

INSTA PLANNER

Insta planner

Для блогеров и для бизнеса

Планер, который поможет тебе организовать работу с Instagram и сделать ее максимально эффективной

Над Insta Planner работали:

Катя Бойцова (@boyechik) и Лена Федосеева (@my_pplanner)



Привет!

Рады приветствовать тебя в нашем обновленном Insta planner 2.0!

Мы — Лена Федосеева (создатель @my_ppanner) и Катя Бойцова (Instagram-блогер @boyechik). Если ты держишь этот планер, значит, любишь Instagram так же, как и мы!

В декабре 2018 года мы создали планер, который систематизирует весь наш опыт и знания о блогинге в Instagram, упаковке аккаунта и продвижении. Мы сделали это для того, чтобы у каждого появилась настольная книга для планирования своих шагов.

Мы знаем, что есть множество электронных инструментов, в которых можно писать посты, планировать ленту Instagram и т. п. Но также мы прекрасно знаем, что ты любишь фиксировать свои идеи и наброски постов на бумаге. Уверены, что это удобно делать именно в нашем Insta planner!

В ЧЕМ УНИКАЛЬНОСТЬ НАШЕГО ПРОДУКТА И ПОЧЕМУ ОН МОЖЕТ БЫТЬ ПОЛЕЗЕН ИМЕННО ТЕБЕ

Катя Бойцова

Ребята, в этом планере собрана эксклюзивная информация. Планер разработан по авторской методике, которая основана на моем опыте ведения блога, изучении трендов Instagram и работе с клиентами.

Я уже несколько лет помогаю блогерам развиваться и продвигать свои страницы. Рассказываю об этом в блоге @Boyechik, на курсах и в личных консультациях.

Лена Федосеева

Мы обновили первый Insta planner: оставили фундаментальную информацию из первой версии и добавили новые главы, основываясь на ваших пожеланиях и новых трендах.

Мы добавили больше информации про личный бренд, тексты в Instagram, сторис, монетизацию и новые виды продвижения.

**Поздравляем тебя с покупкой. Скорее листай свой новенький планер!
Он погрузит тебя в интересный и многогранный мир Instagram, который позволит тебе и твоему блогу развиваться и достигать всех целей, открывать новые возможности.**

1 О ЧЕМ ВЕСТИ БЛОГ: ОПРЕДЕЛЯЕМ КОНЦЕПЦИЮ

За последнее время большое количество людей влюбились в блогинг и захотели вести свою страницу в Instagram. Чуть позже часть из них перегорели из-за того, что нужна конкретная тема блога, которая держит тебя в рамках. Люди перестают вести свои блоги или считают, что это слишком сложно.

Мы не хотим, чтобы так было! Поэтому даем в этом планиере базу.

Новичкам она поможет оттолкнуться и найти свою тему, а опытному блогеру — посмотреть на свою страницу под другим углом, открыть новые грани своей темы и блога.

Призываем тебя прочитать эту главу! Уверены, она будет полезной.

ПОЧЕМУ ВАЖНА КОНЦЕПЦИЯ БЛОГА?

Катя Бойцова

Я начала заниматься своим профилем в январе 2018-го. До этого были другие попытки, но я не понимала, какую тему выбрать. Я начала анализировать свои навыки, выделила то, что получается у меня лучше всего. Собирала мнения, рылась в своих записях, перебирала таланты, мониторила тренды — и поняла: обработка фото — идеальный вариант.

С этого момента я начала перевоплощать свой Instagram в эту тему от и до. Когда оформила аккаунт, поняла, что пора размещать рекламу о себе у других популярных блогеров.

Тогда я поняла: нужен маркетинг, стратегия и конкретная история, которая зацепит. Я как раз планировала уход из офиса, где работала руководителем отдела внутренних коммуникаций. И решила: вот она, тема моей мечты: мотивация, работа на себя, создание своего бизнеса, блогинг! Она и стала визитной карточкой моего блога и более качественным пропуском в Instagram-мир.

Запомни: красивых фото и видео, крутых текстов — мало. Нужна личность, цепляющая продающая история, нужна **КОНЦЕПЦИЯ**.

Когда у тебя будет конкретная концепция блога, ты заметишь, как легко его продвигать, писать посты, составлять контент-план и давать свой блог на рекламу.

Чтобы определить концепцию блога, ответь для себя на вопросы:

- *О чем тебе хочется писать? Какие темы затрагивать?*
- *Какие потребности людей удовлетворяет твой блог?*
- *Какие проблемы решает твой блог?*
- *Для кого ты пишешь?*
- *Как выглядит твой читатель?*
- *Кто ты для своей аудитории?*
- *Что ты поддерживаешь, а что нет? Каковы твои принципы?*

Нашлись ответы? Транслируй их на всё: твой ник, аватарку, шапку профиля, контент-план постов, сторис, прямые эфиры, видео в IGTV и т. д.

Правильное позиционирование и трансляция концепции твоего блога открывает все возможности Instagram. Чем точнее ты показываешь себя или свой бренд, тем больше ассоциаций складывается у людей.

ЗАЧЕМ ТЕБЕ INSTAGRAM?

Казалось бы, простой вопрос. «Instagram мне нужен для того, чтобы выкладывать фото и делать сторис».

Да, это действительно так! Но если ты держишь в руках этот планер, скорее всего, Instagram для тебя — нечто большее. Это уже не просто соцсеть для друзей. Мы предлагаем взглянуть на Instagram как на бизнес и дело твоей жизни.

Чтобы выйти на новый уровень, нужно поставить правильную цель. Ниже разберем несколько типов целей, которые встречаются чаще всего, и найдем твою.

Давай помечтаем. Определи конечную цель, к которой тебя должен привести аккаунт. Задай себе вопросы, но отвечай на них честно:

- Ты хочешь популярности?
- Чувствуешь, что твои советы нужны и полезны?
- Планируешь ли зарабатывать деньги помощью Instagram?
- Тебе нужен Instagram для ведения своего бизнеса или связей?
- Ты хочешь сотрудничать с брендами, отелями и известными людьми через Instagram?

Важно задавать конкретные вопросы: они наводят на нужную мысль и помогают думать глобально. Ответив: «Веду свой блог на тему фитнеса, хочу быть полезной», — ты не поможешь себе.

Вот это настоящая сформулированная цель. Чувствуешь разницу? Важно очень точно разбираться в своих желаниях! Иначе получится как в сказке про золотую рыбку.

ЗАДАНИЕ

Не ограничивай себя в буквах и не бойся подробно расписывать свои «хотелки».

Вот шаблон для ответов:

«Мне нужен Instagram для _____

я хочу регулярно получать от него доход _____,

это поможет мне выйти на новый уровень и достичь моей главной цели — _____

».

ОПРЕДЕЛИМ, В ЧЕМ ТЫ ЭКСПЕРТ

Мы определились с целью. Теперь Instagram для тебя не просто фотоальбом с личными фотками. У тебя есть цель, значит, пора переходить к практике.

Катя Бойцова

До сих пор многие люди и блогеры относятся к Instagram как к обычной соцсети: «Ой, упали охваты, нужно быстрее что-нибудь запостить». Да, такой вариант имеет место, но я за системный подход. Поэтому предлагаю тебе относиться к Instagram как к бизнесу, а не удерживать активность ради активности. В этом плане мы рассказываем, почему именно такой подход работает на твои цели.

Пора определить, о чем ты будешь писать в профиле. **Делать контент про всё, что ты знаешь и умеешь, не надо.** Подумай, чем ты будешь отличаться от других блогеров. Просто красивые фото без текста или умные посты без визуала сейчас тоже не имеют силы. **Для блога важна ПОЛЬЗА в определенной и конкретной теме.**

Как ее выбрать?

Выпиши все свои качества, которые выделяют тебя среди других. Не стесняйся себя хвалить, **пиши больше** и ни о чем не забудь, ведь каждое качество — **это часть тебя, часть твоего личного бренда,** который ты хочешь продвигать в Instagram. Верно?

Лайфхак: если не знаешь, что написать, спроси у близких. Как бы они описали тебя? Твои сильные стороны и лучшие качества.

НАПРИМЕР:

- ☑ Лучше всех позирую на фото.
- ☑ Читаю много книг.
- ☑ Знаю, как стильно и недорого одеваться.
- ☑ Всегда ко всему подхожу ответственно и максимально системно.
- ☑ У меня всегда во всем порядок.
- ☑ Пеку лучшие в мире блинчики.
- ☑ Друзья говорят, я отличный психолог.
- ☑ Еще мне часто говорят, что я отличный мотиватор и вдохновитель.



ЗАДАНИЕ

Напиши от 5 до 16 пунктов ниже. Я лучше всего в:

<input type="radio"/>	_____	<input type="radio"/>	_____
<input type="radio"/>	_____	<input type="radio"/>	_____
<input type="radio"/>	_____	<input type="radio"/>	_____
<input type="radio"/>	_____	<input type="radio"/>	_____
<input type="radio"/>	_____	<input type="radio"/>	_____
<input type="radio"/>	_____	<input type="radio"/>	_____
<input type="radio"/>	_____	<input type="radio"/>	_____
<input type="radio"/>	_____	<input type="radio"/>	_____
<input type="radio"/>	_____	<input type="radio"/>	_____

АНАЛИЗИРУЕМ СВОЙ ПРОШЛЫЙ ОПЫТ: ИЗ КАКИХ ЖИЗНЕННЫХ СИТУАЦИЙ ТЫ ВЫШЕЛ СО ЗНАКОМ ПЛЮС

Мы только в начале нашего пути к Instagram-блогерству. Но пришло время оглянуться назад, обратиться к своему жизненному опыту. Перед нами стоит важная задача: на основании твоего опыта и личностных качеств придумать «упаковку» твоего профиля. Да-да, именно она поможет твоему виртуальному бренду продвигаться быстрее и лучше.

Что для этого делаем?

Вспомни факты из своей биографии, твой личный опыт, успешные ситуации. Это может быть что-то глобальное, а может просто забавное умение. Например, ты умеешь приподнимать правую бровь или заразительно смеяться. Если вспомнился случай из биографии, опиши подробно: что было и как стало, что для этого пришлось сделать и какую пользу и кому это принесло.

Примеры:



Открыла свой бизнес без пап и папиков — расскажу, как сделать так же

Честная история в динамике, которая поможет другому человеку. Узнала все нюансы открытия своего бизнеса, проработала стратегию продвижения и готова поделиться этим.



Ушла из ненавистного офиса, где работала редактором за 25 тыс. рублей в месяц, сейчас я копирайтер у топовых блогеров, зарабатываю от 300 000 руб. в месяц

История успеха: как не бояться рисковать и разбогатеть с помощью своих навыков.



Избавилась от разрушающих отношений, сейчас счастлива в браке

Были отношения, в которых ты не могла развиваться, чувствовала себя неполноценной, постоянно страдала и очень долго не могла из них выйти, и вот, поработав над собой, — ты смогла! Теперь у тебя счастливая семья. Такой опыт подойдет, если ты готова вести блог про отношения и «спасать» других.



Восстановила волосы, и теперь они выглядят как с обложки глянца

Ты экспериментировала со своими волосами несколько лет, как итог — выжгла все живое, волосы превратились в паклю. Весь следующий год ты пробовала все методы восстановления: от масок до спа-процедур. В итоге вернула волосам блеск и здоровый вид. После такого тебя точно можно назвать экспертом по уходу за волосами.



ЗАДАНИЕ

Составь свой список. Отметь от 10 до 15 тем! Да, будет тяжело набрать столько, но игра стоит свеч.



































ВЫДЕЛЯЕМ ГЛАВНЫЕ ТЕМЫ

Список экспертности, навыков и качеств составлен. Прямо сейчас еще раз пройди по каждому пункту. Готово? Все сходится? Тебе нравится список? Ведь тебе предстоит все это транслировать в своем блоге в Instagram.

Теперь выдели всего 2—3 темы, которые кажутся самыми важными и интересными. Темы, которыми тебе будет всегда интересно делиться в блоге. Поставь напротив них галочку. Да, сейчас у тебя в голове мысль: «Стоп, а зачем было расписывать 15 тем, когда можно сразу написать всего 2—3?!»

Это упражнение делается для того, чтобы ты составила портрет своей уникальной личности, которую будешь дальше транслировать в Instagram. Если я попрошу группу из десяти людей написать 2—3 подобных пункта, то двое напишут про стиль (к примеру), 3 про фитнес, а 5 про обработку фотографий. И лишь дополняющие пункты про улыбку или умение кривляться на камеру будут отличать блоги друг от друга. Поэтому не пропусти ни одной своей фишки, которая будет еще больше подчеркивать твою уникальность, твою личность.

Писать обо всем подряд не стоит, но написать все свои лучшие стороны и яркие пункты из биографии нужно ОБЯЗАТЕЛЬНО. Каждая строка, написанная тобой здесь, — это часть тебя, часть твоей уникальной личности, которую ты собираешься продвигать в Instagram. Именно эти строки и будут выделять тебя среди толпы и добавят уникальности!

Темы выбраны? Поздравляем! Главная задача выполнена.

Эти 2—3 темы и будут основой твоего блога. Теперь выбери среди них ведущую, самую главную! На эту тему у тебя будут выходить и посты, и сторис, и прямые эфиры, и IGTV! Этой темой ты будешь жить в Instagram в ближайшее время.

Не переживай, тему можно будет менять, но не кардинально, так как именно с помощью нее будет собираться твоя целевая аудитория. Люди, которые жаждут удовлетворить свои знания именно в этой области.

ОПРЕДЕЛЯЕМ ДОЛИ ТЕМ В БЛОГЕ

На этом этапе главное не хвататься за всё подряд и не писать на все темы сразу. Твой блог должен быть полезным, конкретным и хорошо упакованным, не забывай — концепция прежде всего.

Тут важно понимать — **главной теме** автоматически отводится **50%**, **второй — около 30%**. Итого у тебя остается **всего 20%**, чтобы выделить их на одну или несколько сторонних тематик.

В ЧЕМ Я ЭКСПЕРТ?	ТЕМА	ДОЛЯ В %
Лучше всех позирую на фото		5%
Читаю много профессиональной литературы для визажистов и стилистов	☑	10%
Знаю, где купить недорогие аналоги люксовой косметики		5%
Подхожу ко всему ответственно		5%
У меня всегда во всем порядок		5%
Говорят, я отличный мотиватор и вдохновитель	☑	20%
Знаю секреты макияжа: могу показать, как сделать красивый макияж в домашних условиях	☑	50%
ВСЕГО:		100%

ЗАДАНИЕ

Проделай такое упражнение: чередуй рубрики, увеличивай и уменьшай их процентное соотношение. Делай это постоянно. Особенно это полезно при составлении контент-плана на новую неделю. Такой план поможет тебе правильно расставлять приоритеты рубрик и отслеживать, что реально интересно твоим подписчикам.

ОПРЕДЕЛЯЕМ ФОРМАТ

Пропиши напротив каждого **пункта твоей экспертности формат, в котором ты сможешь ее круто транслировать** в Instagram. Например, твое качество «кривляться на камеру» будет прекрасно смотреться в сторис. **Именно там аудитория влюбляется в твою мимику, голос и подачу информации.** Умение хорошо монтировать мини-фильмы здорово отразить в IGTV, так как в нем расширен хронометраж видео.

Как это будет выглядеть?

В ЧЕМ Я ЭКСПЕРТ?	ТЕМА	ДОЛЯ В %	ФОРМАТ ТЕМЫ (посты, сторис, IGTV, прямые эфиры)	МОИ ДЕЙСТВИЯ (распиши поподробнее свои идеи — это поможет)
Лучше всех позирую на фото		5%	Посты	Расскажу, как правильно позировать и быть разной на фото. Сделаю коллажи, они набирают хороший охват.

Читаю много профессиональной литературы для визажистов и стилистов	☑	10%	Посты	Планирую раз в 2 недели делать обзоры на качественные книги о моде и красоте.
Знаю, где купить недорогие аналоги люксовой косметики		5%	Сторис	Время от времени буду советовать интернет-магазины, делать посты с подборками или обзоры на акции в магазинах косметики.
Подхожу ко всему ответственно		5%	Посты	Буду упоминать об этом в постах.
У меня всегда во всем порядок		5%	Сторис	Косвенно буду упоминать в постах и добавлять в сторис.
Говорят, я отличный мотиватор и вдохновитель	☑	20%	Посты, сторис, IGTV	Буду делать мотивационные посты. Рассказывать истории, как мне было тяжело, как с этим справляться и идти к цели. Делать об этом видео для сторис и IGTV.
Знаю секреты макияжа: могу показать, как сделать красивый макияж в домашних условиях	☑	50%	Посты, сторис, прямые эфиры, IGTV	Буду вести блог о макияже. Показывать истории до/после, записывать обучающие ролики и делать интересные подборки косметики. Это станет моей основной темой.
ВСЕГО:		100%		

КАК ТЫ ХОЧЕШЬ ЗАРАБАТЫВАТЬ НА INSTAGRAM?

Давай заранее продумаем, как ты будешь монетизировать свой блог.

Это крайне важно сделать на самом старте — чтобы сразу понять, как развивать блог, как продвигаться и какую целевую аудиторию привлекать тебе. **Определи продукт для монетизации на начальном этапе**, и это поможет правильно позиционировать твой блог.

Катя Бойцова

Помни, что продавать через блог — нормально, и **люди с удовольствием покупают нужные им продукты**. Также им важно знать, что продукт сделан настоящим и проверенным экспертом. Instagram дает всем возможность развивать свой блог и продвигать свои продукты.

В этом разделе мы адаптируем темы, которые мы выписали выше, к продукту, который ты можешь запустить. Вопрос «На чем ты хочешь заработать» поможет сузить темы для блога.

Что всегда сильно волнует людей:

- ① Как заработать?
- ② Как стать красивее и стройнее?
- ③ Как найти любовь?
- ④ Как стать популярным?
- ⑤ Как самореализоваться?

Первые три вопроса самые

мощные. Продукты, связанные с заработком, похудением, красотой, любовью или

нетворкингом — самые востребованные. **Самореализация и популярность чуть менее востребованы**, если мы говорим о массовости. Поэтому посмотри на свои сильные стороны и связи с этими нишами.

Пример:

Ты знаешь, как восстановить волосы — это поможет человеку стать красивее. Можно выпустить гайд по уходу за волосами. Ты отлично настраиваешь таргетированную рекламу и можешь этому научить — заполни нишу «Как заработать больше». Можно запустить свой курс по настройке таргетированной рекламы, который поможет людям зарабатывать.

ЗАДАНИЕ

Возьми уже составленный список твоей экспертности, напиши нишу, для которой он подходит, продумай, какой продукт ты можешь запустить.

2 ПРОДУМЫВАЕМ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ

ЧТО ТАКОЕ ЗАГАДОЧНАЯ ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ (ЦА), О КОТОРОЙ ГОВОРЯТ ВСЕ БЛОГЕРЫ?

Это именно те **люди, которые будут тебя читать и покупать у тебя то, что ты предлагаешь**. Именно им интересно читать твои посты, следить за твоими последними новостями и покупать то, что нравится тебе.

Важно четко знать, кто твоя целевая аудитория, **что она хочет получить и чего боится**. Удовлетворяя ее потребности, разрушая стереотипы, предугадывая страхи, ты сможешь **создать самый ЖЕЛАННЫЙ контент**. В таком случае в твой профиль — при правильном продвижении у нужной для тебя ЦА — будут влюбляться за 3 секунды.



Ты правильно определяешь свою ЦА — от пола/возраста до страхов/потребностей.



ЦА слушает тебя и начинает тебе доверять.



Твой блог с помощью уникального контента удовлетворяет ее потребности.



ЦА готова покупать то, что ты предложишь.



ЦА подписывается и остается у тебя на странице.

Видишь, как все тесно завязано, поэтому давай максимально сконцентрируемся и составим портрет аудитории:

- ❑ **Пол.** Мужчина, женщина или твой аккаунт будет интересен каждому? Раздели в голове, что для тебя значит «мужской» контент, а что «женский». Лучше максимально сужаться и концентрироваться на одной категории людей.
- ❑ **Возраст.** Не нужно ориентироваться на всех. Лучше поставь конкретные возрастные рамки, желательно не более 7 лет. Например, от 18 до 25. Не переживай, к тебе обязательно подтянутся и остальные возрастные группы, но фокус будет направлен больше на выбранную тобой аудиторию.
- ❑ **Семейное положение.** Важно ли это для твоего блога? Если да, то почему? Ответ «нет» тоже обоснуй для себя.
- ❑ **Чем занимается?** Учится или работает? Как думаешь, какая сфера деятельности подходит твоему потенциальному читателю?
- ❑ **В чем нуждается?** Какие потребности у твоего подписчика и что ты в силах ему дать? Начни думать, как твой подписчик, пропускай через себя желания и потребности своего читателя.
- ❑ **Что не устраивает?** Какие проблемы? За что болит душа у твоего подписчика? Нужно быть максимально близким к нему, понимать, с какими сложностями он может столкнуться и что его беспокоит. Особенно на пути к своей цели.
- ❑ **Чего боится?** Напиши список потенциальных страхов своей ЦА, это поможет сделать контент более близким к читателю, не допускать ошибок при выборе материала для постов.



