

Александр Либерман

SMM Обучение

Принципы заработка в инстаграм



То, о чем
не расскажут на youtube...

#деньги #заработоквсети #раскрутка
#популярность #секреты
#богатство #like4like
#в_теме #налегке
#успех

Александр Либерман

**SMM Обучение. Принципы
заработка в Instagram**

«Selfpub.ru»

2016

Либерман А.

SMM Обучение. Принципы заработка в Instagram /
А. Либерман — «Selfpub.ru», 2016

Книга не обещает золотых гор и волшебного преобразования вашей жизни за первую неделю. Издание направлено на построение грамотной работы в соцсетях, принципы поиска и взаимодействия с клиентами, основы SMM Маркетинга. Вы сможете заработать на своем интеллекте. Здесь приведены конкретные примеры, кто и как зарабатывает на продаже выдуманных услуг, схемы работы мошенников, что поможет избежать трудностей в начале вашего пути. Работа перестанет быть "тягостным бременем". Удачи в бизнесе будущего!

Содержание

Предисловие от Автора.	7
Глава 1	9
Instagram как платформа для реализации.	10
Идея для профиля	11
«Лайки» – для чего нужны и в чем их ценность.	19
Частота размещения постов.	22
Немного истории	25
Конец ознакомительного фрагмента.	26

УДК 615.8
ББК 51.204.0
Л55

Дизайн, верстка, иллюстрации: Голубков А. В.
Редакция: Лесун О. А.

Л55

Либерман, Александр
Принципы заработка в instagram / Александр Либерман. – Москва. 2016 – 101 с.

ISBN 978-5-9909178-1-1

Книга Александра Либермана «Принципы заработка в instagram» – это свод основных понятий взаимодействия в сети instagram. Необходимый минимум знаний, понятий, мотивации и изменения своего принципа мышления. Содержание этой книги, ваш шаг к заработку в сети.

Книга для широкого круга читателей с разной степенью продвинутости пользования социальными сетями.

УДК 615.8
ББК 51.204.0
Л55

ISBN 978-5-9909178-1-1

© Либерман А.

Оглавление

Предисловие от Автора.

Глава 1

Instagram как платформа для реализации.

Идея для профиля

«Лайки» – для чего нужны и в чем их ценность.

Частота размещения постов.

Отметки пользователей, хэштеги (символ – #), геолокация

Немного истории

Отметка других пользователей «@»

Геолокация

Комментарии на вес золота

Лимиты и ограничения для Instagram

Что нельзя постить в Instagram?

Цензура

Проверка ip адреса на блокировку в Instagram

Мыльные пузыри и Бот страницы

Основные тезисы Первой главы.

Глава 2

Раскрутка (Реклама) профиля

Самостоятельная раскрутка (Пассивная)

Реклама на успешных аккаунтах

Массфоловинг

Масслайкинг и комментарии

Тематическая аудитория основа вашей активности

Выставляем настройки отписки. Сервисы.

Глава 3

Заработок в instagram

Формирование цены на ваши услуги.

Рекламный пост.

Продвижение.

Администрирование.

Способы оплаты ваших услуг

Мошенники

Вывод средств в реальную жизнь

Заключение

Удобные онлайн-сервисы и дополнительные приложения для работы с Instagram

Полезно и интересно

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА. СРОКИ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

Предисловие от Автора.

Интернет – обыденное слово, которое в деталях для каждого означает что-то свое, но и что-то общее в идеи существования. Трудно поверить, что лишь в 1998 году доступ к всемирной паутине имели всего лишь один миллион Россиян, не существовало практически ничего, из того, чем мы сегодня пользуемся. По сути, интернет не был наполнен никакой информацией, а лишь связывал удаленные компьютеры между собой. К сети интернет простой пользователь относился не серьезно, как к компьютерной игре, многие не могли и представить, что спустя десять лет жизнь в сети станет столь же реальной, как и биологическая. Сегодня мы знакомимся и расстаемся, покупаем и продаем, узнаем новое и забываем старое в виртуальном пространстве. Для нас стало нормой работать и отдыхать в сети. Интернет настолько реалистичен, что имеет свои значные места, где могут ограбить, заразить вирусом и даже, в каком-то смысле, «убить», отняв доступ к вашим аккаунтам в социальных сетях, похитив личные данные и получив доступ к банковским счетам. Так если жизнь в сети – это реальность, значит, заработок в виртуальной вселенной так же реалистичен, как и в офисе!

Современный мир невозможно представить без передовых технологий, средств связи и развлечений, не связанных с интернетом. Мы привыкли, что практически все можно оплатить, не доставая ни деньги, ни пластиковые карточки из кармана, а используя лишь телефон. Любая информация доступна нам с мгновенной скоростью ограниченной лишь качеством вашего соединения с всеобщей сетью. Мир вошел в стадию, когда все продублировано в сети: магазины, кафе и рестораны, музеи и картинные галереи, спортивные команды, музыкальные группы, автомастерские, ночные клубы, клубы любителей кого-то или чего-то, – ничто не обходится без интернета! Более того, любой платежеспособный человек имеет свой клон в сети – это его аккаунт в социальных сетях или электронный адрес почты. Ни для кого не секрет, что там, где много людей, появляется много потребностей – спрос, а там, где есть спрос, всегда есть предложение. На ваше счастье, потребности людей настолько разнообразны, что точно найдутся сотни тысяч людей, которым будет интересно именно то, что можете предложить вы. Значит, возможно привлечь внимание тысяч людей, а именно на этом точно можно заработать.

Многие из вас уже поняли, что деньги правят миром и высокоморальные слова, что счастье не в них, сейчас просто неактуальны, сегодня ситуация кардинально изменилась. Любой ваш шаг связан с деньгами, вы вышли погулять – это деньги, вы хотите уделить внимание и заботу близкому человеку – это деньги, вы хотите посидеть в тишине, отдохнуть, но что бы добраться до такого места, вам вновь нужны деньги, что бы просто проснуться завтра, вам нужны деньги, потому что все эти действия связаны с социумом, вам нужно принять пищу, что бы завтра были силы встать, вам нужно одеться, что бы просто прогуляться, вам нужно оплатить дорогу, что бы добраться до близкого человека. Даже сидя в Интернете, разглядывая страницы, расставляя какие-то «лайки» и прочие отметки, вы тратите свои средства, свой ресурс. Стало быть, по принципу сохранения энергии, если вы тратите, то кто-то зарабатывает. Так почему бы в одночасье не встать «по ту сторону баррикад» и начать зарабатывать, приумножать и увеличивать свой жизненный ресурс? Прочтите то, что я вам предлагаю в данной книге и вы будете мотивированы на успех и грамотны в ряде вопросов, которые ошибочно казались и так понятными и очевидными. Вы начнете зарабатывать там, где раньше тратил!

