

Бизнес в инстаграме



ОЛЬГА БЕРЕК



Я – БРЕНД В INSTAGRAM

и не только



время, потраченное с пользой



Москва
Издательство АСТ

УДК 331.9
ББК 65.290-2
Б 48

Берек, Ольга.

Б 48 Я — бренд в Instagram и не только. Время, потраченное с пользой / Ольга Берек. — Москва : Издательство АСТ, 2019. — 240 с. — (*Бизнес в инстаграме*).

ISBN 978-5-17-110589-1

На ее аккаунт подписаны топовые блогеры страны! Ее подписчики смогли бы заселить приличных размеров областной центр. Генеральный директор и владелец рекламной-производственной компании более 15 лет, бизнес-мама — 2018, автор лучшего блога, по версии Digital Awards, уже два года подряд! «Мама блогеров» и владелец уникального инструмента по закупке рекламы у агентов влияния в Instagram.

Ольга Берек — адепт классического маркетинга и женщина, которая продуктивна 24 часа в сутки. Она знает все о том, как построить личный бренд и удержать планку на высоком уровне. Вы сэкономите массу времени и избежите многих ошибок, если прочитаете эту книгу.

УДК 331.9
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-17-110589-1

© Ольга Берек
© ООО «Издательство АСТ»

Содержание

| | |
|--|----|
| Вместо введения | |
| Откровение занятой женщины | 9 |
| <i>Почему время имеет значение?</i> | 10 |
| | |
| Глава 1 | |
| Сила личного бренда | 23 |
| <i>Личный бренд — это тоже бизнес</i> | 24 |
| | |
| Глава 2 | |
| Instagram как площадка | 37 |
| 2.1. Аудитория Instagram в цифрах | 38 |
| 2.2. Главный критерий оценки вашего аккаунта пользователями | 43 |
| | |
| Глава 3 | |
| Позиционируйте себя | 51 |
| <i>Пять приемов построения личного бренда</i> | 52 |
| 3.1. Блог как канал взаимодействия с аудиторией | 53 |
| 3.2. Контент-маркетинг | 76 |
| 3.3. Психология подражания | 80 |
| 3.4. Экспертность | 85 |
| 3.5. Эффект присутствия | 90 |

| | |
|---------------------------------|----|
| Глава 4 | |
| Пользуйтесь тем, что дают | 97 |

| | |
|---|-----------|
| <i>Пять приемов продвижения, заложенных в самом Instagram</i> | <i>98</i> |
|---|-----------|

| | |
|------------------|-----|
| 4.1. Посты | 102 |
|------------------|-----|

| | |
|-------------------|-----|
| 4.2. Сторис | 109 |
|-------------------|-----|

| | |
|--------------------------------|-----|
| 4.3. Прямые эфиры и IGTV | 118 |
|--------------------------------|-----|

| | |
|-----------------------------|-----|
| 4.4. Таргетинг и теги | 125 |
|-----------------------------|-----|

| | |
|---|-----|
| 4.5. Рассылка в директ, подписки и комментарии | 133 |
|---|-----|

| | |
|-------------------------|-----|
| Глава 5 | |
| Придумывайте сами | 137 |

| | |
|---|------------|
| <i>Пять приемов продвижения, придуманных на базе Instagram, которые не предусмотрены в нем изначально</i> | <i>138</i> |
|---|------------|

| | |
|---|-----|
| 5.1. Взаимопиар и кросс-маркетинг | 139 |
|---|-----|

| | |
|---|-----|
| 5.2. Конкурсы, игровые механики и марафоны | 143 |
|---|-----|

| | |
|--|-----|
| 5.3. Розыгрыши, гиввы и марафоны 2.0 | 148 |
|--|-----|

| | |
|--|-----|
| 5.4. Реклама у блогеров и оптовая закупка рекламы (ОПТ) | 156 |
|--|-----|

| | |
|--------------------------|-----|
| Глава 6 | |
| Расширяйте границы | 179 |