ЗАДАНИЕ

Ответь на эти вопросы для своей целевой аудитории

Пол: _____ Возраст: _____

Семейное положение: _____

Чем занимается? _____

Что не устраивает? _____

В чем нуждается? _____

Чего боится? _____

КТО ТЕБЯ ЧИТАЕТ И КТО ПОКУПАЕТ

Ну что, ЦА мы определили, теперь включаем логику и **рисует в голове ПОРТРЕТ конкретного подписчика или покупателя**. Сейчас нужно продумать, чего хочет твоя целевая аудитория, что она любит, чего боится, есть ли у нее стереотипы. Так ты сможешь делать всегда нужный контент, который развеивает стереотипы или помогает бороться со страхами.

Закрой глаза, вспомни основную массу ЦА, которую мы с тобой определили, и **представь, как выглядит один твой конкретный подписчик или покупатель** (тут мы

Пример:

На примере аккаунта визажиста рассмотрим ЦА и подробно пройдемся по всем пунктам.

Пол: девушки.

Возраст: 18—25 лет.

Семейное положение: не определено.

Для нашего аккаунта это не обязательно учитывать, потому что все хотят уметь краситься и ухаживать за собой.

Чем занимается?

Заканчивает учебу или работает.

Что ее не устраивает?

Она не понимает, для чего нужно то или иное средство. Хочет делать красивый макияж, но не хватает мотивации или времени для этого. Она видит, что многие девушки красиво красятся, но ей кажется, что просто «Им это дано, а мне — нет». Моя подписчица думает, что для того чтобы научиться делать себе макияж, нужно пройти дорогие курсы.

В чем нуждается?

В информации, которая бы разрушила стереотипы. Ей нужно показать, как сделать быстрый макияж, что учитывать, помочь подобрать косметику.

Чего боится?

Что ничего не получится, что она не сможет обучиться всему этому. Или забросит, так как ей покажется сложным.

говорим о самом распространенном типе), и начинай записывать.

Все действия в блоге должны быть направлены на твою аудиторию. Это не значит, что нужно придумывать себе другую жизнь или рассказывать только о том, что нравится людям. Это значит — **нужно найти тех людей, которым будет нравиться именно твой блог.** Тогда развитие будет идти гармонично и с пользой для всех! Максимально четко составь портрет своей аудитории, чтобы в будущем блог приносил тебе хороший заработок.

Работает в офисе с графиком 5/2. Не умеет краситься, так как в школе этим не интересовалась. Хочет уметь краситься самостоятельно, но не знает, где научиться, ей не хватает мотивации.

У нее куча необоснованных комплексов, и она не уверена в себе.

Маша пока одинока, но активно ищет любовь и ходит на свидания. Поэтому ей важно выглядеть красиво. Думает, что никогда не сможет накраситься сама, но у нее нет денег на визажиста. Пытается покупать разную косметику, но вся она пылится дома. Пользуется только тушью и блеском для губ, но видит, что этого недостаточно.

Маша.
23 года.

Маша знает, что она симпатичная, но не уверена в своей красоте. Комплексует по поводу своей кожи, но ей кажется, что слой тонального крема делает ее лицо только хуже. Она не понимает, как наносить хайлайтер, и боится переборщить с косметикой. Маша комплексует, ей нужно, чтобы кто-то научил ее простому макияжу в домашних условиях.

Теперь самое интересное. Давай посмотрим, как эта информация может тебе пригодиться.

МАША, 23 ГОДА

Работает в офисе с графиком 5/2.

Не умеет краситься, так как в школе этим не интересовалась.

Хочет уметь краситься самостоятельно, но не знает, где научиться, ей не хватает мотивации.

МОИ ДЕЙСТВИЯ

Значит, самые полезные материалы по теме надо выкладывать утром в будние дни (перед работой Маши) и вечером.

Пиши посты-истории о том, как ты научилась делать макияж. Уделяй время постам с мотивацией.

Введи рубрики, в которых будешь показывать свою технику в макияже и результаты своих учеников. Особенно удели внимание фото- и видеоформату.

Маша пока одинока, но активно ищет любовь и ходит на свидания. Поэтому ей важно выглядеть красиво.

Фото с красивым макияжем со свиданий помогут ей в мотивации. Показывай красивых успешных девушек, которые сами делают себе макияж. Рассказывай истории своих клиентов.

Думает, что никогда не сможет накраситься сама, но у нее нет денег на визажиста. Пытается покупать разную косметику, но вся она пылится дома. Пользуется только тушью и блеском для губ, но видит, что этого недостаточно.

Показывай, как можно краситься дома за 20 минут. Не забывай мотивировать, что чем больше пробуешь — тем лучше получается.

Маша знает, что она симпатичная, но не уверена в своей красоте. Она комплексует по поводу своей кожи, но ей кажется, что слой тонального крема делает ее лицо только хуже. Она не понимает, как наносить хайлайтер, и боится переборщить с косметикой.

Расскажи про разные типажи во внешности. Покажи, как макияжем можно испортить лицо. Дай правила верного макияжа. Показывай, как можно замаскировать недостатки кожи. Как можно увеличить губы или глаза, как подчеркивать скулы.

Маша комплексует, по этому ей нужно, чтобы кто-то научил ее простому макияжу в домашних условиях.

Введи рубрику по борьбе с комплексами. Развей мифы о макияже, помогай с техникой. Покажи, что макияж — это не значит нанести на себя тонну косметики. Расскажи, какой макияж где уместен.

У нее куча необоснованных комплексов, и она не уверена в себе.

Можно подключать психологов и проводить совместные прямые эфиры. Не бойся углубляться в анализ личности. Твоя цель — дать пользу своей ЦА.

Посмотри, как мы все подробно расписали. Еще раз подробно пройди по каждому пункту и не стесняйся добавить больше информации. Это очень важный пункт, на который не стоит бояться потратить много времени

Чем правильнее ты сформулируешь свою ЦА, чем точнее определишь ее потребности, стереотипы, страхи и сомнения, тем лучше твой контент будет западать в душу и бить в самое сердце подписчика. От этого напрямую зависит, пойдут ли за тобой люди, будут ли следить и доверять, купят ли они твой товар, или услугу, или то, что ты рекламируешь.



ЗАДАНИЕ

Заполни таблицу с портретом своей целевой аудитории

ПОРТРЕТ	МОИ ДЕЙСТВИЯ

3 РАЗБИРАЕМ ТЕКСТЫ В ПОСТАХ

ТЕХНИКА: КАК ВСЕГДА ЗНАТЬ, О ЧЕМ ПИСАТЬ

Мы определились с темами для твоего блога, поняли, в каких форматах делать контент, определили ЦА твоего блога, а также наметили, на что обратить внимание при составлении будущего контент-плана.

Теперь перейдем к еще одному упражнению, которое помогает в составлении контент-плана или рубрикатора блога.

ЧТО ДЕЛАЕМ?

Основная тема:

Макияж в домашних условиях

Наш лозунг:

сделай красивый макияж самостоятельно

Дополнительные темы:

мотивация,
полезные книги

Задай себе вопрос:

На какие еще темы можно разделить тему макияжа?

- косметика;
- как наносить разные средства;
- обучающие уроки.

Давай углубимся:

На какие типы можно поделить косметику?

- уходовая;
- декоративная;
- для тела;
- для волос и т. д.

Углубимся еще:

На какие еще темы можно разделить тему макияжа?

- маски: когда использовать как наносить, какие бывают и чем отличаются;
- помады: как нанести твердую, как нанести блеск и т. д.;
- кисти: какие и для чего использовать.

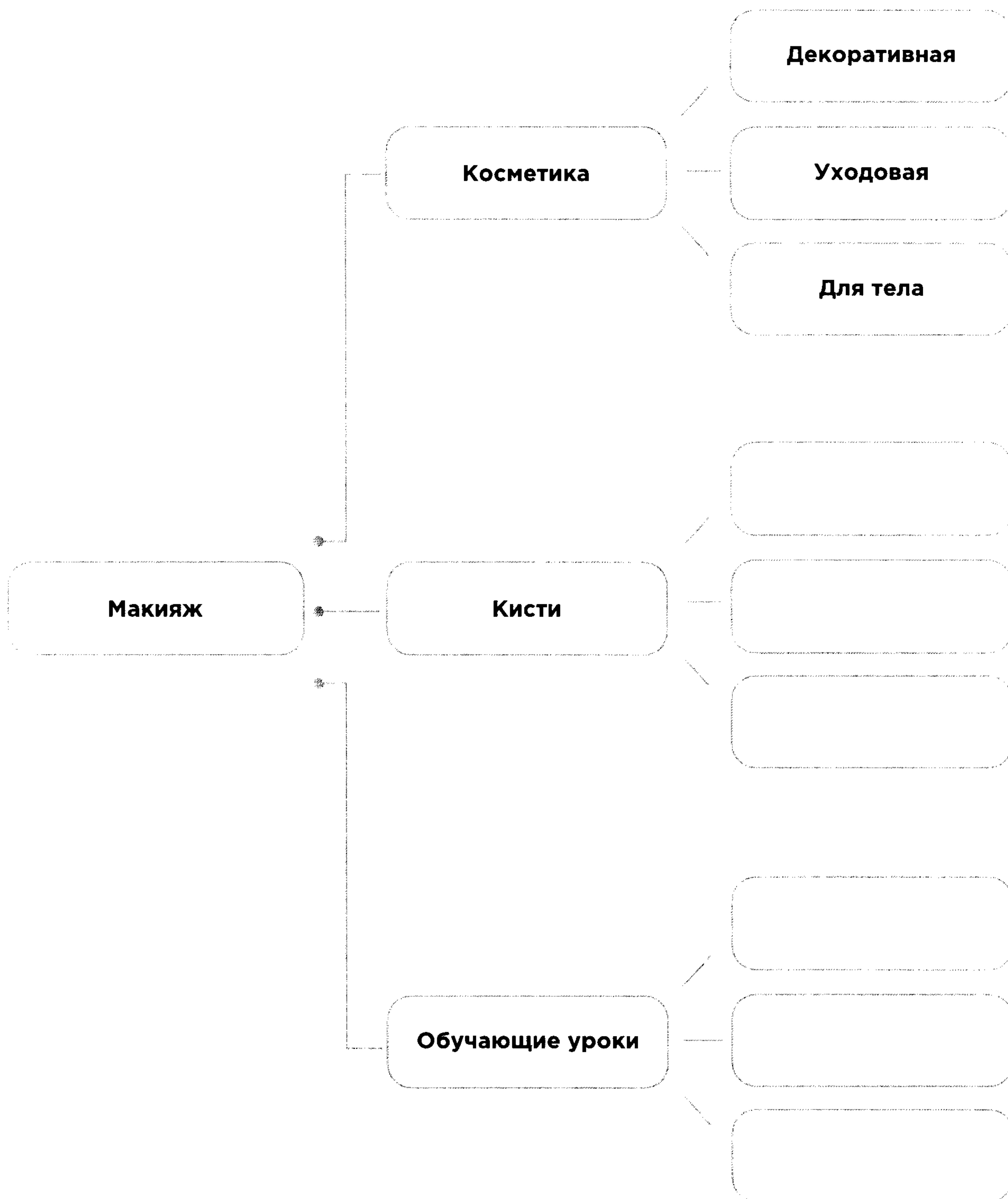
На этом примере мы разделили основную тему «Макияж в домашних условиях» на 3 подтемы. Они станут рубриками, которые мы отметим хэштегами: **#косметика**, **#наносимсредство**, **#урок**.

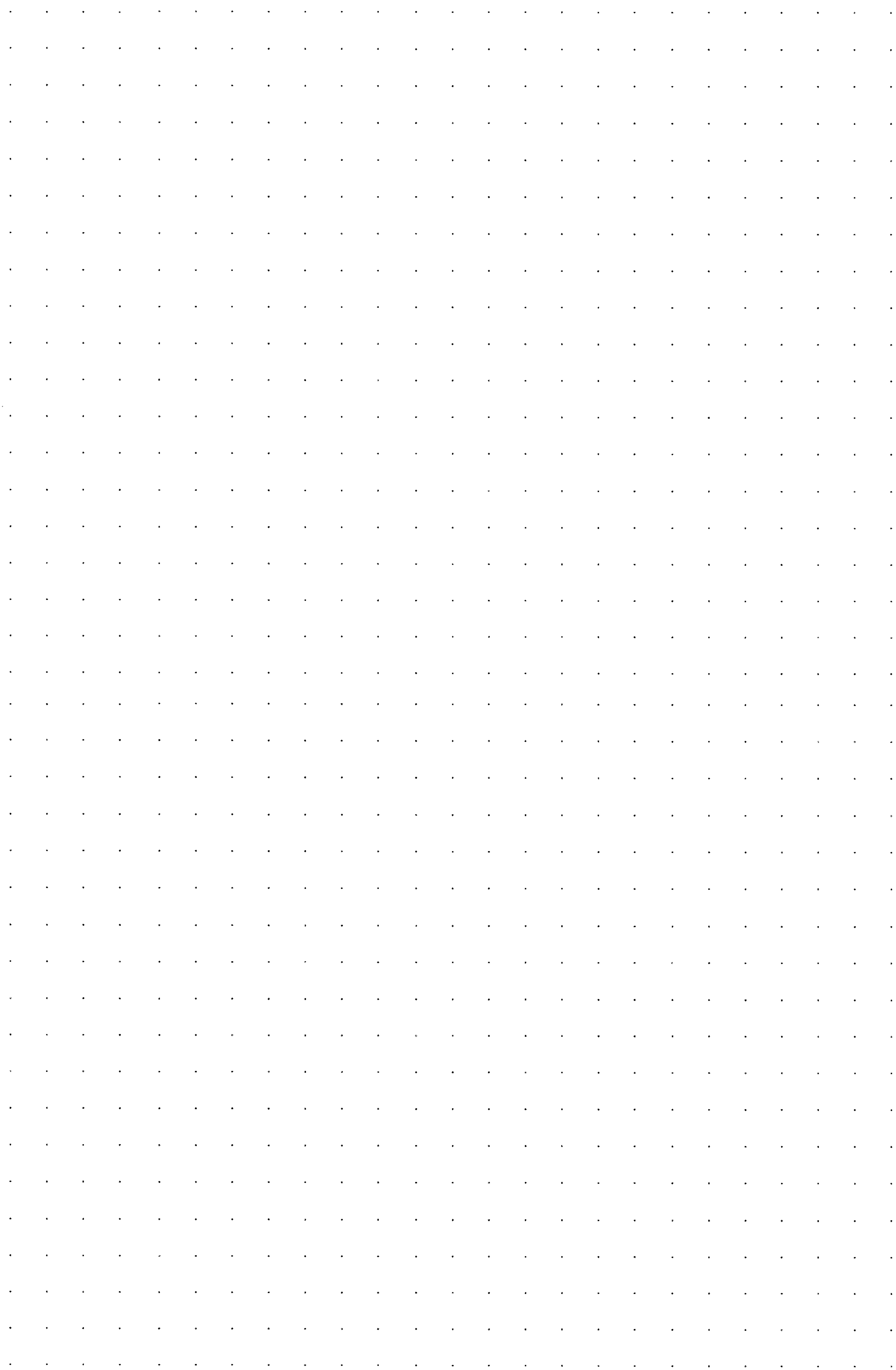
Далее каждую подтему нужно еще подробить.

«Косметика» разделились на 4 темы: уходовая, декоративная, для тела, для волос. Нанесение средства — на маски, помады, виды кистей и т. п.

Каждый пункт можно дробить столько, сколько необходимо: этим ты упростишь себе задачу составления контент-плана и сформируешь темы постов.

Пример заполнения:

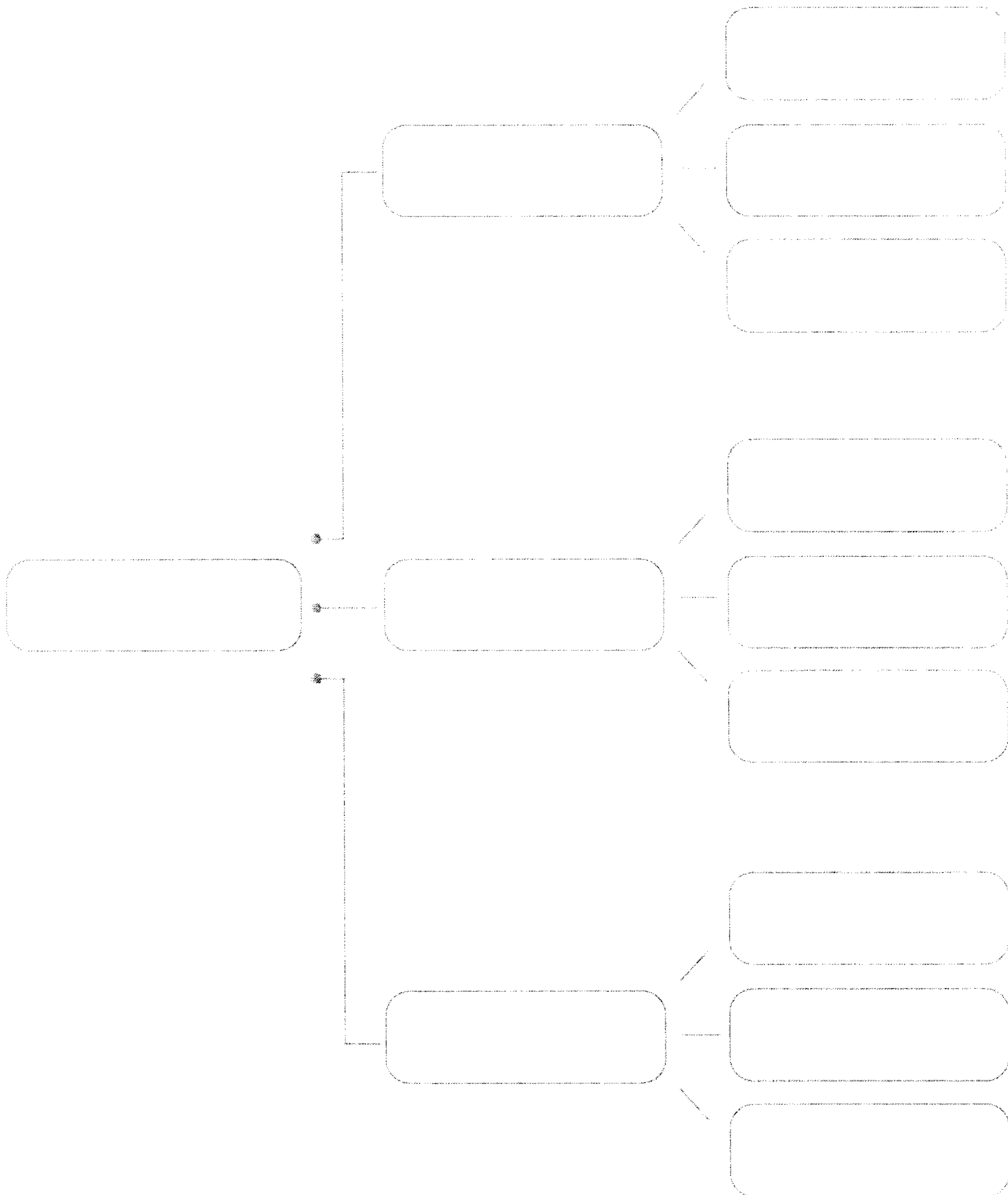


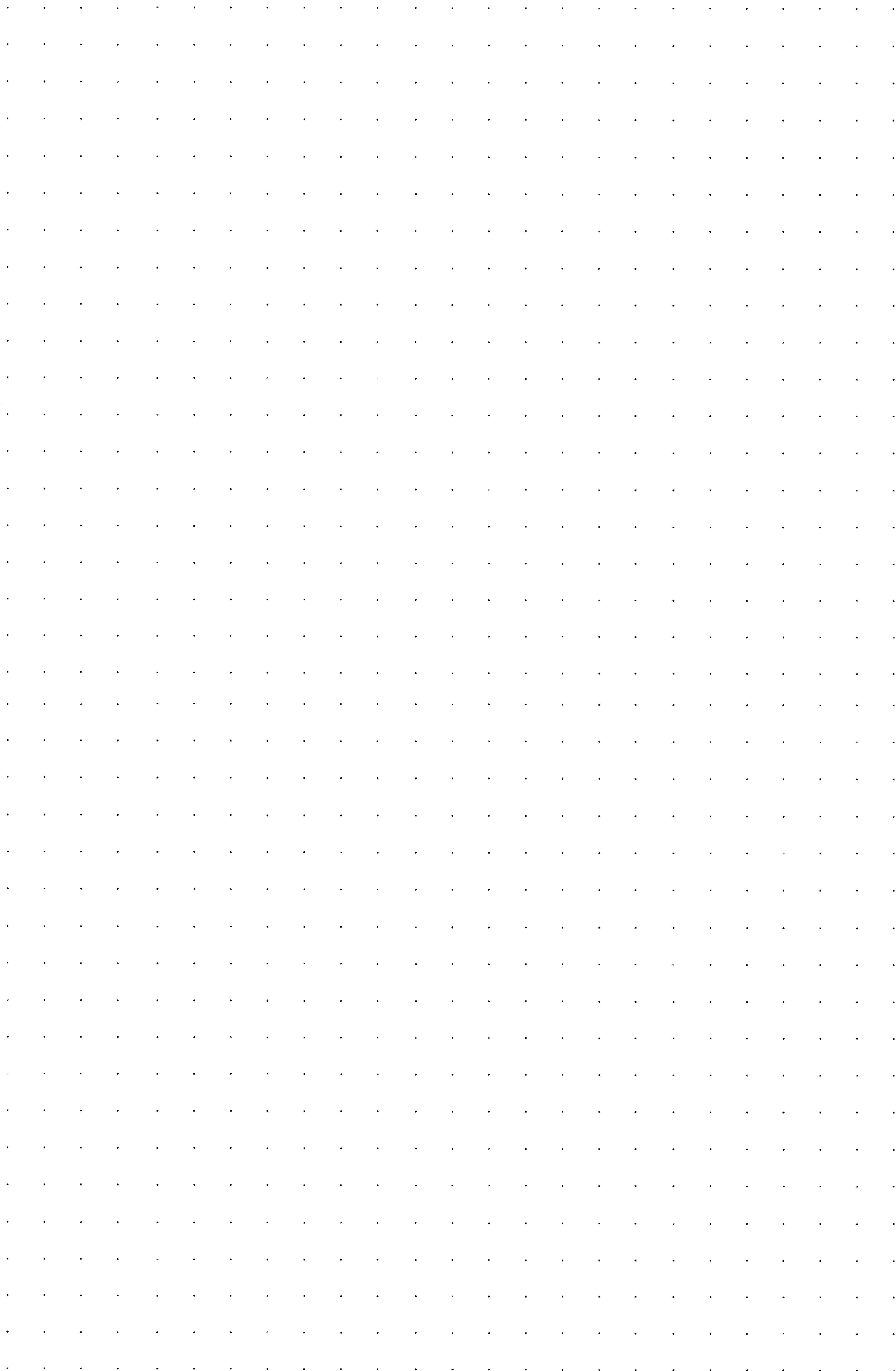




ЗАДАНИЕ

Составь свои темы для контент-плана.





