

# Как освоить «Инстаграм».

## Руководство для начинающих бизнесменов



<https://navika.pro/infobiznes/courses/kak-osvoit-instagram-rukovodstvo-dlya-nachinayushhix-biznesmenov>

# Содержание

1. Создание бизнес-профиля в «Инстаграме» .....	3
2. Позиционирование в «Инстаграме» .....	5
3. Контент-планирование для блога в «Инстаграме» .....	6
4. Работа с фотографиями в «Инстаграме» .....	7
5. Работа с видео и прямыми эфирами в «Инстаграме» .....	8
6. Сторис (истории, сториз) .....	9
7. Работа с текстами в «Инстаграме» .....	10
8. Принципы естественного продвижения аккаунта .....	12
9. Реклама в «Инстаграме» .....	13

## 1. Создание бизнес-профиля в «Инстаграме»

**1.1. ЗАВЕДИТЕ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПРОФИЛЯ ОТДЕЛЬНЫЙ ПОЧТОВЫЙ ЯЩИК И НАСТРОЙТЕ СБОР ПОЧТЫ С НЕГО.**

**1.2. Имя почтового ящика НЕ должно совпадать с именем ИНСТАГРАМ-ПРОФИЛЯ, ВАШЕЙ КОМПАНИИ или ВАШИМИ Ф.И.О.**

**1.3. ДОБАВЬТЕ НОМЕР ТЕЛЕФОНА, КОТОРЫМ ВЫ ПОСТОЯННО ПОЛЬЗУЕТЕСЬ ДЛЯ БИЗНЕСА. ОБЯЗАТЕЛЬНО ЗАРЕГИСТРИРУЙТЕ ЭТОТ НОМЕР НА СЕБЯ, А НЕ НА ЛЮБОГО ДРУГОГО ЧЕЛОВЕКА.**

**1.4. ПРИДУМАЙТЕ СЛОЖНЫЙ ПАРОЛЬ.**

**1.5. ПОДКЛЮЧИТЕ В «ФЕЙСБУКЕ» И «ИНСТАГРАМЕ» ДВУХФАКТОРНУЮ ИДЕНТИФИКАЦИЮ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ.**

**1.6. СКАЧАЙТЕ ПРИЛОЖЕНИЕ INSTAGRAM, ОТКРОЙТЕ И ВЫБЕРИТЕ ОПЦИЮ «ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ». УКАЖИТЕ НОМЕР МОБИЛЬНОГО ТЕЛЕФОНА И ПОЧТОВЫЙ АДРЕС.**

**1.7. ВЫБЕРИТЕ ИМЯ АККАУНТА.**

**1.8. ВВЕДИТЕ Ф.И.О. и ПАРОЛЬ.**

**1.9. СОЗДАЙТЕ, ДОБАВЬТЕ и СОХРАНИТЕ ФОТО ПРОФИЛЯ.**

**1.10. ПЕРЕВЕДИТЕ СВОЙ АККАУНТ В РЕЖИМ «БИЗНЕС» (ПРОФИЛЬ КОМПАНИИ).**

**1.11. НАЖМИТЕ ИКОНКУ ШЕСТЕРЕНКИ в ОПИСАНИИ ПРОФИЛЯ. ВЫБЕРИТЕ РАЗДЕЛ «НАСТРОЙКИ КОМПАНИИ», ПОДРАЗДЕЛ «ПЕРЕКЛЮЧИТЬСЯ НА ПРОФИЛЬ КОМПАНИИ».**

**1.12. ПРИВЯЖИТЕ СВОЮ БИЗНЕС-СТРАНИЦУ «ФЕЙСБУКА».**

Создать бизнес-страницу можно по этой ссылке:

[https://www.facebook.com/pages/creation/?ref\\_type=pages\\_browser](https://www.facebook.com/pages/creation/?ref_type=pages_browser).

Заполните необходимые поля:

- аватар профиля;
- обложка;
- сообщения.

