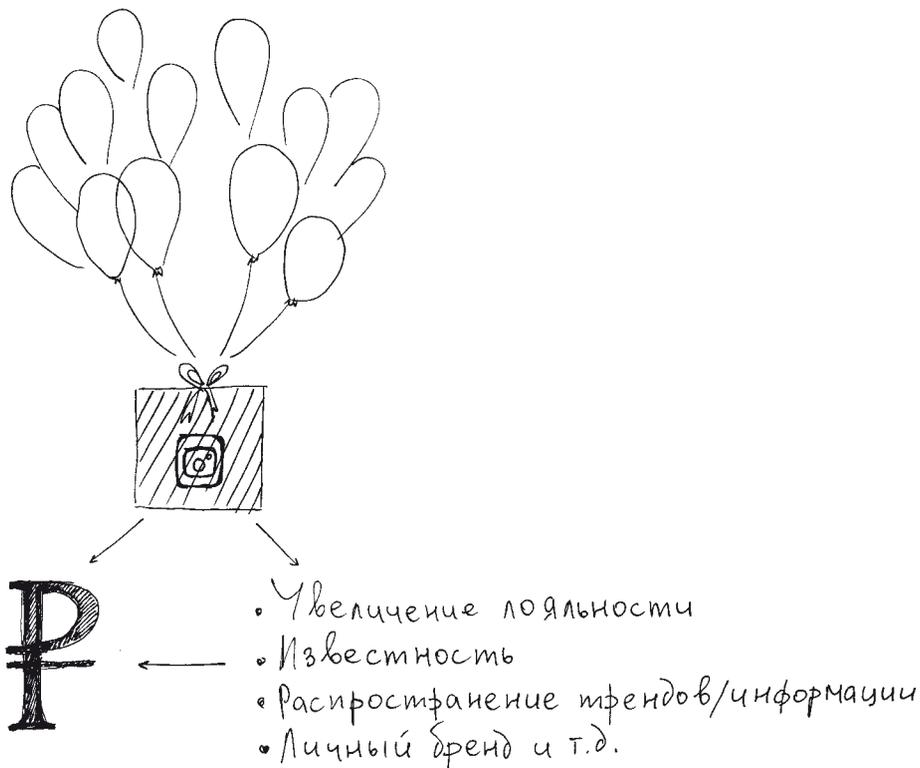


- Увеличение количества продаж в своем бизнесе путем информирования подписчиков о продукте.
- Получение необходимой для вас информации от своих подписчиков; для этого нужно просто выложить пост и спросить у них то, что вас интересует.
- Поиск необходимых людей/связей.
- Наем сотрудников. С вами охотнее имеют дело специалисты более высокого уровня, потому что бренд вашей компании известен.
- Увеличение популярности собственника или владельца компании.
- Увеличение лояльности к бренду.
- Управление репутацией.

Социальные сети позволяют достаточно быстро поймать негативный отзыв и оперативно на него отреагировать. Благодаря скорости распространения информации в социальных сетях до вас очень быстро дойдут негативные отзывы на бренд, товар или услугу. Если вдруг сотрудник вашей компании совершил ошибку, вы можете быстро решить проблему и тем самым избежать негативных последствий.

Коммуникация со своим конечным потребителем, благодаря социальным сетям, стала открытой, быстрой и прозрачной.





Социальные сети позволяют нам достаточно подробно изучить целевую аудиторию, то есть вашего потенциального клиента. Все это вы можете отследить, непосредственно анализируя статистику ваших социальных сетей.

Глава 2: #Правила_работы_с_аккаунтами

С чего начинается работа с аккаунтом?

Начинаем с БИО:

1. **Нейминг — имяобразование**

Если вы продвигаете личный бренд, то это может быть имя и фамилия. Если компанию, то должно быть ее название.

Ник должен быть:

- Понятным.
- Легко читаемым. Звучным.
- Хорошо запоминающимся.