СОСТАВЛЯЕМ КОНТЕНТ-ПЛАН

Итак, мы подошли к тому, чтобы составить контент-план твоей ленты. В него **входят все форматы Instagram: посты, сторис, прямые эфиры и IGTV.**

Распланируй все рубрики по форматам и набросай, когда и что будет выходить. Это заметно упростит тебе блогерскую работу.



Продолжим работу над табличкой.

Теперь сформулируем рубрики и запишем их. Напротив рубрик можно накидать темы постов из главы выше.

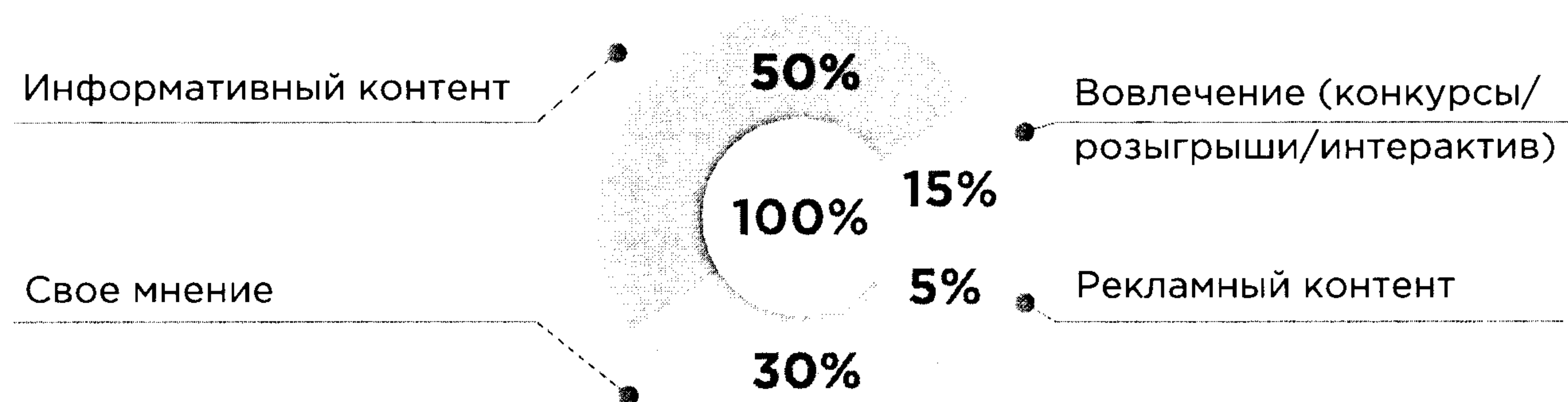
ЗАЧЕМ МЫ ЭТО ДЕЛАЕМ:

- ✓ Планирование всегда экономит время: ты не будешь садиться за написание поста день в день.
- ✓ Твой блог будет выдержан в одном стиле, и у него будет соблюдаться логика. Если ты будешь бросаться из темы в тему или писать обо всем и ни о чем, подписчики долго не задержатся. Веди их плавно по логичному и желанному содержанию своего блога.

В ЧЕМ Я ЭКСПЕРТ?	ТЕМА	ДОЛЯ В %	ФОРМАТ ТЕМЫ (посты, сторис, IGTV, прямые эфиры)	МОИ ДЕЙСТВИЯ (распиши поподробнее свои идеи — это поможет)	ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ ПОСТОВ
Лучше всех позирую на фото РУБРИКИ #твой_ник_позинг		5%	Посты	Расскажу, как правильно позировать и быть разной на фото. Сделаю коллажи, они набирают хороший охват. Позируем стоя, сидя, лежа, в спортзале, в платье и т. д.	
Читаю много профессиональной литературы для визажистов и стилистов РУБРИКИ #твой_ник_книги	✓	10%	Посты	Планирую раз в 2 недели делать обзоры на качественные книги о моде и красоте. 5 книг, которые нужно прочитать любой девушке, книги по мотивации, книги по стилю, книги по истории искусства, художественная литература, обзор книг, которые я недавно прочитала.	
Знаю, где купить недорогие аналоги люксовой косметики РУБРИКИ #твой_ник_обзор		5%	Сторис	Время от времени буду советовать интернет-магазины, делать посты с подборками или обзоры на акции в магазинах косметики. Обзор акций магазина Рив Гош; чем заменить дорогой консилер, Косметика «Чистая линия»: за или против; Выбираем недорогую помаду.	

<p>Подхожу ко всему ответственно</p> <p>РУБРИКИ #твой_ник_осебе</p>		5%	Посты	<p>Буду упоминать об этом в постах.</p> <hr/> <p>Истории из детства, школы.</p>
<p>У меня всегда во всем порядок</p> <p>РУБРИКИ #твой_ник_осебе</p>		5%	Сторис	<p>Косвенно буду упоминать в постах и добавлять в сторис.</p> <hr/> <p>Что у меня на рабочем столе; что в моей косметичке; что в моей сумочке.</p>
<p>Говорят, я — отличный мотиватор и вдохновитель</p> <p>РУБРИКИ #твой_ник_пинок #твой_ник_мотивация</p>		20%	Посты, сторис, IGTV	<p>Буду делать мотивационные посты. Рассказывать истории, как мне было тяжело, как с этим справиться и идти к цели. Делать об этом видео для сторис и IGTV.</p> <hr/> <p>История, когда я почти сломалась; истории моих учеников и последователей.</p>
<p>Знаю секреты макияжа: могу показать, как сделать красивый макияж в домашних условиях</p> <p>РУБРИКИ #твой_ник_макияж #твой_ник_уроки #твой_ник_моягордость</p>	 самая важная галочка	50%	Посты, сторис, прямые эфиры, IGTV	<p>Буду вести блог о макияже. Показывать истории до/после, записывать обучающие ролики и делать интересные подборки косметики. Это станет моей основной темой.</p> <hr/> <p>Моя история: какой я была; видеоуроки: дневной макияж, вечерний макияж, свежий макияж, как замаскировать прыщ, как добавить лицу свежести; Мои ученики: посты с результатами учеников.</p>
ВСЕГО:		100%		

Для того чтобы не перегрузить аудиторию однообразным контентом, нужно соблюдать правила в планировании:



Никто не будет строго сверять процентное соотношение твоих постов. Это разделение только для удобства. **Оно нужно для приоритизации постов** и осознания того, с чего начать в первую очередь, а что может подождать. Расскажу на своем примере:

ПРИМЕР КОНТЕНТ-ПЛАНА КАТИ БОЙЦОВОЙ (@BOYECNIK)

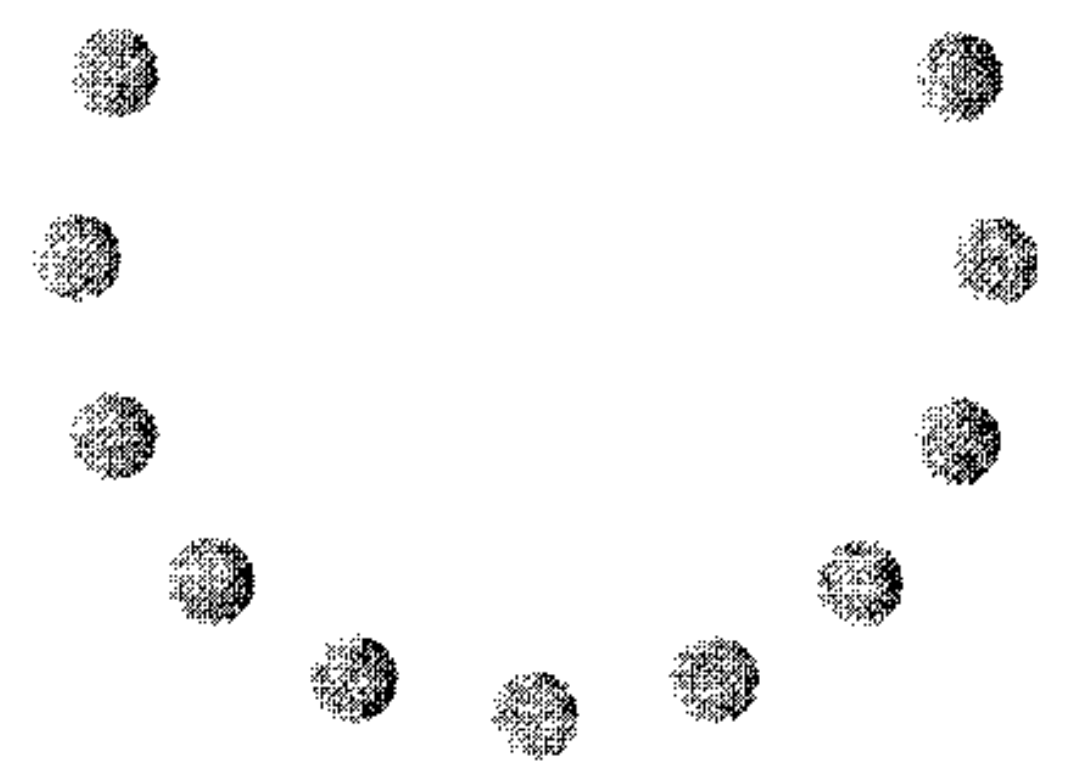
Когда рубрики и посты распределены, нужно понять, в какой день какой пост выйдет. У Кати заложено до двух постов в день.

ПН 14.11	ВТ 15.11	СР 16.11	ЧТ 17.11
Ваша любимая обработка	Интерактив по шапке профиля	Список мест в Нью-Йорке	Как понять, какой инфопродукт запускать
Видеоинструкция в посте, как заменить фон	Вовлекающий и полезный пост для подписчиков	Пост с киношными местами в городе, которые может посетить любой путешественник	Полезный пост про выбор инфопродукта
ПТ 18.11	СБ 19.11	ВС 20.11	
Запуск бесплатного курса по инфопродуктам	Почему продажи напрямую не работают	Лайк-тайм с красивыми фото и видео	
Рассказ об итогах прошлого курса и приглашение на второй поток	Полезный пост	Полезный лайк-тайм, в котором можно получить лайки и попиарить свой блог	



ЗАДАНИЕ

Давай спланируем твои посты на ближайшую неделю. Если ведешь полезные прямые эфиры, сторис или IGTV— тоже впиши их.



НЕСКОЛЬКО СОВЕТОВ ПО ТЕКСТУ ДЛЯ ТВОИХ ПОСТОВ

- 1** Пиши в постах только о том, в чем ты эксперт.
- 2** Пиши своим языком, не копируй текст у других или из интернета.
- 3** Разбавляй абзацами, пиши заголовки и ставь эмодзи (они служат инфографикой).
- 4** Соблюдай структуру поста: заголовок, вступление, основная часть, итог/вывод и вопрос для аудитории.

- 5** сторителлинг сейчас в тренде, не стесняйся писать длинные истории из своей жизни. Чем живее они будут — тем лучше.
- 6** Если не получается хорошо писать или нет на это времени, найми копирайтера. Это небольшие вложения, которые помогут получить от блога еще больше. Постепенно ты найдешь свой стиль и научишься писать самостоятельно.
- 7** Вдохновляйся теми, кто круче тебя, смотри на тех, чей аккаунт кажется тебе круче, посты интереснее, фото красивее, а количество подписчиков нереально больше.

ЧАСТОТА И ВРЕМЯ ПУБЛИКАЦИЙ

Блогинг — тот же бизнес, поэтому все здесь зависит от темы и целевой аудитории. **Помнишь, как мы разбирали ЦА: кто твои подписчики, где живут, чем занимаются, какие у них потребности.** Мы знаем, работает твоя аудитория, или пока учится, или и то, и другое. Возможно, это девушки в декрете либо фрилансеры-путешественники.

Еще частота публикаций зависит от тем и специфики блога и от отклика твоих подписчиков.

В большинстве случаев ЦА — те, кто работает или учится по графику **5/2**. Поэтому мы знаем, что подписчики будут активны в Instagram в будние дни с **9 до 11** и с **17 до 21**. Именно в это время офисным сотрудникам захочется сделать перерыв на чашку кофе и открыть ленту Instagram, а студенты будут ехать домой с учебы.

В выходные дни лучше не делать тематических замысловатых постов, а разгрузить читателей розыгрышами, играми, тестами, лайк-таймами и т. д.

**Когда постить?
Утром или вечером?**

Лучшие часы:

- утро: 9:00-11:00
- вечер: 19:00-23:00

Активные дни:

- Вторник
- Среда
- Четверг

В выходные можно посты не писать, так как лайков получишь заметно меньше.

Если ты ведешь личный блог

● **Оптимально делать один пост в день, можно один пост раз в два дня. Не делай реже одного поста в три дня.**

Если ты в путешествии или у тебя очень эмоциональный период, можно сделать больше постов, но не более трех в день.

Важный принцип — регулярность публикаций. Подписчики должны привыкнуть к твоим постам, так им станет интереснее за ними следить.

Если ты ведешь блог компании

● **Магазины, салоны красоты, бренды могут постить раз в 3-4 дня или даже один раз в неделю.**

Большинство подписываются на компании не для того чтобы следить за жизнью магазина, а чтобы не упустить новинки, розыгрыши и распродажи.



ЗАДАНИЕ

Определи время активности своей ЦА: _____

Впиши в строку выше время, когда твоя ЦА максимально вовлечена в твой контент — смотрит, лайкает, сохраняет, пишет комментарии.

В большинстве своем мы советуем публиковать минимум по одному посту в день, максимум — по три поста.

КАКИЕ ТЕКСТЫ ПИСАТЬ

Текст в русскоязычном Instagram важен не меньше, чем фото. **Он может продвинуть продукт, влюбить или оттолкнуть читателя.** В этой главе мы рассмотрим основы текста для Instagram и его виды. **Главу мы готовили с копирайтерами из команды Кати Бойцовой — Светой и Ксюшей (@text2night).**

В первую очередь определись с тем, как общаться с подписчиками — выбери свой стиль.

Кто ты для своего подписчика: друг, старшая сестра, мама, эксперт или медиа. **Блогеры-друзья могут позволить себе обращение «ребята», яркие эмодзи или пропущенную запятую. Блогер-эксперт всегда говорит четко и по делу, его текст выстроен по правилам, а ошибок и помарок нет никогда.** Сохраняй свой стиль во всем: сторис, постах, ответах на комментарии, шапке профиля и т. п.

Продумай оформление текста.

Определись с тем, какие эмодзи используешь и сколько, какие абзацы ставишь, пишешь истории или больше полезных постов. Это все очень влияет на то, как тебя воспринимают люди.

Выдели свои коронные фразы, они помогут закрепить свой образ.

Это может быть коронное приветствие, концовка или что-то лично твое. Услышав эту фразу, люди сразу будут вспоминать тебя.

Пиши искренне и всегда говори правду.

Чем больше обыденной и простой жизни ты будешь показывать в блоге, тем больше запомнишься аудитории.

ВИДЫ ПОСТОВ В INSTAGRAM

Света, (@text2night)

В Instagram-блоге важно использовать разные виды текста. Например, если писать только полезные заметки, читателю это быстро наскучит. А еще ты не сможешь 7 дней в неделю придумывать новую интересную тему. Если писать только истории из жизни, то читатель не сможет понять, в чем польза конкретно для него. Соответственно, не примет решение о покупке твоего продукта.

Полезные посты

В таких постах **читатель получает что-то новое**: список мест в городе, маршрут, актуальные способы продвижения и т. п. **Важное правило — не перепечатывать Википедию или других блогеров. Полезный пост должен быть основан на твих экспертизе и опыте.** Можно использовать мнения других людей, но тогда нужно указывать авторство.

Посты-истории (сторителлинг)

Такие посты **раскрывают тебя как личность**. Они помогают подписчикам узнать что-то сокровенное о твоей жизни или заставляют идти до конца, потому что их захватила история. Можно вести свой блог в стиле сторителлинга, но тогда обязательно необходимо рассказывать истории не только о себе, но и о своем продукте. **Главное правило постов-историй — честность и простой слог. Пиши так, как говоришь.**

Вовлекающий пост

Лайк-таймы, игры, болталки и т. п. В них можно пообщаться с подписчиками, попросить совет или полайкать друг друга. Может быть, на веселую тему, а может — на серьезную. **Такие посты всегда оканчиваются конкретным вопросом к читателям или призывом к действию.**

Продающий пост

Многие считают, что только он может продать товар или услугу. Это не совсем так. **Постов с явной продажей не должно быть слишком много.** Иначе появятся комментарии в духе «Опять реклама». **Лучший вариант — совмещать полезные посты и продающие. В продающем посте есть четкий призыв к действию:** купи, скачай, перейди, получи скидку. Не пиши их слишком много, чтобы аудитория не перестала читать твой блог.

Начинать блог проще всего с полезных постов. Они до сих пор хорошо работают, так как несут конкретную и нужную информацию. Но нельзя заикливаться только на них. Например, если у тебя будут только полезности, читатель не запомнит твою личность. А если одни истории — они должны быть очень яркими, чтобы тебя читали постоянно.

4 УПАКОВЫВАЕМ (ШАПКА ПРОФИЛЯ, ВИЗУАЛ)

ШАПКА ПРОФИЛЯ

Шапкой профиля мы называем все, что находится над постами. Сюда относятся: ник, аватарка, вторая строчка (она же «строчка жирным шрифтом»), описание профиля, ссылки (на сайт, лендинг, тап-линк).

А теперь подробнее:

Ник

Должен быть коротким и читабельным. Это могут быть твои имя и фамилия или твоё прозвище, например. Второй вариант — что-то связанное с концепцией твоего блога. Не рекомендуем использовать большое количество подчеркиваний, точек и цифр. И да, ставить свой год рождения в ник тоже не стоит.

Аватарка

Должна быть понятной читателю. У блогера или того, кто занимается продвижением личного бренда в Instagram, на аватарке должен быть **портрет**. Желательно без шляп и очков, чтобы тебя можно было сразу идентифицировать. Есть и исключения. Например, если ты ведешь блог про жизнь на Бали, где постоянно ходят в очках и шляпе — используй их, но не закрывай ими свое лицо. Например, спусти очки на нос.

Если блог продвигает продукт — на аватарке должен быть непосредственно сам продукт. Редко можно использовать логотип, если продукт ассоциируется с очень известными брендами, например Dior. В остальных случаях, если хочешь донести сразу информацию о своем профиле, размещай фото товара.

Рекомендация по фону для аватарки: однотонный яркий фон, который будет контрастировать с твоим лицом или с продуктом.

Вторая строчка

Это как раз та жирная строка, которая находится под аватаркой.

Отрази в ней ключевую мысль блога или свое «звание».

Нет звания? Придумай! Твори о себе легенды! Только правдивые. Например, **«БРОСИЛА ОФИС, УЕХАЛА НА БАЛИ»**, **«ПОЛЕЗНЫЙ БЛОГЕР КАТЯ БОЙЦОВА»**, **КАТЯ БОЙЦОВА | КИНО В СТОРИС»**.

Если применить это к нашему общему примеру «красивый макияж в домашних условиях», получится, например, **«НАУЧУ КРАСИТЬСЯ ДАЖЕ ТВОЕГО КОТА»**.

Описание профиля

Текст под жирной второй строкой.

Если в нике или второй строчке не указано имя, укажи его в описании.

Также здесь должны быть ключевые фразы, отражающие концепцию и полезность блога. Лучше использовать глаголы. Например, фраза «веду ваши аккаунты» будет гораздо лучше читаться, чем «контент-креатор». Понимаешь разницу?

думай максимально так же, как твоя аудитория, говори на ее языке

ВИЗУАЛ

И снова возвращаемся к ЦА: кто эти люди, что они любят, какой визуал им понравится? На что они будут обращать больше внимания: на картинку или все же на текст? Какими должны быть цвета в профиле: яркими и насыщенными или более тусклыми и пастельными? Светлыми или темными? Много ли деталей должно быть на фото или публике больше понравится минимализм?

