

«Бизнес с Китаем»

Создание успешного интернет-магазина.

- ◆ СПИСОК НАИБОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАННЫХ НИШ
 - ◆ ВИЗУАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА
 - ◆ УПАКОВКА ТОВАРА
 - ◆ ПРИЛОЖЕНИЯ-ПОМОЩНИКИ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА
-
- ◆ ПРОДВИЖЕНИЕ И РЕКЛАМА
 - ◆ ПЛАТНЫЕ И БЕСПЛАТНЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ
 - ◆ ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В INSTAGRAM

СПИСОК НАИБОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАННЫХ НИШ

Декор для дома: на ТаоБао огромный выбор различных зеркал, подсвечников, постеров, картин и т.д. Разнообразие декора огромное, на любой выбор.

Декор для детских комнат: наклейки на стены, постеры, фонарики, различные настенные украшения, декоративные полочки.

Эксклюзивные женские сумки: на ТаоБао большой выбор высококачественных кожаных сумок, начиная от 1500р, в России эти модели продаются от 4000р.

Доступные женские сумки: повседневные женские сумки для учёбы или работы, доступные всем. Цены на ТаоБао от 200р, в России от 1500р.

Постельное бельё: взрослое и детское, большой выбор принтов и размеров.

Букеты из мыльных роз: довольно узкое направление, но пользуется хорошим спросом. Можно закупить весь необходимый материал на ТаоБао и самим делать букеты.

Игрушки и товары для детей: низкие цены, очень широкий ассортимент.

Аксессуары женские: это могут быть стильные очки, ремни, шляпы, перчатки, шапки, шарфы и т.д. Вес товаров небольшой, поэтому доставка будет недорогой, а наценка у таких товаров всегда высокая.

Мужские сумки: довольно узкое направление, но спрос на него хороший. Стильных сумок для мужчин всегда мало. Можно добавить кошельки, дорожные сумки и т.д.

Мужские аксессуары: ремни, очки, перчатки, шапки.

Стильные украшения: на ТаоБао можно найти огромное количество стильных украшений по очень низким ценам. Вес товаров очень маленький, наценка от 200%.

Украшения из серебра: так же, как и с обычными украшениями, украшения из серебра очень выгодны для продажи, закупка немного выше, но и стоимость в реализации выше.

Косметика: качественная косметика с сотнями тысяч отзывов, тканевые маски по 5р за штуку, в России эти же маски от 100р.

Скатерти: в инстаграме я встречала совсем немного магазинов с красивыми и стильными скатертями, найти что-то действительно стоящее очень трудно, зато на ТаоБао – без проблем.

Браслеты для мам с фигурками детей – закупка браслета из серебра с фигуркой 1 ребёнка 700р, в продаже от 2000р, добавив гравировку доход будет больше.

Нижнее белье: низкий вес товара, огромный выбор, наценка от 200%. Также можно добавить комплекты для сна и домашнюю одежду.

Женская верхняя одежда: куртки и жилетки от 300р, с доставкой в закупке будут от 500р.

Детская одежда: огромный выбор по низким ценам. Качество товаров и материалы намного лучше, чем во многих магазинах детской одежды.

Товары для гаджетов и техники: чехлы для телефонов, кабели, различные переходники и комплектующие.

Товары для занятия спортом: коврики, спортивная одежда и инвентарь. Небольшой вес товаров, но наценка на данную категорию высокая, а спрос хороший.

Визуальное оформление интернет-магазина

Для начала Вам нужно будет создать новую страницу в инстаграме для Вашего магазина. Далее, в настройках, Вам нужно переключиться на бизнес-аккаунт и привязать страницу магазина к Фейсбуку, чтобы в будущем Вы смогли запускать рекламу своих публикаций в инстаграм и просматривать информацию о своих публикациях: сколько человек их просмотрели или сохранили.

**Название Вашего
профиля**

Избегайте длинных названий, которые невозможно прочитать с первого раза, сложных звуков (ж, з, ч, ш, щ), повторений. Разделяйте имя и фамилию точкой или нижним подчёркиванием. Не используйте и точки и нижнее подчеркивание одновременно - выберите что-то одно.

Каким должен быть ник Вашего магазина:

- читабельным и понятным
- запоминающимся
- лёгким в написании и произношении
- кратким
- желательно, чтобы соотносился с идеей Вашего магазина
- уникальным, не похожим на названия конкурентов

- odezhda_dlya_tebya

- julia_brands

-tovary_na_zakaz

С такими названиями найти Вас в поиске будет практически нереально - они незапоминающиеся и нелепые.

Желательно, чтобы имя отражало суть вашей деятельности. Но это не значит, что нужно использовать слова "в лоб". (tovarydetyam). Применяйте ассоциации, сокращайте, комбинируйте.

В зависимости от выбранной Вами ниши я помогу подобрать название для Вашего магазина в личной переписке.

Главное фото профиля Вашего магазина

Чтобы Ваш магазин заметили, применяйте следующие советы:

- фон на фото не должен сливаться с изображением или быть ярче.
- фото должно быть ярким и запоминающимся.
- визуально понятным.

покажите крупным планом свой товар из самого выгодного ракурса или поставьте логотип, но он должен быть красивым и стильным

Шапка профиля

В шапке профиля у вас есть только 180 знаков, чтобы поместить там всю необходимую информацию. Ваша главная задача - зацепить описанием. Шапка должна Вас продавать. Помните, что эту информацию, как правило, читают «холодные» подписчики. Они еще Вас не знают, ничего не покупают. Они только оценивают буквально пару секунд и принимают решение, стоит ли изучать страницу дальше.