2. **Аватар — изображение пользователя в социальных сетях**

- Фото хорошего качества.
- Должен отражать суть аккаунта.
- Компания=логотип.

3. **Описание аккаунта**

- Род деятельности.
- Контакты.





- Карта, схема проезда, если вы магазин.
- Ссылка на сайт, профиль или Telegram-канал.

4. Актуальные Stories

У вас есть возможность формировать актуальный контент из stories, закрепляя в них самое важное:

- Скидки и акции.
- Анонсы мероприятий, конкурсов и встреч.
- Ознакомительную информацию о вас, продукте или услуге.
- Схемы проезда.



Эту тему мы еще рассмотрим более подробно. Но все же обратите на эти пункты внимание.





Далее вы должны позаботиться о наполнении вашего аккаунта.

5. Контент, который вы создаете для своих пользователей

Культура поведения пользователя в социальных сетях изменяется точно так же, как меняется культура потребления контента. С каждым днем мы перерабатываем огромное количество информации, и, конечно, есть общая тенденция, что пользователи начинают все меньше читать публикуемый контент (несмотря на то, что Россия является одной из самых читающих стран в мире по Instagram, нигде в мире больше не пишут такие большие посты, как у нас). Тем не менее даже у нас подобная тенденция идет на спад.

Instagram все больше превращается именно в визуальную социальную сеть, и, как мы видим, *основной тренд смещается на создание видеоконтента* (следом идут фото и только потом текст).

Из этого мы можем сделать вывод, что пользователю хочется потреблять достаточно легкую информацию. Существует какое-то общее поле цифрового шума, и есть какое-то общее количество подписок, на которое соглашается пользователь. Тем самым он формирует собственную ленту из того контента, который ему нравится.

Важный вопрос здесь — **как быть интересным пользователю на протяжении долгого времени?** Ведь важно не





только привлечь новую аудиторию. Здесь идет речь о том, что существует такое явление, как миграция подписчиков: люди подписываются на вас, но затем им надоедает ваш контент и они отписываются. Нужно понимать, что правило быть настоящим действует всегда, но правило быть интересным и, так скажем, увлекающим пользователя не менее важно. Нельзя об этом забывать.

6. Текст

Не нужно выкладывать фотографию просто со смайликом «облачко». Сейчас себе этого не могут позволить даже суперкрутые и прокачанные блогеры, потому что новые алгоритмы Instagram — это постоянная активность со стороны пользователей. Чтобы эта активность была — ваша задача их хоть каким-то образом провоцировать. А смайлик «облачко» не вызывает пользовательской реакции.

Поэтому обязательно должен быть четкий текст с call-to-action (т.е. с призывами к действию). Это мы еще дальше подробно рассмотрим.

7. Лаконичность написанного текста

Ваш текст составляется примерно из трех-четырёх предложений; на один абзац, где вы к месту используете эмодзи и не тыкаете их куда попало. Ваш текст должен визуальнo выглядеть чисто и красиво, и в то же время он должен быть легко читаемым.





8. Упорядоченность

Если вы beauty-блогер, ведите блог так, чтобы пользователь понимал, что он подписан на вас из-за того, что вы рассказываете о новинках beauty-индустрии, о трендах в этой сфере, делитесь лайфхаками. Не нужно экспериментировать и рассказывать, например, о санках и подгузничках для бурндучков — не смешивайте контент! Ваш пользователь читает вас, потому что вы рассказываете о beauty, а не о прочей хурме.

9. Коммуникация

Ваша задача, особенно если вы начинающий блогер, стараться отвечать на комментарии, которые вам пишут. Если вы магазин, то вы тем более должны взаимодействовать с аудиторией, чтобы пользователь, который спросил у вас цену, не остался без ответа.

Лид (*lead*, целевой лид, потенциальный клиент) — сейчас это конверсейшен. Это означает отношения, построенные на постоянном взаимодействии. С потенциальным клиентом вы должны построить дружбу. Тогда человек почувствует, что вы не просто магазин или блогер, а авторитетное лицо и вам можно доверять.