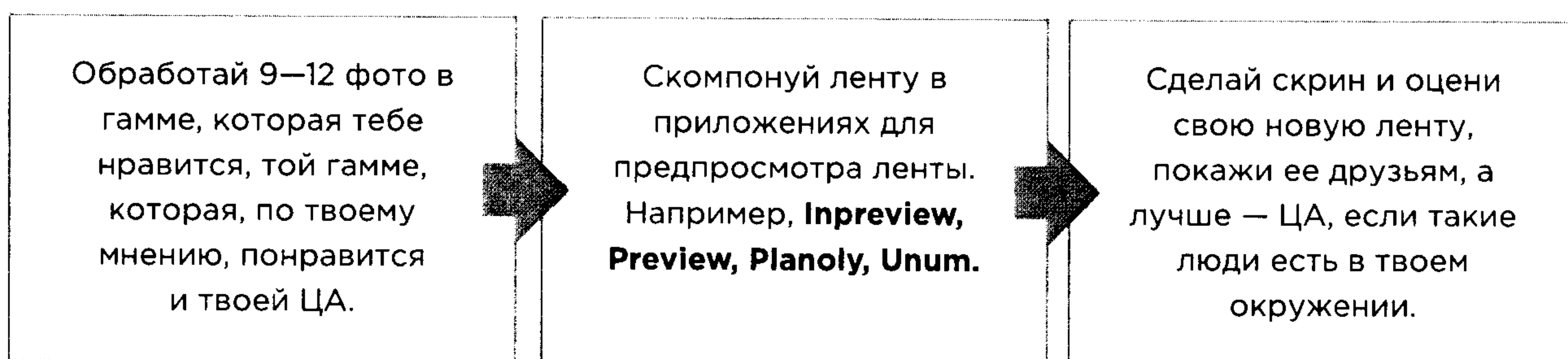
Примеры:

Тревел-блог — яркие, светлые, насыщенные фото, много деталей, синее небо, море, зеленая трава, все цвета максимально естественные.

Мужской блог — темные и контрастные, но приглушенные тона, минимальное количество цветов: 2–3 доминируют в гамме профиля.

Блог про психологию/спорт/отношения — светлые пастельные тона, минимализм, основной акцент на человека.

Поэкспериментируй со своим визуалом.



Если все звезды сошлись — погнались!

Ориентируемся на уже скомпонованную тобой ленту в приложениях для ее предпросмотра (например Inpreview). Здесь мы предлагаем табличку, которая визуально похожа на твою ленту в профиле, чтобы тебе было удобнее. Впиши ниже тематики фото, которые собираешься запостить (ты уже спланировала и скомпоновала свой фотоконтент?).

Ниже подпиши темы постов, которые планируешь под ними написать. И вот оно — чудо!

ПРИМЕР ПЛАНИРОВАНИЯ ФОТОКОНТЕНТА На примере блога Кати Бойцовой (@boyechik) Фото расположены так, как в самой ленте Instagram (См. Приложение 1).

Гармоничность ленты достигается за счет того, что публикуются разноплановые фотографии. Нужно чередовать крупный план с дальним, портреты с фотографиями в полный рост, разбавлять снимками, где меньше деталей — так в визуале будет «воздух».

Сначала процесс покажется очень долгим и муторным.

Но наш планер создан для того, чтобы научить тебя мыслить как блогер, а также системно и бизнесово подходить к блогерству.

ИКОНКИ ДЛЯ СТОРИС

Можно делать, можно не делать. Кто-то говорит, что нужны только коммерческим аккаунтам, в личных смотрятся скучно. Кто-то считает, что иконки нужны всем блогам: и личным, и коммерческим.

КАКОЙ АККАУНТ ВЫБРАТЬ: СВЕТЛЫЙ ИЛИ ТЕМНЫЙ

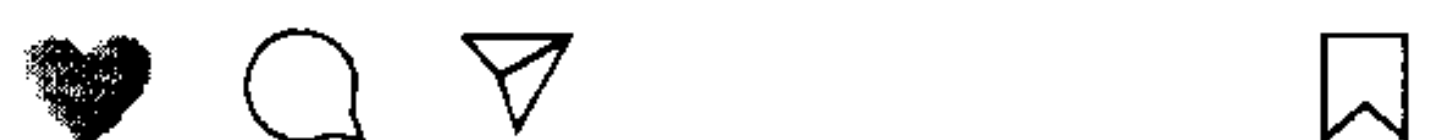
Все зависит от тебя. Выбери для себя, какой профиль ты хочешь, и следуй правилам съемок: для светлого аккаунта все фото делай при дневном освещении, для темного — наоборот.

Ставить ли иконки в закрепленные сторис — дело блогера. Правильного ответа здесь нет.

День 12

**Фото с мужем,
дальний план**

Полезный пост



День 11

**Фото с девочками
+ видео**

Лайк-тайм



День 10

Фото с мужем

Полезный пост про
продажи инфопродукта



День 9

Дальний план

Приглашение на
бесплатный курс



День 8

**Фото возле
знака «Лас-Вегас»**

Полезный пост
про инфопродукт



День 7

**Фото на кровати,
Средний план**

Лайк-тайм



День 6

**Фото на фоне башни,
средний план**

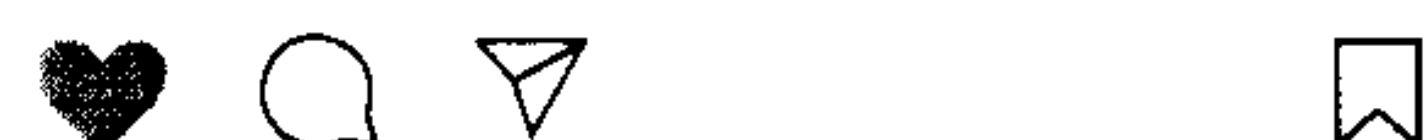
Как готовится
контент



День 5

**Групповое фото
с девочками,
сидим на лестнице**

Места в НЙ



День 4

**Видео, заглавный
кадр — портрет**

Интерактив по
шапке профиля



День 3

Крупный план

Пост про
обработку



День 2

**Крупный план,
портрет**

Факты о НЙ



День 1

**Фото в полный
рост**

Пост про музыку
в сторис



НУЖЕН ЛИ ЕДИНЫЙ СТИЛЬ?

Нет, единый стиль абсолютно не обязателен. Много успешных блогеров не используют выверенные цвета и композицию фото. Не спорим, что Instagram — визуальная соцсеть. Здесь важны фотографии, и без них никуда. **Но в первую очередь подписчикам важна твоя индивидуальность. Обработка фото — дело на любителя.**

Стиль и цвета профиля

Чтобы найти свой стиль, нужно найти гармонию с тем, что тебя окружает: цвета, предметы, обстановка.

На что обратить внимание



Локация

Подумай, где ты сейчас находишься и где часто бываешь. Это может быть улица, кафе, офис, дом. А может быть, ты на отдыхе или живешь в теплой стране среди зелени и моря? Возможно, ты планируешь поехать на зимний курорт или проводишь много времени, катаясь на лыжах или сноуборде. **У каждого места и локации есть два-три характерных цвета: именно они преобладают в палитре местности. Обрати на них внимание и сделай основными в своем профиле.** Так ты получишь легкий и не надуманный стиль профиля.



Одежда

Что ты носишь чаще всего? Какие у тебя есть аксессуары, какие предметы интерьера тебя окружают? Все должно сочетаться по тонам.



Время, когда делаешь снимки, и свет

Можно делать фото только при дневном свете или только студийные фото. Можно собрать ленту только из снимков, сделанных при искусственном свете. Важно, чтобы свет был примерно одинаковым. Для тех, кто в отпуске, подойдут чуть более розовые и теплые оттенки, чтобы добавлять фото, сделанные на закате у моря.

Так ты создашь единый стиль своей ленты — общую концепцию профиля. Это и есть полная упаковка, отталкивающаяся от выбранных цветов и тонов. **Обрати внимание на разноплановость в фотографиях — не публикуй похожие фото подряд. Чередуй селфи, фото в полный рост, пейзажи или фото по пояс — так лента станет гармоничнее.**

Всегда помни про освещение для фото — оно должно быть примерно одинаковым на всех кадрах. А еще экспериментировать — пробуй разные варианты ленты, чтобы найти что-то свое.

Правила съемки качественных фотографий:

- Снимай на улице при дневном свете.
- Всегда протирай камеру салфеткой или платком перед съемкой.
- Не снимай против света или при ярком солнце.
- Делай селфи у окна, чтобы захватить максимум дневного освещения.
- При обработке соблюдай последовательность: сначала работай со светом, пластикой и лишними предметами, после этого приступай к фильтрам и цветокоррекции.
- Блики, блестки, потертости, снег, наклейки и стикеры добавляй на последних этапах обработки.
- Если фото стало зернистым после обработки, попробуй изменить это в Lightroom. Зайди в функцию «Детали» — найди ползунки «Снижение уровня шума/устранение цветового шума».

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ТВОЕГО СМАРТФОНА

Обработка фото

- Lightroom CC** — пресеты, работа с цветом и светом.
- Pinterest** — идеи для фото.
- Snapseed** — выборочная коррекция, кисть, насыщенность и температура.
- Facetune и Facetune 2, Avatan** — пластика и ретушь кожи.
- Retouch** — быстро удаляет ненужные предметы на фото.
- AirBrush** — интересное размытие фона, работа с кожей.
- Union** — добавление объектов и предметов, возможность накладывать фото друг на друга.
- LD** — добавляет блики и эффекты.
- Spring** — позволяет расширять фото или увеличивать рост.
- Werbie** — живые эффекты.
- PLOTAVERSE** — оживляет фото.

Обработка видео

- InShot и Videoleap** — удобный монтаж, добавление музыки, стикеров, надписей.
- CutStory** — делит видео на 15-секундные отрывки для сторис.
- VideoCrop** — позволяет обрезать видео, изменить размер кадра.
- PREQUEL** — добавляет эффекты, блестки, фильтры, позволяет делать пластику лица и макияж.
- Kirakira** — добавляет блестки.
- Ulike** — позволяет выбрать позинг для селфи и добавить пластику на видео.
- HypeType** — добавляет интересные надписи.
- BIGVU** — приложение для субтитров, например для съемки рекламы.
- Chromic** — фильтры для видео с пылинками, эффектом пленки и ретросъемки.
- O2Cam** — блики, которые можно добавлять на видео и фото.
- Bokeh+** — размывает фон на видео, как будто тебя снимают на профессиональную камеру.

Для сторис, макетов и анимаций

- **Instories, Storyluxе, Mojo, StoryArt, StoryChic, Unfold** — похожи по функционалу, есть разные анимации и переходы.
- **Nichi** — коллажи для фото с разными стикерами, можно использовать для ленты.
- **VCUS** — быстрый монтаж роликов, приложение само добавляет переходы и фильтры.
- **PicsArt** — многофункциональное приложение для фото, славится о громным количеством стикеров.
- **Canva** — отличный конструктор для тех, кто делает игры в сторис, программа для верстки на телефоне.

Ретрофильтры и потертости

- **Ultralight**
- **Afterlight**
- **Nebi - Film**
- **KUNI Cam**

Планирования ленты

Помогают продумывать визуал профиля заранее. Можно переместить фотографии, посмотреть, как они гармоничнее выглядят в ленте. Некоторые приложения помогают смотреть статистику в удобном виде, другие позволяют планировать время публикации поста и ставить фото на автопостинг.

- **UNUM** — Позволяет добавлять много фотографий, все можно легко передвигать. Есть возможность добавления нескольких аккаунтов. Лента двигается не так, как в Instagram, остаются пустые клетки, что не очень удобно визуально.
- **PLANOLY** — Есть автопостинг, можно делить одно фото на 2—9 квадратных частей — такое решение часто используют коммерческие бренды.
- **INPREVIEW** — Удобно добавлять новые фотографии, но иногда слетает запланированная лента.
- **CONCEPT OFFICE** — Много инструментов для эффективной работы с аккаунтом, после пробного периода просит оплатить платную версию. Бесплатно можно загружать не более 3 фото.
- **PREVIEW** — Удобное приложение, можно добавить сразу много фотографий.
- **PLAN** — Можно использовать без авторизации через Instagram. Есть отличные дополнительные возможности за подписку (около 1 500 руб. в месяц).

5 ПЕРЕХОДИМ К СТОРИС

О ЧЕМ СНИМАТЬ, КАК ЧАСТО ПУБЛИКОВАТЬ, КАК РАЗВИВАТЬ ЛИЧНЫЙ БРЕНД

Сторис — отличный инструмент для продвижения личного бренда. Через них люди смотрят на тебя, запоминают голос и интонации, видят, как ты выглядишь вживую, как говоришь, как шутишь. Это поможет тебе сблизиться с подписчиками.

Многие боятся или стесняются говорить на камеру. Но если ты думаешь, что все блогеры родились с умением получаться отлично с первого дубля, то ты ошибаешься!

Почти все боялись начинать снимать себя, особенно в общественных местах. Но научились справляться со страхом!

КАК ПОБОРОТЬ СТРАХ КАМЕРЫ

- Практикуйся дома для себя — записывай все, что приходит на ум, снимай себя, квартиру, завтрак. Попробуй рассказать о своем дне на камеру так, как будто просто говоришь с зеркалом.
- Сохрани видео и пересмотри их чуть позже. Можешь показать понравившиеся кадры близкому человеку, мнение которого тебе важно. Пусть скажет, как это выглядит со стороны, и даст рекомендации.
- Запиши видео вместе с подругой на улице. Просто включи камеру и сделай вид, что у тебя видеозвонок. Расскажи о том, куда вы сейчас идете.
- Повтори то же самое, но в кафе. Сейчас станет чуточку сложнее, кажется, что все вокруг смотрят. Но вспомни, как ты разговариваешь в наушниках по телефону — съемка сторис выглядит примерно так же.
- Теперьними видео самостоятельно в торговом центре. Уверены, у тебя получится!

Всегда помни, что важный навык блогера — уметь общаться с подписчиками и говорить на камеру. Вспомни главную цель своего блога и действуй!

ЧТО УЧЕСТЬ В ПЛАНИРОВАНИИ И СЪЕМКЕ СТОРИС

Instagram делает большой акцент на сторис, истории нравятся аудитории, благодаря им можно продвигать и личность, и свои продукты.

Регулярность

Сторис должны быть постоянными, выпускать их лучше каждые 2-3 часа, чтобы подписчики всегда видели твои сторис в начале ленты. Ты быстро привыкнешь к этому, когда начнешь. Если запостить нечего, снимай то, что тебя окружает.

Пример:

Съемка того, что ты стоишь в очереди в магазине.
Текст: «Ребята, стою в очереди, думаю над новым постом. О чем вам написать?»
Вовлечение: окошко с вопросом.

Рубрики для сторис

Если есть чем поделиться, продумай рубрики. Они должны быть регулярны и периодичны, чтобы аудитория к ним привыкла.

Пример:

Ты любишь готовить, но не хочешь снимать профессиональные ролики с рецептами. Сделай рубрику с видео, как готовишь что-то в сторис. Каждое утро в субботу ты рассказываешь в сторис, как приготовить блюдо.

Разные планы в сторис

Миксуй видео с «говорящей головой», фото или видео природы, кадры того, что происходит вокруг, и таймлапсы или сторис-действия.

Так у подписчика создается впечатление, что он смотрит сериал и вовлечен в твои будни. Разные планы помогают историям быть динамичными.

Как снять сторис-действие

Поставь штатив дома или в кафе,ними таймлапс или видео.

Подписывай свои сторис

Большинство людей смотрит сторис без звука, поэтому обязательно подписывай их. Вспомни, где ты смотришь сторис: в метро или автобусе, на парах, в очереди, на работе или на вечеринке.

Чтобы твои сторис запоминались, делай конкретные подписи с тем, что ты рассказываешь в видео. Пиши ключевую мысль на видео.

Как снять анонс

Используй динамику, не записывай 10 сторис с «говорящей головой». Используй разные ракурсы, снимай себя с разных сторон, попроси кого-то снять видео.

Правила текста на сторис

Текст читабельный, используется 2-3 цвета, не используй более двух разных шрифтов. Посмотреть примеры можно в Pinterest по запросу «Идеи для сторис».

СПОСОБЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ В СТОРИС

Мы определились с темами для твоего блога, поняли, в каких форматах делать контент, определили ЦА твоего блога, а также наметили, на что обратить внимание при составлении будущего контент-плана.

ДО/ПОСЛЕ

Может быть что угодно: от обработки до поделки, рисунка, маникюра или уборки в доме.

ДАВНО НЕ БОЛТАЛИ

Говоришь, что давно не общались с подписчиками и собираешь их вопросы в специальное окошко. Весь день отвечаешь на вопросы.

БЫЛО ИЛИ НЕ БЫЛО, ПРАВДА ИЛИ НЕПРАВДА

Собираешь какие-то истории о себе, вопросы или небылицы — опровергаешь или подтверждаешь.

ФОТОШОП-ИГРА

Первый кадр — оригинал твоего фото, второй — фото с доработкой «пластика».

НАЙДИ ОТЛИЧИЯ

Игра из детства. Удаляем предметы на одном фото и просим их найти!

ПОИСК СМАЙЛИКА

Прятать в сторис один и тот же смайлик,. Задача подписчиков: в конце дня посчитать их количество.

ПОМОГИ БЛОГЕРУ

Помогаем с помощью опросов собраться, накраситься или убраться в доме. Похоже на до/после, но чуть интереснее.

ФЛЕШМОБ

Делаешь что-то и бросаешь вызов другу или подписчикам. Отлично вовлекает и подписчиков, и их друзей!

КОМИКС

Делаем фото разных людей и подписываем им слова или мысли в облачке — повысит количество репостов сторис.

ЖИВЫЕ ПРЕДМЕТЫ

Оживляем, например, банан: добавляем ему глаза, ноги, руки.

Создаем с ним интересную историю.

ПОСТ + ИСТОРИЯ

В посте, например, про монетизацию хобби просим подписчиков оставить в специальном окошке сторис их хобби. Потом выбираем интересные и популярные и рассказываем, как их монетизировать.

СОБЕРИ СЛОВО

Заставит подписчиков смотреть каждую твою сторис, чтобы найти заветную букву и выиграть приз (например). Можно перемешать буквы и постить их в разном порядке — так еще веселее.

СПИСОК ДЕЛ С ГОЛОСОВАНИЕМ

Утром показываешь огромный список дел и устраиваешь голосование: справлюсь или нет? Если не справишься, следующий день проведешь, например, без кофе. В течение дня показываешь, что ты делаешь, а вечером обязательно подводишь итоги.

ИГРА ПО ПРОДУКТУ БЛОГЕРА

Придумываешь вопросы по своему продукту и делаешь «Тест в сторис» среди подписчиков, кто хорошо разбирается в нем. Если видишь, что подписчики много ошибаются, делаешь посты на эти темы.

Инструкция по заполнению:

1. «Пост» включает в себя поле для текста, плашку под рубрики, поле для лайков и охватов, круглую плашку для обозначения съемки **детального (предметного), крупного, среднего, дальнего плана** (вклеиваются цветные наклейки из набора или заполняются цветом). п к с д
2. «Сторис» включает в себя поле для записи рубрик и тем, которые будут освещаться в этот день.

ДЕЛАЕМ КОНТЕНТ-ПЛАН ДЛЯ СТОРИС

Здесь будет механика, как планировать сторис:

- разбей сторис на рубрики;
- напиши темы этих рубрик.

В контент-план впиши, какие рубрики и темы будут освещаться в определенные дни. Это станет отличным планом для твоих сторис.

Дата: 12.11.19 Вторник

Пост:

Популярные бренды косметики среднего ценового сегмента

#обзор_косметика

♡ 2 469 ↑ 18 469

Сторис:

Рубрики/темы:

- Утренний уход*
- Рецепт любимого завтрака*
- Ежедневный макияж*
- Танец в сторис*
- Инста-встреча*
- Вечерний уход*
-
-
-

<p>Рубрика:</p> <p>Темы:</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p>	<p>Рубрика:</p> <p>Темы:</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p>	<p>Рубрика:</p> <p>Темы:</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p> <p><input type="radio"/> _____</p>
--	--	--

6 РАЗВИВАЕМ ЛИЧНЫЙ БРЕНД

Личный бренд — это образ, который складывается в головах других людей о тебе. Ассоциации, которые вызываешь ты, твой блог и продукты или услуги.

ИЗ ЧЕГО СОСТОИТ ЛИЧНЫЙ БРЕНД

Это твоя экспертность и главная тема блога. Демонстрируй свои сильные стороны максимально ярко, показывай свою экспертность в постах и сторис, чтобы вызывать у своих подписчиков прямую ассоциацию с этими качествами.



То, как ты выглядишь. Важно, чтобы твой внешний вид совпадал с содержанием твоего блога. Образ сразу должен считываться и показывать то, о чем ты рассказываешь своим подписчикам.

Качества, которые выделяет тебя из массы. Главное, чтобы это было что-то максимально подлинное и честное — неискренность раскроется моментально!

Выбери свою позицию по разным вопросам и строго придерживайся ее.

КАК ВВЕСТИ ЛИЧНЫЙ БРЕНД В БЛОГ

Бренд — комплекс представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте или услуге в сознании потребителя. Личный бренд — то же самое, только не о продукте, а о тебе. С чем ты ассоциируешься у подписчика.

Найди свою особенность

Это может быть любая черта: рыжие волосы, яркие стрелки на глазах, необычные очки, щечки, смех. Это покажет твою уникальность и индивидуальность.



Показывай постоянные действия

Например, ты ешь кашу или омлет каждый день, или рисуешь стрелки. Сделай так, чтобы это запомнилось подписчикам. Транслируй такие черты и действия через сторис.

