

Самый **подробный**

ГАЙД ПО

БЛОГИНГУ

Я уверена: все, кто пользуется Instagram, видят примеры мам, студентов, бывших офисных сотрудников, да вообще любых людей, которые успешно ведут свой блог и уже зарабатывают миллионы на своем профиле!

Сначала кажется, что это все сказки, но потом понимаешь, что заработок на блоге реален.

Я знаю, что ты тоже можешь зарабатывать на своем блоге. Поэтому создала этот гайд.

Здесь собраны шаги, которые помогут тебе начать вести свой блог в Instagram.

ПРИВЕТ- ПРИВЕТ!



Я Катя Бойцова,

Instagram-блогер, 185к подписчиков.

Веду блог полтора года. За это время я основала агентство по упаковке и развитию Instagram **@boyechik.work**, моими инфопродуктами воспользовалось уже **более 12 000 человек**. С моей командой мы запустили 6 курсов, более 10 чек-листов и пресетов, а также выпустили инстапланер для блогеров и предпринимателей.

Я хочу, чтобы вы могли осуществлять **свои мечты!**

И неважно, где вы сейчас: дома с ребенком на руках, на скучной работе с кучей бумажек и бесполезных разборок с коллегами или учитесь и пока не понимаете куда двигаться дальше.

Я знаю одно: гайд поможет всем, кто давно смотрел в сторону блогинга и удаленного заработка на своем хобби.

Сегодня благодаря интернету и соцсетям наши возможности расширяются каждый день так, что просто глупо ими не воспользоваться.

500 миллионов ежедневных активных пользователей **Instagram** — внушительное число!

Instagram давно стал самым большим онлайн-гипермаркетом в мире: все новости появляются здесь, все покупки совершаются благодаря ему.

Сколько **преимуществ получают те**, кому удалось продвинуться и раскрутить свой профиль в этой соцсети, можно даже не упоминать. Думаем, ты и так все понимаешь

- **Сотрудничество с брендами и отелями** — бесплатные путешествия, одежда, еда.
- **Связи** — качественно новое окружение.
- **Быстрый запуск** собственного бизнеса.
- **Масштабируемый доход на своих инфопродуктах** — курсах, марафонах, чек-листах и т. д

ГЛАВА 1

Как стать блогером? С чего начать?

ВОПРОСЫ К СЕБЕ

Начинать нужно именно с них! Задай себе вопросы, которые мы собрали ниже, и запиши максимально честные ответы.

Это очень важно.

О чем тебе хочется писать? Какие темы ближе всего?

Пропиши длинный список тем, которые тебе близки. Удели **внимание темам**, в которых считаешь себя состоявшимся экспертом. Выпиши темы, которые только начинаешь изучать и вот-вот станешь экспертом.

Например, ты хочешь стать известным стилистом. Да, ты только стремишься к этому, но уже изучаешь типы фигуры, занимаешься в школе стилистов и помогаешь подругам подбирать наряды. Но это и есть путь к экспертности. Ты **УЖЕ** знаешь многое и можешь поделиться этим с подписчиками.

Нравится ли тебе писать на эти темы? Какая тема нравится больше всего?

Если ты, например, занимаешься спортом — это не значит, что тебе хочется рассказывать об этом и писать на эту тему посты.

Подумай, какая тема тебе ближе всего. С главной темой блога ты будешь вместе день и ночь: писать посты, делать сторис и прямые эфиры, выступать на конференциях или в телепередачах. Ты должна обожать эту тему, чтобы она быстро тебе не надоела.

Чем ты можешь помочь людям? Можешь ли ты решить какую-то проблему другого человека своим блогом?

Чтобы понять, какие люди будут на тебя подписываться, нужно ответить на этот вопрос. Так ты сможешь найти свою аудиторию и делать свой блог для нее.

Проблема — это не только «как сохранить семью», но и что-то типа «посмеяться вечером, посмотрев видео». Подумай, что ты можешь дать людям в своем блоге.

Для кого ты пишешь?

Прочитай еще раз ответы на предыдущие вопросы и напиши возраст, пол, род занятий твоего подписчика. Продумай, что этот человек любит, а что — нет. Так ты составишь портрет своего подписчика.

Как подписчик относится к тебе?

Это сложный вопрос, но **нужно решить**, кем ты выступишь в глазах своего читателя. Ты старшая сестра, мама, эксперт, наставник. Может быть, ты друг, с которым хочется обсудить сокровенное, или просто веселый человек, на которого приятно смотреть.

Моральная сторона блога — что ты поддерживаешь?

Это важная часть позиционирования. **Реши сразу**, что ты поддерживаешь, а что нет. В блогере важна принципиальность и следование своим позициям. Если ты будешь постоянно менять свою линию, то люди не поймут, чему верить, а чему нет.

Запомни, что хорошим для всех быть невозможно. Всегда будут хейтеры, которые не разделяют твою позицию. Но также будут «твои люди», которые защитят и дадут отпор хейтерам вместе с тобой!

Ответ на эти вопросы, запиши их и убери в сторону

Позже вернись и продумай на их основе весь свой образ: ник, аватарку и текст шапки профиля, темы постов, сторис, возможные прямые эфиры или видео в IGTV. Позже мы еще раз поговорим о том, как их оформить правильно.

Кстати, если ты пока не можешь придумать фишку для блога или остановиться на какой-то одной концепции и теме — не беда. **Главное** — начать, остальное придет в процессе. Пиши обо всем, что тебе интересно и может понравиться твоим подписчикам.

Важное правило: не начинать блог без цели. Блог по нагрузке и уровню ответственности равен полноценной работе. Поэтому нужно точно понимать, для чего ты начинаешь свой путь в блоггерстве, иначе ты его быстро забросишь.

На чем ты хочешь зарабатывать?

Чтобы понять, как монетизировать свой блог, нужно сделать **анализ конкурентов**. Посмотри на все способы монетизации и выбери тот, который подойдет тебе.

ПРИМЕРЫ

- Блог про обработку фото с бесплатными инструкциями — продажа полноценного курса по обработке фотографии.
- Блог про фитнес и правильное питание с минивидео и пп-рецептами — продажа фитнес-программ и онлайн-сопровождения клиента.
- Блог про путешествия с рассказом о разных местах планеты — монетизация за счет обзоров отелей, ресторанов, авиакомпаний и т.п.

ВЫБЕРИ СВОЙ ВИД БЛОГА

То, как ты будешь **подавать** основную информацию.