Начните с того, что просто забудьте раз и навсегда фразу «чтобы заработать деньги – нужно очень много и тяжело работать». На самом деле, чтобы заработать деньги, нужно делать что-то качественно, но не обязательно много. Прибыль может приносить все, любые навыки и умения, любое увлечение и хобби. Скажу больше, именно то, что вам интересно,

будет приносить доход. Пожалуй, это мечта любого нормального человека: быть увлеченным чем-то и получать за это деньги.

Все, что вы найдете в этой книге – это опыт многих людей, прошедших трудный путь в виртуальном мире, но сумевших соединить два параллельных мира воедино и в итоге получить ощутимый результат. Основные задачи моего мотивирующего курса: «открыть глаза» и помочь начать разбираться и понимать, как зарабатывать в instagram и в сети в целом. Вам станет ясно, как и при помощи чего выстроить бизнес-процесс зарабатывания денег в сети:

- что такое социальные сети и как они устроены;
- принципы заработка в instagram;
- кто и за что будет платить (основная идея);
- как выбрать контент, чтобы привлечь внимание;
- твой потенциал
- круг интересов
- структура заполнения страниц.

Возможность заработать в социальных сетях – очевидна. Каждый твой виртуальный друг или фолловер (от англ. – Follower, профиль стороннего пользователя подписанный на обновления вашего аккаунта) – это потенциальный клиент для заинтересованного продавца, а ты сам – важнейший элемент в рыночной системе, ты – посредник, который соединяет продукт с потребителем путем привлечения внимания тысяч людей публикациями на интересующую тему и периодического упоминания какого-либо товара, услуги или аналогичной страницы из социальных сетей.

По сути каждый из нас может примерить на себя функции вещателя, функцию масс медиа, а количество твоих зрителей зависит только от вашей деятельности. Самое главное, что людей готовых уделять внимание тысячи. Философ Конфуций сказал: «Займись тем, что тебе нравится, и ты не будешь работать ни дня в своей жизни». Сегодня его фраза могла бы звучать так: Фотографируй, снимай видео, общайся и делись своими эмоциями, – и ты не будешь работать ни дня в своей жизни.

Однозначно, не каждый ваш пост, не каждое видео будет актуально и интересно другим, именно умение выбирать нужное и помогать другим пользователем найти это «нужное», является основой успешного и грамотно выстроенного бизнеса в Instagram, youtube или вконтакте. Найдите свою «аудиторию», научитесь создавать продуктивные посты, помогающие удержать фолловера на страницы, это будет давать постоянный прирост фолловеров. Вы зарабатываете на рекламе и создании успешных профилей в сетях, на консультациях других, еще «зеленых», пользователей, которые будут копировать твои действия и мечтать об успехе подобном твоему.

Освойте все, что написано ниже и узнаете, как создать успешный аккаунт и определить его тематику, как привлечь и удержать фолловеров, поймете принципы размещения на биржах Instagram, формирования стоимости услуг, способы саморекламы, приема платежей и системы расчетов.

Глава 1

*«Самое большое препятствие
на пути познания нового, убеждение,
что ты уже это знаешь»*
Древняя мудрость Дзен

Instagram как платформа для реализации.

Увидев свет в октябре 2010, бесплатное приложение Instagram, стало огромным прорывом в мире социальных медиа. В сентябре 2013 г. число активных пользователей сети составило 150 млн. человек. Такого количества активных пользователей Instagram достиг быстрее, чем любая другая социальная сеть, за исключением Google+. 57% пользователей Instagram заходят в приложение как минимум один раз в день, 35% пользователей заходят на сайт несколько раз в день. В среднем пользователи проводят в соцсети 257 минут в месяц. Интересно, что у 43% аккаунтов новые посты появляются чаще одного раза в день, а бренды публикуют в среднем 5,5 постов в неделю. Более 16 тыс. загруженных фотографий и 9 млн. «лайков», оставляемых ежедневно, свидетельствуют о том, что на сегодняшний день Instagram является одним из самых популярных приложений, согласно исследованиям Nielsen.

В отличие от привычных Facebook, Вконтакте или Одноклассники, Instagram является мобильно ориентированной социальной сетью. [Более 90% пользователей Instagram младше 35 лет](#), что делает ее привлекательной платформой для продающих компаний с целевой аудиторией 18-34 лет.

Существует множество видов оплачиваемой деятельности, связанной с Instagram. Мы рассмотрим три основных и максимально эффективные варианта, на мой взгляд:

- Размещение рекламы в своем профиле

- Услуги продвижения профиля

- Администрирование профиля

Пользователи приложения практически пополам делятся между владельцами iOS и Android, оставляя прочим операционным системам менее 3%, как сообщает сам Instagram в своем блоге. Почти половина из 500 млн. приложений, согласно статистике PlayMarket, установлены на планшетах или смартфонах под управлением Android. Примечательно, в Instagram большее количество пользователей девушки, их около 68%, по информации Appdata (по исследованию на 2015 год).

Согласно результатам исследования, проведенным в 2014, компанией TrackMaven, показали, что 123 крупных бренда из списка Fortune 500 (рейтинг крупнейших мировых компаний делового журнала Fortune, принадлежащего издательству Time Inc.) присутствуют в Instagram. Очевидно, что для Nike, Starbucks, Foot Locker и других гигантов приложение служит отличной платформой для маркетинговых кампаний. Рассчитывать, что на вас сразу же обратит внимание подобный бренд не стоит, для этого вы сами должны быть медийной личностью, но к этому можно прийти путем несложной постоянной работы над своим профилем. Но это все в будущем, а что же сейчас? С чего же стоит начать?

