

# Ограбление Instagram

**Автор:**

Александр Соколовский

Ограбление Instagram

Александр Соколовский

Бизнес. Как это работает в России

Внутри опыт контент-маркетолога и основателя ведущего сервиса по автоматизации Instagram. Инструменты для продвижения бизнес-аккаунта и личного бренда, стратегические рекомендации и технологические новинки – вся информация подкреплена разбором реальных бизнесов с миллионными оборотами. Вы не просто научитесь красиво оформлять аккаунты и писать продающие тексты – вы научитесь составлять портрет целевой аудитории, понимать своего клиента, таргетировать его как рыбку на удочку и поражать в самое сердце своими креативными постами.

Александр Соколовский

Ограбление Instagram. Минимум бюджета, максимум прибыли

© Соколовский А., текст, 2019

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2019

\* \* \*

## ПОЛЕЗНЫЕ КНИГИ ДЛЯ УСПЕШНОГО БИЗНЕСА

### Бизнес как система. Инструменты Black Star

Илья Кусакин – предприниматель, основатель консалтингового холдинга «Люди Дела», бизнес-коуч BlackStar и других лидеров рынка. В своей книге он предлагает теорию, кейсы, технологии и инструменты для выстраивания системного бизнеса. На разборе реальных примеров с практическими заданиями Илья показывает, как превратить свое дело в машину по зарабатыванию денег, работающую как часы!

### Бизнес-инсайты. Весь опыт российского ментора № 1 в одной книге

В основе книги «Бизнес-инсайты» лежит многолетний опыт предпринимателя Алексея Воронина. Вся теория подкреплена кейсами самого автора и его учеников – известных российских предпринимателей. Здесь пошагово рассказано о сложном: что такое масштабирование бизнеса, как сохранить деньги и выйти на следующий уровень дохода.

### Как инвестировать, если в кармане меньше миллиона

Как получать пассивный доход, освободиться от рутины и стать автором своей жизни? Эта книга – азбука инвестора от одного из самых востребованных коучей по инвестированию в России. В ней вы найдете пошаговую стратегию для начинающих вкладчиков, а также самые эффективные технологии и стратегии приумножения капитала.

### Генератор клиентов. Первая в мире книга-тренинг по автоворонкам продаж

Кир Уланов – маркетинг-ревизор, за плечами которого более 1500 проектов разного уровня. В своей книге-тренинге он максимально понятным языком раскрывает все этапы создания и внедрения автоворонок продаж. Благодаря этому практическому руководству, вы узнаете, как перестать сливать деньги на рекламу, некомпетентных подрядчиков и создание продуктов, которые не

нужны рынку; выбрать нужную модель автоворонки продаж и самостоятельно реализовать ее; и многие другие секреты.

## Введение

Можете ли вы представить свою жизнь без интернета? Отказаться от него полностью не на час, не на неделю, а навсегда? Снова отправлять все письма почтой, искать нужную информацию в пыльных томах библиотечных энциклопедий? Заказывать товары из-за рубежа через знакомых, что собрались в отпуск? Ежедневно покупать газеты, чтобы узнать погоду на неделю и прочесть свой гороскоп? Общаться с друзьями, живущими далеко, раз в год, только при личной встрече?

Интернет плотно вошел в нашу жизнь, стал неотъемлемой частью большинства аспектов нашей деятельности. Тут мы общаемся, обучаемся, работаем и отдыхаем за просмотром сериалов и веселых картинок. Отказ от интернета сравним с отказом от электричества или водопровода: выжить, безусловно, можно, но с ним куда проще и приятнее. Наш почтовый ящик – это наша официальная приемная, наши страницы в соцсетях – это наше резюме или мемуары, мы проводим массу времени в интернет-пространстве и стали воспринимать его как второй дом. Особую важность мы уделяем своим соцсетям. Тут мы поддерживаем связь со старыми друзьями и находим новых, узнаем новости о знакомых и знаменитостях, формируем личное пространство, в котором нам комфортно. Конечно, это не могло остаться незамеченным для маркетологов и предпринимателей.

Предприниматели понимают, что социальные сети – это гигантский пласт клиентов. Потребитель стал меньше смотреть телевизор и чаще ставить лайки, а значит, и бизнесу приходится подстраиваться под современные правила игры. Теперь, чтобы получить клиентов и привлечь к себе внимание, недостаточно повесить баннер на проходной улице, сейчас бизнесу надо находиться там, где его клиенты, – в пространстве социальных сетей.

Социальные сети – это свой мир, со своими сложностями и особенностями, тут все похоже на классический маркетинг, но со своими нюансами и «специями». Тут нет строгих правил, но есть свои закономерности. Это площадка, где вы

можете найти тысячи клиентов для бизнеса или тысячи последователей для личного бренда. Это место свободы и безумной конкуренции. Как не потеряться в этом мире, как избежать ошибок и стать успешным, мы и расскажем в этой книге.