Зафиксируй что-то уникальное в шапке профиля

Напиши о своей особенности так, чтобы люди это запомнили. Например: «Богиня вакуума по утрам», «Рисую классные стрелки».



Транслируй особенности через весь контент

Например, если ты говоришь, что у тебя красивые волосы, всегда показывай их на фото. Если ты за минимализм — не делай нагруженные фото и тексты, не используй много фотошопа.



ЗАДАНИЕ

Продумай свой стиль и уникальность, ответь на вопросы:

Мои особенные черты: _____

Какие действия я могу показывать постоянно: _____

Какие фразы можно использовать в шапке профиля: _____

КАК ПРОКАЧАТЬ ЛИЧНЫЙ БРЕНД ЧЕРЕЗ ТЕКСТЫ

Выбери свой стиль написания постов и следуй ему.

Например, если ты друг, обращайся к подписчикам на «ты». Если ты эксперт или серьезный бизнесмен — пиши максимально четко и только по делу.

Придерживайся стиля в постах, сторис, комментариях, презентациях и во всем тексте, связанном с блогом.

Оформление текста работает примерно как визуал.

Продумай, хочешь ли ты использовать эмодзи, ставишь ли абзацы, пишешь длинные истории или короткие полезные посты.

Запоминающиеся фразочки также помогут закрепить твой образ у подписчиков.

Если ты используешь какую-то фразу или слово часто, сделай их своей фишкой.

Сторителлинг хорошо помогает раскрыть личные переживания.

Посты-истории пишутся искренне и о чем-то важном. Так подписчики смогут понять тебя как личность и начнут воспринимать как друга.

7 ПРОДВИГАЕМ

Ну что, мы всё с тобой подготовили к тому, чтобы начать активно продвигать свой блог! Расскажем о работающих на сегодня методах продвижения в Instagram: бесплатных и платных. Сейчас важно системное и постоянное продвижение разными способами.

БЕСПЛАТНЫЕ СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Взаимный пиар (ВП) с блогерами в постах, сторис и прямых эфирах

Ты рассказываешь о блогере своим подписчикам, он рассказывает о тебе в своем блоге. **Выбирай блогеров со схожей или смежной тематикой, с похожими охватами и количеством подписчиков.**

Батлы

Бум лета 2019! **Блогеры придумывают разные смешные, странные или страшные задания друг друга и исполняют их в течение всего дня.** Получается весело, активно и хорошо работает на привлечение аудитории.

Розыгрыши с предложением отметить друзей

Уверены, тебе хотя бы раз доводилось участвовать в таком розыгрыше. **Важное правило — разыгрывать приз, связанный с тематикой твоего блога.** Например, твой курс, если ты продаешь курсы, или фитнес-браслет, если ты тренер.

Проси отметить от двух и более друзей, чтобы повысить охват публикации и блога. **За счет отметок можно набрать новых подписчиков, тех, кому понравится твой блог. Обязательно проводи конкурс честно, иначе больше тебе никогда не поверят!**

«Вирусы»: анкеты и трекеры для сторис с твоим ником

Создай шаблон, который может использовать каждый, кто захочет. Это может быть трекер привычек, анкета для заполнения, цели месяца, дни без алкоголя или планка-челленж. Сделай его таким, чтобы он понравился аудитории. Зови подписчиков заполнять этот шаблон, выкладывать его в сторис и отмечать тебя.

Сторителлинг с репостами

Напиши эмоциональную историю по теме своего блога. История должна показывать твой сложный путь из точки А в желанную точку Б. Расскажи историю честно и так, чтобы она мотивировала людей быть похожими на тебя. **В конце попроси читателей сделать репост истории в свои сторис — так максимально много людей узнает об ошибках, которые можно совершить, и сможет поучиться на них.**

Комментирование

Так можно набрать первых и преданных подписчиков. Все что нужно делать — **активно участвовать в дискуссиях под постами блогеров со схожей с тобой тематикой, но уже набравших подписчиков и авторитет.** Дополняй их посты, высказывай свое мнение, пиши позитивные комментарии по делу. Стань заметнее для новой аудитории, и если у вас схожие интересы — ты получишь новых подписчиков. **Главное правило — не переманивай подписчиков.**

Онлайн-нетворкинг

Общайся в Instagram и делись полезными контактами, давай отзывы тем, с кем сотрудничаешь. Это поможет людям найти кого-то полезного, в свою очередь они порекомендуют тебя! Устрой пост-нетворкинг в своей ленте. Договаривайся о скидках для своих подписчиков в магазинах, салонах красоты или ресторанах.

ПЛАТНЫЕ СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Реклама у блогеров

Бери рекламу у блогера с похожей или близкой к тебе тематикой. **Лучше делать рекламу в сторис** — при верном выборе блогера стоимость подписчика будет в разы дешевле, чем реклама в посте.

Проверь блогера на накрутку самостоятельно: процент лайков должен составлять около 10% от количества подписчиков, хотя это переменный показатель. То есть если в блоге 100 000 подписчиков, посты с 8 000—10 000 лайков — это хороший показатель. **Проверь активность под постами:** живые комментарии, дискуссии и т. п.

Можно проанализировать профиль блогера через специальный сайт. Например, picalytics.ru.

Подготовь свой аккаунт к рекламе: пиши полезные посты, выкладывай красивые фото, делай интересные сторис.

Цена рекламы у блогеров варьируется от 5 до 10 рублей за подписчика. Если подписчик стоит меньше 5 рублей — радуйся, твоя реклама вышла ниже рыночной стоимости.

10 правил рекламы у блогера или взаимного пиара:

- Вступи в Telegram-чаты с отзывами о рекламе у блогеров.
- Подпишись на рабочие и рг-страницы интересных и схожих по аудитории блогеров, там анонсируется набор на рекламу.
- Пиши в директ со своего аккаунта. Если пишет менеджер, проверь, чтобы он всегда указывал активную ссылку на твой блог.
- Описывай в запросе о рекламе самые яркие факты о своем блоге и свои отличия от других. Пиши кратко. Расскажи, почему тебе интересна реклама у этого блогера.
- Запроси стоимость рекламы и актуальную статистику.
- Если блогер сам делает рекламные макеты, попроси, чтобы он их показал перед публикацией.
- Ищи блогеров со схожей тематикой. Не рекламируй блог с упором на визуал у тех, кто пишет о минимализме, психологии или социальных темах.
- Попроси блогера сделать подводку с акцентом на сильные стороны твоего блога. Напиши примерный текст, чтобы блогеру было проще сориентироваться.
- Подготовь свой профиль к рекламе: сделай актуальный пост, расскажи в сторис о себе, давай информацию, которая зацепит новичка.
- Сделай навигацию по своему блогу в сторис, чтобы новые подписчики могли сразу сориентироваться. ацию, которая зацепит новичка.

Таргетированная реклама

Хороший инструмент, помогающий поднять продажи твоего продукта или услуг и набрать новую аудиторию.

Таргет настраивается двумя способами:

1. В самом Instagram через кнопку «Продвигать». Так можно увеличить внимание к самому посту. Но так ты не получишь тонны подписчиков и продажи.
2. Через настройки рекламы в Facebook. Там можно тестировать разные аудитории и макеты, таким образом привлечь трафик на свой блог или услугу.

Маски

Маски здорово выстрелили в 2019 году. Сейчас каждый пользователь может создать свою маску, неважно, какой блог он ведет: личный или коммерческий. Если твоя маска будет иметь вирусный эффект и понравится подписчикам, ты сможешь привлечь больше внимания к себе!

Еще один интересный вариант продвижения масками, который работает:

1. Создай много разных масок, которые могут дать вирусный эффект.

Это могут быть как маски с пресетами, так и с объектами.

2. Создай макет для таргета, в котором расскажешь про свои маски и покажешь их. Расскажи, что за подписку люди получают много масок.

3. Настрой таргетированную рекламу на этот макет, чтобы получить дешевого подписчика, который придет на маски. Старайся настраивать таргет на целевых подписчиков.

Гивы

Схема простого гива: собирается несколько блогеров, которые хотят набрать подписчиков. Покупают призы для участников. Создают страничку гива, просят подписаться на всех организаторов.

Делают рекламу гива у себя на странице, покупают рекламу у других блогеров, привлекают максимальное количество людей. Назначают день розыгрыша и в прямом эфире разыгрывают приз.

Часто в таких розыгрышах принимают участие и хотят выиграть. У кого-то есть специальные страницы для гивов: они созданы только для подписок на спонсоров. После гива многие люди отписываются, а кто-то остается неактивной аудиторией: подписались на тебя, но посты не смотрят, лайки не ставят.

Если ты только начинаешь вести свой блог, рискуешь перевесить неактивной аудиторией ту, которая действительно заинтересована в тебе и твоём блоге. В этом случае развивать блог станет сложнее.

Когда стоит участвовать в гиве?

Если хочется набрать заветное число подписчиков. Например, у тебя 970 000, а хочется миллион.

Если гив тематический. Например, крутые фотографы разыгрывают фотосессию или профессиональный фотоаппарат. К тебе придет уже настроенная на красивые фотографии аудитория, которая может превратиться в лояльную и читающую!

Платные тематические марафоны

По механике похожи на гивы, но есть отличие. На марафоны люди приходят за полезной бесплатной информацией. Также на марафоне собираются блогеры только по одной тематике. Поэтому приз связан с темой блога и направлен на целевую аудиторию.

Марафон носит полезный характер: это не просто розыгрыш приза, а полезные прямые эфиры и посты от блогеров, бесплатные уроки, чек-листы.

На марафоны люди приходят не только за подарком, но и за бесплатным обучением. Так возможность сохранить аудиторию после розыгрыша главного приза выше, чем в гиве.










Участвуй в тех марафонах, которые привлекают твою целевую аудиторию. Нет гарантии, что пришедшие люди останутся с тобой после марафона, но если твой блог их зацепит, то они не нажмут кнопку «Отписаться» после того, как марафон закончится.

КАК ПОДГОТОВИТЬ ПРОФИЛЬ К РЕКЛАМЕ

Зачастую реклама — услуга недешевая, поэтому покупай ее по отзывам. Отзывы на рекламу у блогеров есть в чатах и Telegram-каналах (например чат Инсталогия). Общайся с блогерами, похожими на тебя, они будут рассказывать про свой опыт рекламы, а ты им — про свой.

Как только блогер для рекламы найден и вы договорились — подготовь свой профиль! **Нет гарантии, что реклама зайдет на 100%, но чем лучше подготовлен профиль, тем ниже риск провала.**

Что нужно проверить перед рекламой:

-  Шапка профиля заполнена, отражает актуальную информацию о блоге и его уникальность.
-  Аватарка яркая, хорошо видно лицо.
-  Если в нике нет твоего имени, напиши его в жирной строке в шапке профиля.
-  Проверь, чтобы сайт или тап-линк в профиле работали.
-  Пролитай свою ленту: она должна быть гармоничной и понравиться подписчикам.
-  Подготовь несколько постов, чтобы удержать новую аудиторию.
-  Постарайся, чтобы 9 последних постов были максимально полезными и привлекательными для новичков, расскажи о себе.
-  Проверь, чтобы в закрепленных сторис была полезная и актуальная информация.
-  В день рекламы запиши несколько сторис, расскажи о себе.

8

АНАЛИЗИРУЕМ

КОНТЕНТ

Подключи бизнес-профиль через Facebook, чтобы иметь возможность отслеживать статистику, а на ее основании делать выводы о том, какой твой контент «заходит», а какой — нет, какой больше собирает охвата и почему. **После подключения бизнес-аккаунта ты сможешь анализировать, как растет твой профиль**, так как Instagram считает общую статистику за последние 7 дней. Ты также можешь ставить себе цели по этому приросту, по охватам и показам.

ПРИХОД ПОДПИСЧИКОВ

Подписчик стоит денег. Да-да. Этот принцип уже прочно укоренился в мире блогинга, так как **каждый человек — это твой потенциальный покупатель**. Нужно быть готовым тратить ресурсы: время и деньги. Это максимально приблизит тебя к цели получать доход от Instagram. Подписчик может прийти и бесплатно, но для этого нужно быть готовым попотеть: **нужен суперконтент, который выйдет в топ и приведет в твой профиль новых людей**.

ФИНАНСЫ НА РЕКЛАМУ

В Instagram, как и любой бизнес, нужны вложения. Сейчас эти вложения не сравнятся с открытием крупного офлайн-бизнеса (ресторана или отеля),

НО ВЛОЖЕНИЯ ВСЕ РАВНО НУЖНЫ.

Профиль не может развиваться сам. Также нельзя использовать только один способ продвижения. Например, одним способом можно продвинуться до 5 000 подписчиков, но дальше он просто перестанет работать. Поэтому **используй разные способы и чередуй их постоянно**.

Стоимость подписчика за последний год выросла, поэтому работай с тем способом, который сейчас приносит тебе самого дешевого подписчика, а также планируй бюджет заранее.

ПРАВИЛА ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА:

Выдели бюджет на месяц заранее

Это может быть любая фиксированная сумма, которую ты можешь себе позволить. Эту сумму ты выделяешь на рекламу на 100%. Бюджет на рекламу должен соответствовать твоему доходу. В основном — 5–10% от дохода через Instagram. Если доходов еще нет, выбери комфортную сумму, которая сработает, лучше от 5 000 руб. Помни, что реклама у блогеров закупается за месяц, поэтому бюджет на январь нужно заложить в начале декабря и сразу договориться с блогерами.

Анализируй продвижение

После рекламной кампании рассчитай приход новых подписчиков и монетизацию блога. Формула расчета правильной рекламы: получилось — умножай рекламный бюджет на три. Например, ты тратишь 30 000 руб. на рекламу. К тебе пришло 10 000 подписчиков и ты заработала 100 000 руб. на них. Твоя прибыль — 70 000 руб. Раз способ сработал, умножь рекламный бюджет на три. Тогда твоя прибыль станет больше и ты быстрее заработаешь.

Делегируй то, что не можешь сделать самостоятельно

Это важно, чтобы не терять время на работу. Не умеешь настраивать таргет — найди таргетолога. Не хочешь разбираться с рекламными макетами — найди макетолога или агентство. Можно найти менеджера по продвижению блога, который возьмет на себя вопросы с рекламой. Такой специалист стоит от 15 000 руб. в месяц.

Вложил — монетизируй

Важная цепочка действий в Instagram, которая должна работать постоянно. Если аккаунт не монетизируется, то ты сливаешь рекламный бюджет, но не зарабатываешь. Нужно монетизировать блог, чтобы не перегореть и продолжить его развивать.

9

МОНЕТИЗИРУЕМ

НА ЧЕМ ЗАРАБАТЫВАЮТ В INSTAGRAM

Монетизация делится на несколько видов. Можно зарабатывать на рекламе других блогеров, можно рекламировать коммерцию и получать бартер, можно рекламировать свои продукты и услуги, свой бизнес. Еще один вид — заработок на своих услугах для блогеров.

РЕКЛАМА

Рекламировать можно других блогеров, магазины, товары, услуги и т. п. Можно начинать с бартера — тебе дают вещь бесплатно, ты рассказываешь о ней своим подписчикам. Можно рекламировать свои услуги и продукты, так делают визажисты, фитнес-тренеры, копирайтеры, фотографы и т. д.

УСЛУГИ

Сейчас это актуальный способ заработка в Instagram. Он подойдет и тем, кто не хочет развивать свой блог или не готов вкладываться в его постоянное развитие. В этом случае все просто: **ты предлагаешь подписчикам и тем, кто заходит на твою страничку, помощь с чем-то, в чем ты эксперт.** Например, ты ведешь блог, в котором делишься секретами обработки фото. Можно продавать свои услуги: обрабатывать

фотографии или составлять гармоничную ленту другим людям. Или ты рассказываешь в блоге про правильное питание. Можно продавать свои услуги по индивидуальному планированию питания для других.

СОЗДАНИЕ И ПРОДАЖА СВОЕГО ИНФОПРОДУКТА

Еще один очень популярный и набирающий обороты способ заработка. **Многие блогеры запускают свои инфопродукты и отлично зарабатывают на этом.**

Такой способ подойдет и блогерам, и тем, кто не хочет развивать свой блог. Продвигать инфопродукт можно за счет таргета даже с небольшим блогом.

СКОЛЬКО ПОДПИСЧИКОВ НУЖНО, ЧТОБЫ ЗАРАБАТЫВАТЬ НА БЛОГЕ

Зарабатывать на Instagram можно не имея миллиона подписчиков, это доказали многие успешные блогеры. Ниже делимся тем, как зарабатывать, если у тебя небольшой блог.

Мало подписчиков, но есть экспертиза

Если ты эксперт, который предоставляет какие-либо услуги, достаточно иметь публикации, доказывающие твою экспертность. Не обязательно иметь раскрученный блог. При этом профиль должен быть хорошо упакован, все должно транслировать твою экспертность.

В этом случае продвигай посты через таргет в Instagram и попроси друзей рассказать о тебе в сторис. Это принесет первых клиентов, и почти с нуля ты сможешь заработать первые деньги.

Мало подписчиков, есть экспертиза, есть инфопродукт

Например, ты кулинар, печешь самые вкусные в городе пирожки. Попробуй запустить свой первый инфопродукт — онлайн-марафон по выпечке. Продумай формат марафона: посты, прямые эфиры. Создай закрытый аккаунт в Instagram. Назначь небольшую цену, к примеру 500 руб., и покажи людям, что они получают после прохождения марафона. Так ты сможешь заработать на первом небольшом инфопродукте, а дальше масштабировать его.

**НУ ЧТО, КАК ТЕБЕ НАШ ОБНОВЛЕННЫЙ ПЛАНЕР?
ВСЕ ЛИ УЛОЖИЛОСЬ ПО ПОЛОЧКАМ?**

Если пока кажется, что информации много и она сложная — не волнуйся. Дай себе время, чтобы усвоить ее. Главное — сразу начни работу над блогом вместе с планером, и все придет в процессе. **Мы очень верим в тебя и знаем, что, пройдя вместе с нами по всем главам этого планера, ты уже точно ЭКСПЕРТ!** Теперь это наш планер! У тебя есть сила — сейчас ты можешь все круто систематизировать с помощью этого планера и предложенных нами методик. Начни работать с одной из самых востребованных соцсетей — Instagram!

