



Продажи в Instagram

— миф
или
реальность



Обо мне в трёх словах

01

Занимаюсь SMM и таргетом с 2016 года.

02

Специализируюсь на получении заявок из соцсетей для бизнес-услуг.

03

Нет опыта работы в нишах 300+, потому что работаю с каждым клиентом долго и могу взять в работу максимум 3-5 заказчиков.

Где деньги?

Человек, который осознанно занимается контентом для своего блога. Для его читателей (подписчиков) продукт - это контент. А для его рекламодателей продуктом являются подписчики .



Главное создать "красивое" лицо перед потенциальными покупателями и "освоить" большие бюджеты, выделенные компанией или заказчиком.

Нет времени на развлечения подписчиков. Нужны клиенты ещё вчера.

Создаёт воронки продаж и несёт личную ответственность.

Может обойтись без профиля в Инстаграм.

Общая схема продвижения в Instagram если сайта нет

1

БАЗОВЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ

- ✓ Определение Целевой Аудитории
- ✓ Анализ конкурентов
- ✓ Позиционирование и отстройка
- ✓ Разработка стратегии продвижения / воронки продаж

2

ОФОРМЛЕНИЕ СТРАНИЦ В ФБ И ИНСТАГРАМ

- ✓ Разработка контент-плана
- ✓ Оформление визуала и шапки профиля
- ✓ Создание фото- видео контента
- ✓ Написание текстов для постов
- ✓ Публикация постов, сториз и т.д.

3

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА

- ✓ Разработка рекламной стратегии (трафик на аккаунт)
- ✓ Разработка рекламных креативов и текстов
- ✓ Работа с аналитикой и другие работы.

Преимущества и недостатки продвижения в Instagram без сайта

ПЛЮСЫ

1. Подходит для тех ниш, кому не обязательно иметь сайт. Например, мастера маникюра, педикюра, бровисты, те же блогеры и т.д.
2. Возможность использовать профиль, как визитную карточку. Актуально для тех, у кого продукт продаётся через визуал. Например, визуализаторы, фотографы, видеооператоры, турагенты и другие.
3. Некоторым клиентам проще написать в Direct, чем оставлять заявку на сайте.

МИНУСЫ

1. Соцсеть вам не принадлежит. В любой момент ваш аккаунт могут заблокировать без права восстановления.
2. Ограничение в продвижение. Нет возможности использовать весь инструментарий Facebook для привлечения клиентов.
3. Тратится много ресурсов на ведение аккаунта. Нужна команда, постоянное наличие фото-, видео материала. Всё это требует времени и денег.

Общая схема продвижения в Instagram, если сайт есть

- ✓ После проведения базового маркетингового анализа, составить такое предложение для своей Целевой Аудитории, от которого она не сможет отказаться.
- ✓ Подкорректировать тексты на сайте под ЦА.
- ✓ Настроить Бизнес-Менеджер на Facebook. При необходимости сделать подтверждение компании.
- ✓ Направить трафик ЦА на сайт.
- ✓ Обработать заявки.
- ✓ Получить прибыль.
- ✓ Заплатить налоги.