Ваше задание:

- Запомниться и выделиться.
- Разместить там ценную информацию.
- Подогреть, чтобы вызвать интерес смотреть профиль дальше.
- Используйте эмодзи, чтобы оживить информацию. Не делайте шапку слишком официальной и сухой.
- Используйте ссылки на @ и # только если это что-то очень важное и интересное.
- Добавьте ссылку для прямой связи с Вами с помощью Taplink, чтобы покупатель мог нажать на неё и попасть в беседу с Вами. Мы создадим её с Вами вместе, в процессе создания магазина.
- Для месторасположения есть отдельная строка в настройках профиля (способы связи).
- Категория – полупрозрачная надпись. То, что там будет написано, вы можете выбрать из перечня. Если раньше менять категорию можно было только в Фейсбук, то теперь это можно сделать и в Инстаграм.
- Строка «имя» выделена жирным шрифтом и показывается в поиске. Там должны быть ключевые слова, по которым Вас сможет найти потенциальный клиент. Покупатель будет искать женскую одежду, а не красивые вещи под заказ, нужно написать чётко и по делу.
- Образование, социальные доказательства, харизма, результат, который можете дать, горячие темы блога, опыт, доставка, упаковка, призыв к действию.

ПРИМЕР правильного заполнения шапки профиля:

Первая строка: Женская одежда (ваш
город)

Идеальный базовый гардероб

Новинки каждую неделю

Доставка по всей России

Бесплатная доставка от 3500 ₹

Ежедневно с 11:00 до 21:00

Оформить заказ↓

[ваша_ссылка]

STORIES HIGHLIGHTS (закрепленные истории)

- Лучше всего сделать им красивые обложки, обложкой каждой папки сохранённых сториз будет первое фото, которые Вы добавите в определённую папку и дадите ей название. Вы можете найти в интернете (или в Pinterest) специальные картинки для сториз или добавить однотонные.
- Покажите себя, всегда интересно знать, кто прячется за страницей.
- Отзывы (скрины, пользовательский контент — только самые крутые).
- Закулисье (как фотографируется или упаковывается Ваш продукт).
- Скидки, акции, бонусы, розыгрыши.
- Ассортимент по группам товаров.
- Новинки.
- Топ-предложений, топ продаж, ограниченное предложение.
- Ответы на самые частые вопросы (как заказать, оплатить, доставка, материал).
- История Вашего магазина (лицо бренда, опыт, достижения, конкурентные преимущества, история и особенности компании и т.д).

Фото в Вашем магазине

Фотографии в Вашем магазине очень важны: нужно делать светлые, чёткие фото. Лучше, чтобы их делал фотограф. Люди будут заходить на страницу Вашего магазина и фото должны их цеплять, чтобы захотелось подписаться и остаться.

Под фото необходимо размещать посты. Обязательно указывайте цену товара либо на фото, либо в посте. Но помимо цен и описания у Вас обязательно должны быть посты на следующие темы:

- **1. Как заказать?**
- **2. Кто Ваш клиент?**
- **3. Почему нужно выбрать Вас?**
- **4. Отзывы.**
- **5. Чем Вы отличаетесь от конкурентов?**
- **6. История создания магазина.**
- **7. Ответы на частые вопросы.**

Посты лучше планировать заранее, составляя контент-план на месяц и неделю. Минимальное количество публикаций в неделю – 5-6. Принято считать, что в магазине должно быть 70% информативного и развлекательного контента и 30% продающего.

Важно, чтобы Вашему подписчику было интересно за Вами следить. Да и каждый пост можно превратить в нативную продажу.

Чтобы Вам было легче, вы можете следовать следующему плану:

Понедельник - новостной пост. Расскажите о новостях Вашего магазина.

Вторник - информативный пост. На примерах покажите, как можно использовать Ваш товар.

Среда - продающий пост. Опишите, какую выгоду теряет Ваш клиент, не покупая товар у Вас.

Четверг - коммуникативный пост. Проведите опрос, пообщайтесь с подписчиками.

Пятница - продающий пост. Подготовьте для выходных интересную акцию и расскажите о ней.

Суббота - развлекательный пост. Добавьте развлекательный контент, предложите сыграть в игру.

Воскресенье - пожелайте подписчикам хорошего дня и опубликуйте лучшие товары этой недели.

Время публикации зависит от Вашей целевой аудитории. Когда Ваши клиенты больше проводят времени в Инстаграм? Публикуйте примерно в это же время.

Хештеги

Хештеги лучше выставлять в первом комментарии под постом, чтобы не отвлекать внимание клиента. Основные правила использования хештегов:

Под одним постом не используйте больше 11 хештегов.

Не используйте популярные теги – миллионники, например: instadayli, gm, магазин, одежда, обувь и т.д., это хештеги-миллионники, они выходят каждую секунду по всему миру в огромном количестве, лента с большой скоростью летит вниз и вряд ли Ваш пост кто-нибудь увидит.

Нельзя просто брать и копировать одни и те же хештеги для всех постов. Сделайте как минимум 3 подборки по 10-15 хештегов и меняйте их каждые 2 месяца. Иначе Инстаграм распознаёт Ваш аккаунт как спам и начинает занижать органический охват постов.

Важно прописывать разнонаправленные хештеги для своих постов. В Instagram есть функция подписки на хештеги, а с ней и кнопка “Не показывать этот пост по этому хештегу”. Это значит, что если люди будут жаловаться на ваш пост, этот самый пост выпадет из списка постов по хештегу и последующие посты тоже будут занижаться в охвате.

Создавайте личные хештеги и предлагайте людям подписаться на них. Тогда Ваши посты больше будут показываться подписчикам. Например, #скидки_названиевашегомагазина.