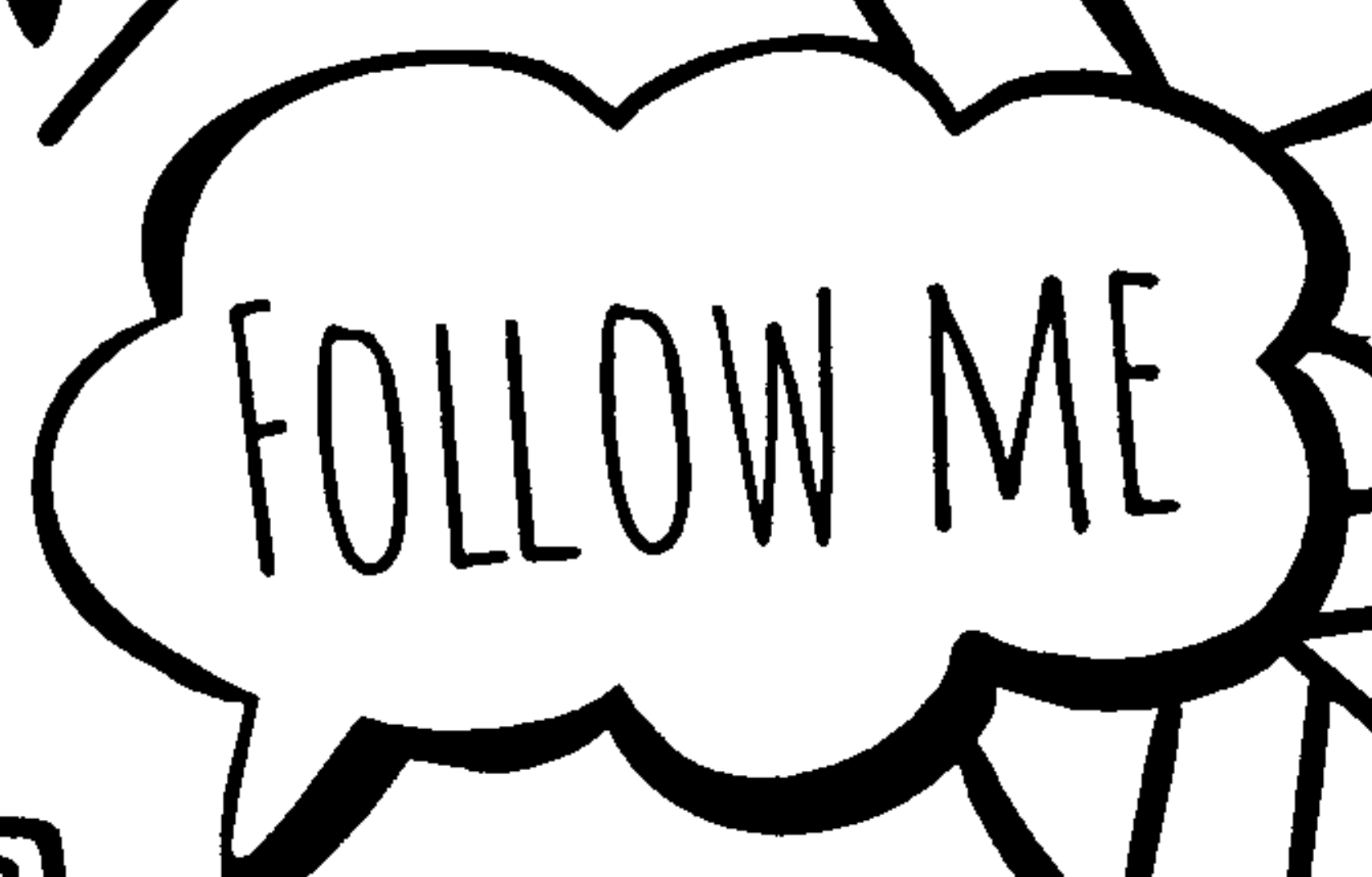
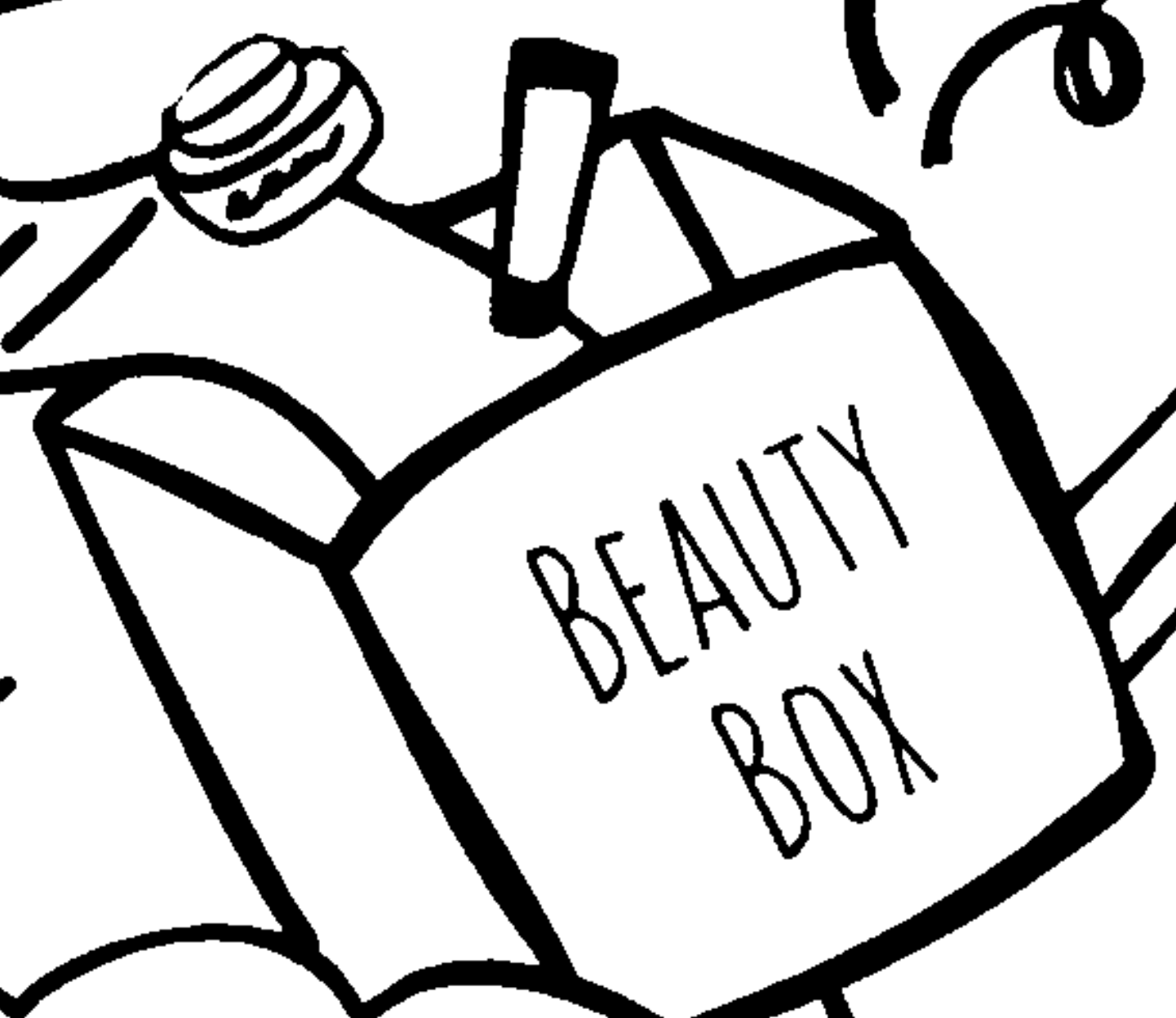
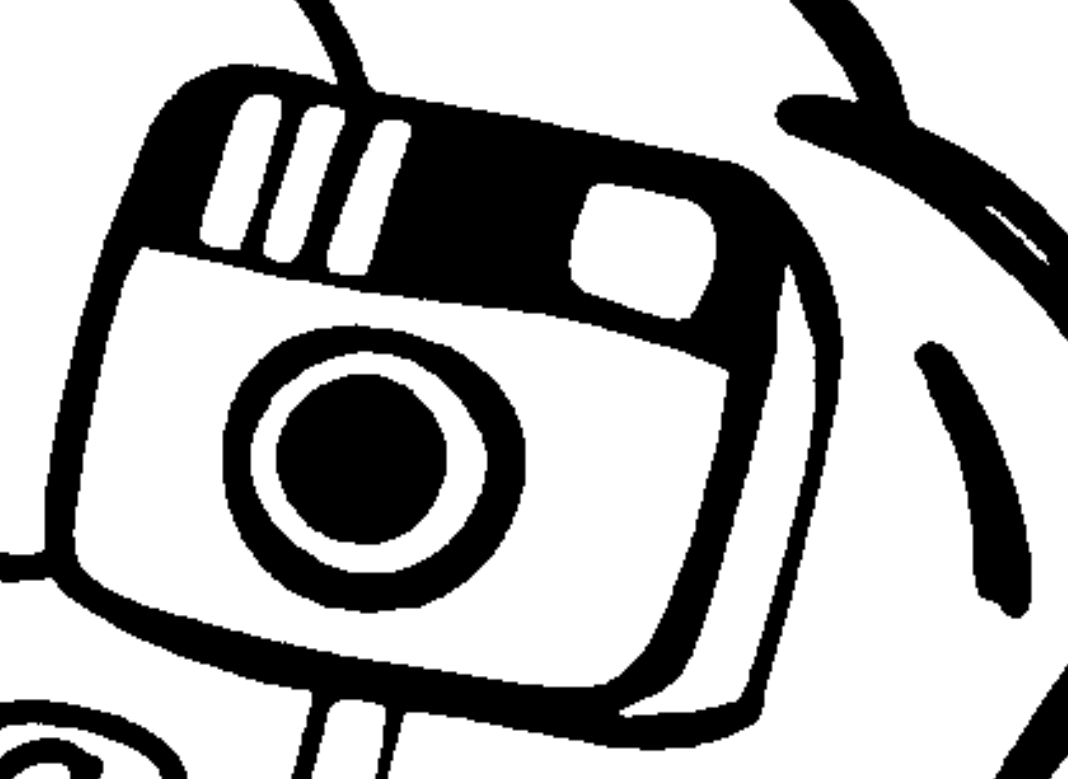
Будет здорово, если ты поделишься с нами своими успехами — поэтому пиши на почту **pplannermy@gmail.com**.

Будем рады всем твоим вопросам и пожеланиям!

Успехов! Твои Катя и Лена

Более подробно посмотреть, как пользоваться нашим Insta pplanner, можно здесь. Направьте вашу камеру на QR- код.





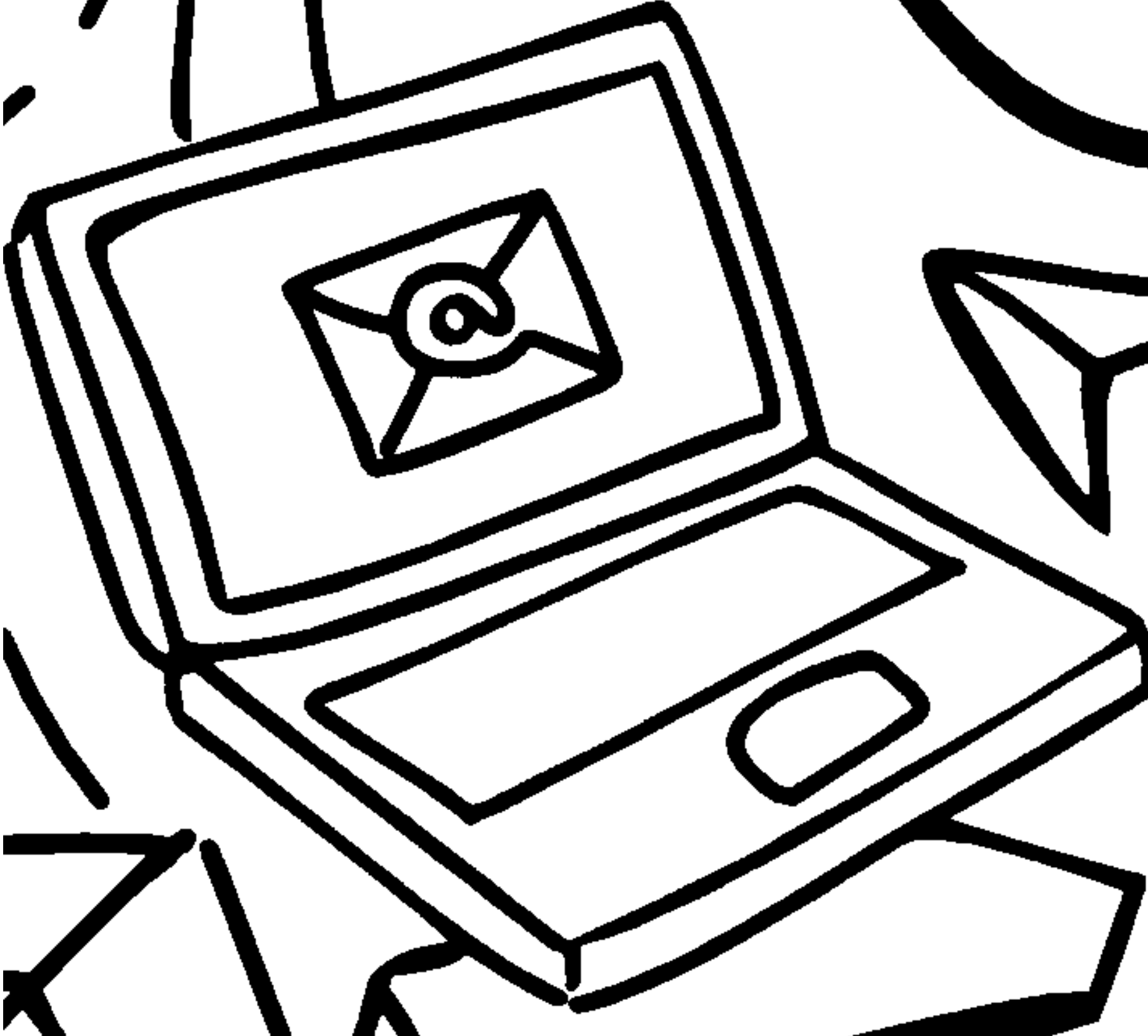
LIKE ❤️

LIKE ❤️

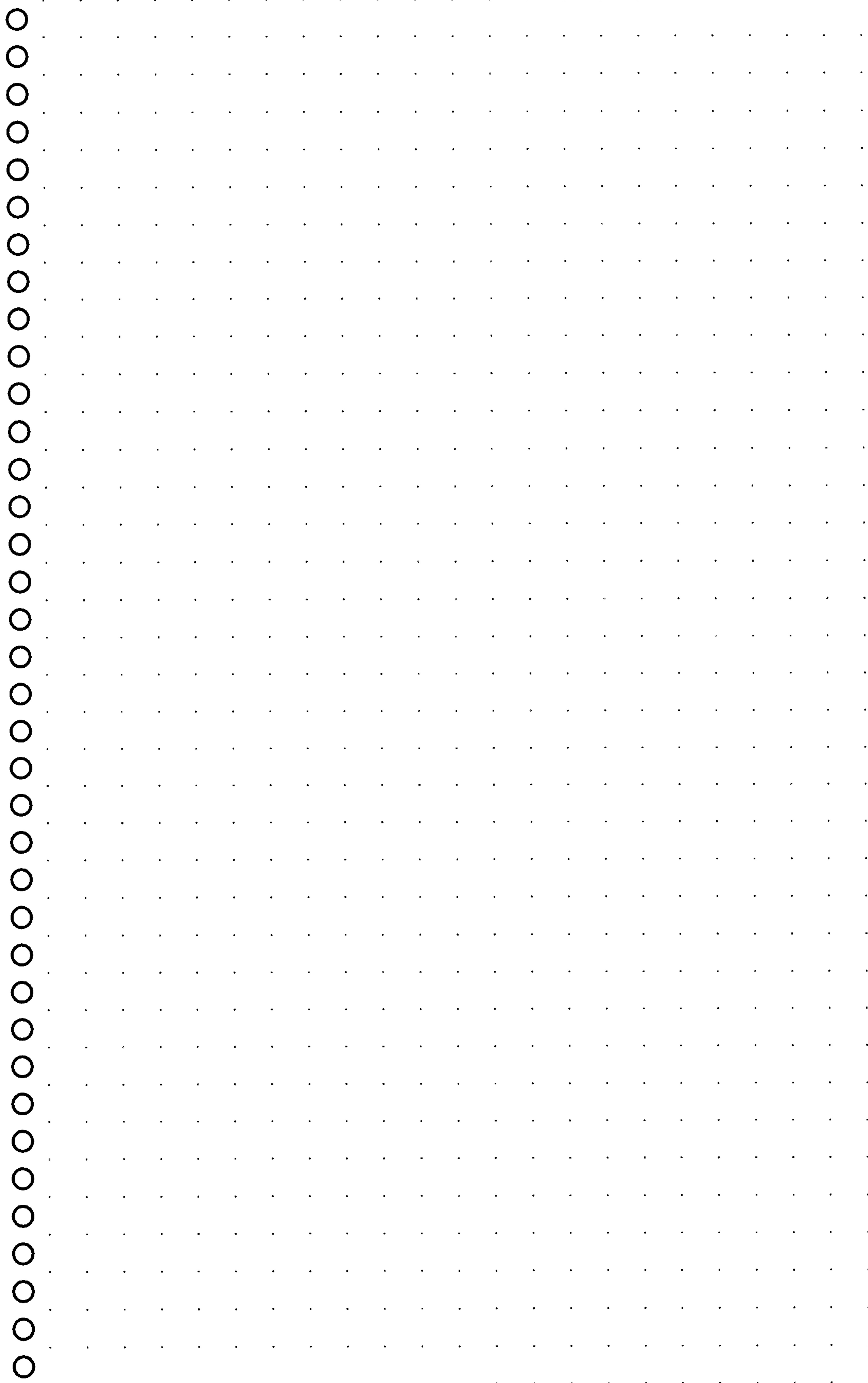
OK

PLAN

LIKE

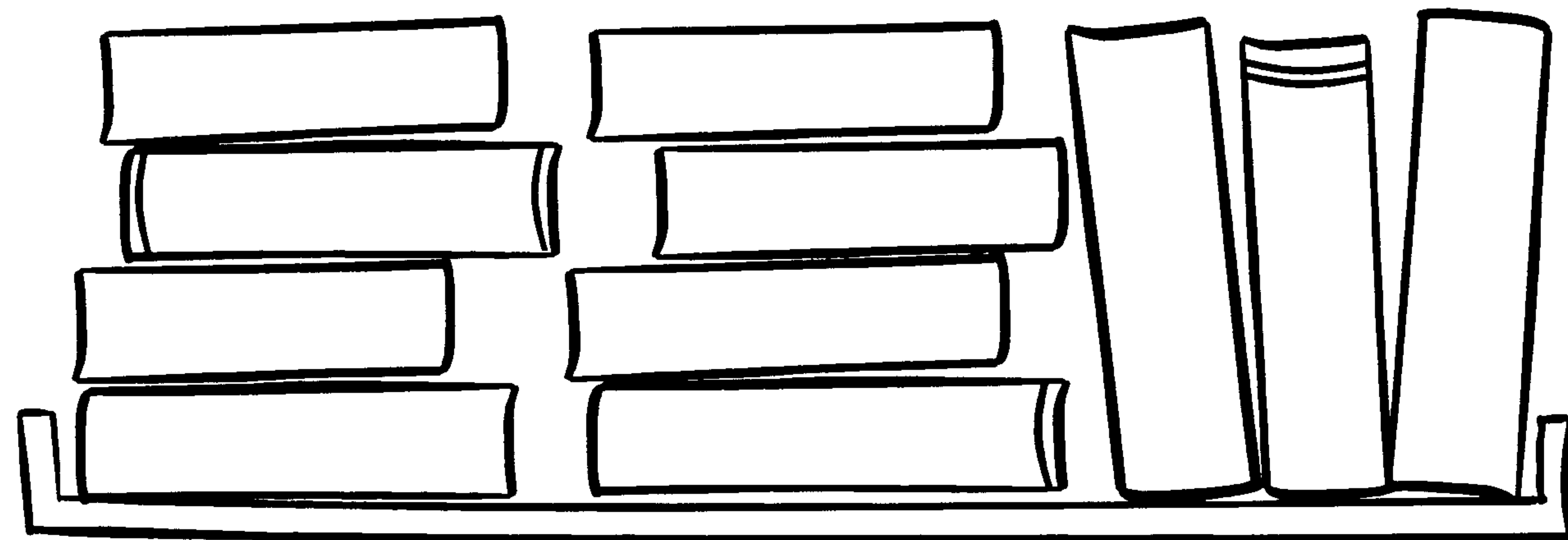
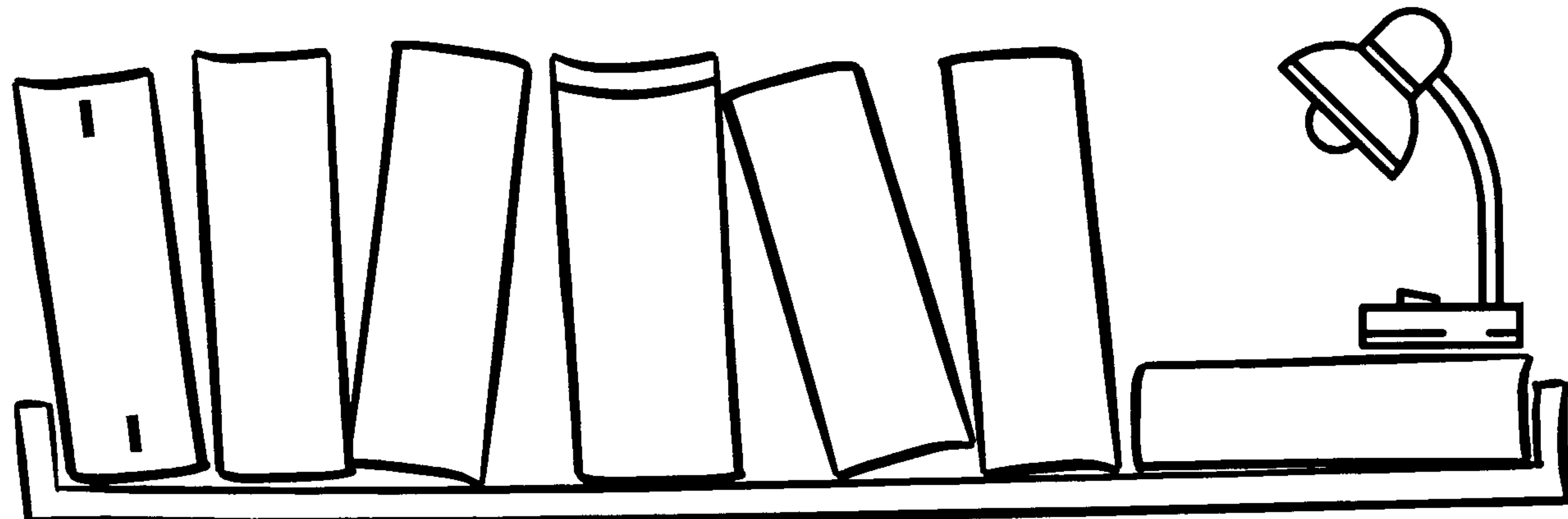
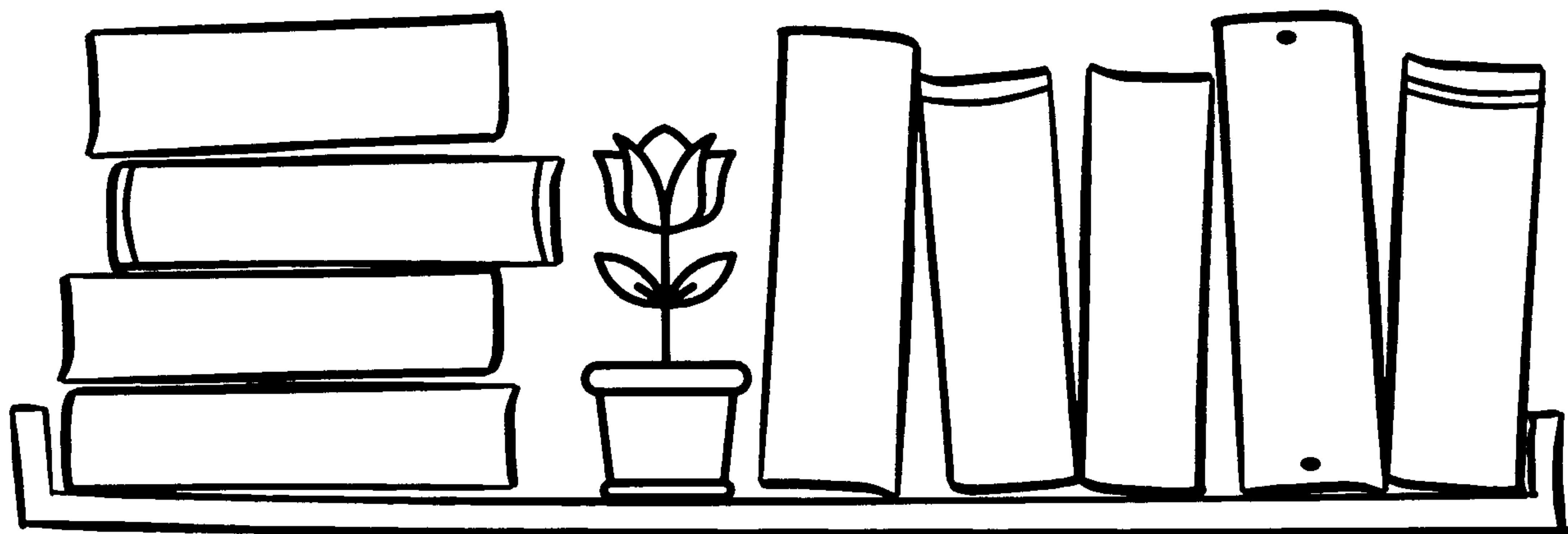


СПИСОК ЖЕЛАНИЙ



A vertical column of 20 empty circles on the left side of the page, serving as a checklist or index for the list of wishes.