Преимущества и недостатки продвижения в Instagram при наличии сайта

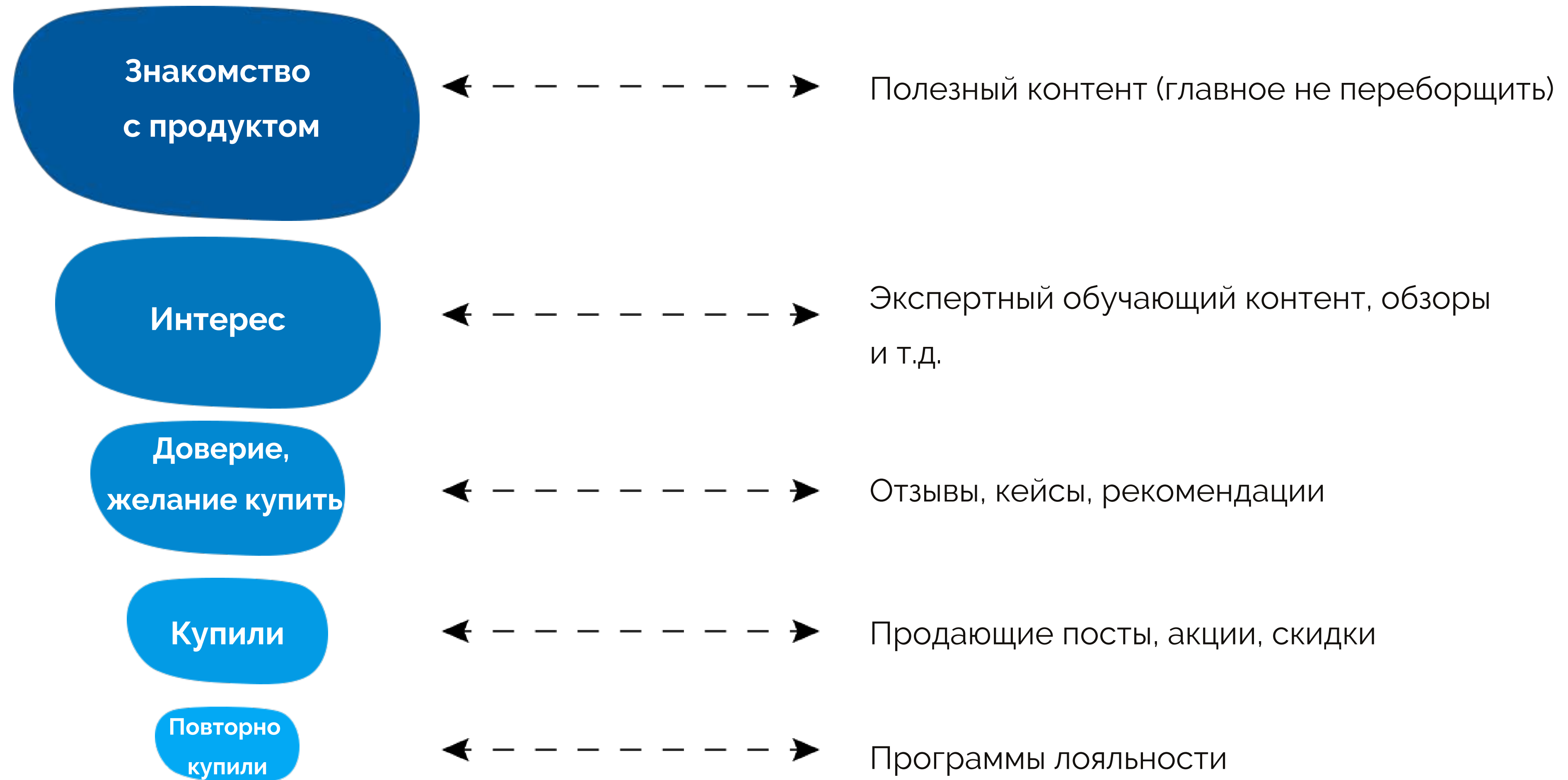
ПЛЮСЫ

1. Возможность использовать БОЛЬШИЙ инструментарий Facebook для рекламы.
2. Можно получать заявки напрямую из рекламного кабинета, без аккаунта Instagram.
3. Экономия времени и денег.
4. Если у вас интернет-магазин, можно синхронизировать товары с него на facebook и продавать сразу там, без перехода на сайт.