ПРИМЕРЫ

- Полезный;
- Хайповый или веселый, на который подписываются ради забавы;
- Блог с идеальной картинкой;
- Блог со смешными или полезными вайнами;
- Разговорный блог, в котором преобладают сторис.

НАЧНИ ДЕЛАТЬ ПОСТЫ КАЖДЫЙ ДЕНЬ

Это важно делать в самом начале — так люди поймут, кто ты, почему тебя нужно читать. **Сделай первый пост** уже сегодня — так ты дашь обещание себе и подписчикам, что не забросишь это дело!

ПРОДВИГАЙ СВОЙ БЛОГ

Времена, когда блоги становились популярными сами по себе, уже прошли. Да, сейчас нужны вложения, чтобы блог рос. Но это не десятки тысяч рублей — **продвижение может быть по карману любому!**

Напиши нескольким блогерам и спроси, сколько стоит их реклама. **Начинай с тех**, у кого чуть больше 10 000 подписчиков. Стоимость рекламы у таких блогеров может быть 500 — 1 000 рублей.

Чтобы окупить вложения, продумай, какие услуги или продукты ты можешь предложить новеньким. Да, если продуктов пока нет, придется вложиться в продвижение. Но оно окупится, когда появится свой инфопродукт, услуга или реклама.

КАТЯ БОЙЦОВА:

Когда я начала вести блог, продвигалась **исключительно за счет рекламы у блогеров**. С первой рекламы за 3 000₽ ко мне пришло 1 200 человек. 50 из них купили мой первый курс по обработке фото за 500₽! Так я окупила рекламу и заработала. За все время ведения блога я **ни разу не уходила в минус**, я резко вырывалась в плюс за счет вложений в рекламу.

Если ты хочешь монетизировать свой блог, следуй этим правилам! Помни, что зарабатывать миллион можно даже не имея миллион подписчиков.

КТО ТЕБЯ ЧИТАЕТ И КТО У ТЕБЯ ПОКУПАЕТ

Поговорим о целевой аудитории блога — о тех, **для кого** ты пишешь.

Целевая аудитория — это люди, которых ты хочешь привлекать к себе на страничку. Сначала они становятся подписчиками, потом — покупателями. Им интересно читать твои посты, следить за перемещениями. Они получают от тебя ценную информацию и позже готовы покупать что-то по твоей рекомендации.

Чем лучше ты знаешь свою целевую аудиторию, тем больше людей влюбляется в твой блог. Если с тобой «те самые» подписчики, то они читают и лайкают посты, покупают твои продукты и услуги.

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.

КАК ЭТО РАБОТАЕТ

- 1.** Ты правильно определяешь свою ЦА.
- 2.** Пишешь нужные посты, блог помогает ЦА решить ее проблемы. Твой подписчик только о чем-то подумал, а у тебя уже появился пост об этом.
- 3.** ЦА не просто подпишется, но и останется с тобой на страничке.
- 4.** ЦА доверяет тебе и уважает.
- 5.** ЦА готова покупать то, что ты предлагаешь.

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.

СОСТАВЛЯЕМ ПОРТРЕТ ЦА

- Определи пол своей целевой аудитории.
- Сколько лет твоему подписчику? Поставь конкретный промежуток в пределах 5–7 лет. Например, от 23 до 30.
- Семейное положение. Важно ли оно для твоего блога и почему?
- Твой подписчик учится, работает или сидит дома? Если работает, то в какой сфере?
- Какое главное желание у твоего подписчика? Какие желания есть еще?
- Все ли устраивает твоего подписчика в жизни? Есть ли проблемы и какие?
- Выпиши страхи своего подписчика. Они пригодятся при составлении тем для постов.

Теперь у тебя появился портрет настоящего и живого человека. **Ты можешь понять**, кто твой подписчик, какие у него особенности. Возможно, закрыв глаза, ты даже можешь представить этого человека!

Всегда ориентируйся на него, когда делаешь пост или записываешь сторис.

КАК ВСЕГДА ЗНАТЬ, О ЧЕМ ПИСАТЬ

Чтобы зарабатывать на блоге, **нужно регулярно делать** публикации. Лучше продумывать план постов заранее, чтобы не было долгих перерывов. В публикации нужно **продумать все**: текст, подачу, фотографию. Все это должно привлекать твою целевую аудиторию.

Большинство блогеров **заранее делают** контент-план для постов. Кто-то делает его самостоятельно, кто-то прибегает к помощи специалистов. Контент-план — это примерный список тем на ближайшие **2-3 недели**, с распределением по дням.

Рассказываем лайфхак, который поможет подступиться к контент-плану:

- 1.** Возьми лист бумаги или планшет, напиши тему слева в центре страницы.
- 2.** Теперь раздели ее на мелкие подтемы.

Покажем на примере темы «**Бьюти**», чтобы было наглядно.

Например, тема «Бьюти» делится на уход и макияж. Продолжаем дробить _____

На что делится «Уход»: на домашний и салонный _____

«Уход в салонах» делится на процедуры для лица без инъекций, с инъекциями и т. п. _____

Такие же темы выделяем в ветке «Макияж» _____

КАК ЧАСТО ДЕЛАТЬ ПОСТЫ

Частота зависит от тем и специфики блога. А еще от отклика твоих подписчиков. Мы собрали общие рекомендации, которые ты сможешь применить уже конкретно к своему блогу так, как посчитаешь нужным.

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.

Когда постить? Утром или вечером?

Лучшие часы утром с 9 до 11, вечером — с 19 до 23. Самые активные дни — вторник, среда и четверг. В выходные можно посты не писать, так как лайков получишь заметно меньше.

КАК НАЧАТЬ СНИМАТЬ СТОРИС

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.

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.

Теперь сними видео самостоятельно **в торговом центре.**
Уверены, у тебя получится!

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

ГЛАВА 2

Цели блога поставлены, аудитория понятна, начало положено. Приступаем к упаковке твоего блога, которая включает оформление ника, аватарку, описание, ссылки, иконки для сторис и, конечно, визуал профиля.