Социальные сети сегодня – это многообразие площадок: тут и любимая многими Вконтакте, и популярный за рубежом Twitter, и Одноклассники. Но в рамках этой книги мы будем говорить о пространстве Instagram.

Instagram – это та площадка, где мы накопили колоссальное количество опыта, продвигая свои и чужие проекты. Место, где были потрачены десятки и заработаны сотни миллионов. Здесь мы набивали шишки, находили новых друзей, партнеров и создавали новые бизнесы. Этот опыт мы и хотим передать в этой книге. Эта книга – наш вам подарок, карта, позволяющая избежать рифов и отмелей в развитии своей социальной сети. С ее помощью вы сможете научиться продвигать собственный бизнес, развить блог о себе или освоить новую профессию Instagram-маркетолога.

Давайте знакомиться

Пару слов обо мне. Собственно, я – Александр Соколовский, владелец сервиса Tooligram, который насчитывает более 500 000 пользователей по всему миру. Также я – основатель компании Honey Teddy, которая привлекает клиентов исключительно через Instagram – не только розничных, но и оптовых – и зарабатывает более 60 миллионов рублей в год.

Наконец, я являюсь создателем агентства Tooligram Media, которое ведет более 1000 клиентов в сфере Instagram-маркетинга. Во время моей агентской деятельности мои клиенты получали разные награды. В том числе премию Socialbakers за лучший клиентский сервис.

Я много чего пробовал с точки зрения бизнеса, в итоге остановился на Instagram, так как именно здесь начался наш быстрый рост. Эта соцсеть очень мобильна, современна, не стоит на месте и в действительности не является просто соцсетью. Постоянно развиваясь, Instagram постепенно становится большой экосистемой. А вместе с ней растем и мы.

Я всегда ищу в бизнесе новые ниши, модели продвижения и способы получения прибыли, которые дают максимальный результат за короткий промежуток времени. Я работаю над максимальной эффективностью, что позволяет мне чувствовать себя свободным. А вы хотите быть свободными?

В современном мире свобода – один из основных ресурсов, когда у нас есть возможность передвигаться и быть с теми и там, где мы хотим. Самое большое ощущение свободы мне захотелось обрести, когда у меня появилась семья, я понял, что хочу больше времени проводить с женой и ребенком. И сейчас для меня мои родные – один из самых главных источников генерации идей, желания работать. Я уверен, что есть много людей, для которых важно ощущение свободы выбора и возможность делать то, что они хотят. Все-таки мир не стоит на месте. Если раньше людям было сложно представить, как можно работать из дома или отказаться от работы на «дядю» и достойно зарабатывать, то сейчас появляются новые возможности и мотиваторы в жизни, и свобода – один из них.

Продвижение в социальных сетях – это возможность раскатать свой бизнес и получить тысячи клиентов, не выходя из дома, но это еще не все. Самое поразительное, что это возможность создать свой проект и обрести мировую популярность без огромных вложений и займов. А значит, максимально коротким путем прийти к достойному заработку и той самой свободе.

О том, как найти клиентов и чему нужно научиться, чтобы продвигать свои проекты в Instagram, мы и поговорим в книге «Ограбление Instagram». Так что если вы тоже хотите быть свободным и заниматься интересным, прибыльным делом, в котором нужно все время развиваться профессионально, то добро пожаловать в мир Instagram-маркетинга. Готовы? Тогда погнали!

О чем эта книга?

И еще пара вступительных слов перед тем как мы перейдем к сути дела. В книге я рассматриваю базовую модель Instagram-маркетинга и раскрываю в полном объеме знания, необходимые для качественного освоения профессии. Так что даже если у вас нет никакого представления о том, как работает бизнес и маркетинг, ничего страшного, здесь есть вся необходимая информация.

Более того, в «Ограблении Instagram» я использую комплексный подход, затрагивая все аспекты работы Instagram-маркетолога, начиная

с фундаментальных знаний в маркетинге. То есть тех знаний, которые не умрут завтра, как нечто, что сегодня актуально, а завтра перестает работать, и вы не поймете, как применить полученные навыки.

Маркетинг – это база, чья актуальность меняется медленно, так что вы сможете долго ею пользоваться и расти с опорой на нее.

Все, что я предлагаю, – это мой личный опыт и опыт нашей команды Tooligram, практиков, которые каждый день занимаются Instagram, поэтому здесь дается минимум воды и максимум пользы, выжимка результативных действий, так сказать; навыки, которые можно применять после прочтения каждой главы.