КНИЖНАЯ ПОЛКА



ЧТО ПОСМОТРЕТЬ (КУРСЫ И ВЕБИНАРЫ)

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

○ _____ _____	Дата _____ _____ ☆☆☆☆☆
---------------------	---------------------------------

Рубрики месяца:

ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА

Стоимость подписчика:



Подписчики:



Охваты:



Лайки:



Цели на месяц:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Рекламный бюджет: _____ руб.

ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА	ВОСКРЕСЕНЬЕ

Рубрики месяца:

Стоимость подписчика:



Подписчики:



Охваты:



Лайки:



ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА

Цели на месяц:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Рекламный бюджет:

руб.

ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА	ВОСКРЕСЕНЬЕ

Рубрики месяца:

ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА

Стоимость подписчика:



Подписчики:



Охваты:



Лайки:



Цели на месяц:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Рекламный бюджет:

руб.

ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА	ВОСКРЕСЕНЬЕ

Рубрики месяца:

	ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА

Стоимость подписчика:



Подписчики:



Охваты:



Лайки:



Цели на месяц:

○ _____

○ _____

○ _____

○ _____

○ _____

○ _____

Рекламный бюджет:

руб.

ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА	ВОСКРЕСЕНЬЕ

Рубрики месяца:

ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА

Стоимость подписчика:



Подписчики:



Охваты:



Лайки:



Цели на месяц:

Рекламный бюджет: _____ руб.

ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА	ВОСКРЕСЕНЬЕ

Рубрики месяца:

ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА

Стоимость подписчика:



Подписчики:



Охваты:



Лайки:



Цели на месяц:

-
-
-
-
-
-

Рекламный бюджет:

руб.

ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА	ВОСКРЕСЕНЬЕ

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a small diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a small diagram at the bottom left.

СУББОТА

Grid for Saturday with a small diagram at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Продвижение: руб.

Large grid area at the bottom of the page.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a faint diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a faint diagram at the bottom left.

СУББОТА

Grid for Saturday with a faint diagram at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Продвижение: руб.

Large grid area at the bottom of the page.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a small diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a small diagram at the bottom left.

СУББОТА

Grid for Saturday with a small diagram at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Grid for Sunday with a small diagram at the bottom left.

Продвижение: _____ руб.

Large grid area at the bottom of the page.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a faint diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a faint diagram at the bottom left.

СУББОТА

Grid for Saturday with a faint diagram at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Продвижение: руб.

Large grid area at the bottom of the page.

ЧЕТВЕРГ

ПЯТНИЦА

СУББОТА

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Продвижение: руб.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a faint diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a faint diagram at the bottom left.

СУББОТА

Grid for Saturday with a faint diagram at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Large grid area at the bottom left of the page.

Продвижение:

руб.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a faint diagram at the bottom.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a faint diagram at the bottom.

СУББОТА

Grid for Saturday with a faint diagram at the bottom.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Продвижение:

руб.

Large grid area at the bottom of the page.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a faint diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a faint diagram at the bottom left.

СУББОТА

Grid for Saturday with a faint diagram at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Large grid area for notes or calculations.

Продвижение:

руб.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a small diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a small diagram at the bottom left.

СУББОТА

Grid for Saturday with a small diagram at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Large grid area at the bottom left of the page.

Продвижение:

руб.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a faint diagram at the bottom.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a faint diagram at the bottom.

СУББОТА

Grid for Saturday with a faint diagram at the bottom.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Large grid area at the bottom left of the page.

Продвижение:

руб.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a faint diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a faint diagram at the bottom left.

СУББОТА

Grid for Saturday with a faint diagram at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Large grid area at the bottom left of the page.

Продвижение:

руб.

ОХВАТ ПОСТОВ: ○○○○○○○○

ЧЕТВЕРГ

Dotted grid for Thursday with a faint calendar icon at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Dotted grid for Friday with a faint calendar icon at the bottom left.

СУББОТА

Dotted grid for Saturday with a faint calendar icon at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Dotted grid for Sunday.

Продвижение:

руб.



ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a small diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a small diagram at the bottom left.

СУББОТА

Grid for Saturday with a small diagram at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Large grid area at the bottom of the page.

Продвижение:

руб.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a small diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a small diagram at the bottom left.

СУББОТА

Grid for Saturday with a small diagram at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Large grid area on the left side of the page.

Продвижение: руб.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a small diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a small diagram at the bottom left.

СУББОТА

Grid for Saturday with a small diagram at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Large grid area at the bottom left of the page.

Продвижение:

руб.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a small diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a small diagram at the bottom left.

СУББОТА

Grid for Saturday with a small diagram at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Large grid area for notes or calculations.

Продвижение:

руб.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a faint diagram at the bottom.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a faint diagram at the bottom.

СУББОТА

Grid for Saturday with a faint diagram at the bottom.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Large grid area at the bottom left of the page.

Продвижение:

руб.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a small diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a small diagram at the bottom left.

СУББОТА

Grid for Saturday with a small diagram at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Large grid area for notes or calculations.

Продвижение:

руб.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a faint diagram at the bottom.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a faint diagram at the bottom.

СУББОТА

Grid for Saturday with a faint diagram at the bottom.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Large grid area for notes or calculations.

Продвижение:

руб.

ОХВАТ ПОСТОВ: ○○○○○○○○

ЧЕТВЕРГ

ПЯТНИЦА

СУББОТА

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Продвижение:

руб.

ЧЕТВЕРГ

[Grid of 18x18 dots for Thursday notes]

ПЯТНИЦА

[Grid of 18x18 dots for Friday notes]

СУББОТА

[Grid of 18x18 dots for Saturday notes]

ВОСКРЕСЕНЬЕ

[Grid of 18x18 dots for Sunday notes]

Продвижение: _____ руб.

[Large grid of 18x18 dots for additional notes]

ОХВАТ ПОСТОВ: ○○○○○○○○

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a faint diagram at the bottom.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a faint diagram at the bottom.

СУББОТА

Grid for Saturday with a faint diagram at the bottom.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Продвижение:

руб.

Large grid area at the bottom of the page.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a small diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a small diagram at the bottom left.

СУББОТА

Grid for Saturday with a small diagram at the bottom left.

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Grid for Sunday with a small diagram at the bottom left.

Продвижение:

руб.

Large grid area at the bottom of the page.

ЧЕТВЕРГ

Grid for Thursday with a faint diagram at the bottom left.

ПЯТНИЦА

Grid for Friday with a faint diagram at the bottom left.

СУББОТА

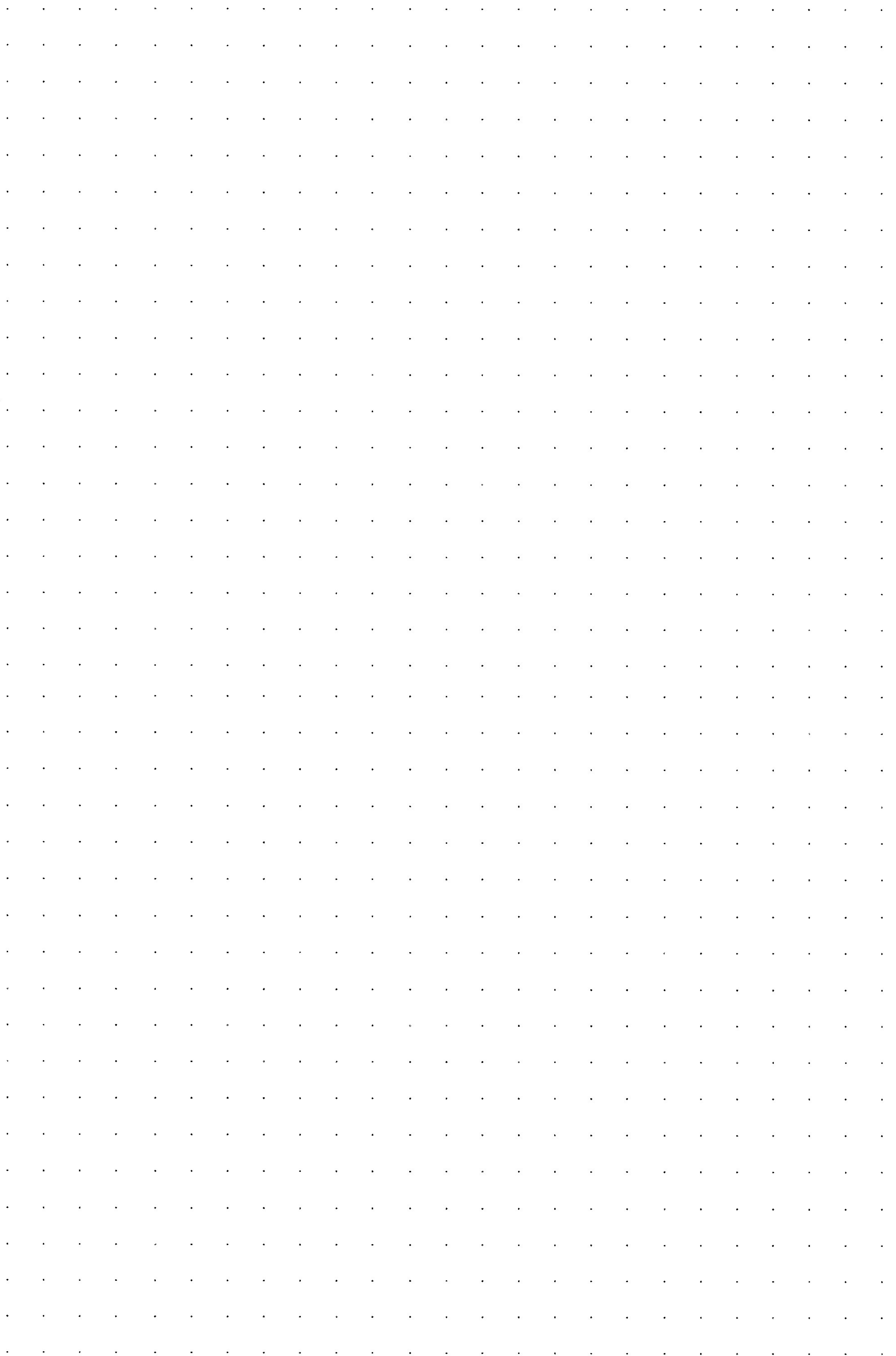
Grid for Saturday with a faint diagram at the bottom left.

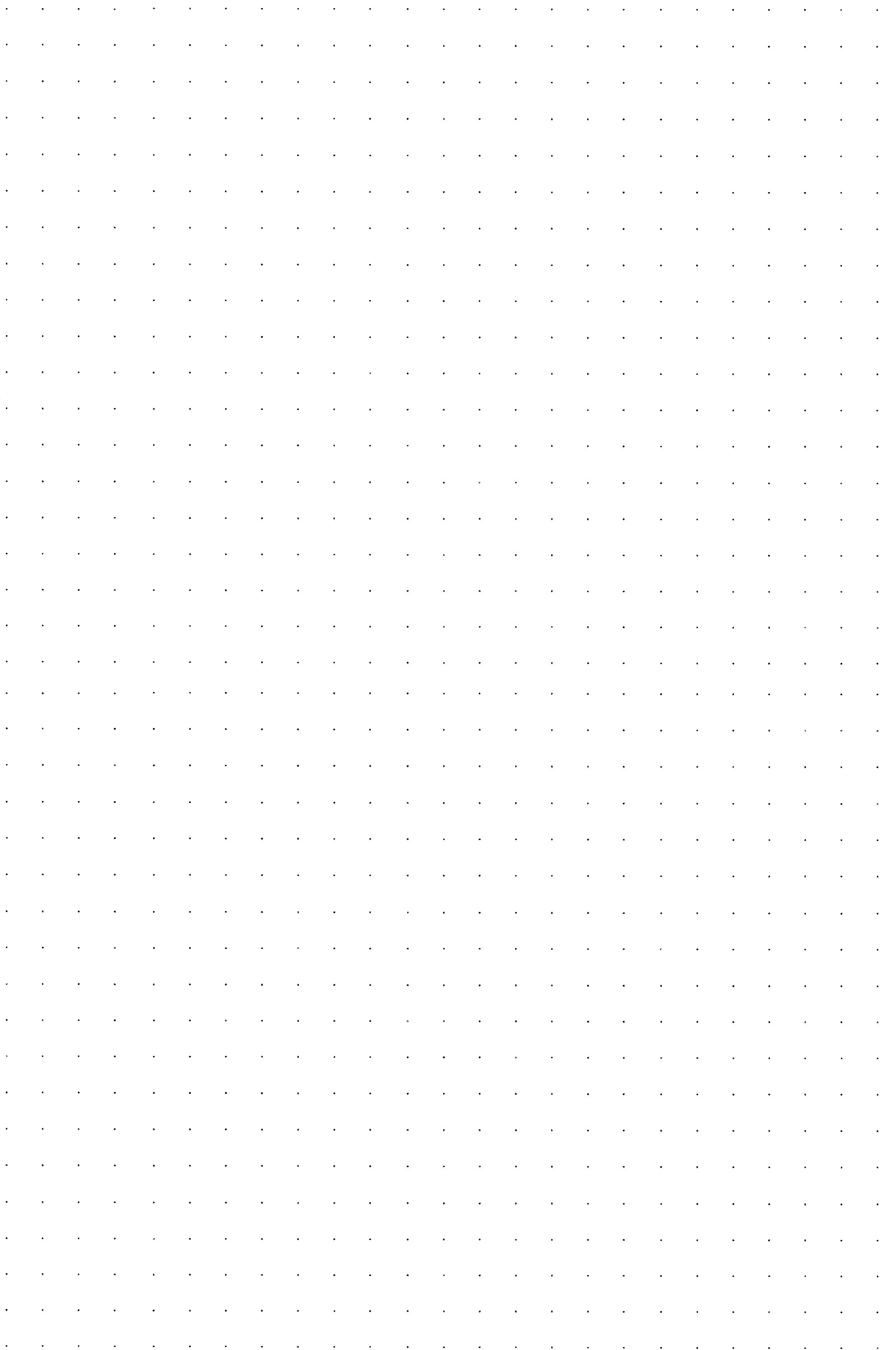
ВОСКРЕСЕНЬЕ

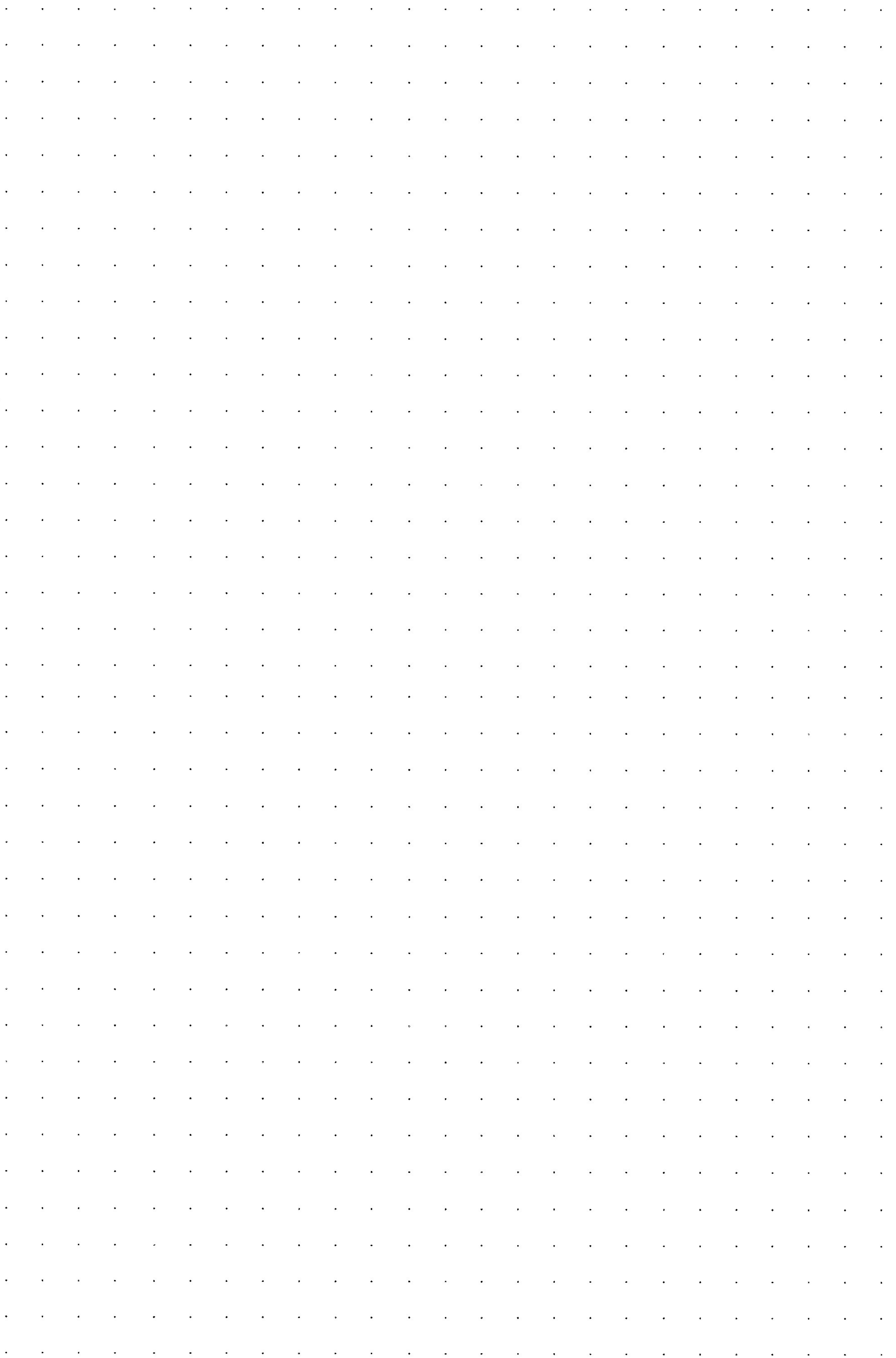
Large grid area at the bottom left of the page.