**1.13. Войдите в раздел «НАСТРОЙКИ» СТРАНИЦЫ «ФЕЙСБУКА», В ЛЕВОМ МЕНЮ ДОБАВЬТЕ СВОЙ АККАУНТ «ИНСТАГРАМА».**

**1.14. УКАЖИТЕ КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ.**

**1.15. ЗАПОЛНИТЕ В «ИНСТАГРАМЕ» ПРОФИЛЬ КОМПАНИИ:**

- название (бренднейм);
- краткое описание вашей деятельности;
- контакты;
- ссылка в шапке профиля.

## Чек-лист профиля

1. Название аккаунта можно легко прочитать и запомнить. Оно не вводит в заблуждение и не отличается одной точкой или буквой от похожего, с такой же тематикой и контентом.
2. Включена двухфакторная идентификация.
3. Профиль привязан к актуальному номеру телефона и рабочему почтовому ящику.
4. Любому человеку с первого взгляда понятно, что это за аккаунт, кто здесь и чем может быть полезен.
5. Аватар представляет собой логотип компании или четкое, хорошо кадрированное фото человека (анфас).
6. Имя + профессия (бренд + деятельность компании).
7. Описание разбито на три строки. Из него хорошо понятно, кто вы и что предлагаете.
8. Прочитав описание, человек захочет на вас подписаться.
9. Нет перебора с эмодзи.
10. Есть контактная информация для быстрой коммуникации с вами.
11. В шапке профиля есть ссылка на сайт, посадочную страницу или группу в социальных сетях.

## 2. Позиционирование в «Инстаграме»

**2.1. НАПИШИТЕ ВАШИ ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ. ЗАПИШИТЕ ВСЕ ТО, ЧЕГО НЕ ДЕЛАЮТ ВАШИ КОНКУРЕНТЫ И ПОЧЕМУ ЭТО МОЖЕТ БЫТЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНО (АКТУАЛЬНО) ДЛЯ ВАШЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ.**

Особенность	Актуальность

## 3. Контент-планирование для блога в «Инстаграме»

3.1. ОПРЕДЕЛИТЕ ГРАФИК, В КОТОРОМ ВАМ БУДЕТ УДОБНО ДЕЛАТЬ ПУБЛИКАЦИИ.

3.2. ОПРЕДЕЛИТЕ РУБРИКИ И ДНИ ВЫХОДА МАТЕРИАЛОВ В ЭТИХ РУБРИКАХ.

3.3. ЗАПИШИТЕ ХЕШТЕГИ ДЛЯ ЭТИХ РУБРИК.

3.4. ВПИШИТЕ ПЯТЬ-ШЕСТЬ ТЕМ ДЛЯ КАЖДОЙ РУБРИКИ.

Рубрики	Дни выхода	Хештеги	Темы

## 4. Работа с фотографиями в «Инстаграме»

**4.1. Подпишитесь на аккаунты фотографов, моделей, звезд. Оценивайте и сохраняйте удачные идеи, позы, композиции.**

**4.2. Сделайте серию фотографий в хорошем качестве и максимальном разрешении, не менее 1080×1080 пикселей.**

**4.3. Выберите настройки цветовой температуры и фильтры.**

**4.4. Запишите, какие настройки и фильтры вы используете.**

Настройки	Фильтры

**4.5. Установите приложения:**

- Lightroom;
- Snapseed;
- Vinci.

## 5. Работа с видео и прямыми эфирами в «Инстаграме»

### 5.1. ВЫБЕРИТЕ, КАКИЕ ФОРМАТЫ ВИДЕО ВАМ НРАВЯТСЯ:

- видеопост (60 секунд);
- сторис (15 секунд);
- прямой эфир (60 минут);
- IGTV — от 15 секунд до 60 минут.

### 5.2. УСТАНОВИТЕ ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ОБРАБОТКИ ВИДЕО:

- Hyperlapse (iOS);
- Framelapse (Android).

### 5.3. СОЗДАЙТЕ ПЛАН ВИДЕОТРАНСЛЯЦИЙ И АНОНСИРУЙТЕ ИХ.

Тема видео	Анонс	Дата выхода



## 6. Сторис (истории, сториз)

6.1. ВЫБЕРИТЕ В НАСТРОЙКАХ ПОДХОДЯЩИЕ ВАМ МАСКИ, НАКЛЕЙКИ, ФИЛЬТРЫ И ДРУГИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ВИЗУАЛИЗАЦИИ.