Раз уж мы владельцы сервиса, программы по раскрутке Instagram, то мы четко смотрим в будущее, постоянно анализируем тренды, и нам критично важно знать, что происходит на рынке, если заглядывать чуть вперед. Собственно, на основании этого мы стараемся лучше других следить за рынком, и нам не жалко поделиться своими навыками, наработками и открытиями с вами.

И самый важный аргумент – неоспоримый результат, а именно наличие у меня успешных бизнесов с миллионными прибылями, в том числе находящихся и в Instagram. Про многие кейсы я и расскажу в этой книге.

Для кого эта книга?

Есть несколько категорий людей, кому весь изложенный материал будет полезен прежде всего:

1. **НОВИЧКИ** – те, кто хочет освоить прибыльную профессию, кто понимает, что за соцсетями будущее, кто хочет удаленно зарабатывать деньги.
2. **МАРКЕТОЛОГИ**, которые ищут новые способы продвижения в Instagram; те, кто уже в теме, но нуждаются в свежих знаниях, работающих фишках, последних трендах. Научившись больше продавать и давать клиентам лучший результат, вы сможете получать больше прибыли.

3. ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ, которые занимаются развитием собственного бизнеса и ищут новые способы продаж. Instagram станет для вас источником заработка денег, а возможно, и основным источником продажи товара и получения прибыли.

4. БЛОГЕРЫ, которые развивают свои профили в соцсетях и стремятся выйти на топовые позиции. Вы сможете четко позиционировать свой блог, привлекать новых подписчиков и станете интересным рекламодателем.

5. ЭКСПЕРТЫ, создающие личный бренд в соцсетях. В этой книге вы найдете все инструменты, которые помогут создать полезный аккаунт и привлечь новых клиентов.

Для каждой из этих категорий читателей я буду приводить примеры и кейсы, чтобы наглядно показать, как работает методика «Ограбления Instagram».

С кем нам НЕ по пути?

1. С теми, кто ищет волшебную таблетку. Само по себе ничего не получится. Нужно усердно работать, чтобы добиться успеха. Если хотите результат, придется учиться, осваивать новые навыки. Мы и сами заряжены на это.

2. Со скептиками, которые вроде что-то делают, но у них вечно ничего не получается. Они постоянно ноют, негативят, сбивают настрой других. На самом деле, такие люди – лентяи, отсюда и все их неудачи, в свою очередь порождающие скептицизм.

3. Тех, кто в год продает больше чем на 1 миллион долларов через Instagram, мы также не хотим видеть на этом курсе. Вас мы хотим видеть среди своих друзей и иметь возможность вместе делиться полезной информацией.

Кстати, почему некоторые люди не добиваются успеха? Хочу рассказать вам об одном интересном парадоксе: доказанный факт, что особенно интенсивно мозг

человека развивается до 7 лет, а после начинается определенная стагнация. Это очень странно, не так ли, ведь происходит довольно рано. Конечно, это вовсе не значит, что дальше развитие не идет – идет каким-то образом так или иначе. Однако именно торможение является причиной, по которой некоторые люди не приходят ни к каким результатам в своей жизни. Все просто: если продолжать жить по накатанной, делать то, что делают другие, ни к чему особенно не стремиться, то возможностей реализовать свой потенциал становится все меньше и меньше. Для того чтобы выйти за эти рамки, «раскачать» свой мозг, начать расти, нам нужно обучение.

Помните, чтобы стать сильным специалистом и членом успешной команды, необходимо непрерывно работать над собой и оттачивать профессионализм.

Как получить от книги 100 %?

Как сделать свое обучение и чтение этой книги максимально продуктивным и полезным? Ваша основная задача – полностью вовлечься в этот процесс, выполнять все задания вовремя, тогда результат не заставит себя ждать и вы получите нужный эффект.

Обязательно изучите глоссарий и основные определения. На протяжении всей книги я буду употреблять разные термины, и важно, чтобы вы понимали, о чем я говорю.

Обязательно выполняйте задания, которые идут под заголовком «ПРАКТИКА». Так вы сможете опробовать все то, о чем я рассказываю в теории. Безусловно, я не говорю, что нельзя читать дальше, если не выполнена практика, но нужно понимать, что вы заплатили деньги, чтобы получить максимум от книги, так что выполнение упражнений в ваших же интересах. Только вы ответственны за то, сколько в итоге сможете унести знаний и как будете применять их. Думаю, впрочем, что это очевидно.

Для того чтобы практика была эффективнее, выберите свой уже существующий бизнес или проект, на основе которого будете разбираться с теорией.



СОВЕТ: если у вас один бизнес, практикуйтесь на нем; если у вас несколько бизнесов или вы работаете как агентство, то выберите только один кейс и практикуйтесь на нем. Не берите сразу несколько проектов, чтобы не запутаться.