| | |
|--|------------|
| <i>Пять приемов продвижения в Instagram через другие каналы и площадки</i> | <i>180</i> |
|--|------------|

| | |
|---|-----|
| 6.1. Сарафанное радио | 181 |
| 6.2. Офлайн-мероприятия | 186 |
| 6.3. Работа со СМИ + публикации | 188 |
| 6.4. Каналы и блоги на других площадках | 191 |
| 6.5. Продвижение через мессенджеры | 194 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| Глава 7 | |
| Монетизация личного бренда | 217 |

| | |
|---|-----|
| <i>Как извлечь максимальную выгоду из личного бренда, который вы построили. Как получить выгоду и отбить вложения. Когда начинается отдача.</i> | 218 |
|---|-----|

| | |
|----------------------|-----|
| Глава 8 | |
| Заключительная | 223 |

| | |
|---------------|-----|
| Словарь | 227 |
|---------------|-----|

ВМЕСТО ВВЕДЕНИЯ

Откровение
ЗАНЯТОЙ ЖЕНЩИНЫ

Почему время имеет значение?

Время на чтение: 5 мин

Я не хочу тратить ваше время впустую — а потому традиционного введения не будет. Перейду сразу к делу.

Эта книга не научит вас строить личный бренд¹ за пять минут в день, так не бывает. Но она поможет вам сориентироваться в инструментах, распланировать свое время и эффективно потратить каждую минуту. Я постараюсь быть максимально откровенной с вами.

¹ Личный бренд — это то, что выделяет вас среди остальных людей. Это образ, благодаря которому ваши потенциальные потребители запоминают вас.

Я бы хотела вернуться в прошлое со всем накопленным опытом и начать свой «Блог занятой женщины» на несколько лет раньше. (В мае 2018 года моему аккаунту исполнилось три года.) И видит Бог, многое бы я сделала по-другому. Не стала бы тратить время на автоматизированные подписки (они только входили в моду), не тянула бы с поиском визуальной концепции¹ (у аккаунта с самого начала должно быть свое лицо, особенный вид), больше сил вкладывала бы в привлечение подписчиков² через офлайн-каналы. Я бы не стала делать часть своих экспериментов по продвижению: некоторые инструменты оказались неэффективны. Но на ошибках учатся, и гипотезы для того и существуют, чтобы их проверять.

В этой книге вы найдете весь мой опыт по созданию личного блога и построению моего личного бренда. Мои находки, ошибки, сожаления и наблюдения. Все, что может вам пригодиться, вдохновить вас и помочь вам набрать аудиторию в кратчайшие сроки с минимальными затратами. Только не надо воспринимать кратчайшие как один день, а минимальные приравнять к бесплатному. Невозможно вырастить серьезный бренд в мгновение ока и совсем без бюджета. Но можно научиться монетизировать³ свой бренд

¹ Визуальная концепция — графическая идея, метафора, вариант оформления аккаунта, с помощью которых вы транслируете сообщение вашего бренда.

² Подписчики/фанаты — пользователи соцсетей, которые подписались на страницу вашего бренда.

³ Монетизация — процесс зарабатывания денег на каком-то деле. В случае с Instagram обычно синоним размещения рекламы в аккаунте.

и эту прибыль вкладывать в продвижение, чтобы ускорить процесс.

Мой блог появился спонтанно. Изначально у меня не было стратегии¹, плана и серьезного подхода. К его созданию привело сиюминутное решение. На тот момент у моей компании существовал корпоративный аккаунт, который мы активно продвигали. Он существует до сих пор.



Видите этот QR-код на странице? Такие коды будут встречаться вам в каждой главе этой книги. Всё ради вашего удобства и экономии времени. Вам не надо вбивать URL указанных сайтов в строку браузера или копировать никнеймы в поиск Instagram². Просто наведите камеру вашего смартфона на код — и он автоматически откроет вам нужную страницу.

Instagram — инструмент живой, подвижный, о нем невозможно рассказывать с помощью статичных иллюстраций. Просто переходите по ссылкам — и вы сможете сами убедиться в правдивости моих

¹ Стратегия — план решения задач или достижения поставленных целей.