Нужны ли Stories и прямые эфиры магазинам в Instagram?

Чем больше каналов привлечения трафика вы используете – тем лучше. Поэтому, публикуйте 3-7 историй в день и планируйте хотя бы 1 прямой эфир в месяц. Instagram заметно снижает охват аккаунтов, которые не публикуют Stories.

Что можно публиковать в Stories?

- - Видеообзоры Ваших товаров.
- - Анонс следующего поста с напоминанием о возможности подписаться на уведомления о новых публикациях.
- - Рекомендация книги/фильма, которые связаны с Вашей нишей.
- - Опрос "Что Вы хотели бы узнать о магазине?"
- - Промокод на скидку, который дается всего на 24 часа.
- - Опросы, вопросы, которые помогут вам улучшить качество обслуживания.

Работа с клиентами

В Инстаграм важно быстро отвечать на комментарии и сообщения в директ. Пока Вы будете заниматься своими делами, конкурент ответит и продаст товар Вашему потенциальному покупателю.

Что рекомендуется делать:

1. Блокировать негатив, чужую рекламу, спам.
- 2 Stories.
3. Подключить дополнительные программы, чтобы не пропускать новые комментарии.

Здесь приведена памятка о лучшем времени публикаций в инстаграм:

Благодарить клиентов за отзыв. Делать репост отзывов себе в сторис



Упаковка товара

Если Вы хотите создать свой успешный интернет-магазин, то аккаунта в инстаграм и хорошего ассортимента недостаточно. Это нужно понимать и главное - быть готовыми к чему-то новому.

Я нередко читаю про то, как делают некоторые продавцы, отправляя своим клиентам заказ непонятно в чём и непонятно как, очевидно, какое мнение сложится у покупателя и вряд ли он посоветует этот магазин кому-то и сам вернётся ещё за покупками.

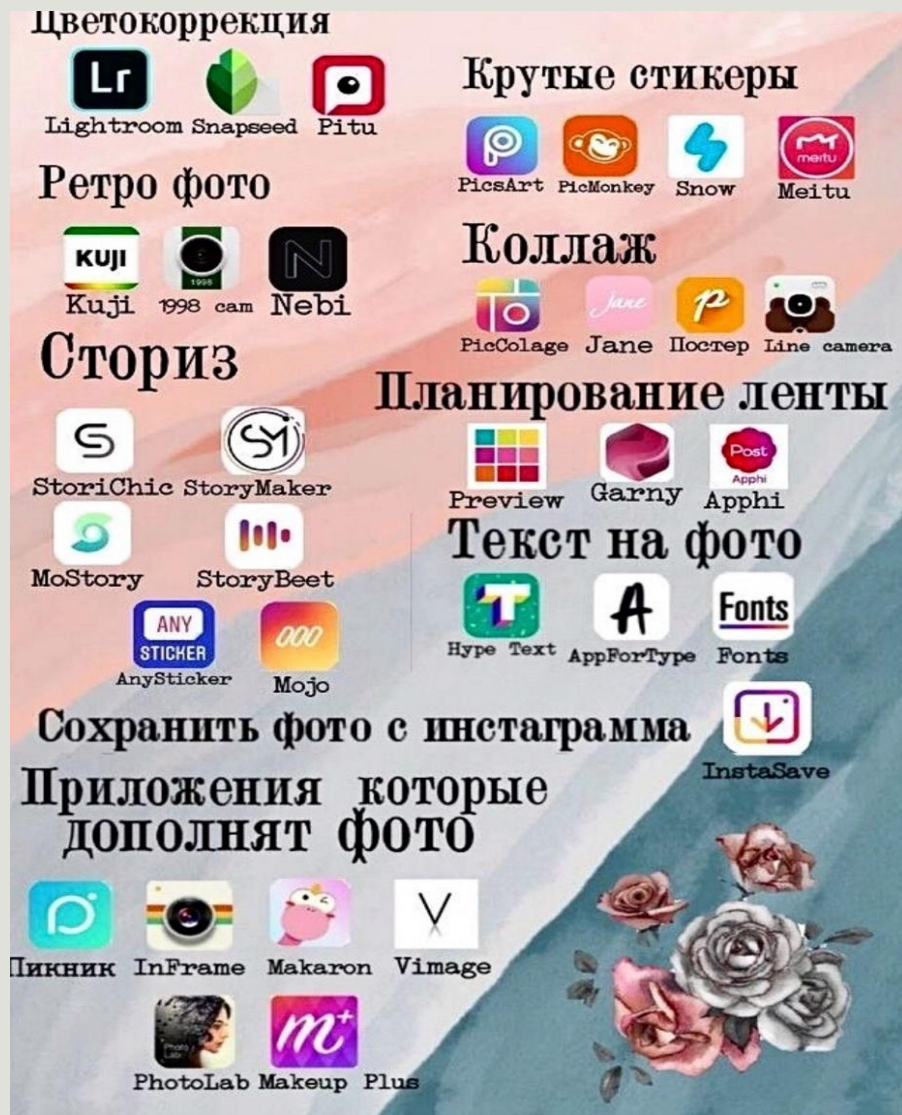
Упаковка - это важно!

Именно она создаёт первое впечатление о Вашем товаре. Ваш продукт должен быть упакован красиво, стильно и должен оправдывать все ожидания Вашего клиента, клиент должен быть в восторге от того, как трепетно Вы относитесь к своему делу и как ответственно представляете свой продукт.