Если у вас нет продукта, то возьмите идею и проработайте бизнес, который хотели бы развить, следуя материалу книги. Еще один вариант: возьмите какой-нибудь популярный на рынке продукт и практикуйтесь на нем. Например, то, что было интересным в прошлом году: розы в пробирках, беспроводные наушники, сумки на пояс. Наверное, не стоит брать самый популярный товар – он и так раскручен. Постарайтесь взять универсальный, но при этом вам лично интересный продукт.

Еще один важный пункт: поймите цели своего личного обучения и прочтения книги. Вы купили книгу, потратили деньги, потратите какое-то время, чтобы прочитать ее, проработать весь материал и научиться тому, что здесь описано. Но перед этим хорошо было бы понять, зачем вам это нужно. В идеале вы должны поставить себе конечную цель, промежуточным этапом в достижении которой и станет эта книга.

Попробую помочь вам и натолкнуть на некоторые цели. Возможно, постепенно для вас обозначатся и какие-то свои задачи.

1. Первое и самое простое – вы хотите расширить свой кругозор. Я знаю, что есть огромное количество людей, которые читают подобные бизнес-книги как раз для собственного развития. Если вы такой человек – здорово. Вам важно просто впитать то, что я говорю, воспринять информацию – и все. Это круто, что вы читаете подобные книги и расширяете пул своих знаний.

2. Вам нужны знания. Если вы ведете бизнес-аккаунты, агентскую деятельность, то наверняка вам важно получить новые знания и опыт, прокачать навыки, чтобы было проще находить клиентов.

3. Вы заинтересованы в развитии своего дела. Вы читаете книгу с целью увеличить доход или создать собственный бизнес с Instagram. Я думаю, таких

в моей аудитории большинство. Вы хотите получать результат здесь и сейчас. Потому ваша задача, друзья мои, когда я даю какую-то информацию и говорю, что нужно сделать, сразу делать это, прямо в тот же момент. Вчитывайтесь в каждое слово, пробуйте практиковать полученные знания, внедрять их в свою жизнь. Вот тогда у вас все получится.

4. Возможно, вы – блогер или эксперт, который выстраивает свой бренд в соцсетях. Тогда ваша цель – популярность. Вы хотите привлечь максимальное количество аудитории. Будьте внимательны и внедряйте получаемые навыки сразу, чтобы видеть развитие аккаунта.

И еще несколько моментов, которые будут особенно актуальны для третьей и четвертой категорий читателей:

1. Будьте вовлечены на 100 %, осмысливайте, осознавайте и впитывайте то, о чем пойдет речь.

2. Если возникают вопросы – находите меня в Instagram и задавайте их. Круто, если вы будете не только анализировать информацию, но и активно участвовать в дискуссии, повышая свою квалификацию.

3. Выписывайте необходимую информацию. Я понимаю, что всем нам кажется, будто у нас гениальная память и мы способны все запомнить. Но по факту это не совсем так. Оперативная память человека очень ограничена, и обычно, прочитав 20–30 страниц, мы уже с трудом можем вспомнить то, что было в начале. В итоге в голове остается 0,5 % всей почерпнутой информации, поэтому – записывайте. Конечно, не все подряд. Не нужно воспринимать меня буквально и конспектировать каждое слово. Зафиксируйте основные мысли и тезисы, они вам точно пригодятся.

4. Не откладывайте на потом, внедряйте сразу. Часто бывает так: узнал что-то, вдохновился, а на следующее утро встаешь и думаешь: «Ну, не так и крута моя идея, а нужно ли ее внедрять, а стоит ли?» Чтобы получить результат, вам нужно просто брать то, что я предлагаю, и делать. Внедряйте сразу, не оставляйте на потом, потому что никакого потом не существует.

5. Выполняйте домашние задания, тогда книга «Ограбление Instagram» будет для вас действительно полезной. Не откладывайте это надолго, иначе вы половину забудете, вам придется вернуться, прочитать все еще раз и потратить больше времени.

6. Наконец, самое важное: не сомневайтесь в том, что мы даем. Понятно, что все мы умные, любим думать, анализировать, иначе бы вы не держали в руках эту книгу. Однако на время прочтения материала отодвиньте в сторонку своего внутреннего критика. Откройте сознание и просто доверьтесь мне. Делайте то, что я буду говорить. Книга даст практический результат только в том случае, если вы будете действовать. А уже потом, внедрив все инструменты, которые я дам, и увидев результат, вы сможете сделать выводы, возможно, несколько изменить что-то, адаптировать инструменты под себя. Главное – не подвергать все сомнению сразу. Сначала нужно освоить материал, поработать с ним, а потом уже решать, подходит вам это или нет.

Делайте, делайте и делайте, сам себя аккаунт не продвинет. Учитесь, анализируйте, выполняйте задания, внедряйте новые инструменты – и все обязательно получится, а положительные результаты не заставят себя ждать.