АВАТАРКА — ГЛАВНОЕ ФОТО ПРОФИЛЯ

Нет мелких деталей _____

Яркая и запоминающаяся _____

Портрет или по пояс _____

Ассоциируется с твоей нишей блога _____

ПРИМЕРЫ



Elina Fedorova
elinafedorova



Ariadna Gutierrez ✓
gutierrezary



Kseniya Shipilova 🇷🇺 🇺🇦 🇵🇱 ...
shipilovaks



Sami/World Champion/
samira_mustafaeva



Тина Канделаки ✓
tina_kandelaki



Александр Перегуд ✓
agent00789



SEREGA BUNYA
seregabunya



ROCKY ✓
rocky_barnes



Cristiano Ronaldo ✓
cristiano



Дмитрий Портнягин ✓
portnyagin



Roma ✓
romanzaripov



L'ONE ✓
Lone_mars

НИК — ИМЯ ПРОФИЛЯ ПОСЛЕ @

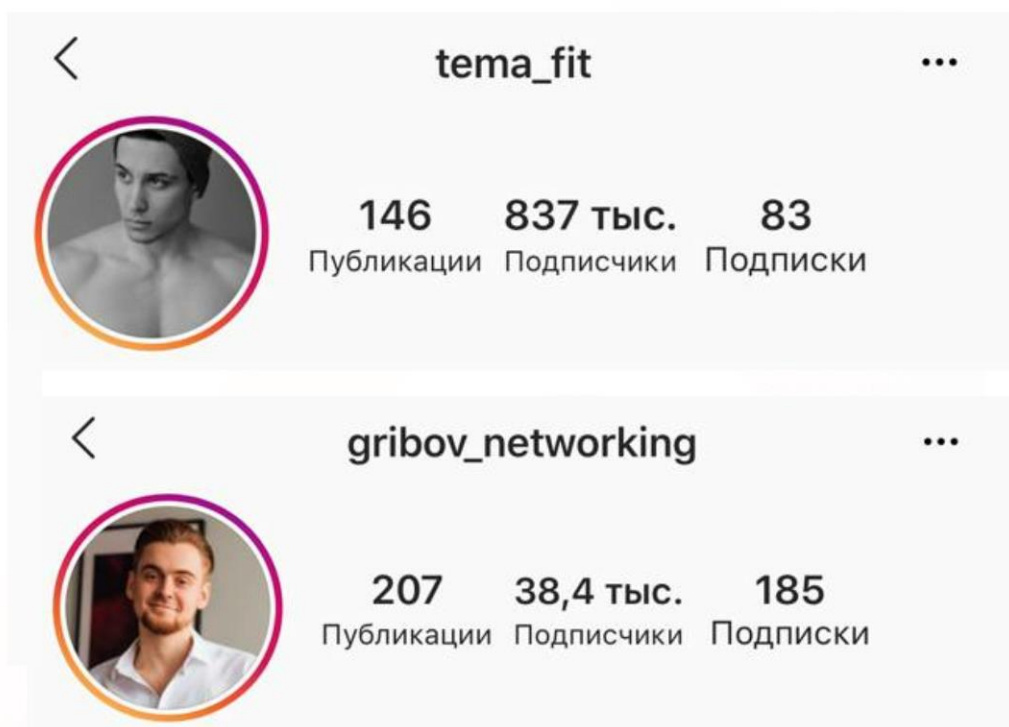
Короткий и понятный _____

Читается быстро _____

Без большого количества цифр и подчеркиваний _____

Передает индивидуальность _____

ПРИМЕРЫ



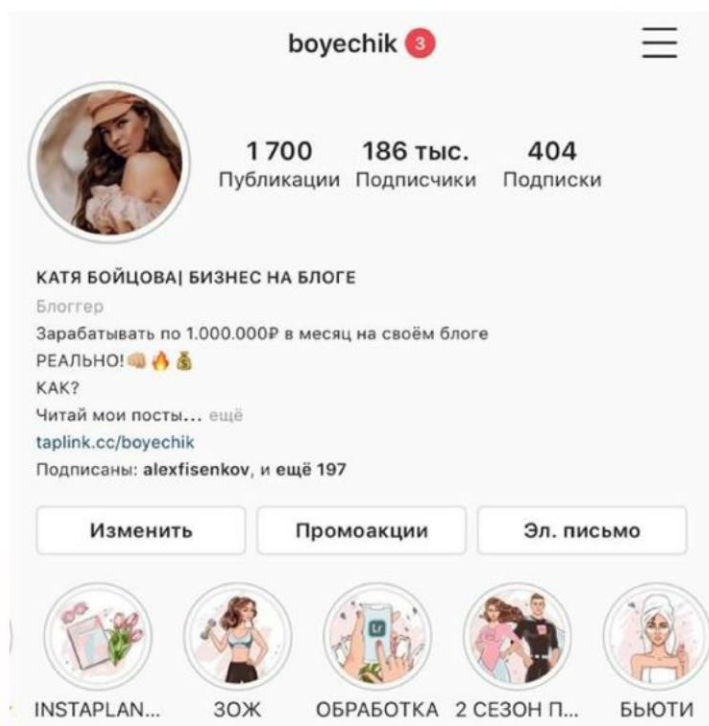
ЖИРНАЯ СТРОКА — НАХОДИТСЯ ПОД АВАТАРКОЙ

Имя и фамилия на русском _____

Твоя ниша или ключевое слово для поиска блога _____

Может быть кликбейтная фраза или что-то цепляющее _____

ПРИМЕРЫ



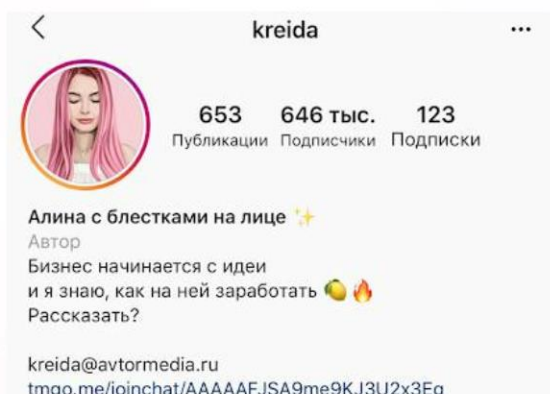
ШАПКА ПРОФИЛЯ — ОПИСАНИЕ В НЕСКОЛЬКИХ СЛОВАХ

Отражает суть блога _____

Интригует, но понятная _____

Содержит call to action _____

ПРИМЕРЫ



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.



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

СТИЛЬ И ЦВЕТА ПРОФИЛЯ

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

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 сделать ленту 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 экспериментируй — пробуй разные варианты ленты, чтобы найти что-то свое.