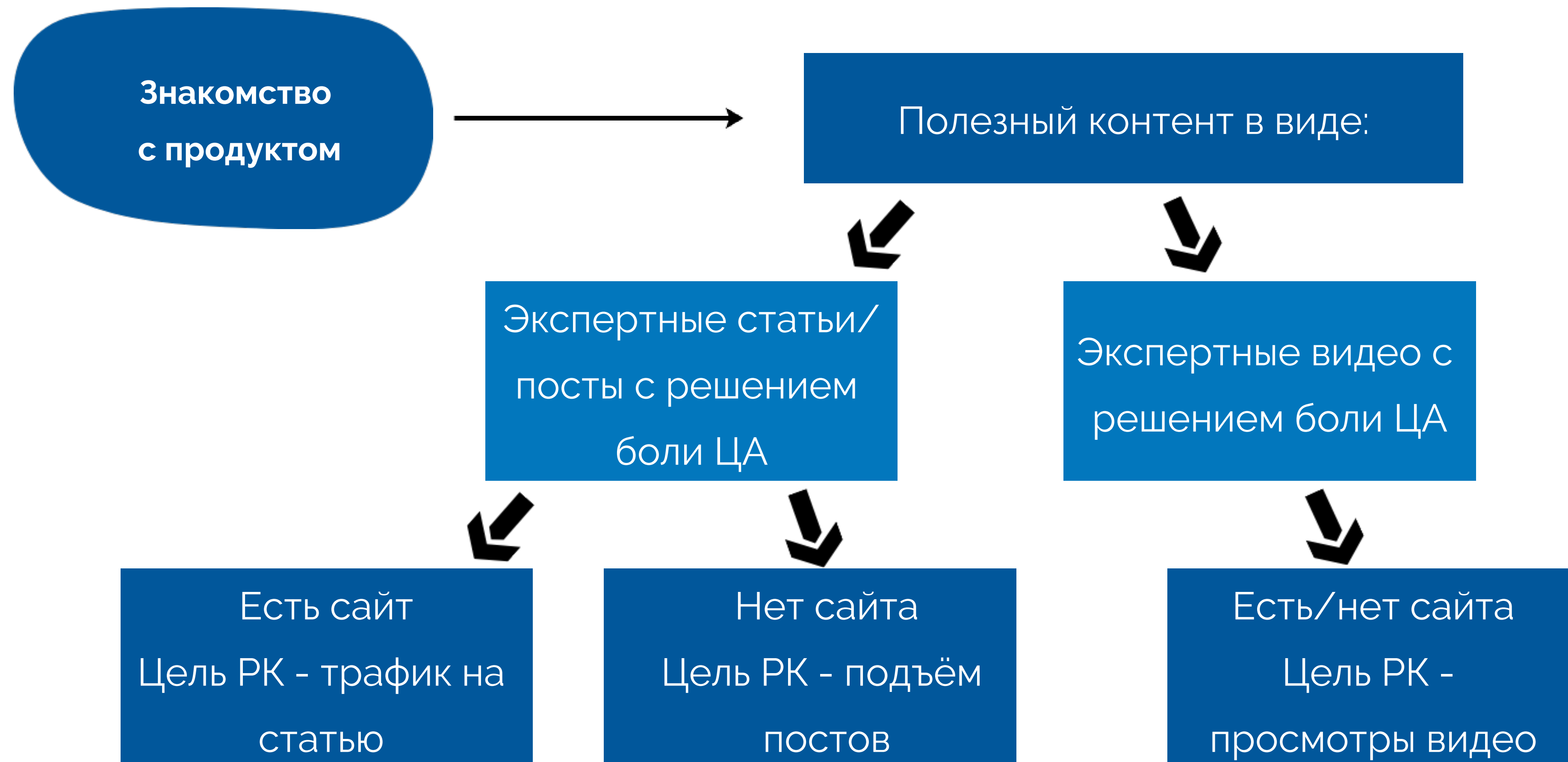
МИНУСЫ

НЕТ