### Кто такой Instagram-маркетолог

Прежде чем перейти к сути дела и разбираться с тем, как зарабатывать на Instagram, давайте поймем, что такое Instagram-маркетинг и как им можно зарабатывать.

В принципе, значение самого слова довольно прозрачно следует из его структуры: Instagram-маркетинг – это совокупность деятельности в социальной сети Instagram, направленная на продвижение в ней профиля компании. Чаще всего профессионалы этой области работают удаленно.

Что такое удаленная работа? Это не просто деятельность без присмотра начальника. Скорее, это небольшой домашний бизнес, который может приносить доход, где бы вы ни находились.

Удаленка может быть более рентабельной, чем работа в офисе, при этом она создает определенную мобильность.

Собственно, основных составляющих в удаленной работе две:

1. ЗАКАЗЧИК – человек, который готов платить деньги за оказанные ему услуги. Причем под услугой подразумеваются абсолютно разные вещи, не только Instagram-маркетинг, а целый комплекс работ.

2. ИСПОЛНИТЕЛЬ – это вы, тот, кто берет с заказчика деньги и выполняет необходимую ему услугу.

Как и в любой другой работе, в удаленной есть свои плюсы и минусы.

ПЛЮСЫ:

1. Больше свободы и гибкий график, который позволяет быть ни к чему не привязанным, самому решать, когда и чем заниматься.

2. Доход больше, чем по найму. Удаленная работа позволяет самому управлять своим доходом, а не ждать, когда поднимут заработную плату. Тут все просто: больше проектов, больше креатива, больше и доход; ничего не делаем, сидим на диване – меньше доход. Соответственно, нет предела возможностям.

3. Возможность работать из любой точки мира.

МИНУСЫ:

1. Мотивация. Сидя дома, крайне важно уметь замотивировать себя, чтобы не в компьютер играть, а именно работать. Это несложно, если есть желание развиваться, есть конкретная цель, стремление в чем-то реализоваться.

2. Зрение и осанка. Мы очень много работаем за компьютером, в результате так или иначе возникают некоторые сложности со здоровьем. Чтобы избежать подобных проблем, необходимо регулярно заниматься спортом.

3. Отсутствие общения с коллегами. Часто, тем кто работает удаленно не хватает общения с близкими по интересам людьми. Чтобы решить эту проблему мы создали клуб для всех кому не безразличен маркетинг и продвижение в соцсетях. Будем рады видеть вас <https://tooligram.club>

Выбор профессии в сфере Instagram-маркетинга

Профессий в Instagram-маркетинге, безусловно, много.

Рекомендую при выборе ориентироваться не на то, что приносит больше всего денег, а на то, что приносит больше всего удовольствия.

Тогда дело будет, во-первых, мотивировать вас само по себе, следовательно, повышать продуктивность работы. Во-вторых, чем сильнее вы любите свое дело, тем качественнее результат, соответственно, и выше стоимость ваших услуг. Таким образом, вопрос денег решается сам собой.

Рассмотрим ТОП-5 удаленных профессий, которые пользуются большой популярностью в сфере Instagram-маркетинга.

1. КОПИРАЙТЕР – пишет красивые тексты для плакатов, сайтов, соцсетей и так далее.

2. ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙНЕР – рисует сайты, баннеры и реализует прочие визуальные проекты.

3. РАЗРАБОТЧИК ПОСАДОЧНЫХ СТРАНИЦ – пишет лендинг пейджи, сайты.

4. ТАРГЕТОЛОГ – специалист по таргетированной рекламе.

Каждая из вышеперечисленных специализаций востребована. Но на мой взгляд, по отдельности они довольно однообразны, монотонны и скучны. Именно поэтому я выделяю пятую профессию:

5. INSTAGRAM-МАРКЕТОЛОГ – привлекает для компании трафик. Он имеет огромный спектр задач и, соответственно, возможностей для самореализации.

Instagram-маркетолог должен разбираться в сотнях различных мелочей и нюансов.

Область работы такого специалиста делится на две части:

1. КОНТЕНТ – это то, на чем держатся все социальные сети. Я думаю, вы и сами это понимаете. Что входит в работу с контентом? Это, прежде всего, ведение аккаунта клиента: постинг фото, написание текстов, а также проведение конкурсов и работа с подписчиками.

2. ТРАФИК – продвижение аккаунта всеми возможными способами: привлечение подписчиков, реклама у блогеров, настройка таргетированной рекламы. Все это маркетолог должен, даже, я бы сказал, обязан делать каждый день.

В принципе, вы можете заниматься как комплексным продвижением, так и чем-нибудь одним: трафиком или контентом. Отсюда в профессии появляются разные люди – контент-менеджеры, таргетологи и так далее. Самое важное в любом случае, – знать тонкости продвижения и техники создания классного контента. Тогда вы получите максимальный результат от работы с Instagram.