² Instagram — социальная сеть.

слов и верности выводов. А если что-то покажется вам несправедливым или вызовет вопросы, вы всегда можете написать мне в директ¹ моего блога.



Пишите, не стесняйтесь, я отвечаю всем.

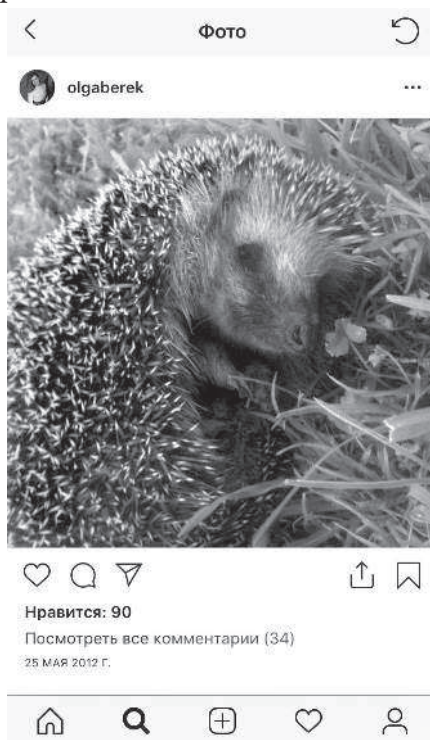
О своей компании я подробнее расскажу в первой главе. Здесь хочу заметить только то, что корпоративный аккаунт рос и постепенно стал приносить нам порядка 35 % заказов. Но сарафанное радио в сети в 80 % случаев срабатывало довольно любопытным образом. Когда кто-то просил порекомендовать типографию или дизайнера в Москве (этим и занимается моя СМҮК Laboratory), люди давали ссылку не на сайт компании, а на мой личный аккаунт. И я подумала: если рекомендация С2С работает, то надо «укрепить» свою страницу и свое имя, чтобы таких ссылок стало больше. Вот мой мотив: я хотела привлечь новые заказы, создать личный бренд с целью² привлечения заказов в мою компанию. Но действовала я на ошупь, всё пришлось осваивать на ходу. Хотя нет, не всё — только специфические инструменты социальных

¹ Директ (direct) — функция отправки личных сообщений в Instagram.

² Цель — то, к чему стремится ваш бизнес.

сетей. В основе моего продвижения — и я не устаю это повторять — лежит тот самый всеми любимый, классический маркетинг¹.

С чего я начинала? У меня был обычный личный аккаунт, без целей и грандиозных планов. 25 мая 2012 года я опубликовала в нем первый пост² — вот это фото ежика без текста.



¹ Маркетинг — процесс планирования и практического осуществления разработки идей, товаров и услуг, формирования цен на них, стимулирования их сбыта и распределения для реализации обмена, удовлетворяющего целям индивидов и организаций.

² Пост — единица информации. Может быть, фотографий, видео. Например, «пост в stories».

И получила сразу 72 лайка¹ и 31 комментарий. Ничего такой результат?

Чтобы вы понимали уровень моей активности в Instagram. За три года после того поста я опубликовала всего 73 фотографии. Пока в один прекрасный день в результате совершенно невероятного стечения обстоятельств я не получила заказ от Филиппа Бедросовича Киркорова. 21 мая 2015 года — день рождения моего блога как инструмента продвижения. Тогда я опубликовала несколько постов из Большого театра, где мы монтировали баннер для премьеры шоу Данилы Козловского. Филипп Киркоров выступал продюсером.



(Репост² Киркорова)

И с этого момента все закрутилось. Один за другим пошли заказы на баннеры, полиграфию, дизайн от медийных особ. Я стала писать

¹ Лайк — отметка сердечка под фотографией, которое означает, что фотография понравилась. Глаголы: лайкнуть, залайкать, пролайкать.

² Репост — перепост информации, легальное дублирование контента со ссылкой на источник.