

ВЫЖИМКА



JENVARR
EDUCATION



**Первое и самое главное правило
- сделайте свой аккаунт живым.**

Показывайте вашу харизму и эмоции.

Будьте открыты и искренне с аудиторией.

Показывайте жизнь компании, больше людей в кадре.

Станьте друзьями с вашей аудиторией.



СИСТЕМА ПРОДВИЖЕНИЯ АККАУНТА В ИНСТАГРАМ

Даём вам пошаговую систему: что нужно сделать,
чтобы ваш коммерческий аккаунт стал продающим
и приносил стабильный результат.
Используйте эту систему как чек-лист.
Если у вас нет продаж, проверьте: все ли элементы
системы у вас отработаны?



ШАГ #1

Создать портрет своих покупателей: кому вы продаете, кто ваша Целевая Аудитория?

Для чего это нужно:

1. Вы понимаете, как воздействовать на своего клиента, что у него болит, о чем он мечтает. Исходя из этой информации, вы можете создавать офферы, актуальный контент, тексты для блогеров, которые будут воздействовать на вашу ЦА.
2. Искать партнеров для кросс-маркетинговых мероприятий и коллабораций.
3. Искать подходящих блогеров.
4. Правильно настраивать рекламу.



Правильно:

Один из портретов целевой аудитория компании Jenvar Education
Анна 33 года, имеет собственное ателье,
до этого были другие неудачные бизнес-проекты.
Хочет запустить собственный бренд одежды.
Пробовала нанимать сmm-специалиста и не одного,
не увидела никакого эффекта.
Решила самостоятельно обучиться продвижению
в инстаграм и в будущем нанять сmm-специалиста
и его контролировать.
Не замужем, есть собственный автомобиль.
Готова идти на риск, открыта к развитию.

Неправильно:

Женщины 25– 65 лет, домохозяйки.



ШАГ #2

Оформить шапку профиля

**Она должна давать о вас
исчерпывающую информацию
с первых секунд, раскрывать
ваши преимущества**

Что должно быть в шапке:

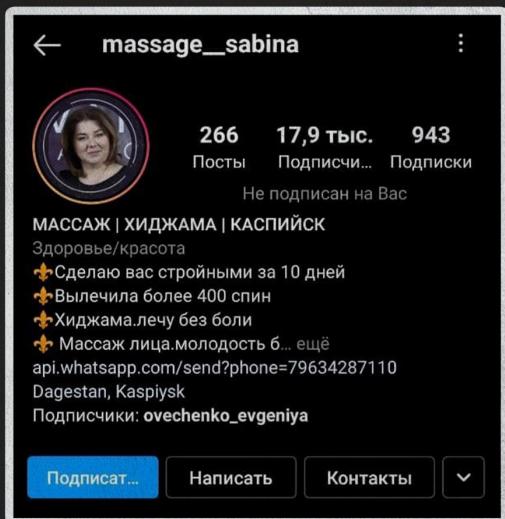
1. Запоминающийся аватар
2. Оффер
3. Преимущества
4. Информация о вас
5. Разделение текста эмодзи и абзацами



Неправильно:



Правильно:





ШАГ #3

Оформить категории Актуального

1. Категории Актуального должны давать о вас всю информацию, которая может быть интересна вашим подписчикам.
2. В Актуальном 7-10 фото по каждой категории.
3. Обновляйте категории Актуального постоянно (если есть информация, которая требует обновления: например, отзывы, или ассортимент в сфере одежды).
4. Создайте категории, исходя самых часто задаваемых вопросов: доставка, прайс, о нас, отзывы, результаты и т.д.

Неправильно:



Правильно:





ШАГ #4

Создать рубрики и контент-планы для Ленты и Stories

Имея понимание, что будет публиковаться в вашем аккаунте, вы сможете заранее планировать фото и видео. Будете понимать, что и как вам нужно снять на фотосессии. Какие фотографии пригодятся, а какие – не подойдут для вашего визуала.