Идея для профиля

Начать выстраивать работу в Instagram стоит с создания аккаунта (профиль (аккаунт) – страница, содержащая набор сведений, которые пользователь передает какой-либо компьютерной системе). Причем, неважно, какой из трех способов получения прибыли вы выберете. Для этого необходимо определиться с тематикой, которая будет интересна вам, как владельцу профиля, постоянно!

Почему делается акцент именно на это? Все дело в том, что вы не сможете увлеченно и регулярно размещать посты (пост – размещенная пользователем информация в виде фотографии, видео или текста) на не особо волнующие вас темы.

Приведу пример, есть два практически беспроектных, на первый взгляд, варианта: постить миленьких котят или сексуальных женщин. Казалось бы, это интересно всем и раскручивать страницы с подобными постами не составит труда, но вот размещение одной лишь фотографии мало, ничуть не менее важен текст, сопровождающий ее. Описывать одно и то же очень тяжело, и не думаю, что самому Л.Н. Толстому удалось бы описать разными словами более 1000 одинаковых фотографий, особенно, если ему и вовсе индифферентны эти котята.

По моим личным замечаниям, 6 из 10 пользователей проматывают посты бессознательно, не обращая внимания на текст описания. Вероятно, это связано со временем восприятия человеком информации. Пролитывая сотни, а то и тысячи фотографий в день, люди не замечают оригинальности твоих постов. Дело все в той же доступности и обилии информации в интернете. Выложив фотографию заката над морем, цветов или домашней выпечки, вы не наберёте 1000 лайков (Лайк – от англ. Like, в данном контексте, отметка «нравиться», – для чего нужны лайки и в чем их ценность мы обсудим ниже) и не заставишь человека остановить свое внимание на ней просто потому, что найдется еще минимум 100 тыс. аналогичных, а то и гораздо лучше оформленных фото.

Таким образом, выбираем тематику постов и профиля в целом согласно личным интересам, это должно быть то, о чем вы можете говорить часами, чем хочешь заниматься постоянно, что не расценивается как работа, а воспринимается как твой досуг, потому как ни что так хорошо не получается у любого, как отдыхать!

Не нужно выбирать тему, которая тебе недоступна по каким-то причинам. Например, пусть вы очень любите автомобили, знаете про них все, что только можно, и решаешь начать вести обзоры автомобилей в формате Instagram (60 секунд видео или фотография). Идея отличная, оригинальная, я вам ее дарю! Но если у вас нет доступа к автомобилям из-за финансовых ограничений или вы живёшь в маленьком городе, где есть всего три разновидности марок машин, это идея не для вас. Вы – любительница брендовых вещей, но нет гардеробной, набитой модными туфлями и платьями от великих кутюрье – ваш профиль модных луков не имеет перспективы. Вам нужен неисчерпаемый источник вокруг, что окружает вас! Главное помните, что вся информация необъятного мира у вас в руках в виде смартфона с доступом к интернету. Увлекаетесь автомобилями – вперед, подпишитесь на сотню аналогичных аккаунтов и пусть не пугает, что это кто-то уже делает. Продовольственных магазинов тоже не одна сотня тысяч, клиентов хватит на всех.

Займуйтесь фотографии путем репоста (Рис.1) (репост – повторное размещение чужого поста в своем аккаунте с указанием первоисточника, не является плагиатом и не подлежит блокировке) с указанием правообладателя, создавайте свой обзор или описание, шутите и иронизируйте. Интернет, как и бумага, терпит все и на все найдет своего зрителя. Плюсы репостов заключены в отсутствии необходимости хорошей фото-видео техники и нужды искать способы добраться до интересующего нас объекта.