Следующий важный вопрос: сколько стоят Instagram-маркетологи? Ведь если рассматриваешь профессию, нужно понимать, какой доход она может приносить. Если брать простое ведение Instagram-аккаунта, то сейчас оно стоит от 15 000 рублей. За меньшие деньги найти хорошего специалиста практически нереально. Занимает такая работа примерно полчаса в день, если система уже выстроена. Предположим, вы ведете 5 клиентов (о том, как их найти, мы поговорим отдельно). Это уже 75 000 рублей в месяц. Допустим, вы добавили

еще пару клиентов по настройке таргетированной рекламы. Минимальная стоимость такой услуги на рынке – 10 000 рублей, то есть прибавляем еще 20 000 рублей в месяц.

Таким образом, получается, что Instagram-маркетолог может начать зарабатывать 95 000 рублей уже в первый месяц работы.

Что технически нужно для того, чтобы начать работу и получать от 100 000 рублей в месяц?

1. Смартфон. Тут даже объяснять не буду почему.

2. В идеале еще необходим ноутбук, потому как он сильно упрощает работу. Особенно это касается запуска рекламных кампаний и работы с различным софтом.

3. К слову о софте:

? CANVA – онлайн-программа для работы с графикой вместо Photoshop. Удобна тем, что довольно проста, не нужно долго учиться работать с ней. В программе можно делать рекламные баннеры, обрабатывать фото, причем бесплатно. При необходимости можно приобрести хорошие картинки, стоимость – в пределах 1 доллара.

Ссылка: [www.canva.com](http://www.canva.com) (<http://www.canva.com/>)

? SUPA – отличный онлайн-сервис для создания видеорекламы, например для Instagram. Умеет создавать рекламу для сториз и ленты.

Ссылка: [www.supa.ru](http://www.supa.ru) (<http://www.supa.ru/>)

? LIVEDUNE – статистика и анализ для ВКонтакте и Instagram. Портал предоставляет расширенную информацию о росте сообществ в соцсетях,

благодаря чему вы сможете понять, где есть боты, накрутки, а где – живая аудитория.

Ссылка: [www.livedune.ru](http://www.livedune.ru) (<http://www.livedune.ru/>)

? И, конечно, TOOLIGRAM – известный уже сервис, где есть полный комплекс инструментов для работы с соцсетями, в том числе аналитика, отложенный постинг, привлечение аудитории, повышение охватов и многое другое.

Ссылка: [www.tooligram.com](http://www.tooligram.com) (<http://www.tooligram.com/>)

Само продвижение включает умение анализировать целевую аудиторию, писать офферы, формировать УТП (уникальное торговое предложение), оформлять профиль, создавать контент, продвигать аккаунт, настраивать массфолловинг и таргет. Я, конечно, рекомендую использовать для этих целей Tooligram, но есть и другие платформы, которые легко можно загуглить.

Ниже мы подробнее рассмотрим все аспекты и нюансы работы Instagram-маркетолога. Пока же я хочу обратить ваше внимание еще на несколько важных моментов:

1. Не важно, где вы находитесь, можете ли вы с клиентом встретиться физически или нет. Главное в этой профессии – ваши навыки и умения.
2. Можно вести несколько аккаунтов одновременно. При правильно выстроенной системе вы сможете работать одновременно и с пятью, и с десятью клиентами.
3. Вы можете сделать оплату своих услуг не только фиксированной, но и привязать ее к проценту от прибыли. Соответственно, так вы сможете зарабатывать, да и просто получать от профиля гораздо больше.



## 1.1. Появление и влияние социальных сетей

Социальные сети уже более 10 лет являются одним из основных источников информации и коммуникации. Но если быть точным, то первые соцсети появились еще в 1999 году. То есть разрабатывать этот массовый и так полюбившийся человечеству продукт начали 20 лет назад. И хотя в активное пользование соцсети вошли не так давно, сегодня они стали уже не только неотъемлемой частью нашей жизни, но и огромным ресурсом для ведения бизнеса.

Сейчас предпринимательская деятельность в соцсети не является чем-то неясным, как это было раньше. Методология работы с аудиторией хорошо описана, структурна и в целом представляет собой довольно проработанную часть ведения бизнеса.

Первым основным контентом соцсетей был текст. Постепенно он трансформировался, перетекал в то, что мы видим сейчас: лайф-фото, лайф-видео (от английского life – жизнь), прямые эфиры – то есть лайфстайл-контент, копирующий повседневную жизнь. Интернет-коммуникация российского бизнеса с клиентами развивалась от ЖЖ (Live Journal) к Twitter, потом – ВКонтакте, а далее мы пришли к Facebook и YouTube.

