

Креативные функции Инстаграм-маркетинга

Алехина Дарья Владимировна

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Студент

Помулева Юлия Анатольевна

Иркутский национальный исследовательский технический университет

зам. директора по учебной работе Института архитектуры, строительства и дизайна

Аннотация

В статье представлено исследование особенностей Instagram как инструмента маркетинга. Авторы анализируют эффективность рекламы блогеров в Instagram, описывает особенности продвижения товара, услуги.

Ключевые слова: Instagram, инструмент маркетинга, социальная сеть, интерфейс, продвижение, социальная сеть, публикация, аккаунт

The concept and role of Instagram in marketing

Alekhina Daria Vladimirovna

Irkutsk National Research Technical University

student

Pomuleva Julia Anatolyevna

Irkutsk National Research Technical University

Deputy Director

Abstract

The article presents the study of Instagram features as a marketing tool. The authors analyze the effectiveness of advertising bloggers in Instagram, describes the features of product promotion, services.

Keywords: The concept and role of Instagram in marketing

Информационно-социальная площадка Instagram появилась на рынке с 2010 года. В 2013 году социальная сеть стала набирать популярность. Анализируя последние данные Instagram, можно утверждать, что количество активных пользователей в настоящее время составляет более 1 миллиарда единиц.

Социальные сети делятся по типу пользователей и по типу контента. В категории «тип контента» Instagram маркетинг выступает как коммуникационный канал, способствующий увеличению выручки компании. Регистрация осуществляется бесплатно, так как компания выделяет бюджет

на рекламу аккаунта. Опытные пользователи планируют сетку постов и работают над визуализацией страницы. Специалисты создают фирменный стиль аккаунта, личные или рекламные тексты, рекламные макеты, настройки таргетированной и контекстной рекламы.

Маркетинг в Instagram – это непрерывная деятельность специалиста или компании в целом, направленная на привлекательное, креативное визуальное оформление аккаунта и предлагаемого товара, продвижение его с помощью внутренних инструментов сети в виде фотографии, видео и небольшого текста [рис. 1].

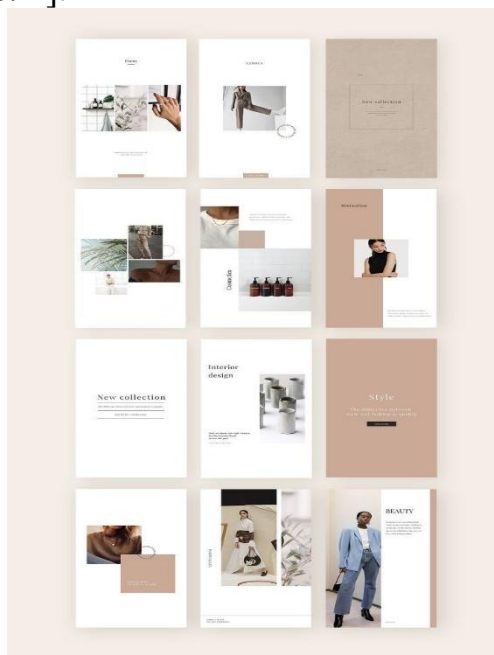


Рисунок 1. Инструменты сети Инстаграм

Анализ рассматриваемых примеров позволил выделить базовые инструменты маркетинга Instagram:

- привлекательное оформление шапки профиля;
- качество изображений или фотографий;
- сопроводительный заголовок на фотографии в целях ориентирования потенциального или реального клиента;
- актуальность текстового сопровождения;
- популярные или простые хештеги;
- репост со страницы подписчиков [рис. 2].