6.2. ПОДБЕРИТЕ ХЕШТЕГИ.

6.3. В ИСТОРИИ ОТМЕТЬТЕ СВОЙ ЛИЧНЫЙ ПРОФИЛЬ НА КАРТИНКЕ. СДЕЛАЙТЕ ЭТО ПРИ ПОМОЩИ КОНСТРУКЦИИ «@имя».

6.4. СОХРАНИТЕ СОЗДАННЫЕ ИСТОРИИ В АЛЬБОМЫ.

6.5. ЕСЛИ ВЫ ПРЕДСТАВЛЯЕТЕ РЕГИОНАЛЬНУЮ КОМПАНИЮ, ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЛОКАЛЬНЫЕ ХЕШТЕГИ И ОТМЕТКУ ГЕОЛОКАЦИИ.

6.6. ПОДКЛЮЧИТЕ В НАСТРОЙКАХ ОПЦИЮ АВТОМАТИЧЕСКОГО СОХРАНЕНИЯ И СКАЧИВАНИЯ ВСЕХ ЗАПИСАННЫХ ВИДЕО И ФОТОГРАФИЙ.

6.7. ЗАЙДИТЕ В РАЗДЕЛ ПАРАМЕТРОВ АККАУНТА, ВЫБЕРИТЕ НАСТРОЙКИ ИСТОРИЙ И ОПЦИЮ «СКРЫВАТЬ МОИ ИСТОРИИ ОТ», ПОСЛЕ ЧЕГО ВВЕДИТЕ НАЗВАНИЯ ПРОФИЛЕЙ, КОТОРЫМ ВЫ НЕ ХОТИТЕ ДЕМОНИСТРИРОВАТЬ СВОЕ ТВОРЧЕСТВО ИЛИ РЕКЛАМУ.

6.8. ЗАЙДИТЕ В РАЗДЕЛ ПУБЛИКАЦИИ ОБЪЕКТОВ И НАЖМИТЕ «ДОБАВИТЬ ИСТОРИЮ В ОСОБЫЕ». СОЗДАЙТЕ НОВЫЙ ПРОЕКТ.

6.9. ЗАЙДИТЕ В ПРИЛОЖЕНИЕ CANVA.

6.10. ВЫБЕРИТЕ В МЕНЮ «ИСТОРИЯ», РАЗДЕЛ «ГРАФИКА».

6.11. ВЫБЕРИТЕ ПОДХОДЯЩИЕ ИКОНКИ, РАЗМЕСТИТЕ ЕЕ ПОСЕРЕДИНЕ КАНВЫ, ОТРЕДАКТИРУЙТЕ, ДОБАВЬТЕ НУЖНЫЙ ОТТЕНОК ФОНА И НАЖМИТЕ «ПОДЕЛИТЬСЯ».

6.12. ОПУБЛИКУЙТЕ ШАБЛОНЫ ИКОНОК В НУЖНЫЕ АЛЬБОМЫ.

6.13. ОТРЕДАКТИРУЙТЕ ОБЛОЖКУ НЕПОСРЕДСТВЕННО В МЕНЮ ИСТОРИЙ «ИНСТАГРАМА» И НАЖМИТЕ КНОПКУ «ГОТОВО».

## 7. Работа с текстами в «Инстаграме»

### 7.1. ЗАПЛАНИРУЙТЕ МАТЕРИАЛЫ НА МЕСЯЦ:

- 10 материалов, касающихся вашей профессиональной деятельности (не обязательно в одни и те же дни недели);
- четыре материала о личном;
- три-четыре мотивационных поста;
- два материала с продажами;
- два-три материала с рассказами о ваших публикациях или выступлениях.