Сейчас одной из основных и быстрорастущих соцсетей мира является Instagram. «Инста», как принято сокращенно называть эту платформу, включает в себя абсолютно разные виды контента: здесь публикуют и фото, и видео, сториз, лайф-трансляции, текст и даже не так давно появившийся IGTV (видеохостинг, позволяющий загружать ролики длиной до 60 минут). Помимо перечисленного, эта соцсеть привлекательна также возможностью общаться с другими пользователями посредством комментариев, личных сообщений, лайков, сохранения постов и так далее. Если раньше Instagram был местом, где можно просто запостить фотки, то сейчас данная соцсеть стала целой

инфраструктурой, которая активно развивается и постоянно растет.

В Instagram постоянно появляются новые возможности не только для частных пользователей, то есть для потребителей контента, но и для бизнеса, причем как для маленьких, так и для больших компаний.

Собственно, именно поэтому вы и держите в руках книгу «Ограбление Instagram».

Что лежит в основе любой соцсети?

Основа любой социальной сети – это контент. Чтобы понять данный факт, необходимо взглянуть не на VK, не на Instagram, а на YouTube, ставший одной из самых больших соцсетей в интернете.

Представьте, что на YouTube не было бы видео, то есть контента, который мы привыкли там видеть сейчас. Тогда что там еще можно было бы делать? Ничего! Соцсеть просто бы умерла. Если же мы говорим про VK или Instagram, то в них есть дополнительные возможности, например для коммуникации между пользователями. Тем не менее отсутствие контента на странице все равно является фатальным.

По факту, мы все сидим в Instagram, потому что там есть фото по интересам: кому-то нужны машины, кому-то пейзажи, кому-то фэшн, кому-то голые девушки, но в любом случае контент – это именно та вещь, из-за которой мы проводим столько времени в соцсетях в целом и в Instagram в частности.

В чем отличие соцсетей от предшественников – сайтов, порталов, форумов? Ключевое различие кроется в том, что все они были обезличены, не несли или почти не несли никакой персонализированной нагрузки. В социальных же сетях каждый аккаунт представляет в первую очередь жизнь человека, его личность, что очень важно. Кроме того, коммуникация происходит в реальном времени, благодаря чему происходит динамичное развитие отношений между пользователями или брендом и пользователем.

Есть еще несколько важных моментов, благодаря которым именно Instagram удалось стать столь большой социальной сетью, а сегодня – продолжать активно развиваться. Во-первых, эта соцсеть сразу же создавалась для мобильных устройств, а не для стационарных компьютеров. Во-вторых, тот контент, которым наполняется Instagram, прост в потреблении. Если раньше мы читали статьи, смотрели длинные видео, то сейчас мы не готовы тратить столько времени на один пост. Чтобы посмотреть короткое видео или пролистнуть фото в Instagram, хватит нескольких секунд. Эта соцсеть дает возможность находиться в привычной динамике, в привычном нам современном ритме взаимодействовать с окружающей средой и миром. Вероятно, это основная причина, по которой Instagram так быстро набирает обороты.

Еще одна причина популярности Instagram, конечно, сториз – короткие пятнадцатисекундные ролики, которые удаляются через 24 часа после размещения. Они позволяют вашим подписчикам наблюдать за тем, что происходит с вами, в режиме реального времени, здесь и сейчас. Это намного интереснее обычных фото или видео, ведь такие посты можно сделать заранее. Данный формат контента пришел из Snapchat – социальной сети с небольшими смешными видео, которая, правда, в России как-то не прижилась. Между тем, за границей Snapchat до какого-то момента очень неплохо рос, так что Instagram решила позаимствовать у них этот выигранный элемент – короткие удаляющиеся видео. Кстати, у Snapchat, в отличие от Instagram, дела сейчас идут не так хорошо. Почему?

Причина проста: Instagram активно внедряет все самые важные, новые и популярные фишки в свою сеть, развивается, и пользователи это ценят.

Например, в Instagram есть директ-мессенджер, который также добавляет сети преимуществ. Наша коммуникация как пользователей сети построена на обмене не только текстом, но фото и видео. Мы постоянно скидываем друг другу понравившиеся материалы, а директ дает возможность не копировать ссылку, чтобы отправить ее через другой мессенджер, а поделиться интересной публикацией прямо в той же социальной сети. Весьма удобно! В результате мы еще больше времени проводим в Instagram (и меньше – в других сетях), что дополнительно помогает ему развиваться.

Принципиальное отличие соцсетей от любого другого способа продвижения заключается в том, что соцсети построены на взаимодействии с аудиторией, причем долгосрочном. Следовательно, соцсети редко когда ведут к быстрым продажам и зарабатыванию денег в формате «прямо здесь и сейчас».

Безусловно, и быстро можно что-то продать, но когда мы говорим о больших доходах, о миллионных, то в первую очередь речь идет про взаимодействие с людьми, построение бренда, выстраивание долгосрочных отношений с клиентом.

