

Instagram как эффективный инструмент продвижения

Иванова Елизавета Александровна

Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема

студентка

Аннотация

В статье рассматриваются приложение с элементами социальной сети Instagram, возможности продвижения бизнеса, личного аккаунта при помощи информационных составляющих.

Ключевые слова: социальная сеть, Instagram, реклама, продвижение, бизнес.

Instagram as an effective promotion tool

Ivanova Elizaveta Aleksandrovna

Sholom-Aleichem Priamursky Stats University

student

Abstract

The article discusses the application with the elements of the social network Instagram, the possibilities of promoting a business, personal account using information components.

Keywords: social network, Instagram, advertising, promotion, business.

Научный руководитель:

Чугунова Наталья Юрьевна

*к.филол.н., доцент., доцент кафедры сервиса, рекламы и социальной работы
ФГБОУ ВО «Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема»*

Instagram – самая популярная социальная сеть среди людей, ведущих активный образ жизни, не стесняющихся выставлять свою жизнь напоказ. Именно отсюда пошла мода на селфи, фотографирование красивой еды и пейзажей.

Instagram представляет собой быстрорастущую Интернет-площадку, позволяющую пользователям публиковать фото и короткие видео (вайны), оценивать контент, оставлять комментарии и общаться друг с другом. Сеть идеально подходит для бизнеса, поскольку красиво презентует и рекламирует товар / услугу.

Instagram является мощнейшей продающей и рекламной платформой. По количеству пользователей сервис уже превзошел Twitter и близок к Google+.

М. Цукерберг, основатель сети Facebook, приобрел Instagram в 2012 году за 1 млрд. долларов. Изначально штат специалистов, обслуживающих приложение, насчитывал всего 10 человек.

В ноябре 2013 года в Instagram появился первый рекламный пост известного бренда MichaelKors. Изображение фирменных часов было показано в новостной строке пользователей, даже если они не являлись подписчиками страницы дизайнера. Благодаря этому аккаунт MichaelKors получил 33 000 новых подписчиков, а фотография набрала почти в 5 раз больше «лайков», чем обычный пост. Осенью 2014 года Instagram запустил рекламные ролики продолжительностью 15 секунд. Это нововведение привело к появлению новой рекламы. Сегодня каждый пользователь приложения имеет возможность поделиться видео в своем профиле, причем его длительность уже практически не ограничивается [1].

В августе 2016 года сеть Instagram представила функцию Stories (Рисунок 1). Эта возможность включает в себя короткие видеоролики и изображения, исчезающих по истечению 24-х часов после отправки. Важным является тот факт, что на любом фото или видео возможно сделать ссылку (отметку) на рекламирующую страницу. Это привело к возможности привлечения большого количества посетителей и потенциальных клиентов на официальный сайт компании [2].

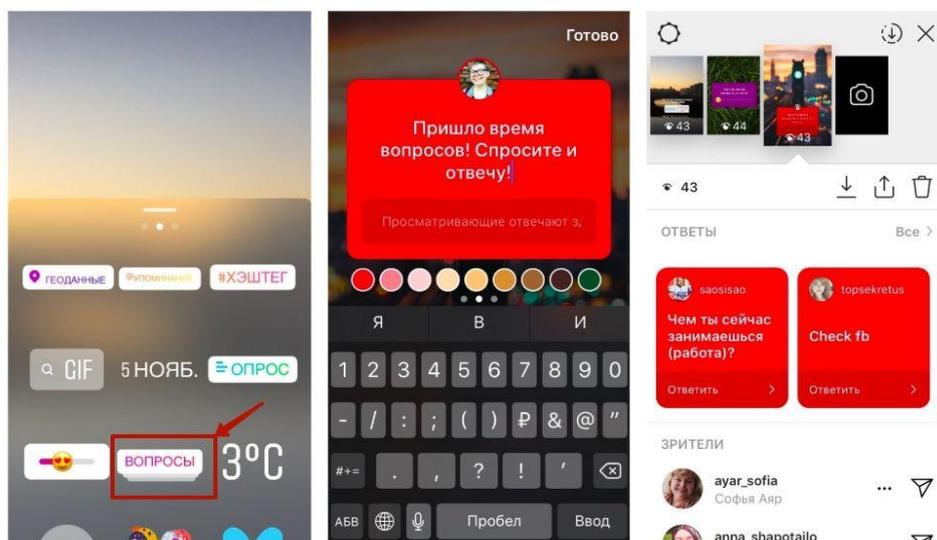


Рисунок 1 – Виды Stories в Instagram

Сегодня в Instagram активно используется продвижение личных аккаунтов. В сети можно встретить множество блогеров, личные страницы которых насчитывают 50-100 и более тысяч подписчиков. Такие каналы часто используются компаниями для рекламы собственного товара / услуги.