Упаковка может быть разной и мы снова возвращаемся к теме Вашего вкуса и фантазии, мои варианты:

- ◆ Пакеты полиэтилен (недорого, но не менее стильно и красиво, если правильно выбирать цветовую гамму).
- ◆ Пакеты крафт (удовольствие подороже, но и вид у них соответствующий. Лучше заказывать сразу партией, от 100 штук, например. Я закупала именно такие пакеты, цена была около 10 р за штуку, но выглядела упаковка очень достойно).
- ◆ Можете изготовить печать с логотипом Вашего магазина. Потратите около 1000р, но именно печать сможет сделать из простого крафтового пакета Ваш фирменный.
- ◆ Визитки (недорого, но можно заморочиться и сделать их из дизайнерской бумаги).
- ◆ Презент в качестве конфеток, печенья – всегда очень приятно получать маленькие подарки вместе с заказом (это то, о чём потом пишут в отзывах и рассказывают подругам).

Приложения-помощники для ведения интернет-магазина



ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ КРАСИВОГО INSTAGRAM

Приложения, которые помогут поиграть с границами фотографий:

- Instafit
- Squaready
- Whitagram
- Diptic
- Frame Swagg

Несколько популярных приложений с фильтрами:

- VSCO Cam
- A Colour Story
- Afterlight
- Lightroom

Приложения для планирования ленты:

- PLANOLY
- CONTENT OFFICE
- PREVIEW
- UNUM

Приложения для создания необычного видео:

- Artisto
- Lomotif
- iMovie
- StoryBeat
- InShot

Приложения для разделения фотографии на части:

- Tile Pic
- Pic Slit

Продвижение и реклама

Для начала Вы можете упомянуть о том, что открыли интернет-магазин на своей личной странице, так к Вам придут Ваши первые подписчики.

Если Вы хотите быстрых продаж – стоит начать с рекламы у блогеров. На какие моменты стоит обратить внимание:

- ❖ У блогера должна быть именно Ваша целевая аудитория (если у Вас детская одежда или товары для детей, Вам нужно выбирать для рекламы блогеров с детьми, а если Вы продаёте стильную, молодёжную одежду, то наоборот, выбирайте для рекламы девушек без детей, с целевой аудиторией от 18 лет). Перед тем, как давать рекламу, понаблюдайте за блогером, посмотрите, какую рекламу он даёт, изучите отзывы в его pr-аккаунте. Сейчас очень много блогеров, которые накручивают статистику просмотров в сториз и постах, покупают отзывы и комментарии – нужно быть очень внимательными.
- ❖ Обязательно просите, чтобы Вам заранее выслали рекламные материалы (фото, текст поста, записи Stories). Вы должны убедиться, что блогер качественно выполнит свою работу.
- ❖ Аудитория, которая приходит по рекомендации, «тёплая» и готова уже покупать. Поэтому, обязательно подготовьте продающие посты с интересными предложениями.

Схема подбора блогера выглядит так:

- 1. Подбор платформ (соцсети, сайты) под целевую аудиторию продукта.**
- 2. Проверка рекламных площадок на накрутку, проверка подачи**
- 3. Договорённость о рекламе**

После рекламы не забываем сделать её анализ, чтобы улучшить эффективность последующих реклам. Чем точнее вы определите свою целевую аудиторию и аудиторию блогера → тем больше будет пересечение, соответственно цена клика (касания) ниже.

В рекламе у блогеров вы платите за ОХВАТ (количество уникальных просмотров). Все остальные риски лежат на вас:

- Риск не угадать с ЦА. Здесь необходимо проанализировать контент, запросить статистику по охватам, по возрасту и полу аудитории
- Риск промахнуться с макетами/тезисами, с рекламной подачей. Чтобы этого избежать, нужно подготовиться к рекламе.

Как же подготовиться к рекламе и не слить бюджет?

Вам нужно рассказать о преимуществах вашего товара, чем он отличается от другого такого же или подобного? Почему нужно покупать прямо здесь и сейчас? Попробовать и показать, сфотографировать его и отснять видео – работа блогера.

Пример ТЗ для блогера:

«Добрый день! Направляю Вам наше техническое задание по рекламе.

1. В день рекламы показать товар на себе.

2. Рассказать о преимуществах, тезисы на выбор:

- отличное качество (дополнительно показать строчки, качество)

- можно дать промокод на скидку 10%

- низкие цены

- Перед отправкой вам могут скинуть замеры, фото и видео товаров, чтобы не оставалось сомнений по выбору модели и размера.

Подготовка страницы к рекламе в

1. Не менее 12 постов
2. Идеально, когда последний пост под продукт, который находится на рекламе
3. Интересные сторис
4. Можно дать бонус за подписку

Где искать блогеров для рекламы?

Чаты с отзывами – лучше начинать с этого метода.

https://t.me/instalogiya_chat - Инсталогия (самый крупный чат), аудитория чата в основном молодая

@easyprbot в Телеграм – бесплатный бот для подбора блогеров

<https://t.me/fromBerek> - чат Ольги Берек (для заказа рекламы использовать её же бот в телеграм @berezhokbot)

<https://t.me/instagramkassa> - свободная касса, здесь можно срочно купить рекламу

<https://t.me/pobarteru> - чат бартера (предложения бартерного сотрудничества)

Как проверить блогера

самостоятельно?

1. Проверить отзывы в чатах, ищем ник в строке поиска и читаем.

2. Анализируем страницу блогера:

смотрим комментарии в постах (их должно быть много, очень странно, если 5000 лайков и 1-2 комментария),

Смотрим, кто и что оставляет! Осмысленные комментарии боты писать не могут, но здесь есть еще риск лайкчатов (группы, где люди создают друг другу активность),

Смотрим, кто оставляет комментарии (обычная страница или другой блогер, например).