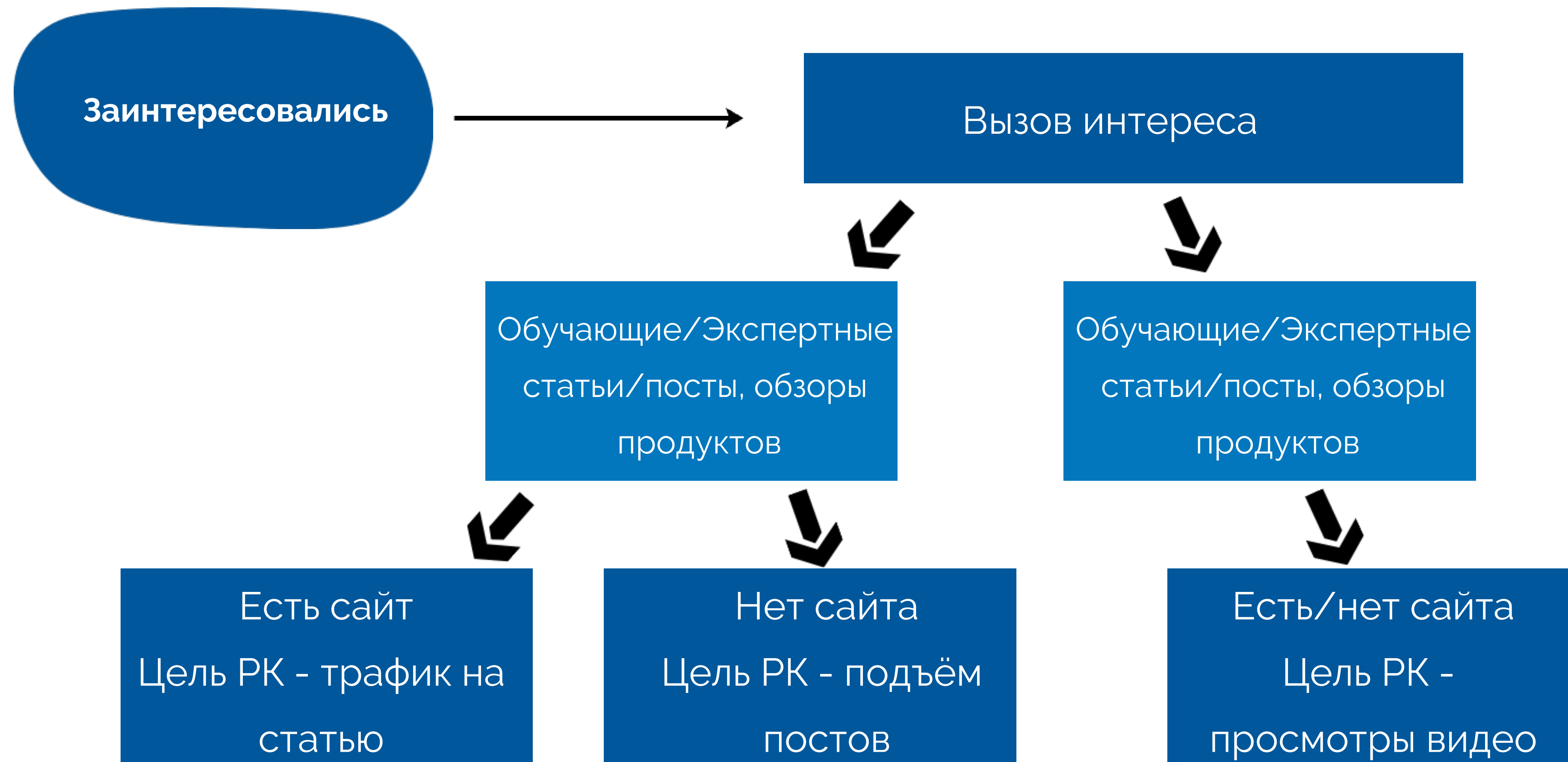
Стандартная воронка продаж