ПРЕСЕТЫ, О КОТОРЫХ ВСЕ ГОВОРЯТ

Пресет для Lightroom — это сохраненные настройки для обработки фотографии. В пресете уже настроены экспозиция, свет, темные и светлые участки, резкость, цвет, оттенок и т. д.

Проще говоря, когда ты подвигал ползунки на фото в приложении Lightroom, понизил экспозицию, изменил контрастность и добавил резкости — это и есть твой пресет. Теперь ты можешь применять его ко всем своим фотографиям.

НО не все так просто.

Пресет **хорошо работает** на фотографиях с похожими параметрами.

Например, у тебя есть несколько снимков в одной локации примерно в одно время дня. **Теперь делаешь цвето и светокоррекцию** в Lightroom на одном из фото, а дальше нажимаешь на три точки в правом верхнем углу экрана, копируешь настройки и вставляешь на остальные фотографии.

Считай, что твой собственный пресет готов. **Он отлично ляжет** на фото в одной локации и с похожим светом. Но подойдет не к 100% фотографий. Каждый кадр нужно будет «докручивать» до идеала, но все-таки характерные цвета, тона и оттенки пресет зафиксирует.

С помощью пресета можно сделать **свой характерный оттенок** неба, воды, кожи или зелени. Так фотографии в ленте будут смотреться гармонично.

ПОЧЕМУ ПРЕСЕТЫ РАБОТАЮТ НЕ У ВСЕХ

В Инстаграме уже не первый год **пресетный бум!** Сейчас каждый хоть раз покупал или скачивал пресет у блогера. Покупая пресет, человек хочет решить проблему в обработке: делать суперфото за один клик. Но не всем это удается.

Пресет — очень полезная настройка для обработки.
Главное — научиться им пользоваться.

Например, если ты используешь пресет «Дубай» на свою темную фотографию из кафе зимой — выйдет не очень.

Почему пресет не может работать на всех фотографиях одинаково?

Настройки для пресета созданы для **определенной локации,** света и цветов на фото. То есть пресет уже использует определенную информацию и подчеркивает ее: добавляет контрастности, меняет оттенки, делает фото холоднее или теплее.

Что важно

Делай качественные исходники: снимай при хорошем освещении, протирай камеру перед съемкой. Ищи пресет из похожих локаций, сравнивай исходники, который показывает блогер, со своими и только после этого покупай или скачивай пресет.

Это маленькое правило **поможет тебе** обрабатывать фотографии за несколько минут, применяя полезный и подходящий тебе пресет.

КАТЯ БОЙЦОВА:

На большинстве моих фото много света, океан, зелень, яркая светлая одежда, песок и загорелая кожа. Поэтому мой балийский пресет **выгодно подчеркивает локацию и меня** на фото. Он отлично подойдет для пляжных фотографий в других тропических локациях. Но если применить его для темного городского фото или снимка в стиле фешн, мы получим совершенно другой результат — чудесного преобразования не произойдет.

Еще хуже будет, если двухцветный фешн-пресет применить к фото из джунглей — **будет бедааа!**

ДЛЯ ТЕХ, КОМУ БЛИЗКА ГАРМОНИЧНАЯ ЛЕНТА

Вылизанная и состоящая из двух-трех оттенков лента уже не в моде. Помнишь, такие ленты были пару лет назад у каждого второго блогера?

Сейчас визуал должен создавать образы и ассоциироваться с **твоей личностью** — максимально быстро передавать суть блога и усиливать твой образ.

Как добиться такого эффекта?

Гармонией в цветах. Нужно сделать так, чтобы оттенки цветов на фотографиях **были похожими**. Поэтому придется вооружиться Lightroom и поколдовать.

ПРИМЕРЫ ОТТЕНКОВ:

- Теплый белый;
- Золотистый цвет кожи;
- Бирюзовый цвет воды;
- Теплый приглушенный зеленый.

Можно использовать эти цвета и оттенки в разных сочетаниях на разных фотографиях — или вместе на одной.

Теперь делаем **все оттенки одинаковыми** в приложении **LIGHTROOM**. Выбираем вкладку «Цвет», функцию «Смешивание» («Смеш.»). Регулируем оттенки и применяем их ко всем фотографиям в ленте.

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.

Нужен ли единый стиль?

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

ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ЛЕНТЫ

Такие приложения 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 Инстаграм, 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, поэтому после пробного периода просит оплатить платную версию. Бесплатно можно загружать не более 3 фото.

INPREVIEW

Очень удобное приложение, можно добавить сразу много фотографий.

PLANN

Позволяет использовать без авторизации через Инстаграм. Есть отличные дополнительные возможности за дополнительную плату (около 1 500Р в месяц).