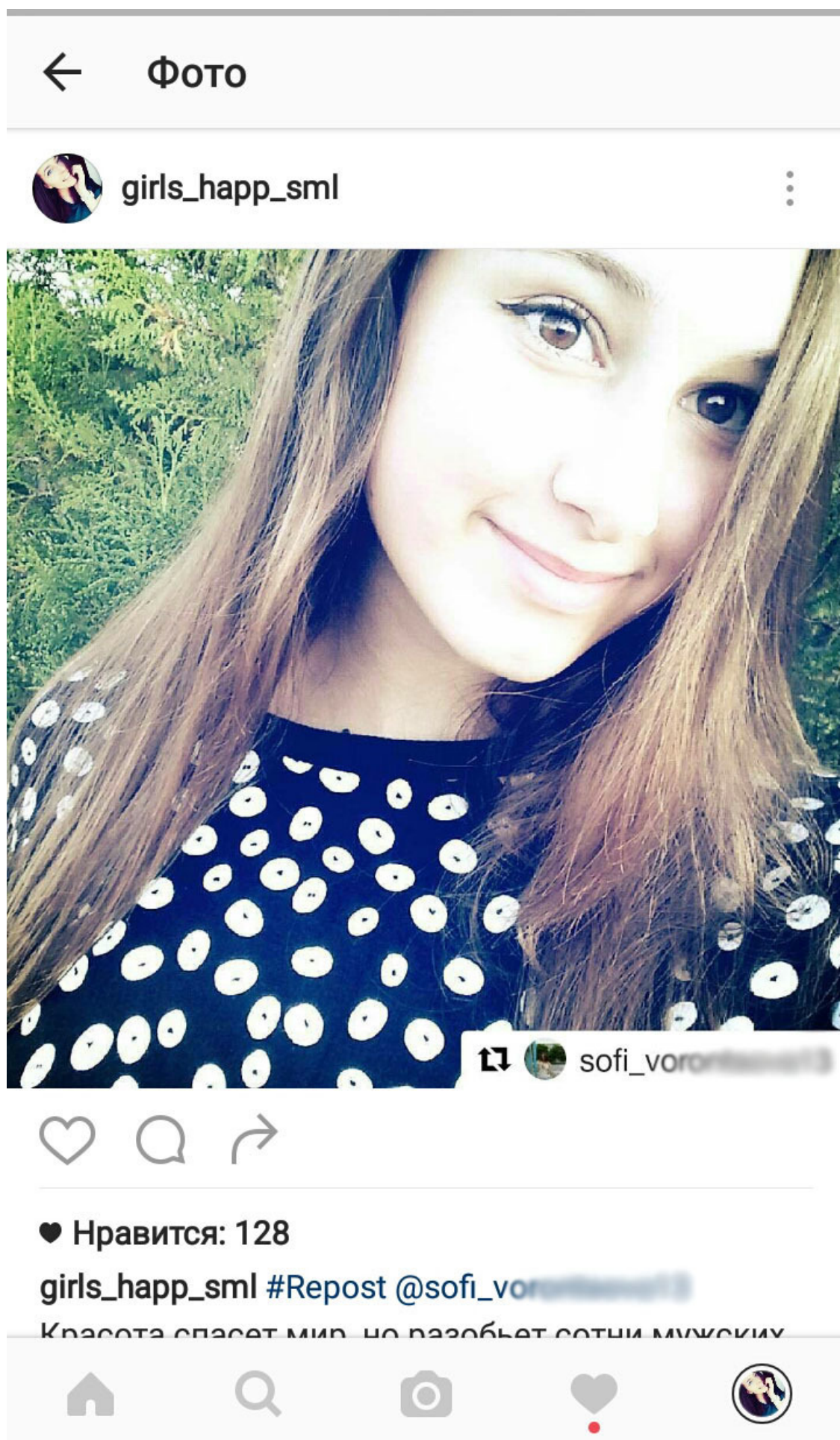


Рис. 1

**Один из самых популярных вариантов
репостинга в Instagram программой Repost**

В принципе, нам даже не нужно из комнаты выходить. Все уже сфотографировали и выложили в сеть за нас. Остается только взять и сделать, повторюсь, соблюдая авторские права, так как аккаунт с материалами, не принадлежащими владельцу профиля, по первой же жалобе будут безвозвратно заблокированы и все придется начинать с нуля.

Рассмотрим другой вариант: у вас есть неплохой телефон с хорошей камерой, и вы чувствуете в себе нераскрытый потенциал талантливого фотографа, а из-под вашего «пера» выходит неплохая проза. Супер! Вперед на улицу делай снимки, пиши тексты, причем замечу, текст не всегда должен совпадать с фотографией (Рис.2), как говорится, художник все видит по-своему. Не хочешь на улицу – фотографируйте то, что вы едите! Скажешь, банально? Плевать – отвечу я! И вновь добавлю, важно, какой посыл будет у фотографии, а нести нужно полезную информацию. Встречаются профили, прямо ориентированные на раскрутку других аккаунтов, у них как правило 5-7 постов, 10 тыс. фолловеров, 0-500 подписок. Владельцы настраивают агрессивное продвижение (как это сделать мы рассмотрим ниже), контент таких страниц пустой, внимания никак не привлекают, что негативно сказывается на привлечении потенциальных клиентов. Я не советую выбирать такую стратегию. Во-первых, вы показываете абсолютную незаинтересованность в развитии, нацеленность только на получении денег. Во-вторых, из этих 10 тыс. подписчиков 97% – боты (бот – липовая страница, созданная для пополнения списка фолловеров).