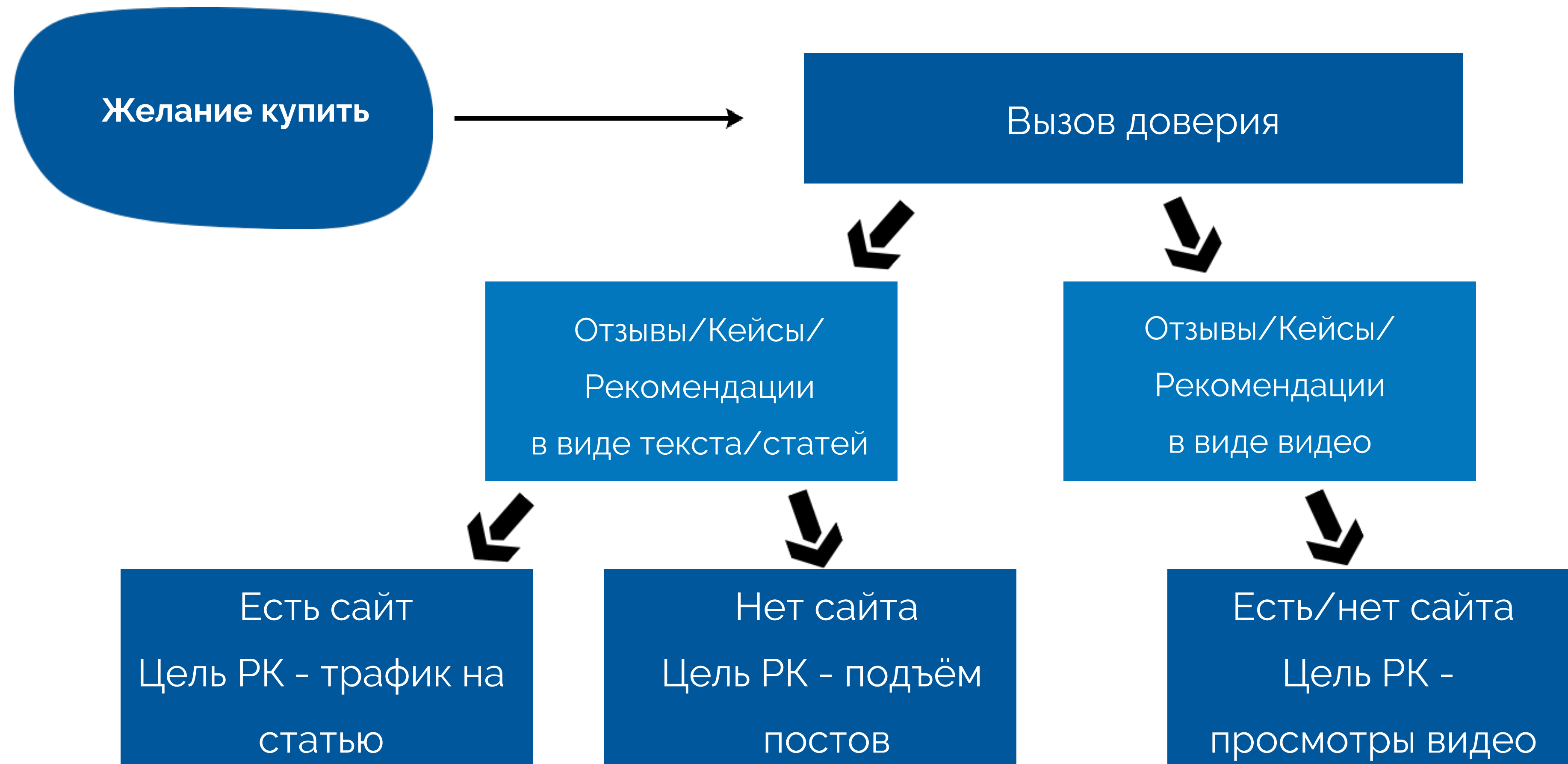
Как это использовать в воронке?