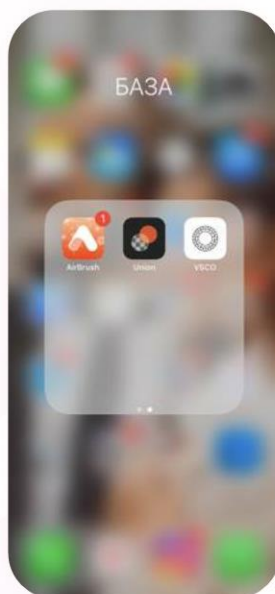
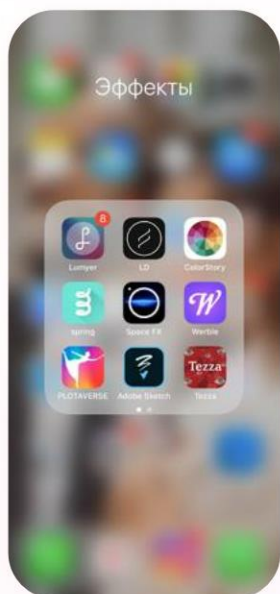
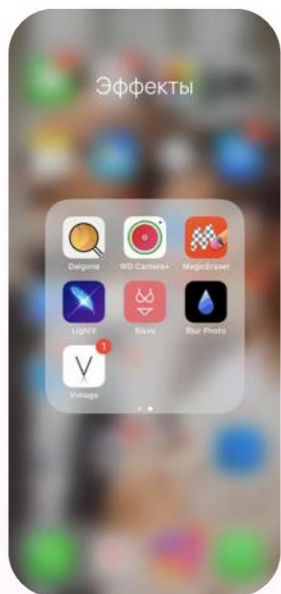
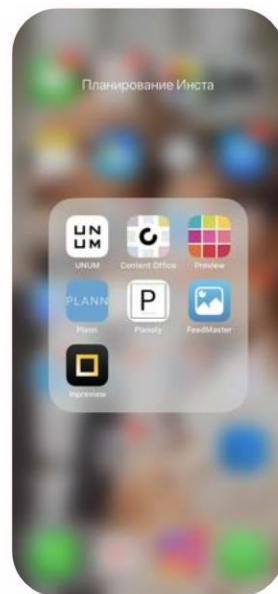
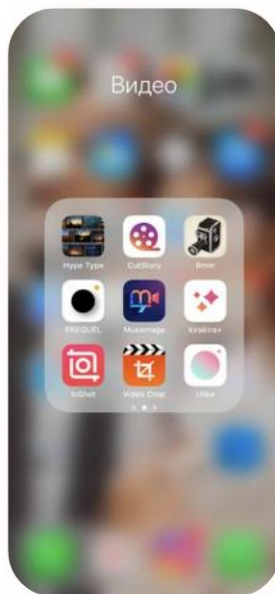
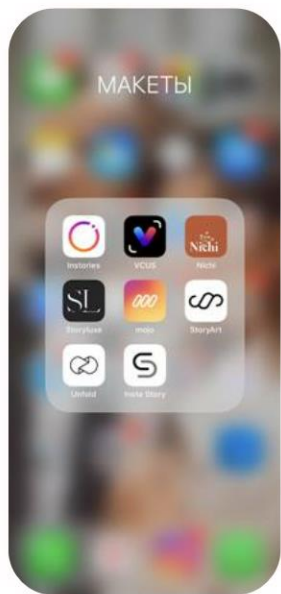
КАК ОБРАБАТЫВАТЬ ФОТО, ЧТОБЫ НЕ ПОРТИЛОСЬ КАЧЕСТВО

Важное правило — **работать с хорошим исходником**. Это не значит, что нужно покупать профессиональный фотоаппарат. Можно качественно снимать и на айфон.

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».

А еще лови **список приложений для работы** с фотографиями и видео, которыми пользуемся мы!



ТЕКСТ И РАЗВИТИЕ ЛИЧНОГО БРЕНДА В БЛОГЕ

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?

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.

Сильные стороны — 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.

Имидж — 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.

Оригинальность и уникальность — качества, которые выделяет тебя из массы.

Главное, чтобы это было что-то максимально подлинное и честное — неискренность раскроется моментально!

Твои взгляды и мнение.

Мы уже говорили об этом. Выбери свою позицию по разным вопросам и придерживайся ее.

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 эмоджи, 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.

ГЛАВА 3

Как продвигаться?

Если человек говорит, что не смог продвинуть свой блог и набрать подписчиков, спроси у него, **как он продвигался?**

Многие отвечают так: «Ну как, я выкладываю посты каждый день, снимаю сторис, участвую в sfs и жду реакцию блогеров и людей на мой аккаунт».

Такие способы продвижения, увы, **уже не работают.** Более того, бесплатные способы рекламы и продвижения есть. Но интенсивного роста подписчиков, продвигаясь только ими, уже не добиться.

Можно делать так: вложить в рекламу, отбить вложения и заработать. Позже снова вложить, отбить, заработать. Об этом говорят все блогеры, и мы не исключение.

Сейчас важно системное и постоянное продвижение разными способами.

Бесплатные способы

- Взаимный пиар с блогерами в постах, сторис и прямых эфирах.
- Батлы с другими блогерами или подписчиками.
- Розыгрыши с предложением отметить друзей в комментариях.
- «Вирусные» кампании: анкеты, трекеры для сторис, челленджи и т.п.
- Сильный сторителлинг, который будут репостить твои подписчики.
- Лайкинг, лукинг, фолловинг и комментирование своими силами.
- SFS с подписчиками в постах или сторис.
- Онлайн-нетворкинг.

Платные способы

- Реклама у блогеров с подводкой к твоему блогу.
- Таргетированная реклама с разными макетами и тестированием аудитории. Работает, но нужно искать свой вариант, постоянно тестировать разные макеты и подводки к рекламе.
- Платные марафоны, в которых ты участвуешь как спикер.
- Гивы, но во время гивов важно «зацепить» новую аудиторию и удержать ее, чтобы она не отписалась позже.
- Масслайкинг, массфоловинг и масслюкинг могут немного помочь в наборе локальной аудитории, но не рассчитывай на моментальный большой прирост.

Правила продвижения

1. Цикличность, постоянство и планирование во всех методах продвижения.
2. Подписки всегда должны быть больше отписок.

РАЗБЕРЕМ ПОДРОБНЕЕ ПОПУЛЯРНЫЕ СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

БЕСПЛАТНЫЕ

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

Ты рассказываешь о блогере своим подписчикам, он рассказывает о тебе в своем блоге.

Как выбрать того, с кем делать ВП?

Тема блога должна быть похожей на твою или совпадать косвенно. **Например**, ты пишешь про правильное питание, можно сделать ВП с фитнес-тренером.

Опирайся на **сильную сторону** своего блога.

Что у тебя сильнее: визуал или контент? Попробуй разные варианты ВП: с тем, у кого схожая сильная сторона, и с противоположным блогером. Посмотри, что лучше заходит.

Например, ты рассказываешь об обработке фото. Найди блогера, который пишет про копирайтинг. Люди, которые уже научились писать, но хотят подтянуть визуал, с удовольствием подпишутся на тебя.

Сверь количество подписчиков и охват блогера. Делай ВП с теми, кто на твоём уровне, чуть ниже или выше. Если блогер значительно превосходит тебя по подписчикам и охватам, можно доплатить за ВП. Получится дешевле, чем реклама.

Проверь активность блогера — почитай комментарии под постами, изучи поведение аудитории. Это важно, чтобы не попасть на накрученный аккаунт, который не принесет подписчиков.

■ БАТЛЫ

Бум лета 2019! Блогеры придумывают разные смешные, странные или страшные задания друг друга. Получается весело, активно и хорошо работает на привлечение аудитории.

Техника батла

- **Найди блогера** с похожими охватами и аудиторией, которую ты хочешь привлечь в блог. Обсуди возможность батла.
- **Договоритесь о дате** и придумайте интересные задания.
- **Не делайте батл** на следующий день после обсуждения, сначала познакомь свою аудиторию с блогером. Например, за пару дней до батла сделайте совместные сторис или как-то еще расскажите друг о друге заранее.