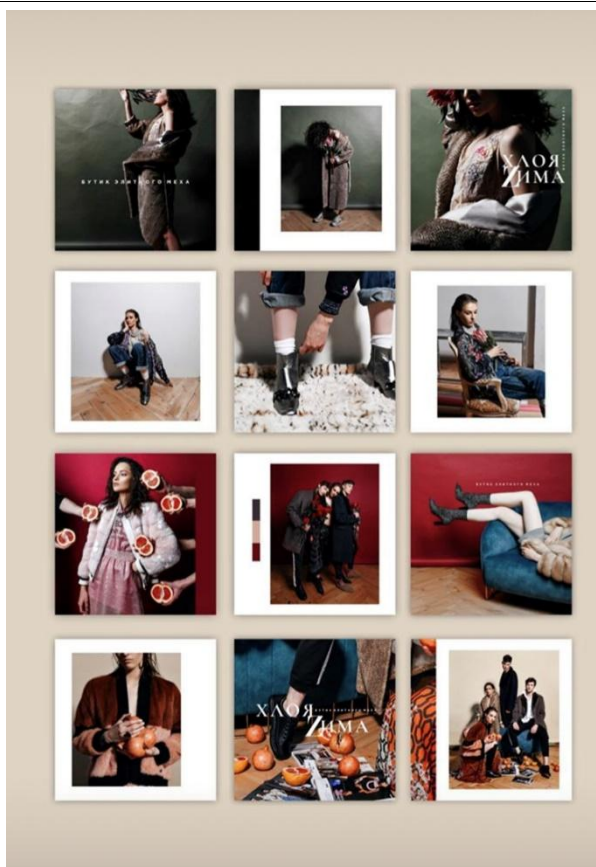


Рисунок 2. Качество фотографий

Человек доверяет мнению родных, близких, друзей или известных людей, поэтому компании обращаются к независимым известным блогерам для размещения в их аккаунтах рекламы реализуемой продукции. Обзор товаров, способы их использования осуществляются не у одного, а нескольких блогеров, которые на странице указывают ссылку на услуги рекламируемого магазина. Для компании переход по ссылке означает повышение посещаемости аккаунта. Продвижение посредством рекламы на страницах блогеров считается эффективным. Метод продвижения дает следующие преимущества:

1. Привлечение представителей целевой аудитории, живых подписчиков, которые будут совершать действия, способствующие росту прибыли компании;
2. Повышение популярности бренда или товара;
3. Получение удобной обратной связи с целевой аудиторией;
4. Получение реальных отзывов от клиентов.

В отличие от личных страниц бизнес аккаунт можно анализировать с помощью инструмента Instagram Инсайтс. Он определяет лучшие публикации, число, половую принадлежность, возврат подписчиков и лучшее время для публикаций.

Instagram определяет следующие показатели и параметры:

- показы публикаций и аккаунта;

- охват – число уникальных просмотров, ключевой показатель для анализа бизнес-аккаунта;
- просмотры страницы;
- переходы и звонки;
- лайки, комментарии, сохранения – параметры успешности профиля компании.

На сегодняшний день популярность набирают такие внутренние маркетинговые мероприятия как Giveaway [рис. 3], лайктаймы [рис. 4], и марафоны [рис. 5].

