




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 Jenvarr Education
Анна 33 года, имеет собственное ателье, до этого были другие неудачные бизнес-проекты. Хочет запустить собственный бренд одежды. Пробовала нанимать смм-специалиста и не одного, не увидела никакого эффекта. Решила самостоятельно обучиться продвижению в инстаграм и в будущем нанять смм-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

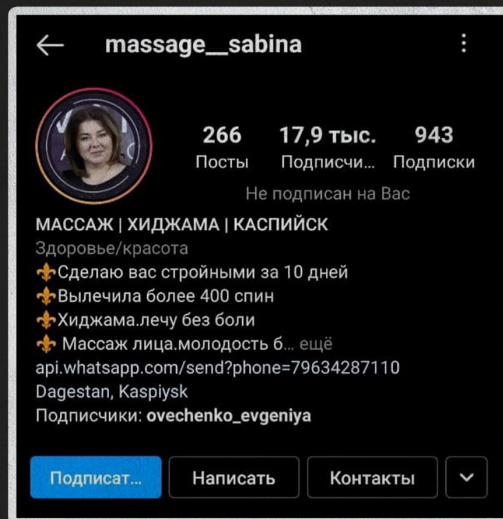
Что должно быть в шапке:

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

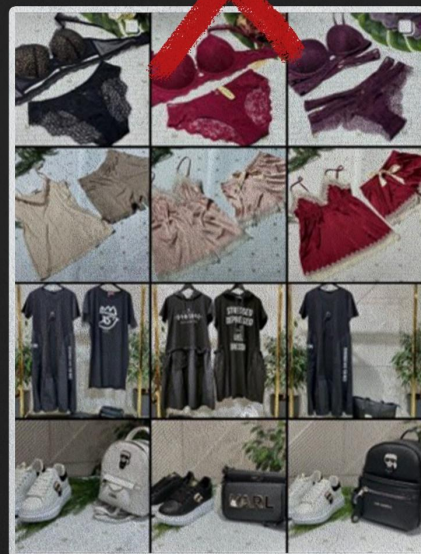
ПРИМЕР КОНТЕНТ-ПЛАНА STORIES ДЛЯ МАГАЗИНА АКССУАРОВ							
Рубрики	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Будни сервисного центра.	+		+			+	
Жизнь магазина. Live контент.	+		+		+		+
Отзыв (Скриншот).		+			+		+
Обзор товара.			+				
Миф или правда из мира технологий.		+		+	+	+	
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 картинке.
6. Видео имеет значительно большую популярность, чем статичный контент. Снимайте больше видео. Не бойтесь камеры.

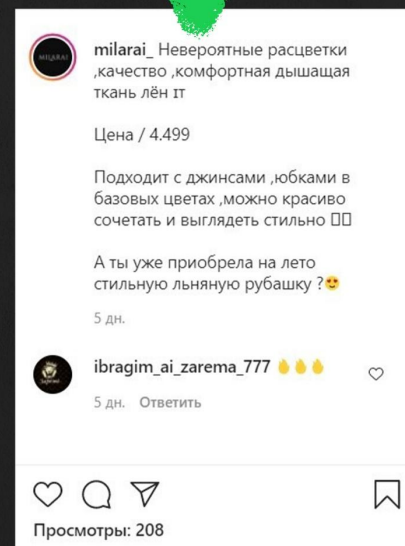
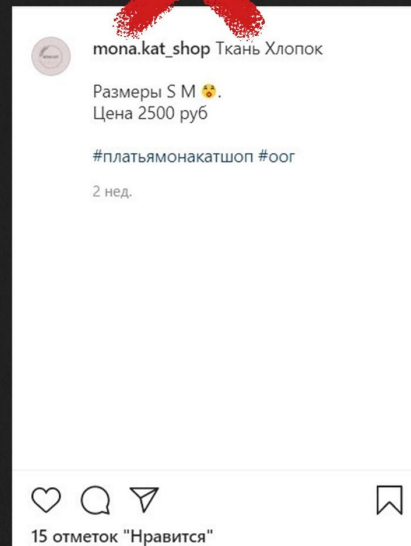
Пример плохой / хороший визуал



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.



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 закулисы рабочих процессов.
4. 6-10 stories в день разбейте на несколько этапов постинга: утро, обед, вечер.



ШАГ #8

Запуск таргетированной рекламы

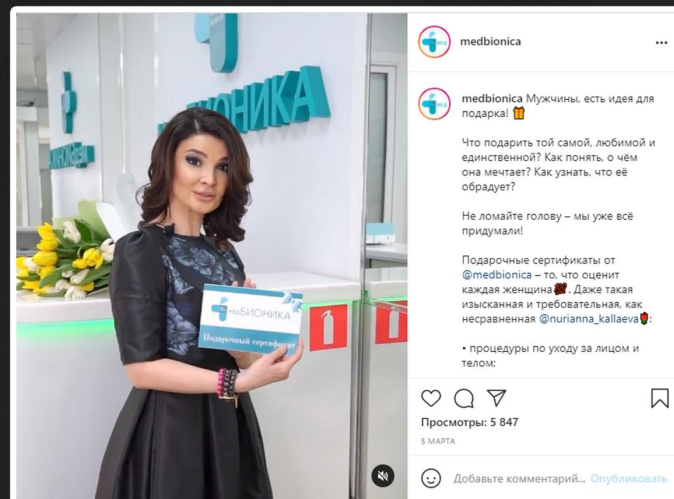
1. Закладывайте ежемесячный бюджет на таргетированную рекламу: 5 000 - 15 000 ₽. Есть правило экономического развития: 10%-15% от оборота должно вкладываться в рекламу.
2. Тщательно проработайте офферы.
3. Тестируйте контент в рекламе.
4. Анализируйте результаты рекламы.
5. Запускайте в рекламу :
 - 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:

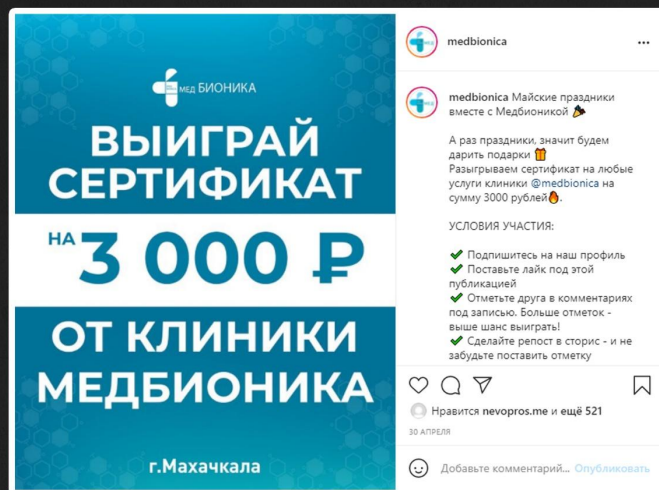


ШАГ #10

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:



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 «остывает» 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