3. Проверяем лайки

Есть хороший лайфхак: открываем список тех, кто поставил лайки и вводим буквы h, j и смотрим, что вышло: у ботов много согласных в именах.

4. Подпишитесь и понаблюдайте за блогером неделю-две. Можно поспрашивать у тех, кто размещался у блогера ранее (из сторис или постов).

5. Запросите статистику и посмотрите на цифры (например, навигация не должна сильно отличаться от охватов – живые люди пролистывают туда-сюда).

Когда вы убедились, что блогер хороший и в целом тоже всё хорошо, то можно договариваться о рекламе.

❖ **Если вы хотите привлечь внимание**

аудитории любимого блогера – в ручном режиме оставляйте комментарии под его постами, общайтесь с пользователями. Но исключайте прямую рекламу. За неё Вас могут заблокировать.

❖ **Можете найти блогера в своём городе**, так доверия к Вашей странице будет ещё больше. Также можете подписываться самостоятельно на людей из своего города и комментировать их.

❖ **Проводите конкурсы!** Проводятся они по принципу сарафанного радио. Вы размещаете у себя картинку - как правило, это фото приза и организационную информацию о конкурсе. Участники должны подписаться на Вас и сделать репост этого самого фото или отметив несколько своих друзей под Вашим

Ниже приведена памятка о раскрутке инстаграм-магазина:

НАЧАЛО РАСКРУТКИ ИНСТАГРАМ АККАУНТА

1. Заполняем Профиль
2. Аватар
3. Выбираем Стиль общения Talk to action (на ты или на вы)
4. Определяем Целевую Аудиторию
5. Готовим Контент- План (9 - 12 Постов)
5. Подбираем Стиль
6. Пишем Основной Контент и публикуем
7. Используем Хэштеги/Геотеги
8. Добавляем Друзей
9. Рассказываем о себе в других соц. сетях
10. Публикуем Видео
11. Публикуем Stories
12. Стимулируем Подписчиков
13. Запускаем Рекламу в Инстаграм
14. Проводим Анализ аккаунта
15. Повторяем Ведение Аккаунта

Главные ошибки в продвижении инстаграм-магазина:

ОШИБКИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНСТАГРАМ АККАУНТА

1. Отсутствие Цели
2. Накрутка Подписчиков
3. Накрутка Лайков
4. Ворованный Контент
5. Низкое Качество Фото
6. Игнор подписчиков в комментариях
7. Частое Обновление Профиля
8. Концентрация на Одном Методе Продвижения
9. Несоблюдение Лимитов
10. Нарушение Правил Instagram
11. Откладывание до лучших времен
12. Игнорирование Платных Методов
13. Закрытый Профиль
14. Текст - Полотно
15. Цитаты, Котики, Бред...

Платные и бесплатные методы продвижения

Для продвижения своего магазина Вы можете использовать не только платные методы продвижения, но и бесплатные, ниже п



Таргетированная реклама в Instagram

На данный момент Таргет является лидером в продвижении в инстаграм, работает лучше, чем реклама у блогеров.

Таргетированная реклама в инстаграм - это вид рекламы от приложения инстаграм, которую Вы можете настроить самостоятельно (выбираете свой любой пост или сториз в инстаграм и нажимаете «продвигать публикацию»). Выбранный Вами пост будет показан исключительно тем людям, которых Вы укажете при создании своего рекламного макета (город, возраст, пол). Именно этот момент делает таргет мощнейшим инструментом для реализации следующих целей:

- **продажи**
- **привлечение новых клиентов или аудитории**
- **повышение узнаваемости Вашего бренда.**

Основными преимуществами таргетированной рекламы являются:

- уникальная возможность найти свою аудиторию – ежедневно Инстаграмом пользуется около 500 млн человек по всему миру, в социальной сети точно есть Ваши клиенты, которые смогут легко найти Ваш продукт
- выгодная стоимость – по сравнению с рекламой у блогеров/пабликах, установлена низкая цена
- надежность и эффективность – Вы самостоятельно контролируете весь процесс, не будет недопониманий с блогерами, у которых Вы заказываете рекламу
- удобная настройка – если правильно разобраться с алгоритмами работы, то можно подобрать оптимальные варианты опций.

Для создания рекламного макета:

Переведите свой аккаунт на "аккаунт компании", чтобы реклама в инстаграм работала корректно. Закрытую страницу рекламировать не получится. Аккаунт компании позволит увидеть всю статистику и разместить рекламу.

Зарегистрируйтесь на [facebook.com](https://www.facebook.com)

В приложении Instagram нажмите на 3 горизонтальные линии в верхнем правом углу своей страницы, далее "настройки" - "аккаунт" - "преобразовать в аккаунт компании" - "продолжить"