### 7.2. МАТЕРИАЛЫ О ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

### 7.3. МАТЕРИАЛЫ НА ЛИЧНЫЕ ТЕМЫ:

1	
2	
3	
4	

## 7.4. ПРОДАЮЩИЕ ПОСТЫ:

1	
2	

## 7.5. РАССКАЗЫ О ВЫСТУПЛЕНИЯХ:

1	
2	

**7.6. ОФОРМИТЕ ЗАГОЛОВКИ С ПОМОЩЬЮ СПЕЦИАЛЬНЫХ СИМВОЛОВ, СМАЙЛОВ ИЛИ ЧЕРТОЧЕК. ИСПОЛЬЗУЙТЕ СПИСКИ С НУМЕРАЦИЕЙ ИЛИ СПЕЦИАЛЬНЫМИ СИМВОЛАМИ (ЭМОДЗИ).**

**7.7. ДОБАВЬТЕ КРАСИВЫЕ ШРИФТЫ С ПОМОЩЬЮ СЕРВИСА FONTS FOR INSTAGRAM ИЛИ ЛЮБОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ИЗ СПИСКА FONTS INSTAGRAM.**

**7.8. ПОСТАВЬТЕ ГЕОМЕТКИ.**

## 8. Принципы естественного продвижения аккаунта

**8.1. В СВОИХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И НА САЙТЕ РАЗМЕСТИТЕ ИКОНКУ И ССЫЛКУ НА ПРОФИЛЬ В «ИНСТАГРАМЕ».**

**8.2. В НАСТРОЙКАХ ПРОФИЛЯ ОБЯЗАТЕЛЬНО ПОСТАВЬТЕ РАЗРЕШЕНИЕ НА РЕКОМЕНДАЦИЮ ВАШЕГО АККАУНТА, СДЕЛАТЬ ЭТО МОЖНО ЧЕРЕЗ КОМПЬЮТЕРНЫЙ ИНТЕРФЕЙС «ИНСТАГРАМА».**

**8.3. ОЗНАКОМЬТЕСЬ С РУКОВОДСТВОМ ПО ГОСТЕВОМУ БЛОГИНГУ.**

**8.4. ИСПОЛЬЗУЙТЕ ТАРГЕТИРОВАННУЮ РЕКЛАМУ В СООТВЕТСТВИИ С МАТЕРИАЛАМИ КУРСА.**

### Чек-лист перед началом продвижения аккаунта

- Наличие хорошо понятного качественного аватара.
- Логотип компании (если профиль брендовый).
- Заполненное, понятное описание профиля.
- Наличие ссылки на сайт в шапке профиля.
- Наличие контактов.
- Хештеги.
- Хайлайты.
- Отсутствие постов или сторис с плохим качеством контента.
- Рубрикатор.

## 9. Реклама в «Инстаграме»

### 9.1. ЗАЙДИТЕ В РЕКЛАМНЫЙ КАБИНЕТ «ФЕЙСБУКА» ПО АДРЕСУ

<https://business.facebook.com>.

### 9.2. СОЗДАЙТЕ НОВУЮ КАМПАНИЮ И ВЫБЕРИТЕ ЦЕЛЬ ПРОДВИЖЕНИЯ:

- узнаваемость;
- вовлеченность;
- охват.

### 9.3. ОПРЕДЕЛИТЕ НАЗВАНИЕ ДЛЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ, ЧТОБЫ В ДАЛЬНЕЙШЕМ ОЦЕНИВАТЬ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

### 9.4. ОПРЕДЕЛИТЕ ГРУППЫ РЕКЛАМНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ.

### 9.5. НАСТРОЙТЕ ПАРАМЕТРЫ ЖЕЛАЕМОЙ АУДИТОРИИ: ВОЗРАСТ, ПОЛ, ИНТЕРЕСЫ.

### 9.6. УКАЖИТЕ БЮДЖЕТ.

### 9.7. НАЧНИТЕ ТЕСТИРОВАНИЕ И ОТСЛЕЖИВАЙТЕ ПО ОДНОМУ ПАРАМЕТРУ ЗА РАЗ.

### 9.8. ЗАПИШИТЕ В ОТДЕЛЬНУЮ ТАБЛИЦУ ВСЕ ЕЖЕДНЕВНЫЕ KPI (ОХВАТЫ, ВОВЛЕЧЕННОСТЬ, ЛАЙКИ, ПЕРЕХОДЫ И Т.Д.).

KPI 1	KPI 2	KPI 3	KPI 4	KPI 5

### 9.9. ПРОАНАЛИЗИРУЙТЕ ПАРАМЕТРЫ И ВЫБЕРИТЕ САМЫЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ ДЛЯ ДАЛЬНЕЙШЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.