Вы создаете площадку, в данном случае – Instagram-аккаунт, приводите на него людей, которые потребляют ваш контент: читают посты, лайкают, комментируют, таким образом взаимодействуют с вами, вдохновляются, начинают следить за брендом. Лишь после всего этого у подписчика может сформироваться потребность в предоставляемом вами товаре или услуге, и он покупает продукт, тем самым начиная приносить вам деньги.

В других же местах в интернете – в контекстной, баннерной рекламе, на форумах – взаимодействие с потребителем происходит иначе. Человек получает информацию, ответы на какие-то вопросы и покупает прямо здесь и сейчас. Контекстная реклама может выглядеть гораздо эффективнее, так как позволяет заработать быстрее. Но с точки зрения перспективы, роста и долгосрочного получения прибыли социальные сети являются более важным инструментом.

Instagram сегодня – это:

1. 1,1 миллиарда активных пользователей – безумная скорость роста для соцсети.

2. 25 миллионов компаний имеют аккаунт в Instagram. Яркий пример: ВК в свое время боролись с Instagram как могли, даже блокировали, но недавно и ВК завела аккаунт в инсте.

3. 59 % людей в возрасте от 18 до 29 лет пользуются Instagram, а это – целевая аудитория большей части бизнеса.

4. 35 % подростков (будущая целевая аудитория) говорят о том, что Instagram является самой важной соцсетью в их жизни. Звучит немного пугающе, но факт остается фактом.

5. 61 % пользователей Instagram хотя бы раз заказывали что-то через эту соцсеть. У меня и самого был интересный пример: я пытался забронировать столик в ресторане, но телефон был все время занят, а на заявку на сайте они не реагировали. Тогда я написал гневный комментарий в Instagram. Мало того что мне ответили в течение 5 минут, я еще и забронировал столик прямо в директе.

6. 5 миллиардов долларов потратят рекламодатели на официальную рекламу в Instagram в 2019 году. Откуда данные? Можем реф дать?

7. Помимо этого, они потратят еще 5 миллиардов долларов на работу с лидерами мнений, то есть блогерами-инфлуенсерами (от английского influence – влияние), трендсеттерами и так далее.

Что такое 10 млрд долларов? Сумма, которую бизнес вкладывает в рекламу в Instagram, равна годовому бюджету дружественной нам страны Болгарии. То есть эта страна год живет на те деньги, которые рекламодатели тратят на свое продвижение в Instagram.

При этом рост инвестиций в рекламу в соцсети находится пока в стартовой фазе и все время увеличивается, потому как это направление, несмотря на свою популярность, пока только развивается. Важно понимать, что сейчас в любой бизнес-нише, какую ни возьми – ресторанный ли, строительный бизнес или фэшн, – вы встретите сильнейшую конкуренцию. Чтобы вас заметили, уже недостаточно просто выкладывать какие-то фото и писать какие-то тексты. Нет никакой волшебной кнопки, которую можно нажать, и клиенты – и деньги – сами сыплются в карманы. Эти времена если и были, то давно прошли.

Так что если вы не крупная международная компания с миллионным бюджетом на рекламу, у вас есть только один путь, чтобы оказаться эффективным в ближайший год: быть на гребне волны, в курсе последних тенденций, использовать самые новые техники, подходы, способы привлечения и взаимодействия с аудиторией в сети Instagram. Именно для того, чтобы

компания могли эффективно продвигаться и при этом экономить свои бюджеты, им нужен такой человек, как Instagram-маркетолог. Собственно, он отвечает за то, чтобы компания тратила меньше, а работала максимально эффективно и получала большую прибыль.

## 1.2. Почему люди покупают через социальные сети?

### Удобство

С каждым годом темп жизни возрастает, за день люди выполняют все больше действий, за год преодолевают все больше расстояний. Поэтому одним из ключевых ресурсов становится время. Отсюда следует первая причина покупок в соцсетях – экономия времени. Вам не нужно переходить по цепочке ссылок или часами искать понравившийся вам товар через поисковые системы. Вы можете купить любой товар, не выходя из привычного пространства соцсети, за два-три простых шага. Магазины принимают заказы из direct или прямо из комментариев, чтобы путь от интереса к покупке занимал как можно меньше времени. Кроме того, в Instagram активно внедряются шоптеги – особые маркеры с ценой на фото, позволяющие сразу перейти к покупке.

Конец ознакомительного фрагмента.

----

Купить: [https://tellnovel.com/ru/sokolovskiy\\_aleksandr/ograblenie-instagram](https://tellnovel.com/ru/sokolovskiy_aleksandr/ograblenie-instagram)

Текст предоставлен ООО «ИТ»

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию: [Купить](#)