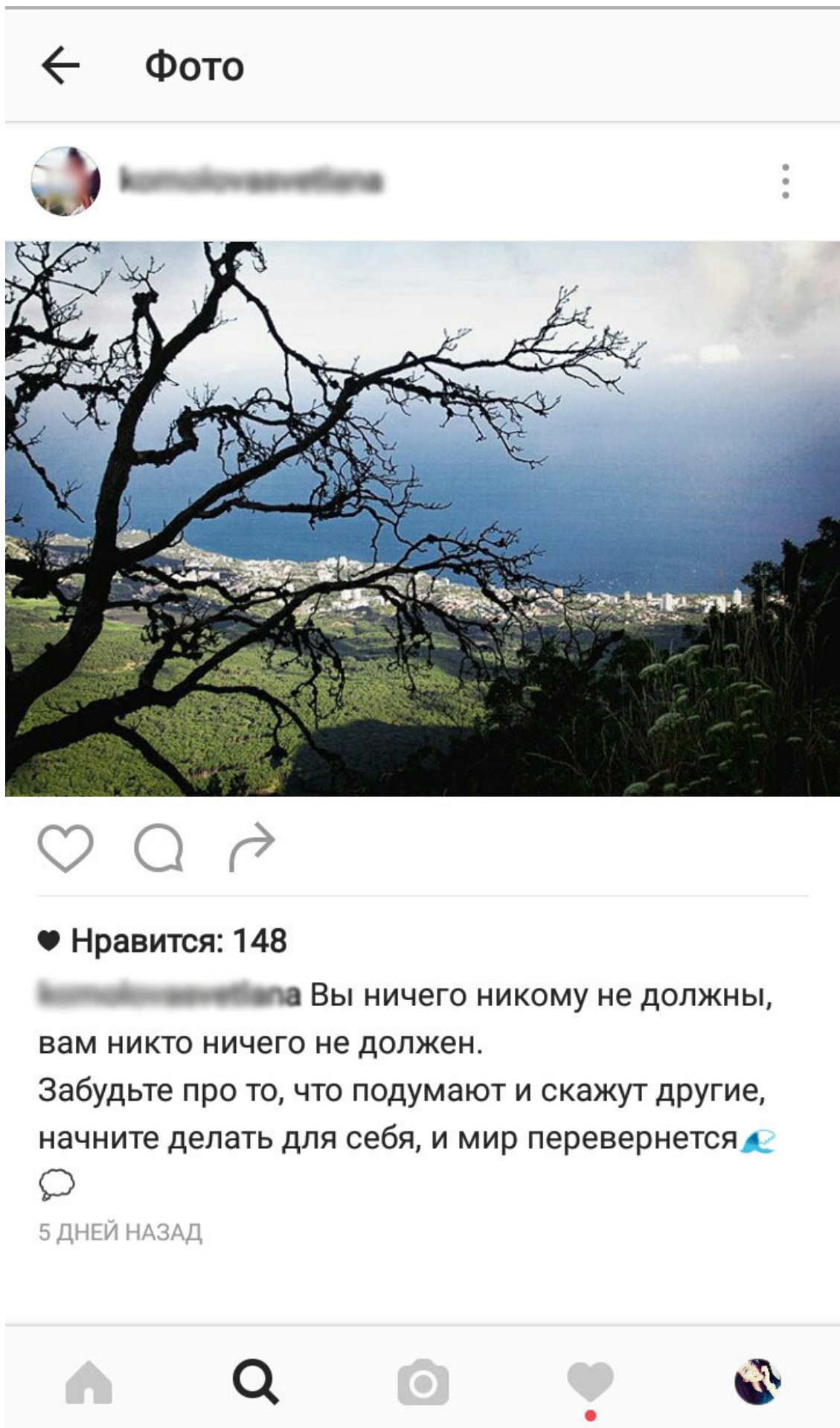


Рис.2

**Яркий пример успешного поста,
набравшего 148 лайвов при 840 подписчиках,
при этом текст не связан с фото.**

Многие из них имеют непонятные имена аккаунтов, зачастую, это просто набор цифр, прикрепленный к случайному имени, например, `claudio_8560` (рис.3). Естественно, такие страницы совершенно материально не выгодны, так как за количество «мертвых душ» никто платить не будет. Как определить, бот-страницу, я еще расскажу. В-третьих, подобная тактика присуща мелким компаниям-однодневкам, у которых, наверняка, есть своя веб-страница, возможно, офис где-нибудь в подвалах наших городов. Сам по себе профиль в Instagram им не нужен, это не более, чем визитка, причем визитка весьма дешевая.

Итак, выбирая тематику аккаунта для работы в Instagram, следует придерживаться нескольких правил:

Тематика понятна и интересна вам в первую очередь.

Материалы для создания постов должны быть доступны и неисчерпаемы именно для вас.

Просто картинка очень редко останавливает на себе взгляд, даже самое потрясающее фото стоит сопровождать текстом и теггами.

Если вы решили создать коммерческий аккаунт (аккаунт, не отображающий владельца, основанный на сторонних постах, фотографиях), посты должны быть разнообразны и регулярны. Даже если цель аккаунта просто информировать, что владелец профиля принимает заказы на продвижение, посты должны касаться всех прилегающих тем. Рассказывайте о том, как был создан Instagram, как вообще зародились социальные сети. И, между тем, регулярной напоминайте, что вы готовы к сотрудничеству.

Данные принципы неоднократно подтвердили свою работоспособность, уверен, не подведут и вас.

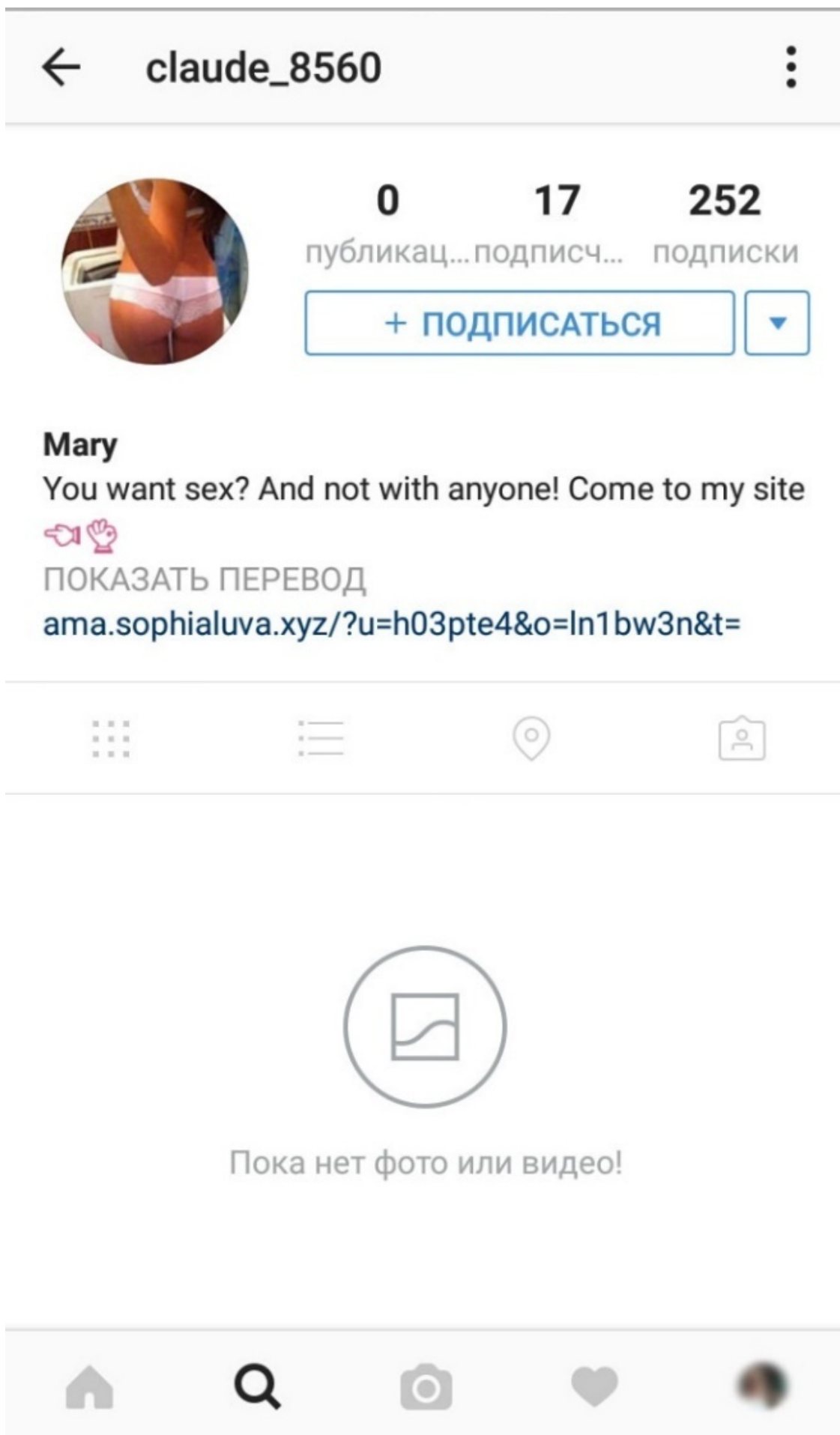


Рис. 3
Бот аккаунт

«Лайки» – для чего нужны и в чем их ценность.