Шаблон контент-плана для ленты

A	B	C	D	E	F	G
1	Дата	Время выхода поста	Название рубрики	Описание поста	Ссылка на статью источник информации	Текст к посту (по желанию)
2	1	18:00	Советы.	Найти в интернете советы по уходу за ломкими волосами и адаптировать под свой опыт.		
3	2	20:00	Результат до/после.	Найти в телефоне результат до/после и оформить в красивый шаблон.		
4	3	12:00	Лайфхак.	Видео в IGTV. Как в домашних условиях сделать самому себе стрижку.		

Шаблон контент-плана для stories

ПРИМЕР КОНТЕНТ-ПЛАНА STORIES ДЛЯ МАГАЗИНА АКСЕССУАРОВ						
Рубрики	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота
Будни сервисного центра.	+	+			+	
Жизнь магазина. Live контент.	+		+		+	
Отзыв (Скриншот).		+			+	
Обзор товара.			+			
Миф или правда из мира технологий.	+		+	+	+	
Прайс услуг.		+	+			+
Опросы и викторины на различные темы.	+		+		+	
Блиц интервью с сотрудниками.	+		+			+
Фото товара с указанием цены.	+	+	+		+	
Акции и скидки.		+		+		
Интересные факты из мира технологий.					+	
Самолетик из ленты. Дублирование поста из ленты с призывом к просмотру.		+	+	+	+	+



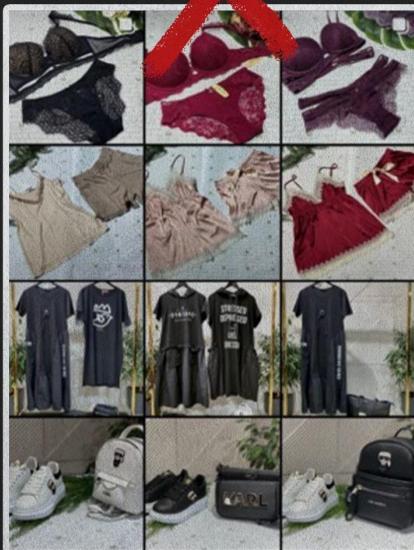
ШАГ #5

Создать качественный визуал

1. Красивая картинка – это основа работы в Инстаграм. Без качественных фото и видео сложно добиться результата.
2. Не жалейте средств и времени на хорошие фотосессии: приглашайте фотографов, видеографов. С одной фотосессии вы сможете создать контента на несколько месяцев вперёд.
3. Обрабатывайте визуальный контент в приложениях для создания графических постов и акционных (конкурсных предложений).
4. Не превращайте аккаунт в Авито.
5. Показывайте больше себя и людей. Люди любят людей, и покупают у человека, а не бездушной картинки.
6. Видео имеет значительно большую популярность, чем статичный контент. Снимайте больше видео. Не бойтесь камеры.



Пример плохой / хороший визуал



ВСЕМ
НОВЫМ
ПОДРЯДЧИКАМ
VIP СКИДКА
15%
НА ВСЁ

DIM

ЭСТЕТИКА
В ДЕТАЛЯХ



ШАГ #6

Написать продающие описания

1. Качественные тексты в описаниях повышают продажи. Только через них вы можете транслировать свои ценности, преимущества, вызывать доверие, вовлекать аудиторию.
2. Используйте разные виды контента, не превращайте аккаунт в Авито.
3. Используйте продающие техники и Заголовки.

The image shows two side-by-side social media posts, each with a large red X or green checkmark drawn over it.

Left Post (Incorrect):

- User: mona.kat_shop
- Text: Ткань Хлопок
Размеры S M 🌸
Цена 2500 руб
#платьяmonakatshop #oog
2 нед.
- Engagement: 15 отметок "Нравится"

Right Post (Correct):

- User: milarai_
- Text: Невероятные расцветки ,качество ,комфортная дышащая ткань лён ит
Цена / 4.499
Подходит с джинсами ,юбками в базовых цветах ,можно красиво сочетать и выглядеть стильно ☺
А ты уже приобрела на лето стильную льняную рубашку ?😊
5 дн.
- Engagement: 5 дн. Ответить
- Comments: ibragim_ai_zarema_777 ⭐⭐⭐
- Statistics: Просмотры: 208



ШАГ #7

Вести Stories

1. Геймификация – обязательный элемент stories для увеличения охватов: опросы, конкурсы, игры, викторины.
2. Правильное оформление контента в stories.
3. Показывайте в stories жизнь и закулисье рабочих процессов.
4. 6-10 stories в день разбейте на несколько этапов постинга: утро, обед, вечер.