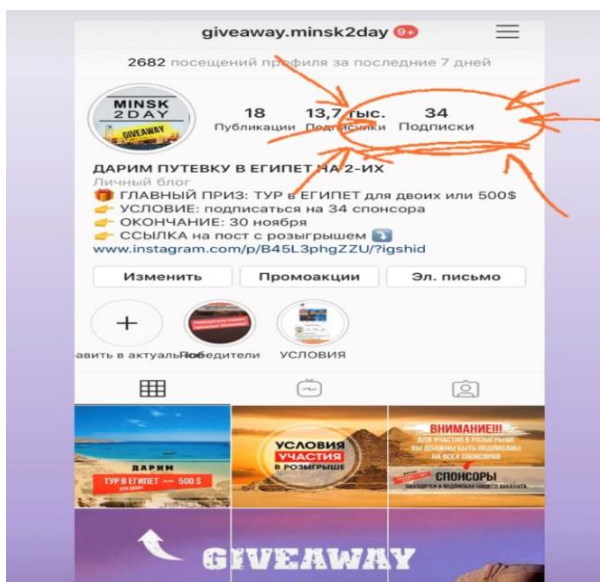


Рисунок 3. Giveaway

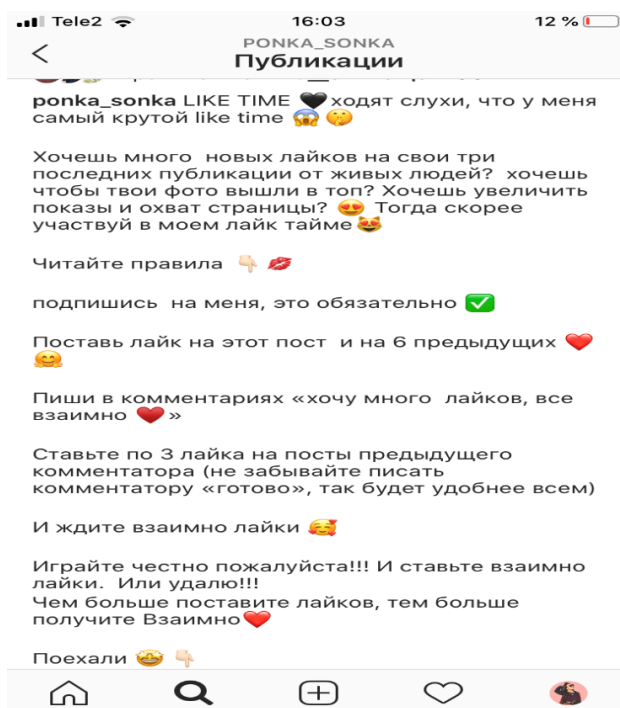


Рисунок 4 Лайктаймы

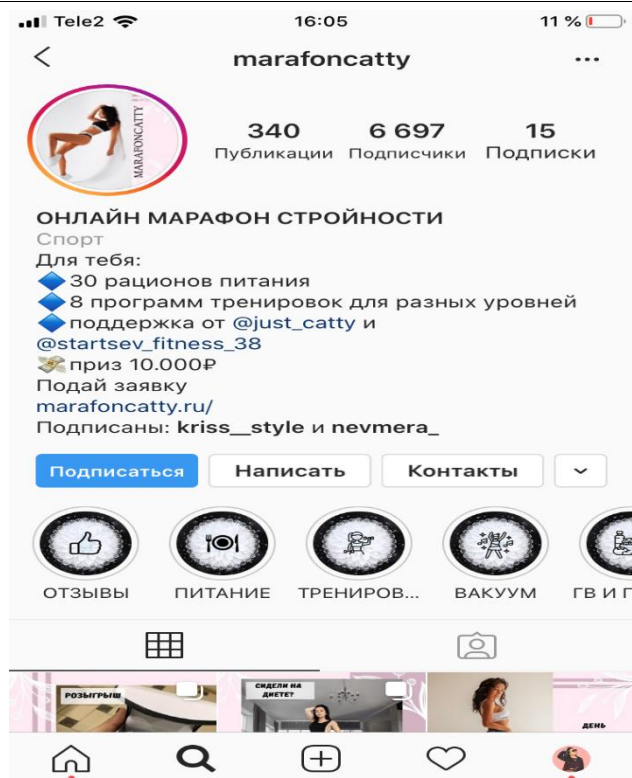


Рисунок 5. Марафоны

Giveaway предполагает конкурсную основу, в которой необходимо выполнять ряд определенных условий, например, подписаться на Instagram-аккаунт организаторов, оставить комментарий, отметить друга. Марафоны – объединение аудитории в целях обучения по подготовленной программе на определенный период времени в разных областях развития. Лайктайм – поднятие активности страницы за счет координированных лайков определенной публикации.

Продвижение профиля в Instagram предоставляет возможность повысить рентабельность бизнеса в интернете. Основные преимущества Instagram: простой интерфейс; возможность делать публикации или посты (видео, фото); возможность ставить лайки и писать комментарии.

Instagram – бесплатный инструмент продвижения, но для получения результатов следует воспользоваться сервисами. Бесплатное продвижение не направлено на привлечение потребителей, оно увеличивает количество подписчиков. Дохода от данного типа продвижения компания не получит, а чрезмерная накрутка может привести к блоку аккаунта.

Библиографический список

1. Воронин Я.М. Развитие Интернет-рекламы в системе электронной коммерции // Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова. 2018. 271 с.
2. Пискарева Е. Официальная реклама в инстаграм: как разместить и как убрать // Официальный блог Елены Пискаревой. 04.10.2019. URL: <http://naoblakax.ru/oficialnaya-reklama-v-instagram-kak-razmestit-i-kak-ubrat/>

- (дата обращения: 18.10.2019).
3. Дамир Халилов. Маркетинг в социальных сетях. Москва, 2013г. Исследование аудитории российских социальных сетей. URL: <http://research.cmsmagazine.ru/audience-research-russian-social-networks/> (дата обращения: 19.10.2019).
 4. Маркетинг в социальных медиа // Cossa.ru. URL: <http://www.cossa.ru/articles/149/64848/> (дата обращения: 06.10.2019).