«Лайк» – самый простой способ поощрить пост владельца аккаунта, в свою очередь, это же действие заставляет обратить внимание и на того, кто лайк ставит. Назовём это «принцип видимости». Нам это понадобится в дальнейшем, когда мы затронем тему раскрутки своего профиля.

Рассмотрим, как устроен этот принцип, а самое главное, поймем, в чем важность живой аудитории и активного пребывания в сети. Instagram не смогли избежать ни звезды шоу бизнеса, ни спортсмены, ни политики. Некоторые из них делают важные заявления со страниц социальных сетей: от признания в любви, до разводов, от поддержки однопартийцев в предвыборной гонке, до заявлений, провоцирующих войны.

Данные посты собирают огромное количество лайков. Именно это поощрение говорит о живой аудитории, которая смотрит, читает, слушает, другими словами видит и анализирует информацию, размещенную в вашем профиле.

Сейчас люди уже привыкли выражать свою гражданскую и социальную позицию с помощью лайков. Исходя из сложившейся тенденции, можно говорить о существовании, без претензий на научность, теоремы «живого профиля»:

“Профиль, в котором, каждый новый пост набирает поощрительных отметок «Лайк» от 3% до 10 % от числа подписчиков, может называться – живым. ”

Обратите внимание, может называться, а не называется! Грубо говоря, это прямая теорема, напомним школьный курс, не имеющая обратной силы. Другими словами, посты, набирающие от 3% до 10%, от числа подписчиков, не всегда является живым, ввиду того, что «лайки» легко накрутить, так же замечу, что количество лайков больше 10%, при общем числе подписчиков свыше 400 аккаунтов, вероятно накручен искусственно. Чтобы понять, откуда берутся эти цифры, давайте рассмотрим пример четырех профилей знаменитостей с разной целевой аудиторией Рис. 5. Мы имеем общедоступную информацию в виде количества подписчиков и количества лайков под постами. Нам потребуется рассмотреть не более 7 последних постов для подсчета средней цифры одобрительных отметок, а для понимания процента активных подписчиков, воспользуемся простейшим расчетом:

Где: A – суммарное количество лайков семи последних постов;

F – количество подписчиков (фолловеров)

L – доля активных подписчиков в процентах.

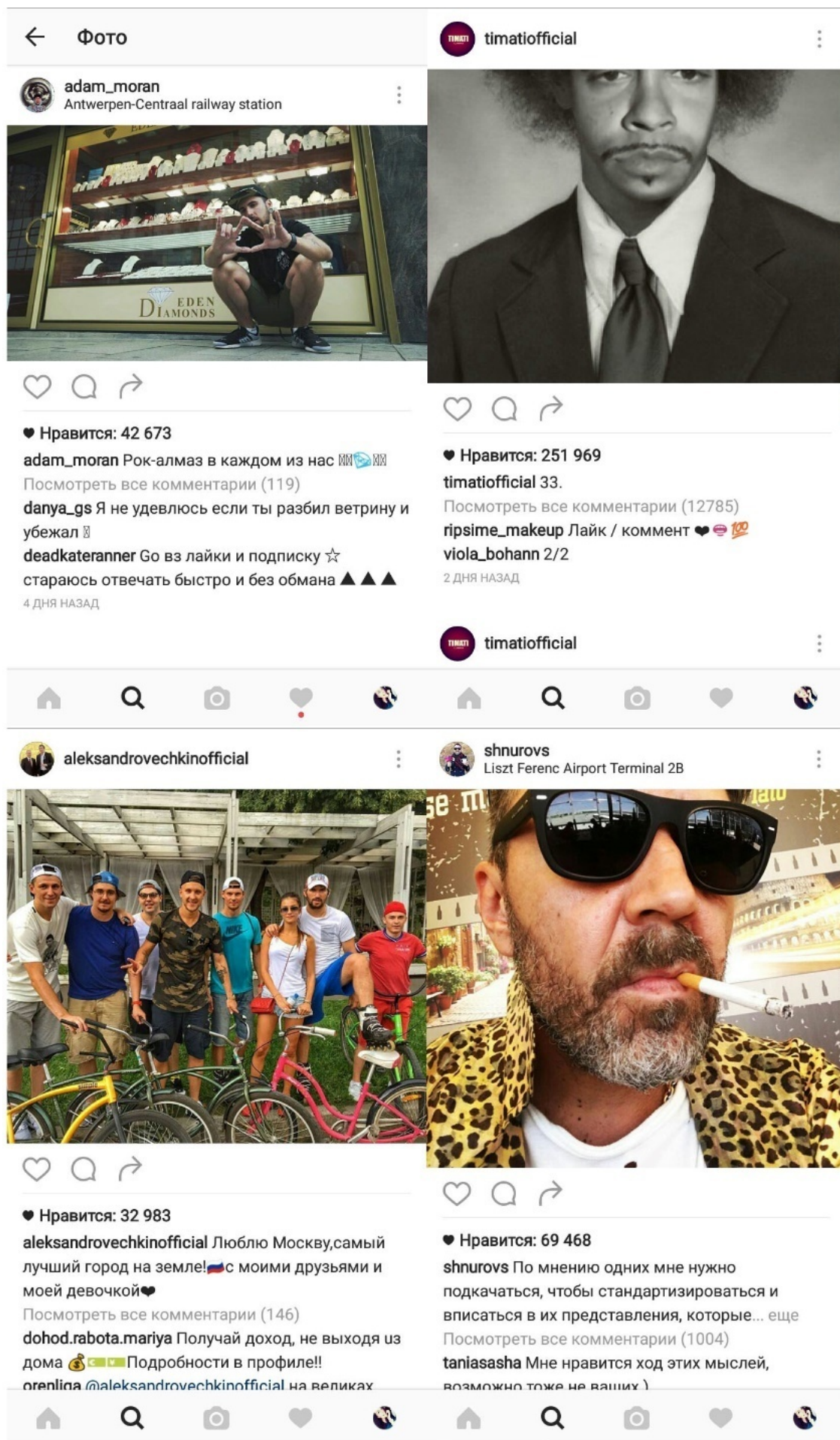


Рис. 5 Блогер - Максим Голополосов (+100500), исполнитель – Тимати, хоккеист А.Овечкин, рок-музыкант – С.Шнуров (Порядок профилей произвольный)

Таким образом, на момент подсчета показатели были следующие у каждого из четырех профилей таб. 1.