- **В день батла** желательно закрыть профили блогеров-участников, такая функция есть в настройках аккаунта. Это поможет создать интригу и ажиотаж. Если задания будут интересные, то человеку будет очень интересно посмотреть на их исполнение, и он подпишется, чтобы посмотреть сторис. Если же профиль будет открыт, то люди просто посмотрят на выполнение заданий и могут не подписаться.
- **Прямо с утра** один из блогеров записывает сторис, в которой вызывает второго участника побатлиться: «Хочу побатлиться с @boyeschik! Катя, сходи в торговый центр, купи рожок мороженого и дождись, пока оно растает в руках!».

Чтобы подписчики точно захотели посмотреть на выполнение, можно придумать совсем хайповые задания:

- отрезать волосы (девушке-блогеру),
- побрить ноги парню, упасть в торт лицом.

Да, это крайние меры, но на таких батлах собирают **десятки и сотни подписчиков за один день!**

Также можно сделать добрые задания с хорошими намерениями. **Например**, поехать на рынок и купить у бабушки ее товара на 1000—2000 рублей. **И бабушке приятно, и вам хорошо!**

Розыгрыши с предложением отметить друзей

Ты рассказываешь о блогере своим подписчикам, он рассказывает о тебе в своем блоге.

Этому метод работает с древних инставремен. Уверены, ты хоть раз участвовал в таком розыгрыше.

Важное правило в розыгрыше — 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!

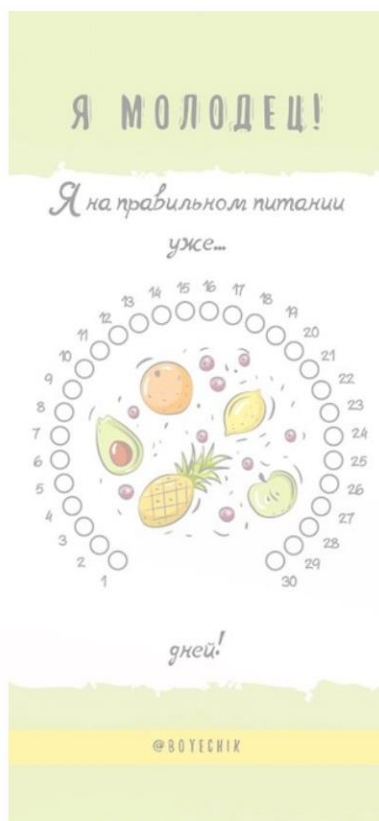
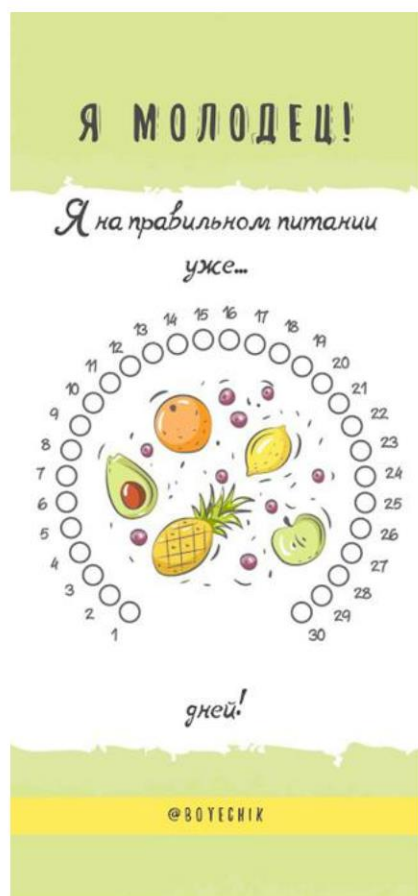
«Вирусы»: анкеты и трекеры для сторис с твоим ником

Создай шаблон, который может использовать каждый, кто захочет. Сделай его таким, чтобы он понравился аудитории.

Зови подписчиков заполнять этот шаблон, выкладывать его в сторис и отмечать тебя.

Такие «вирусные» кампании **повысят вовлеченность** подписчиков, расскажут о тебе их друзьям и друзьям друзей, да и просто добавят фана.

ПРИМЕР



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.

ПРИМЕР



boyechik «Все, я так больше не могу!» — сказала я и убежала в свою комнату.

Мне 15, я реву в своей комнате и не понимаю, как мне жить дальше.

Это был разговор на кухне с родителями. Мама и папа — самые добрые и лучшие люди на свете. В мои 15 они хотели, чтобы я получила хорошее образование и престижную работу в офисе.

В их представлении это была лучшая жизнь, которую можно дать своему ребенку.

В моем представлении все было иначе...

Мне пятнадцать, и я уже НЕ ХОЧУ работать в офисе, хотя еще и не пробовала. Мне пятнадцать, и я хочу работать НА СЕБЯ, а не отдавать время, эмоции и ум для роста дохода «чужого дяди».

Вот такие недетские мысли в пока еще детской голове.

Позже я решила, что можно проверить путь офисного сотрудника. Вдруг я ошибаюсь, вдруг именно он верный. Поступила в универ, пошла работать. И вроде все хорошо, но внутри что-то не так. Есть неудовлетворенность, нет спокойствия.

Чувство, что я иду не по своему плану, постоянно сидело в моей голове. И с шестнадцати я находила «свои» подработки.

Сначала сочиняла песни и выступала — поняла, что это не мое. Позже рисовала на джинсовых куртках и футболках несмываемой краской. Продавала их довольно долго.

Но главное — все это было совмещением с офисом. Это была траектория, которую задали мне.

Знаете, я не хочу, чтобы вы услышали что-то плохое. Я очень люблю родителей и ни в чем их не виню.

Просто они жили в другое время и выстроили свою стратегию. А я поначалу старалась ее соблюдать. Сейчас они безусловно счастливы за меня и уважают за тот путь, который я выбрала.

Вот такие недетские мысли в пока еще детской голове.

Позже я решила, что можно проверить путь офисного сотрудника. Вдруг я ошибаюсь, вдруг именно он верный. Поступила в универ, пошла работать. И вроде все хорошо, но внутри что-то не так. Есть неудовлетворенность, нет спокойствия.

Чувство, что я иду не по своему плану, постоянно сидело в моей голове. И с шестнадцати я находила «свои» подработки.

Сначала сочиняла песни и выступала — поняла, что это не мое. Позже рисовала на джинсовых куртках и футболках несмываемой краской. Продавала их довольно долго.