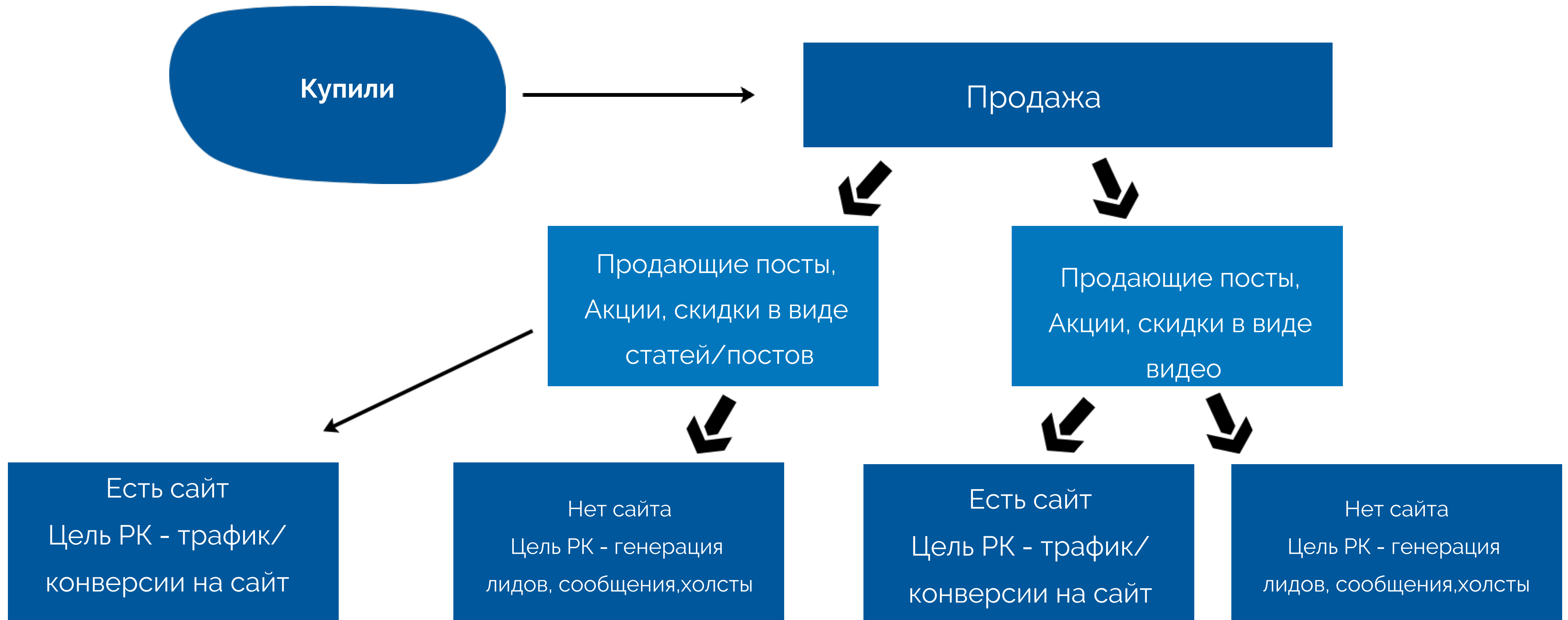
Как это использовать в воронке?



Как это использовать в воронке?



Как это использовать в воронке?



ВЫВОДЫ

- ✓ Без знания Целевой аудитории, никакие воронки не помогут.
- ✓ Не обязательно досконально изучать конкурентов. Достаточно посмотреть, как они рекламируются.
- ✓ Если заказчик не умеет продавать, маркетолог ему не поможет.
- ✓ Перед стартом рекламы, нужно определиться кто заказчик: блоггер или бизнесмен.
Лучше работать с бизнесменами.

ДО проекта



ПОСЛЕ



Спасибо за внимание

Подпишитесь на наши соцсети и вы получите:

- ✓ Опросник для взятия продающего отзыва.
- ✓ Гайд: "Как не попасть в бан и что делать если вы туда попали"
- ✓ Список сервисов для создания продающего видео.

Инстаграм

@daryadarb

@citprofi