Максим Голополосов
(+100500)

Тимати
исполнитель

Александр Овечкин
хоккеист

Сергей Шнуров
Рок-музыкант

Таб. 1 Процент активной аудитории (август 2016)

Пусть вас не смущают разброс процентов. Помним главное, нормой является показатель от 3% до 10%. Количество 3.6% у Тимати оказывается куда больше, чем 7,2% у Максима, так как зависят от числа подписчиков, что является важнейшим показателем, лежащим в фундаменте любого рода работы в *instagram*, назовем его *конверсией подписчиков*. Очевидно, есть отношение лайкающих фолловеров к находящемуся в списке друзей. Показатель конверсии крайне важен, к нему мы вернемся в разделе о *заработке на рекламных постах*.

Что же касается активного пребывания в сети, этот аспект совершенно не нужен звездным личностям, а вот вам необходимо как воздух. Мало создать удачный профиль, на интересующую тему, регулярно размещать посты с великолепными фото или видео и сопровождающим текстом, достойного вдумчивого чтения. Все потому, что про вашу чудо-страницу не знает никто, кроме круга друзей, путем автоматического оповещения через «систему поиска друзей» Facebook. Безусловно, сарафанное радио делает свое дело, но очень медленно, а достигнуть количества подписчиков в 10 тыс., думаю, вообще нереально быстрее, чем за 3-5 лет, при шедевральном профиле. Понятно, что такие сроки полностью разрушают идею заработка в *Instagram*, поэтому вам необходимо себя проявлять в сети постоянно: подписываться, лайкать и комментировать, пользоваться хэштегами и геолокацией, регулярно делать новые посты, но не надоедать подписчикам. Каждое действие – это мини-реклама аккаунта, необходимая как воздух.

Теперь мы имеем представление, для чего нужны лайки: это и самопиар, в случае, если вы оцениваете чей-то пост, и показатель живой аудитории, если оценивают вашу публикацию. Давайте рассмотрим остальные важные аспекты «принципа видимости».

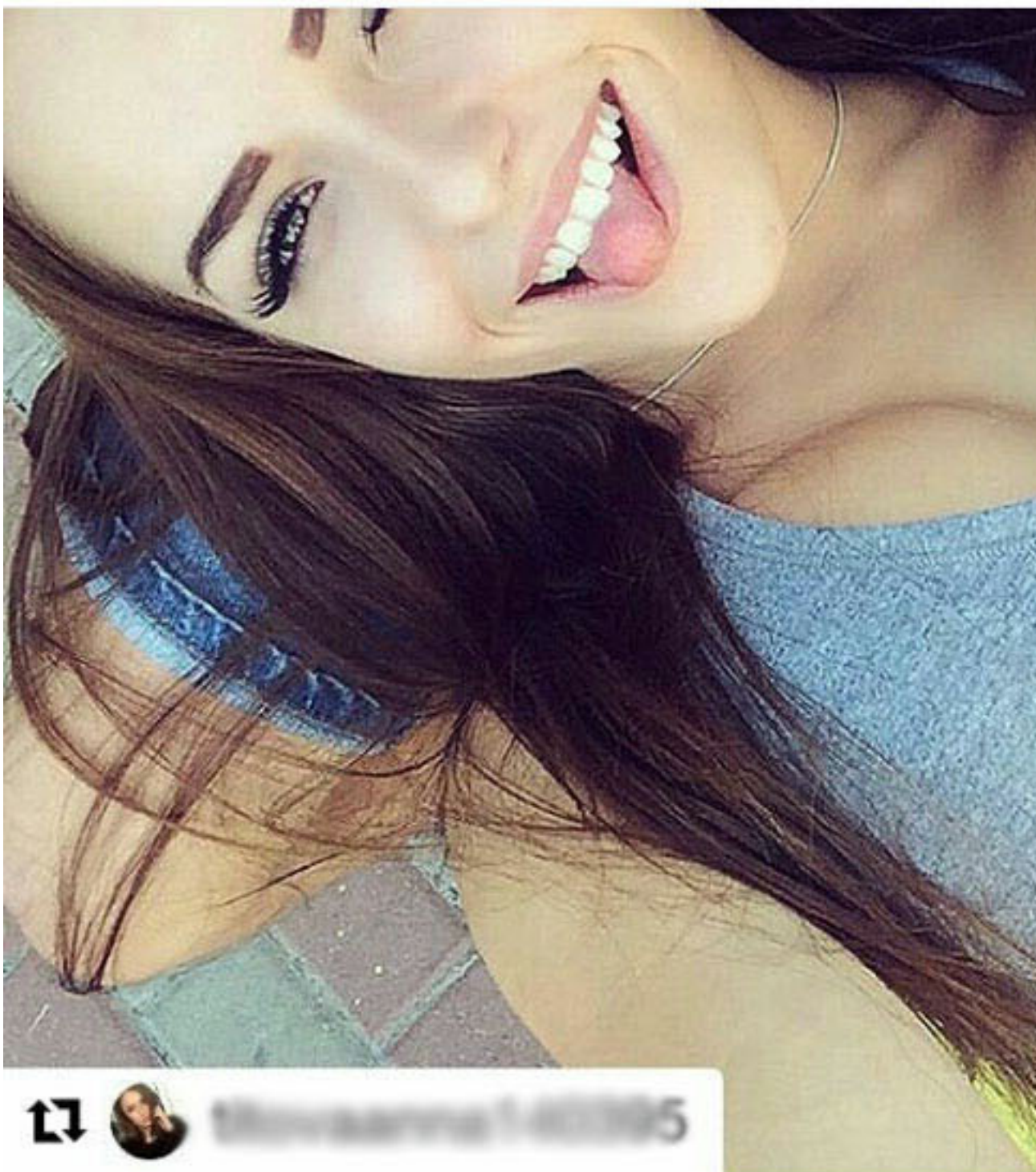
Частота размещения постов.