Но главное — все это было совмещением с офисом. Это была траектория, которую задали мне.

Знаете, я не хочу, чтобы вы услышали что-то плохое. Я очень люблю родителей и ни в чем их не виню.

Просто они жили в другое время и выстроили свою стратегию. А я поначалу старалась ее соблюдать. Сейчас они безусловно счастливы за меня и уважают за тот путь, который я выбрала.

Мне кажется, с первых дней работы в офисе я строила свой ПЛАН ПОБЕГА. В итоге его я и осуществила.

После окончания университета в моей голове сформировались два важнейших рельса для моего пути:

- 👉 работать на себя.
- 👉 работать удаленно.

И через несколько лет замаячила зацепка. Ей стал Instagram — его масштабы и возможности.

Я решилась быстро: ухватилась за возможность и стала изучать способы продвижения здесь.

И что я хочу сказать? Сейчас мне 27, вы сейчас видите меня такой, какой я и хотела стать: я работаю удаленно на себя и получаю каждый день море возможностей!

Комментирование

Своих первых и преданных подписчиков можно набрать этим способом. **Все что нужно делать** — активно участвовать в дискуссиях под постами блогеров со схожей с тобой тематикой, но уже набравших подписчиков и авторитет.

Не переманивай подписчиков — это плохо. Просто дополняй пост или высказывай свое мнение на его тему. Пиши полезные, позитивные и положительные комментарии по делу.

Стань заметнее для новой аудитории, и если у вас схожие интересы — ты получишь новых подписчиков.

Онлайн-нетворкинг

Общайся в Инстаграме 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: расскажи, чем ты можешь помочь людям, предложи им рассказать о себе и своих услугах в комментариях. Попроси отметить друзей, которые могут быть полезны в той или иной ситуации.

Поделись ссылками на блогеров, которые тебя вдохновляют, попроси подписчиков сделать то же самое в комментарии.

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 <https://picalytics.ru/>.

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

Как сделать запрос на рекламу?

Чем правильнее ты обратишься к блогеру, тем больше вероятность того, что он согласится рекламировать тебя.

Пиши с того аккаунта, который хочешь прорекламировать. Так блогер сразу сможет оценить профиль. Если у тебя есть менеджер, то он может написать с твоего рг-аккаунта.

Будь вежлив, блогер — не робот и не рекламное агентство, он тоже человек.

Не начинай общение с фразы: «Сколько реклама стоит?»

Обращайся по имени — так ты произведешь лучшее впечатление.

Уточни, делает ли блогер рекламу, если пишешь напрямую блогеру, спроси стоимость.

Сразу коротко расскажи о своем блоге. Так все сэкономят кучу времени.

Дождись ответа, не напоминай о себе каждый час, не требуй ответить срочно. Если блогер не отвечает, может быть, у него рабочий завал.

Попроси статистику профиля и просмотров сторис — знай, за что ты будешь платить. Если блогер скрывает данные, не бери рекламу.

Анализируй проведенную рекламу: сколько пришло подписчиков и т. п. Делай разные заходы у разных блогеров, тестируй разные подводки и макеты.

Если ты рекламируешь магазин, товар или услуги, **сделай индивидуальный промокод со скидкой** для подписчиков блогера. Так ты оценишь эффективность рекламы.

Помни, что блогер может не взять тебя на рекламу, если поймет, что его аудитории это «не зайдет». **Не нужно обижаться и ругаться.** Так будет лучше для вас двоих: ты не потеряешь деньги, а блогер не потеряет лояльность аудитории.

Цена рекламы у блогеров

Цена за клик варьируется **от 3 до 10 рублей**. Если подписчик стоит меньше 3 рублей — радуйся, твоя реклама вышла ниже рыночной стоимости.

Есть много вариантов формирования стоимости на рекламу в сторис. **Мы опишем самые популярные.**

По среднему количеству переходов на страницу с рекламой.

Стоимость варьируется от 3 до 10 Р за клик. Начинающие блогеры берут по минималке, чем раскрученнее блогер, тем больше цена.

Блогер просит среднее по рынку.

Многие блогеры общаются друг с другом, все знают примерную стоимость рекламы у коллег по цеху. Либо блогер ориентируется на стоимость рекламы у блогеров, похожих на него — тема, кол-во подписчиков и др.

10 правил рекламы у блогера

- 1. Вступи** в Telegram-чаты с отзывами о рекламе у блогеров.
- 2. Подпишись** на рабочие и рг-страницы интересных и схожих по аудитории блогеров, там анонсируется набор на рекламу.
- 3. Пиши** в директ со своего аккаунта. Если пишет менеджер, проверь, чтобы он всегда указывал активную ссылку на твой блог.
- 4. 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.
- 5. Запроси** стоимость рекламы и актуальную статистику.
- 6.** Если блогер сам делает рекламные макеты, **попроси**, чтобы он их показал перед публикацией.

Таргетированная реклама

Хороший инструмент, помогающий **набрать новую аудиторию**. Работает как для небольших, так и для крупных блогов. Также при помощи таргета можно отлично **поднять продажи** твоего продукта или услуг.

Гивы

Схема простого гива:

- Собирается несколько или очень много блогеров, которые хотят набрать подписчиков.
- Покупают призы для участников.
- Создают страничку гива, просят подписаться на всех организаторов.
- Делают рекламу гива у тебя 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 те, кто просто хочет получить приз. Людям не очень интересен блогер, они 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.

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 — ЗАКРЕПЛЯЕМ ГЛАВУ ПРО УПАКОВКУ

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?

- 1.** Шапка профиля.
- 2.** Заполнена, отражает актуальную информацию о блоге и его уникальность.
- 3.** Аватарка яркая, хорошо видно лицо.
- 4.** Если в нике нет твоего имени, напиши его в жирной строке в шапке профиля.
- 5.** Проверь, чтобы сайт или тап-линк в профиле работали.

- 6.** Пролитай свою ленту: она должна быть гармоничной и понравиться подписчикам.
- 7.** Подготовь несколько постов, чтобы удержать новую аудиторию.
- 8.** Постарайся, чтобы 9 последних постов были максимально полезными и привлекательными для новичков, расскажи о себе.
- 9.** Проверь, чтобы в закрепленных сторис была полезная и актуальная информация.
- 10.** В день рекламы запиши несколько сторис, расскажи о себе.