Исследователи отмечают, что сегодня Instagram пользуются 800 миллионов человек ежедневно. Большинство популярных блогеров готовы рекламировать на своей странице только высококачественную продукцию, проверенную на себе. Аккаунт такой страницы должен презентабельно

выглядеть: красивый качественный контент, детальное описание, контактная информация, активность и охват на странице.

Стоит отметить, что Instagram входит в число наиболее перспективных социальных сетей для продвижения бизнеса. Во-первых, популярность этой сети стремительно растёт. При этом пользователи Instagram показывают активную вовлеченность во взаимодействии друг с другом. Во-вторых, Instagram позволяет размещать и потреблять визуальный контент, который воспринимается пользователями во много раз быстрее и лучше по сравнению с текстовым контентом.

В интернет-маркетинге существует специальный инструмент – таргетинг (или таргетирование). Он позволяет работать только с той целевой аудиторией, которая имеет определенные характеристики (показывать объявления выбранной группе людей). Таргетинг позволяет разделить целевую аудиторию по полу, возрасту, региону проживания, времени выхода в сеть, интересам, семейному положению. Качественный таргетинг позволяет вести каждый сегмент целевой аудитории на свою посадочную страницу. Это обеспечивает многократное увеличение СТВ (кликабельности) объявлений и конверсии.

В настоящее время Instagram считается самым эффективным методом продвижения, так как:

- позволяет найти целевую аудиторию при помощи хэштегов. Хэштег – слово, которому предшествует символ # [3];
- активирует новые инструменты для продвижения бизнеса, позволяющие повышать статистику личного профиля;
- благодаря статистике (Рисунок 3) помогает отслеживать самые активные и популярные публикации, проверять число показов, охват и вовлеченность для каждого поста, подробную информацию по полу, возрасту и местоположению подписчиков;



Рисунок 3 – Статистика страницы

Стоит отметить, что в 2019 году появились эффективные рекомендации, позволяющие активнее продвигать Instagram-страницу:

1) Instagram, как и Фейсбук использует алгометрическую ленту для показа публикаций. Правильно выбранное время публикации способно увеличить охват подписчиков и может стать причиной тому, что алгоритм начнет продвигать аккаунт пользователя активнее;

2) существенное увеличение количества лайков и комментариев за счет контакта с читателями, создания дискуссий, опросов, конкурсов, ответов на комментарии и призывы к действиям;

3) работа над качеством, а не над количеством [4].

Таким образом, Instagram – социальная сеть, выступающая отличной площадкой для продвижения продукта, организации, личного аккаунта. Благодаря правильному использованию различных действий, которые необходимо постоянно контролировать и анализировать, появляется возможность активных продаж и эффективного продвижения [5].

Библиографический список

1. Легкодух О.Ю. Социальная сеть Instagram как способ продвижения бизнеса // Менеджмент – время возможностей: материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции. 2019. С. 153-156.
2. Жестков Н.В. Маркетинг для руководителей. Маркетинговое агентство in-scale. URL: <https://in-scale.ru/blog/storis-v-instagram> (дата обращения: 21.11.2019).
3. Дудкина А.В., Чимитдоржиев Ж.Ж. Продвижение в социальных сетях на примере Instagram // Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества: материалы VII международной научно-практической конференции. Благовещенск – Хэйхэ, 22-23 мая 2017 г. С. 278-281.
4. Костюк А.А. Как выбрать время для публикации постов в Instagram. URL: www.seonews.ru (дата обращения: 20.11.2019).
5. Маркетинговые стратегии: пошаговые инструкции для рекламы онлайн. Бесплатное электронное издание. ООО «Ингейт Реклама», 2016. С. 50-53.