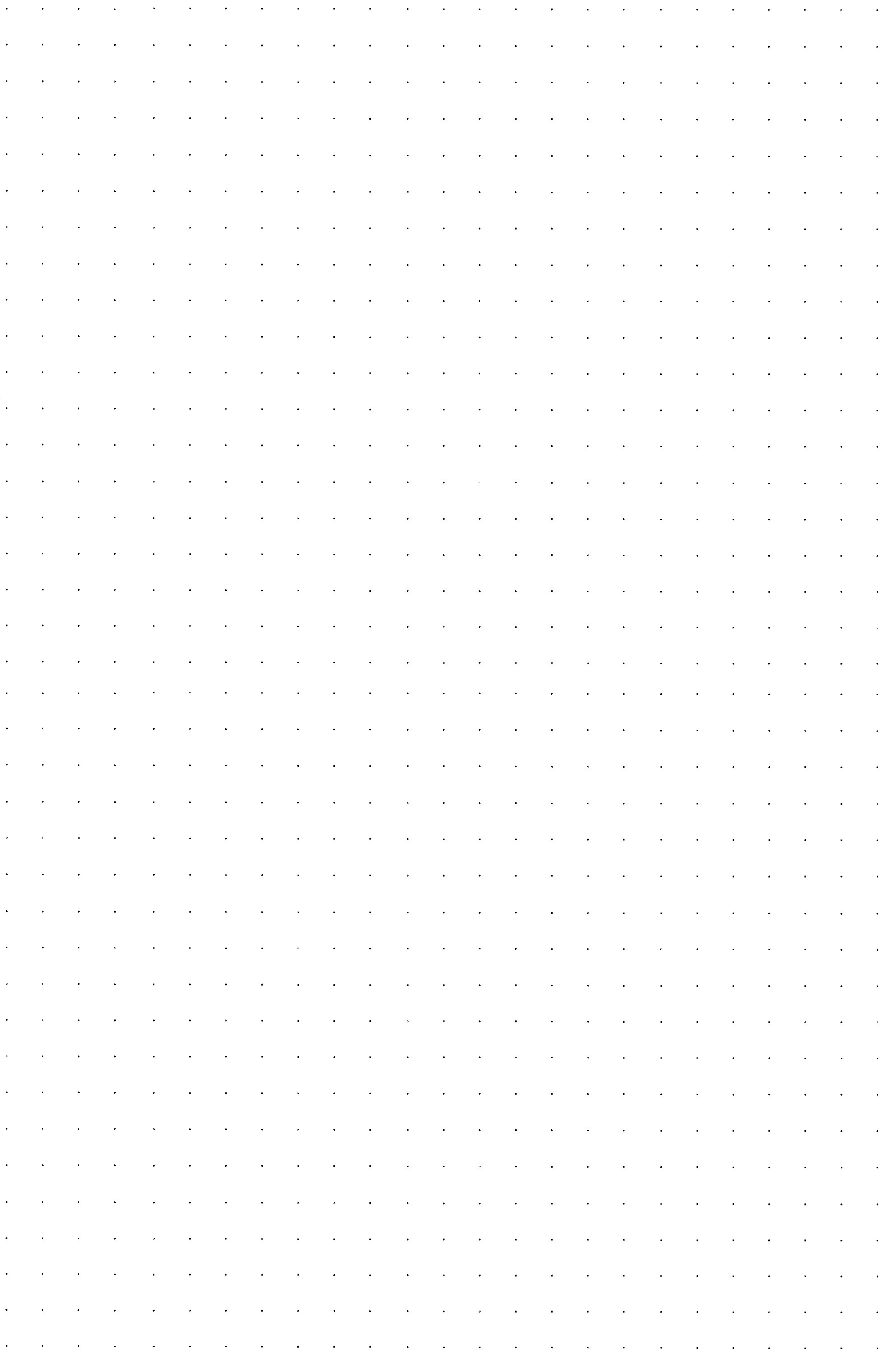
Продвижение: _____ руб.

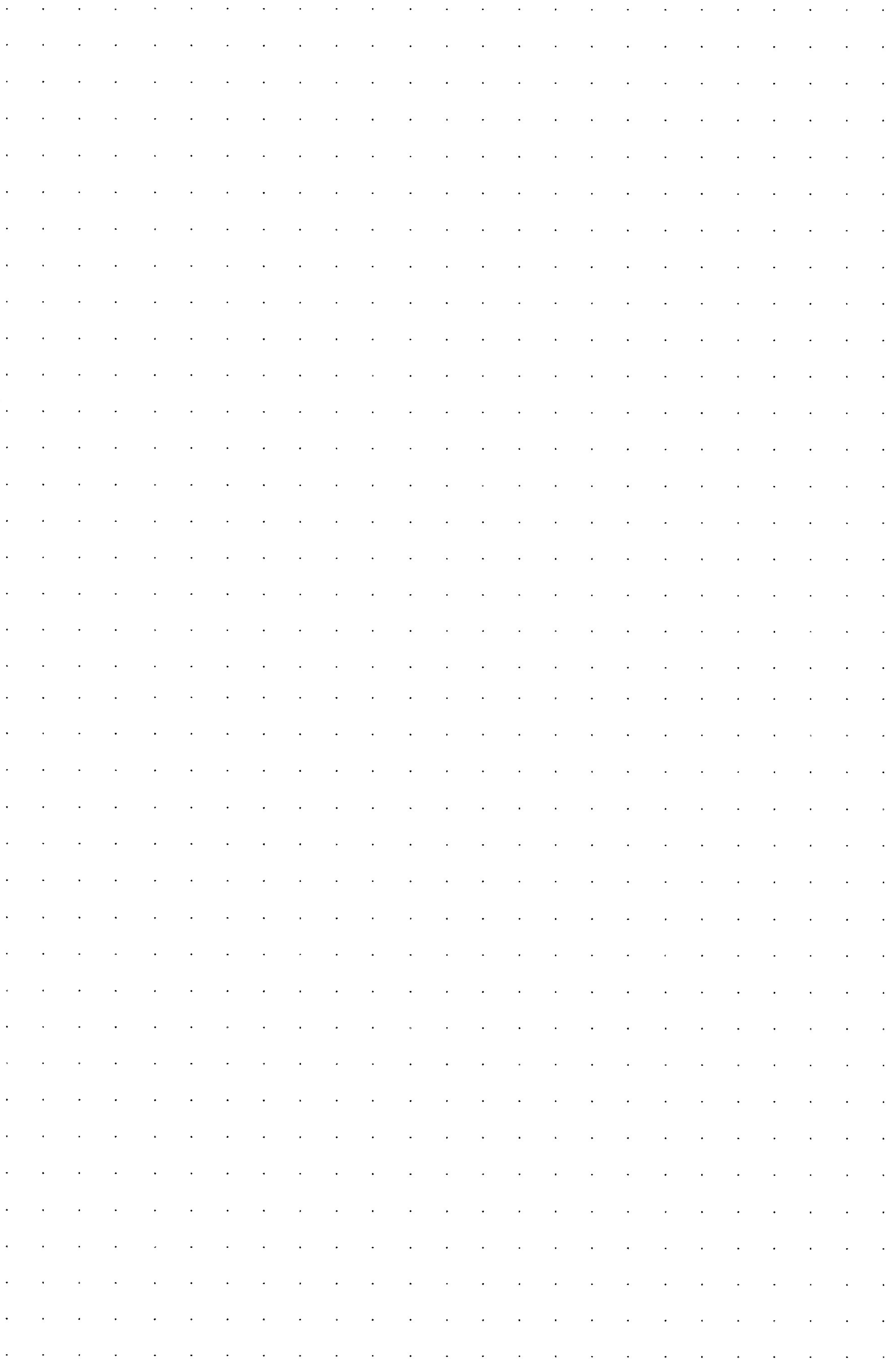


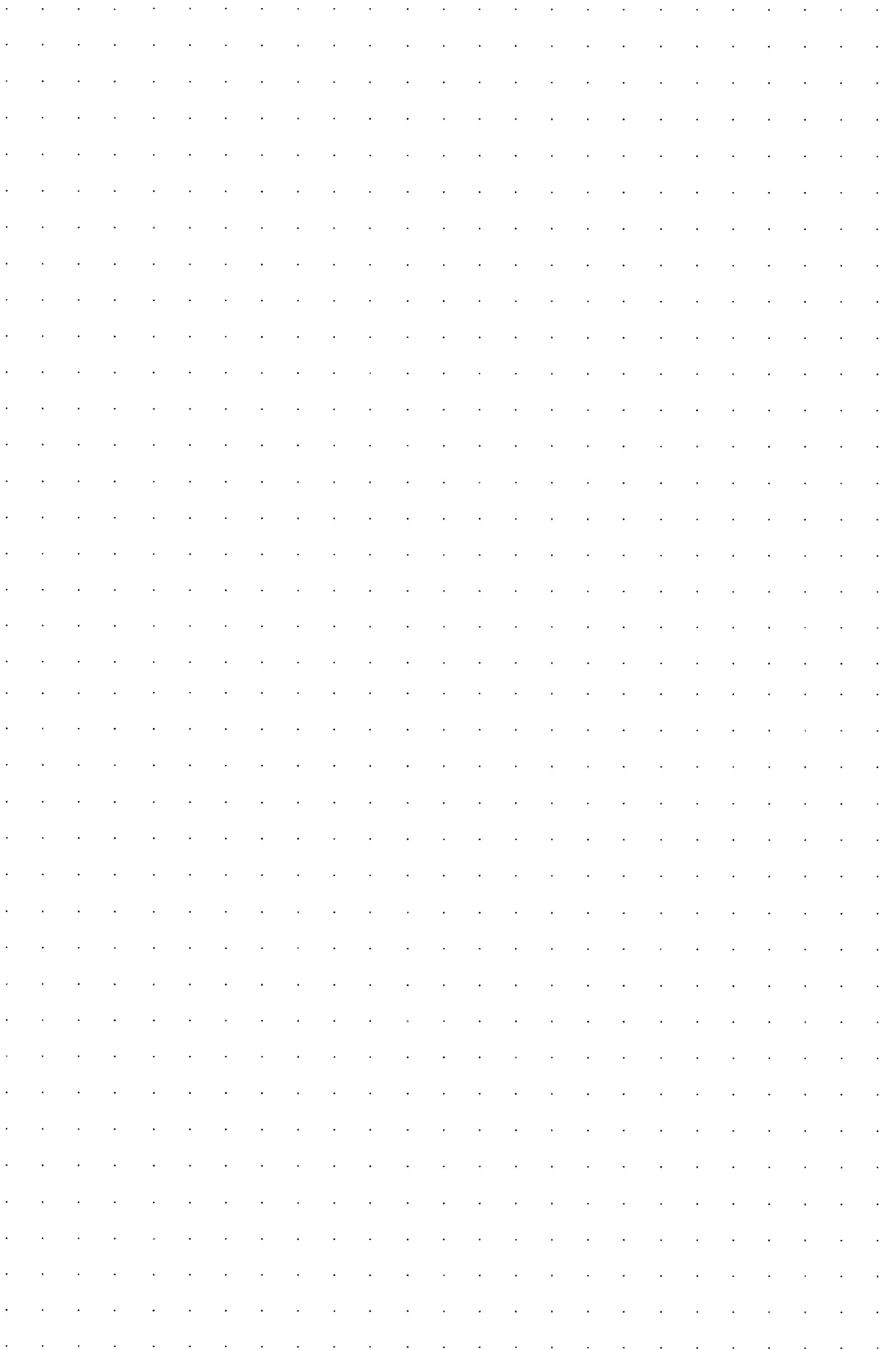


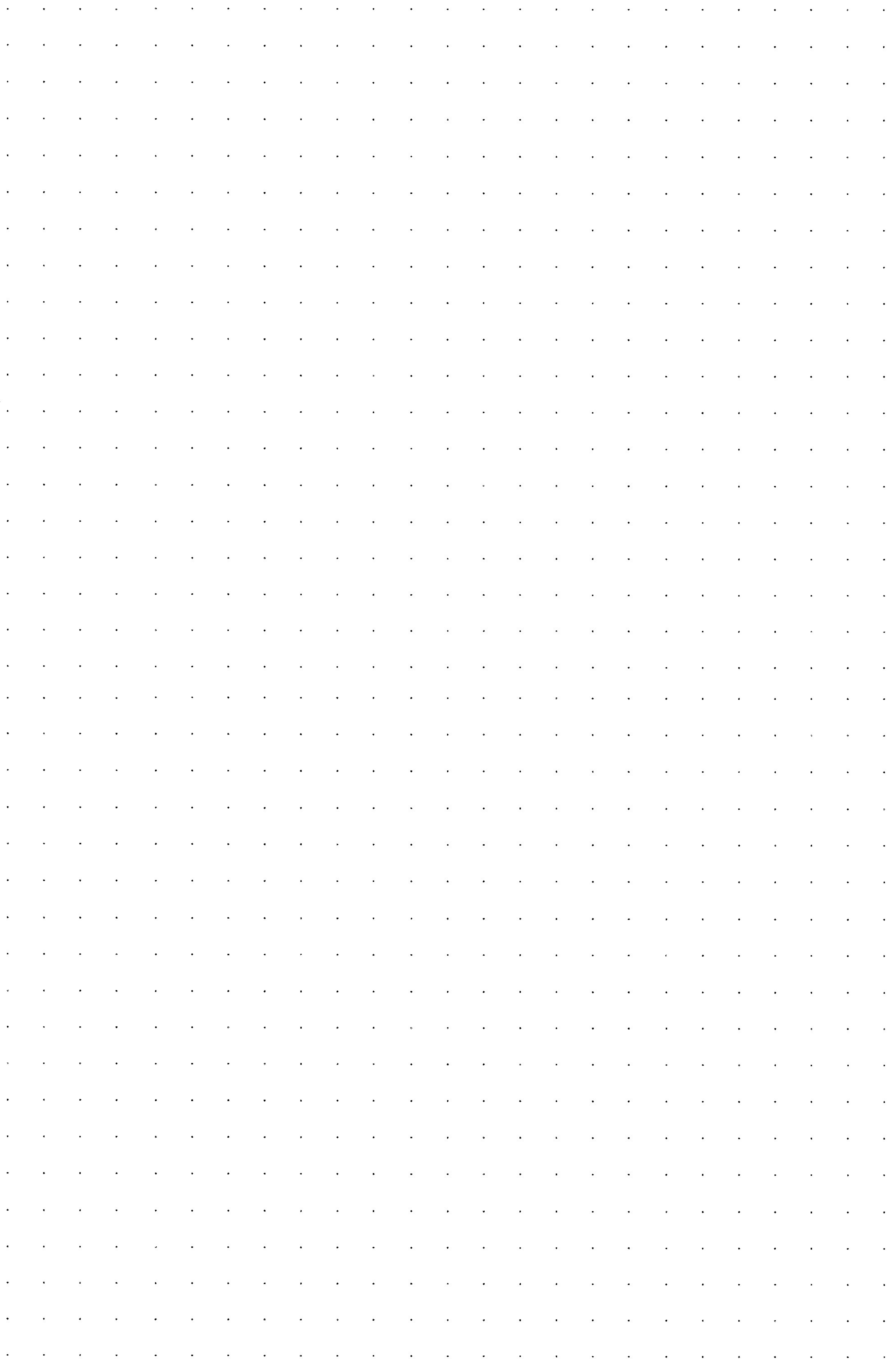


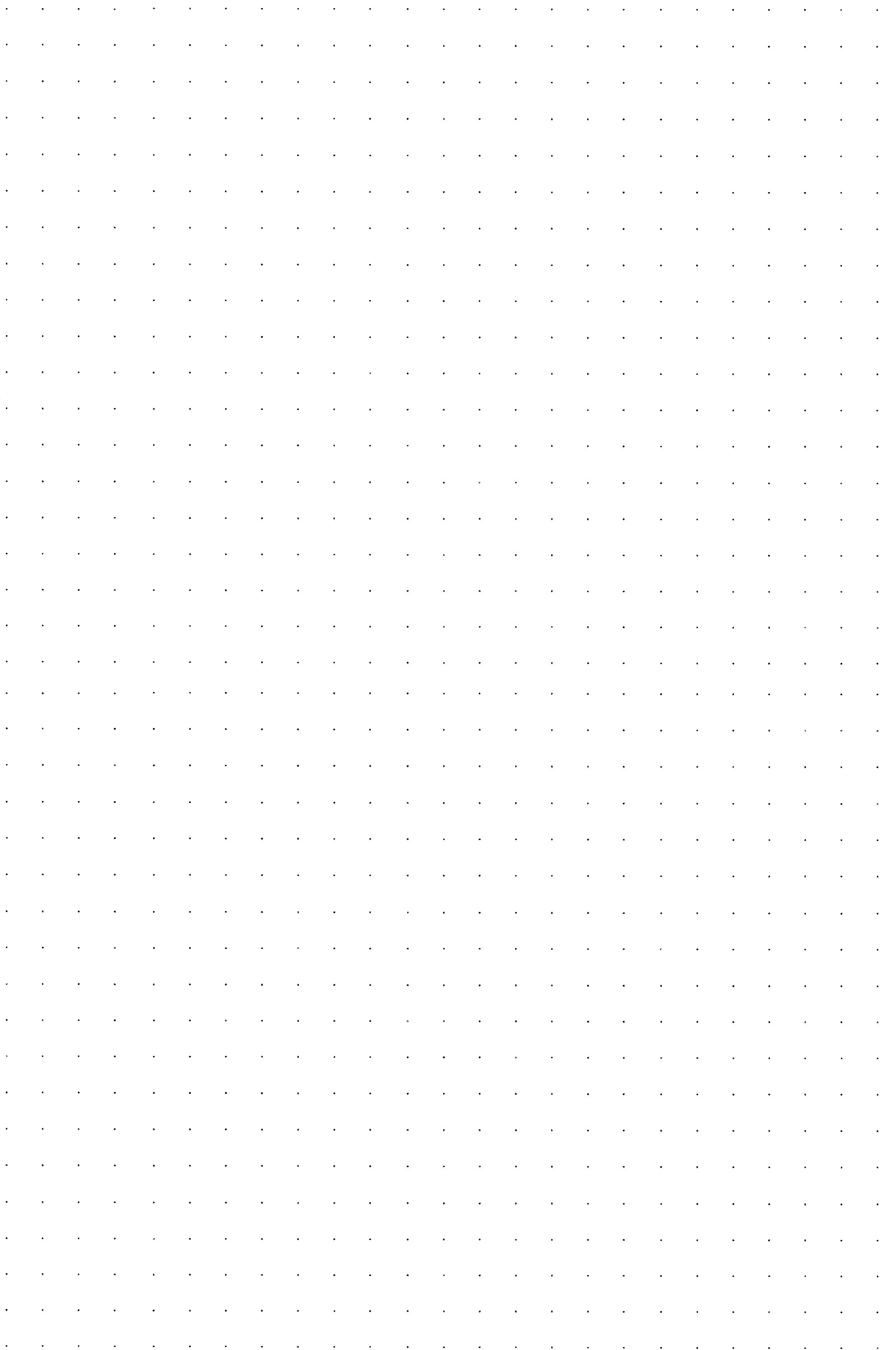


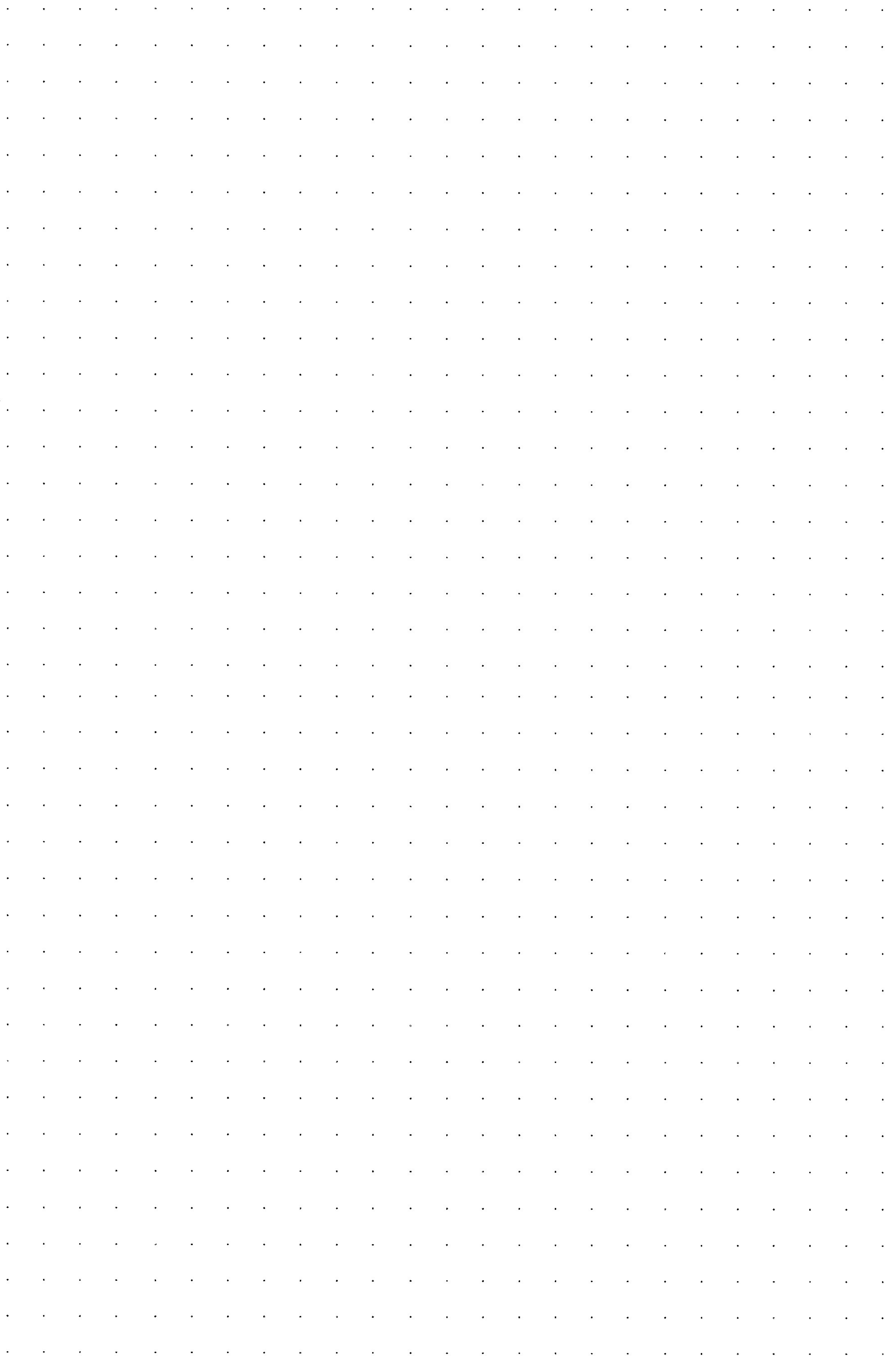












Теперь планирование перестанет быть рутинным.
Мы разработали для вас удобные и функциональные
планеры по системе bullet journal.

**Сделай приятно нам и себе! Отсканируй QR-код при помощи своего
смартфона, напиши отзыв и получи скидку на следующую покупку!**

Copyright © 2019 MyPPlanner. All rights reserved.