КАК ПРИВЛЕЧЬ САМОГО ДЕШЕВОГО ПОДПИСЧИКА?

- Определи ЦА максимально четко.
- Выдели только тех, кому будут интересны твои продукты или услуги.
- Тщательно выбери блогера для рекламы и проверь его статистику.
- Чем больше пересечение аудитории, тем лучше работает реклама.
- Выбирай блогера с вовлеченной аудиторией.
- Посмотри комментарии, почитай последние посты.
- Определи «боль» ЦА и сделай макет, направленный на нее.
- Твой макет должен содержать фразу-кликбейт с «болью» подписчика того блогера, у которого идет реклама.

- Закрой свой аккаунт и сделай шапку профиля максимально цепляющей.
- Так придут только целевые подписчики, те, кто не поленился запросить подписку.
- Это действие подходит не в 100% случаев, но в большинстве работает на ура.

ГЛАВА 4

Как монетизировать?

НА ЧЕМ ЗАРАБАТЫВАЮТ В ИНСТАГРАМЕ?

Реклама — самый распространенный способ заработка

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 для блогеров — еще один способ заработка

Можно не развивать свой блог, но и зарабатывать на **услугах**. Или использовать свой блог в качестве рекламы и портфолио.

ВОСТРЕБОВАННЫЕ УСЛУГИ И ПРОФЕССИИ

1. Обработка фото, создание гармоничной ленты, компоновка фотографий, создание пресета.

От 100₽ и выше, в зависимости от задач и опыта.

2. Менеджер блогеров.

Помощник, который занимается поиском рекламы или общением с рекламодателями. Может помогать блогеру в упаковке профиля, делать макеты, собирать отзывы или продавать услуги блогера.

От 10 000₽ за одного блогера и выше. Есть те, кто работает за процент от рекламы.

3. Дизайнер на оформление лендингов, чек-листов, презентаций для курсов.

От 100₽ до бесконечности.

4. Маркетолог на продвижение продуктов и услуг.

Часто требуется крупным блогерам.

От 15 000₽ за продвижение одной услуги и выше.

5. Креативщик, помогающий с идеями рекламных кампаний или новых продуктов.

Стоимость обговаривается индивидуально.

6. Копирайтер или корректор, который поможет с постами, чек-листами, сайтом и т. п.

От 100₽ за вычитку и выше, зависит от опыта.

7. Создание и продажа своего инфопродукта

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

**Я расскажу, что нужно, чтобы
запустить свой курс!**

Определись с темой курса

В ее основе должна лежать **твоя подтвержденная экспертиза**. Твой курс должен закрывать потребности людей, помогать решить их проблему или научить чему-то новому.

Сделай анализ рынка

Выбери свою нишу для курса, проанализируй ее, найди конкурентов. Сравни несколько курсов и платформ.

Составь большую таблицу со всеми конкурентами, их плюсами, минусами, сильными и слабыми сторонами.

Выбери формат и площадку проведения курса

Что это будет: онлайн-курс, марафон, вебинар, с заданиями или без, на один день или несколько.

На какой платформе он будет проходить: рассмотри несколько вариантов, чтобы выбрать ту, что будет удобнее твоей аудитории, а не тебе.

Составь программу курса

Она должна опираться на твой опыт и анализ конкурентов, должна быть логичной и структурированной: следи, чтобы она решала проблемы твоей ЦА.

Сделай тестовый запуск и доработай, если нужно

Покажи первый вариант курса друзьям и знакомым, которым он может быть полезен. Попроси дать после просмотра конструктивную критику по формату и программе!

Выбери способ записи на курс и оплату

Можно записывать людей вручную через директ Инстаграма и получать оплату на карту, можно автоматизировать все через лендинг.

Прорекламируй свой курс

Сначала сделай рекламу в своем блоге, но не ограничивайся только ей.

Сделай рекламу у блогеров, **настрой таргет**, порекламируй в дополнительных каналах, размести у себя в других соцсетях.

Главное — вкладывайся в рекламу, чтобы получать больше прибыли!

КАК ИСКАТЬ КЛИЕНТОВ В ИНСТАГРАМ?

Есть два типа аудитории для продажи услуг: **теплая** (знакомые и подписчики) и **холодная** (те, кто о тебе еще не знает).

Для каждой — **свои методы привлечения.**

ТЕПЛАЯ АУДИТОРИЯ

Аудитория лояльная, поэтому обязательно **пользуйся** контентом своего блога.

Рассказывай о своих продуктах и услугах в постах и сторис. Постоянно показывай результаты участников курса или отзывы.

Если ты продаешь свои услуги, **показывай свою работу** в действии, снимай сторис при встрече с клиентом. Демонстрируй свои навыки в блоге. Если ты фотограф — выкладывай свои работы. Если копирайтер — **пиши крутые посты** для своего блога.

Укажи в шапке профиля, кто ты и чем занимаешься, дай ссылку на свой сайт, используй тап-линк. Попроси о репостах — так ты получишь новую аудиторию, которая узнает о тебе и твоём продукте.

Делай прямые эфиры на тему своей работы. **Рассказывай о продуктах**, которые создаешь. Так твои подписчики еще больше заинтересуются тобой.

ХОЛОДНАЯ АУДИТОРИЯ

Люди, которые еще ничего о тебе не знают. Для такой аудитории лучше **подойдет таргет и реклама у блогера.**

Таргетированная реклама может быть настроена на продажу твоего продукта: ты рекламируешь конкретную услугу или продукт, привлекая людей скидками.

Таргет для «подогрева» аудитории **призывает подписаться** на тебя и получить что-то в подарок: бесплатный вебинар, пресет, чек-лист и т. п. Уже после того как подписчик подписался и привык к тебе, можно рекламировать ему продукты напрямую.

Реклама у блогеров работает по такому же принципу. Можно **рекламировать свой продукт** или услугу через блогера. А можно рекламировать свой блог и **привлекать новых подписчиков.**

Последний вариант работает **чуть лучше.**

Ну что, мой подробнейший гайд подошел к концу!

Теперь ты знаешь о блогинге все и даже немного больше!

ПОЗДРАВЛЯЮ ТЕБЯ!

Уверена, что после изучения этого гайда ты точно хочешь заняться своим блогом! А это первый и очень важный шаг для реализации своей мечты!

Я верю в тебя, ведь когда очень хочешь — **все получается!**

Удачи в продвижении блога!

ВАША КАТЯ @VOYESNIK