Поэтому создавайте теплые отношения с клиентом, будьте просты в коммуникации, уменьшите скорость ответа или просто дайте признание человеку, поставьте лайк над комментарием пользователя.





Вот увидите, если вы будете уделять внимание комментаторам, то у вас очень скоро появится лояльная и активная аудитория. Все мы состязаемся за внимание.

ЗАДАНИЕ:

Проверьте, легко ли с вами связаться. Начните общаться с вашими подписчиками и клиентами.

10. Использование своих #хештегов

Используйте их как навигационную систему по вашему аккаунту. Например, если вы — блогер и у вас есть посты, в которых вы рассказываете об истории своего успеха, о своих путешествиях или о пути своего становления. Пометьте эти хештеги так, чтобы пользователю было удобно перемещаться по вашему блогу и он, нажимая на определенный хештег, мог узнать подробнее об этих постах. Все ваши посты сохраняются в один блок и высвечиваются разделом. Также сейчас есть возможность подписываться на хештеги, таким образом подписчик может получать отдельным «рейсом» ваши посты.

ЗАДАНИЕ:

Продумать навигацию под своими постами. Например, под хештегом #gogoshalife вы можете узнать все обо мне, там я рассказываю про свою жизнь. А вот это рабочий хештег: #индигогохия.





11. Взаимодействие с негативом

КАКИМ БЫ ВЫ НИ БЫЛИ ПРЕКРАСНЫМ ЧЕЛОВЕКОМ ИЛИ ДОБРОПОРЯДОЧНОЙ КОМПАНИЕЙ, ВЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ГОТОВЫ К НЕГАТИВНЫМ КОММЕНТАРИЯМ. Это тоже будет! Вопрос лишь в соотношении!

Вам написали негативный комментарий. Что делать? Прежде всего вы должны определить, какого рода это комментарий. Их два типа:

- Неадекватный или на грани: такое лучше удалять, если у вас нет «подушки» из лояльных подписчиков.
- Объективный: например, корректируется деятельность вашей компании, сотрудников. Лучше отреагировать на него, принести извинение или отчитаться о проделанной работе по улучшению. Пользователь всегда оценит такой жест, а вы усовершенствуете свою деятельность.

Пользователь, которому вы ответили и помогли в решении какой-то проблемы, останется с вами надолго. Плюс, как мы с вами уже знаем, сохранить пользователя гораздо дешевле, нежели привлечь нового. Отношения строятся по крупицам.

12. Открытый профиль

Это еще один очень важный момент. Ваш профиль должен быть открыт. Порой люди боятся открыть свой профиль и показать пользователям Instagram свою деятельность.

Поймите, если вы решили продвигать свой бренд/продукт/услугу и хотите привлечь как можно больше аудитории, то





вам придется открыть свой профиль. Люди реже подписываются на закрытые страницы. Им проще посмотреть сначала на ваш аккаунт и потом уже решить, интересен ли ему ваш контент или нет.

Запомните, закрытый аккаунт — это преграда для вашего потенциального подписчика.

13. Удобный tap-link (ссылка)

Эта опция создана для удобного перехода сразу к вам в мессенджер к менеджеру. Если вы, например, магазин или вы предоставляете какую-то услугу, то не нужно создавать лишних барьеров для ваших пользователей. Нужно упростить его путь к совершению покупки или любого другого ключевого действия. Поэтому присоедините ваш мессенджер в качестве ссылки в БИО вашего профиля, чтобы пользователь имел возможность сразу задать свой вопрос сотруднику.

ЗАДАНИЕ:

Проверьте свои контакты; действительно ли с вами легко связаться.

14. Концентрация на качестве

Не нужно бомбить каждые 3 часа новые посты. Так вы раздражаете пользователей, и они от вас начинают отписываться. Будьте максимально сконцентрированы на качестве. Направьте свой фокус на развитие. Не нужно впаривать себя