ШАГ #8

Запуск таргетированной рекламы

1. Закладывайте ежемесячный бюджет на таргетированную рекламу: 5 000 – 15 000 ₽. Есть правило экономического развития: 10%-15% от оборота должно вкладываться в рекламу.
2. Тщательно проработайте офферы.
3. Тестируйте контент в рекламе.
4. Анализируйте результаты рекламы.
5. Запускайте в рекламу :
 - Видео отзывы
 - Отзывы блогеров
 - До/После
 - Имиджевые ролики
 - Офферы
 - Акции, Скидки



ШАГ #9

Работайте с блогерами. Идеально 1-2 блогера в месяц

1. Снимайте Отзывы для вашей страницы
(для дальнейшего запуска в рекламу).
2. Размещайте рекламу на странице блогера
(в Ленте и сторис).
3. Предлагайте бартер
(хотя бы часть оплаты отдать товаром / услугой).
4. Чётко прописывайте ТЗ для блогера, контролируйте
процесс записи видео и фотосессии.

Пример:





ШАГ #10

Проводите конкурсы 1-2 раза в месяц

1. Конкурсы – лучший инструмент для повышения активности аудитории и привлечения новых подписчиков (за счёт упоминаний в комментариях или сторис).
2. Разыгрывайте подарки, имеющие высокую ценность для вашей аудитории.
3. Выбирайте победителей с помощью сервиса [@lizaonair](#)
4. Не забывайте про другие виды

Пример конкурса:

The screenshot shows an Instagram post from the account @medbionica. The post features a blue promotional graphic for a competition. The graphic has white text: "мед БИОНИКА", "ВЫИГРАЙ СЕРТИФИКАТ НА 3 000 ₽ ОТ КЛИНИКИ МЕДБИОНИКА г.Махачкала". To the right of the graphic is the Instagram post interface. It shows the profile picture of @medbionica, the post caption "Майские праздники вместе с Медбионаикой! 🎉", the text "А раз праздники, значит будем дарить подарки! 🎁 Разыгрываем сертификат на любые услуги клиники @medbionica на сумму 3000 рублей!", the section "УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ:", and a list of requirements: "✓ Подпишитесь на наш профиль ✓ Поставьте лайк под этой публикацией ✓ Отметьте друга в комментариях под записью. Больше отметок - выше шанс выиграть! ✓ Сделайте репост в сторис - и не забудьте поставить отметку". Below the requirements are standard Instagram interaction icons: like, comment, share, and a note indicating 521 likes and 30 April publication date.



ШАГ #11

Отвечайте на комментарии и в директе

1. Отвечать в директе нужно здесь и сейчас. Если вы отвечаете дольше 20 минут, с каждой последующей минутой клиент «остыдает» или уходит к конкурентам.
2. Ставьте лайки на комментарии и сообщения, которые вам отправляют.
3. Разбирайте и решайте негативные ситуации.
4. Неадекват и хейт – сразу в блок.



ГЛАВНЫЙ СЕКРЕТ ПРОДАЖ
В ИНСТАГРАМ
- СИСТЕМНОСТЬ В РАБОТЕ.
РЕГУЛЯРНО ВЕДИТЕ ВАШИ
АККАУНТЫ С УЧЁТОМ
РЕКОМЕНДАЦИЙ ВЫШЕ.
НЕ БУДЕТ СИСТЕМНОСТИ
- НЕ БУДЕТ РЕЗУЛЬТАТА.



JENVARR
EDUCATION