Трудно не согласиться, что даже самая приятная картинка, самый интересный человек, полезная информация или полуобнаженные девушки могут надоесть, если начнут всплывать каждые полчаса или час, да и вряд ли вы справитесь с задачей ежечасной публикации. Размещать информативные посты каждые 60 минут не могут даже новостные профили уровня РИА Новости, не говоря уже о частных лицах и компаниях.

Во-первых, это невозможно из-за *ограничений в instagram*. Во-вторых, вы точно не справитесь физически с такой задачей, даже прибегнув к сторонним программам автопостинга (да и такое бывает), ну, и в-третьих, люди просто отпишутся от вас, так как прокручивая свою новостную ленту, каждый третий, а может и чаще, будет ваш пост. Если вы не обладатель фан-клуба, как у Майкла Джексона, мир его праху, то не найдётся ни одного человека на нашей планете, кто будет рад такому натиску с вашей стороны. Поэтому оптимальная частота постинга, выявленная путем проб и ошибок, а также опираясь на опросы среди подписчиков, не чаще 1 поста в 5 часов. То есть, в день вы можете разместить от 4 до 5 качественных и информативных публикаций, не раздражающих подписчиков, не нарушающих правил и привлекающих внимание. Данная частота является оптимальной для видимости их фолловерами, обладающими не более пятисот подписок. А как же те, кто подписан на большее количество аккаунтов? Поверьте, они не видят и 50% информации, так как, даже если каждый из профилей, на которые владелец аккаунта подписан, опубликует по 1 посту, лента будет содержать 500 фото и видео информации. Для того, чтобы просто прокрутить и увидеть каждый, нужно около часа. За это время появится еще 500 постов от других пользователей и так до бесконечности. В результате новостная лента представляет собой нескончаемый поток информации, за которой невозможно уследить. Следовательно, такие профили нам неинтересны и зачастую это либо боты, либо люди, интересующиеся всем подряд, но без особого разбора. Понятно, что ни текст, ни сам пост они не увидят и вряд ли отметят лайком. Просто некогда. С точки зрения заработка в *instagram*, такая аудитория нам неинтересна.



girls_happ_sml



140005



♥ Препития: 262

Хэштег представляет собой тип поисковой системы или тег (от англ. tag – «ярлык, этикетка, бирка; метить») метаданных, используемый на сетевых ресурсах и в микроблогах социальных сетей. Другими словами, это метка как ключевое слово, идентификатор для категоризации, описания, поиска данных и задания внутренней структуры, что делает удобным поиск постов с определенной темой или содержанием. Любой пользователи может создать свой или использовать существующие, популярные хештеги, путем размещения в описании публикации хэш-символа – # Рис.6, перед словом или целой фразой. При поиске этого хэштега, будет выводиться каждый пост с подобной отметкой. Порядок отображения от новых к старым и от самых популярных (максимальном количеством набора лайков за сутки) к менее. Создание своего хэштега интересно в случае необходимости объединить посты незнакомых друг другу людей на одном мероприятии или связать пользователей, объединенных одной идеей и тематикой профиля. Например, введя в поиск instagram хештег #maxidrom2016, вы найдете фотографии с этого фестиваля, сделанные разными людьми.

Немного истории

Первый хэштег появился в [Twitter](#) 23 августа 2007 года, их ввел в оборот для упрощения общения и навигации «основатель хэштегов» – Крис Мессина (Chris Messina). В Instagram это нововведение пришло позже, лишь в январе 2011 года в приложение были добавлены [хэштеги](#) для того, чтобы было легче находить пользователей и фотографии.

Интересен факт, ввиду широкого использования, хэштег был добавлен в Оксфордский словарь английского языка в июне 2014 г.

Удивительно, но поначалу хэштеги были изгоями и не получили одобрения твитт-сообщества, признание их необходимости пришло лишь в 2010 году, пользователи начали добавлять к своим постам юмористический и любой другой контекст. Со временем интернет-сообщество признало очевидное удобство хэштегов, которое заключается в простоте фильтрации постов при поиске или обсуждении горячих тем в режиме реального времени, и, как было сказано выше, объединение всей цифровой информации каких-либо мероприятий, идеологий или прочих событий. Помимо Twitter, Instagram хэштегами пользуются в Tumblr, [Google+](#), Pinterest, YouTube, Вконтакте, Facebook и других сервисах.

Отметка других пользователей «@»

Разработчики Instagram продумали возможность *отмечать других пользователей* на своих фотографиях Рис.6А. Если ваш профиль отметили – вы увидите оповещение «вас сфотографировали». На практике, естественно, в большинстве случаев, отметки ставятся на фотографиях для привлечения внимания конкретного пользователя. Это может быть и дружеская отметка, и некая попытка шутки, например, фотография поросенка и отметка своего друга на нем, и своего рода попытка привлечь внимание к себе звезд промоушена, и т.п. Важно, что все это не запрещено правилами Instagram, а значит, обязательно к использованию!

Предположим, цель вашего заработка отличается от предложенных в данной работе, скажем, вы видите себя моделью спортивной одежды. Отличная идея постить профессиональные фотографии в одежде знаменитых марок, отмечая аккаунт бренда. Скажем, @Nike_Russia! Конечно, это несерьезный подход, но раз в год и палка стреляет. Вполне возможен случай, что вас заметят, пусть и маленький, но точно больший шанс, еже ли вы вообще ничего не сделаете. Точно так же и для работы по наши, трём направлениям.

Я неоднократно замечаю, как девушки, с хорошей фигурой выкладывают фотографии со спортивным питанием. Ставят максимальное количество хэштегов, набирают солидное число лайков. Конечно же каждая из них рассказывает, что это сделано просто так, шутки ради. Но надежда быть замеченной явно прослеживается! Считаю это похвальным, если есть возможность, красота и желание, вероятно этот путь к известности возможен. В любом случае, для продвижения своей страницы, подобные публикации отличное подспорье и шанс быть замеченной, пусть и не крупной компанией.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.