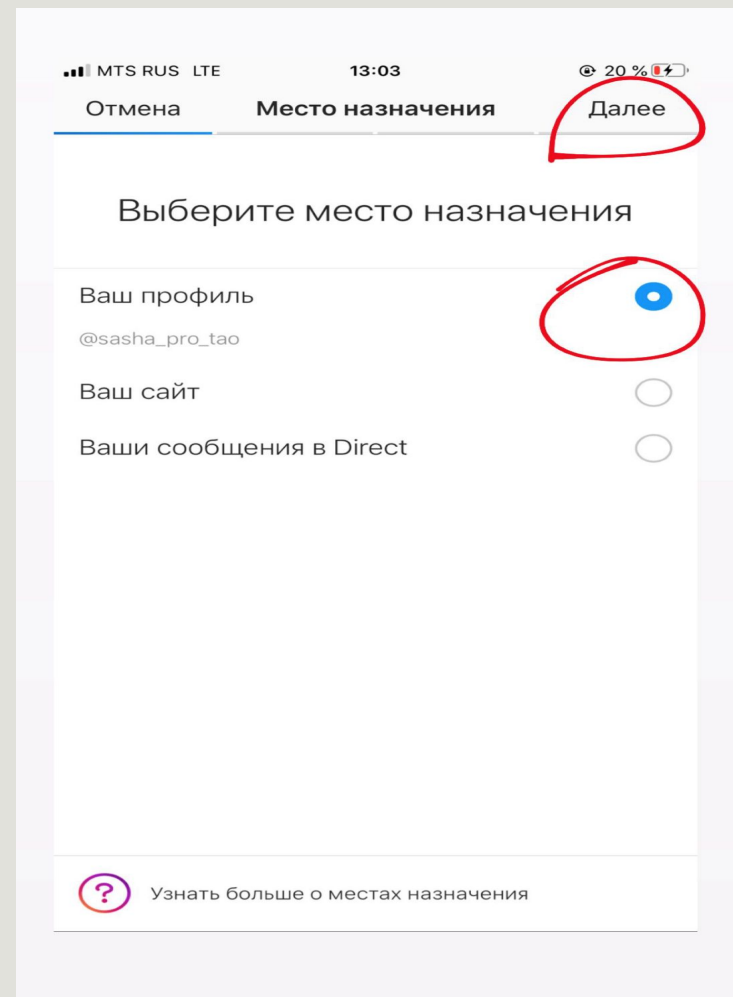
Привяжите страницу на facebook. Выберите предложенную страницу, нажмите "далее"

Проверьте контакты для связи (они будут отображаться подписчикам, в настройках можно будет убрать), нажмите «ГОТОВО».

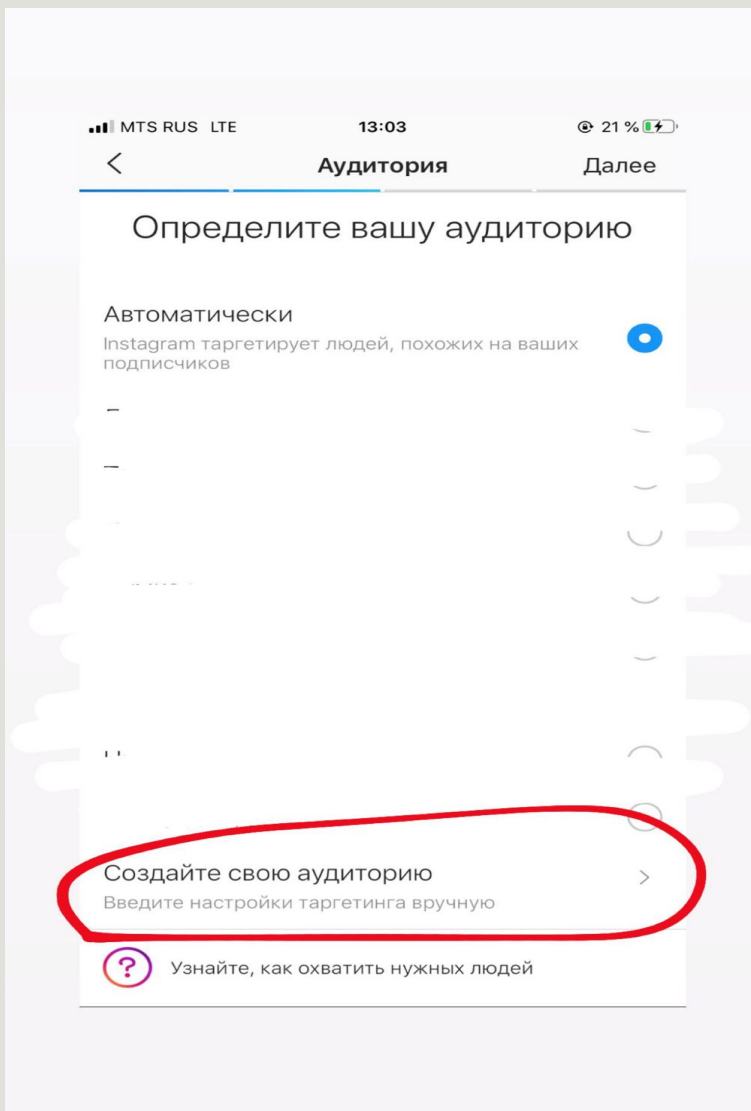
После этого Вы сможете продвигать свои публикации, открываете публикацию, которую хотите рекламировать и нажимаете «продвигать»:



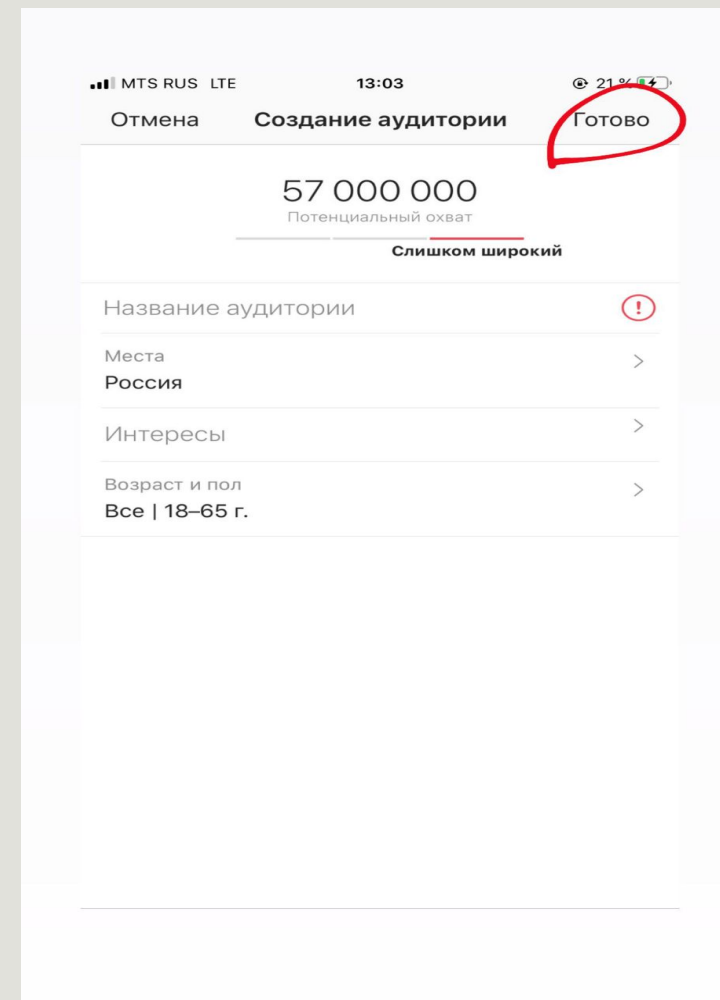
Далее выбираете, куда будет кнопка перехода из рекламы, выбираете Ваш профиль и нажимаете «далее»:



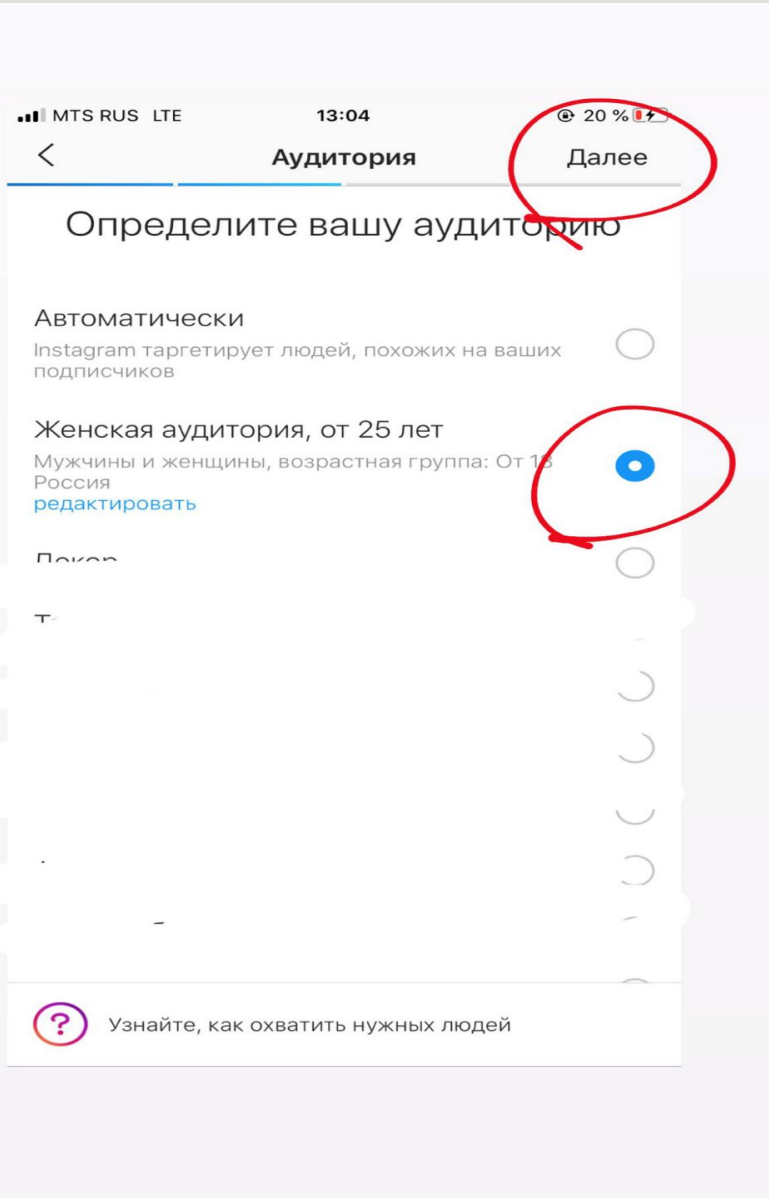
Далее Вам нужно будет создать аудиторию, которой Вы хотите показать свою публикацию, нажимаете «Создайте свою аудиторию»:



Здесь Вам нужно написать название для Вашей аудитории, выбрать города, из которых будет Ваша аудитория, её возраст и пол, указываете все параметры и нажимаете «Готово»:

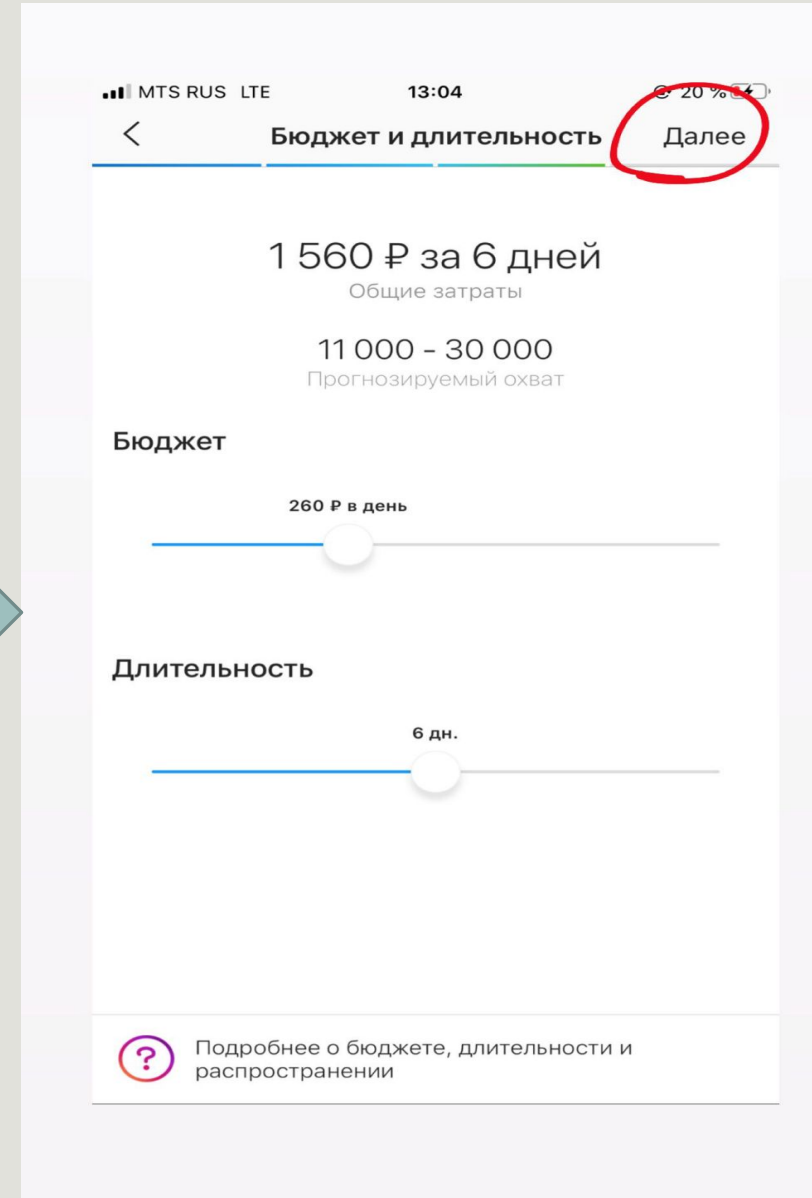


Далее отмечаете свою созданную аудиторию и нажимаете «Далее»:

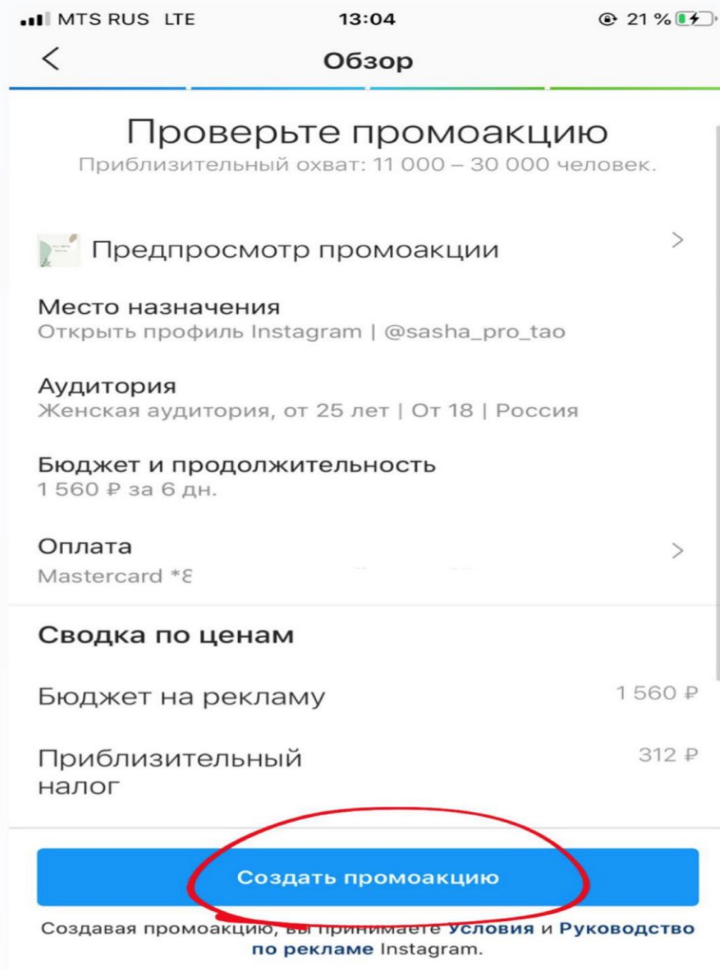


В следующем шаге Вам нужно будет выбрать бюджет для своей рекламы. Сначала проведите тест, чтобы понять какой макет заходит лучше всего. Советую на тест выставлять бюджет 300-500 рублей. Когда Вы определитесь с макетом, то вкладывайте больше. Чем больше вкладываете, тем больше новых подписчиков к Вам придет. Выбираете бюджет,

продолжительность и нажимаете «Далее»:



Далее у Вас будет отображена общая информация о рекламной кампании. Вы сможете включить “предпросмотр промоакции” и увидеть, как она будет показана аудитории. Нажмите “Создать промоакцию” и ждите одобрения:



Таким же образом Вы можете продвигать свои сториз, нажав на три точки в нижнем правом углу и нажав кнопку «продвигать».

И самое главное – любите своё дело, делайте всё с большим желанием, а не только ради заработка. Сделайте свой магазин таким, в котором хотели бы покупать сами.

И верьте – у Вас всё обязательно получится!

А я Вам во всём помогу!)