

**КАК ЭТО
РАБОТАЕТ
В РОССИИ**

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

АЛЕКСАНДР СОКОЛОВСКИЙ

создатель Tooligram

ОГРАБЛЕНИЕ INSTAGRAM

МИНИМУМ БЮДЖЕТА,
МАКСИМУМ ПРИБЫЛИ

БОМБОРА™

Москва 2019

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

УДК 004.73
ББК 32.973.202
С59

Соколовский, Александр.

С59 Ограбление Instagram. Минимум бюджета, максимум прибыли / Александр Соколовский. — Москва : Эксмо, 2019. — 344 с. : ил. — (Бизнес. Как это работает в России).

ISBN 978-5-04-101265-6

Внутри опыт контент-маркетолога и основателя ведущего сервиса по автоматизации Instagram. Инструменты для продвижения бизнес-аккаунта и личного бренда, стратегические рекомендации и технологические новинки — вся информация подкреплена разбором реальных бизнесов с миллионными оборотами. Вы не просто научитесь красиво оформлять аккаунты и писать продающие тексты — вы научитесь составлять портрет целевой аудитории, понимать своего клиента, таргетировать его как рыбку на удочку и поражать в самое сердце своими креативными постами.

УДК 004.73
ББК 32.973.202

ISBN 978-5-04-101265-6

© Соколовский А., текст, 2019
© Оформление. ООО «Издательство
«Эксмо», 2019

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|----------------|---|
| Введение | 7 |
|----------------|---|

Глава 1. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ. ОСНОВЫ И ИХ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

| | |
|---|----|
| 1.1. Появление и влияние социальных сетей | 27 |
| 1.2. Почему люди покупают через социальные сети? | 34 |
| 1.3. Основы маркетинга, необходимые для работы в соцсетях | 37 |
| 1.4. Определяем цель аккаунта | 45 |
| 1.5 Статистика в Instagram | 62 |

Глава 2. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ И ОТСТРОЙКА ОТ КОНКУРЕНТОВ

| | |
|--|-----|
| 2.1. Продукт: что продаем? | 79 |
| 2.2. Целевая аудитория — кто твой клиент? | 86 |
| 2.3. Отстройка от конкурентов | 107 |
| 2.4. Уникальное торговое предложение, или Чем ты круче конкурентов | 115 |

Глава 3. ОФОРМЛЕНИЕ ПРОФИЛЯ. ЕГО ВЕЛИЧЕСТВО ВИЗУАЛ

| | |
|--|-----|
| 3.1. Оформление шапки профиля | 125 |
| 3.2. Визуальное оформление профиля | 137 |

Глава 4. КОНТЕНТ

| | |
|--|-----|
| 4.1. Что такое контент и для чего он нужен | 155 |
| 4.2. Виды контента | 166 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 4.3. Сториз и эфиры | 176 |
| 4.5. Контент-план | 188 |
| 4.6. Тексты и офферы | 192 |

Глава 5. ПРОДВИЖЕНИЕ АККАУНТА

| | |
|--|-----|
| 5.1. Воронка продаж | 211 |
| 5.2. Основные методы продвижения | 217 |
| 5.3. Массфолловинг | 231 |
| 5.4. Реклама у блогеров | 242 |
| 5.5. Таргет | 255 |

Глава 6. ОТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ

| | |
|--|-----|
| 6.1. Типы клиентов | 275 |
| 6.2. Обращение и скорость ответа | 280 |
| 6.3. Продажи | 283 |

Глава 7. СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ И УСПЕШНЫЕ КЕЙСЫ. РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

| | |
|---|-----|
| 7.1. Тренды Instagram | 295 |
| 7.2. Интересные иностранные кейсы | 302 |
| 7.3. Российские кейсы | 306 |
| Заключение | 314 |

ПРИЛОЖЕНИЯ

| | |
|---|-----|
| Приложение 1. ГЛОССАРИЙ | 319 |
| Приложение 2. СЕРВИСЫ | 329 |
| Приложение 3. МЕТОДИКИ СОЗДАНИЯ УТП | 331 |
| Приложение 4. ПОЛЕЗНЫЕ СЕРВИСЫ ДЛЯ INSTAGRAM | 333 |
| Приложение 5. ПОЛЕЗНЫЕ СЕРВИСЫ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ | 335 |
| Приложение 6. ПРИМЕР ТЗ ДЛЯ БЛОГЕРА | 336 |
| Приложение 7. БАНК САЙТОВ ДЛЯ ФОТОКРЕАТИВА | 337 |

ВВЕДЕНИЕ

Можете ли вы представить свою жизнь без интернета? Отказаться от него полностью не на час, не на неделю, а навсегда? Снова отправлять все письма почтой, искать нужную информацию в пыльных томах библиотечных энциклопедий? Заказывать товары из-за рубежа через знакомых, что собрались в отпуск? Ежедневно покупать газеты, чтобы узнать погоду на неделю и прочесть свой гороскоп? Общаться с друзьями, живущими далеко, раз в год, только при личной встрече?

Интернет плотно вошел в нашу жизнь, стал неотъемлемой частью большинства аспектов нашей деятельности. Тут мы общаемся, обучаемся, работаем и отдыхаем за просмотром сериалов и веселых картинок. Отказ от интернета сравним с отказом от электричества или водопровода: выжить, безусловно, можно, но с ним куда проще и приятнее. Наш почтовый ящик — это наша официальная приемная, наши страницы в соцсетях — это наше резюме или мемуары, мы проводим массу времени в интернет-пространстве и стали воспринимать его как второй дом. Особую важность мы уделяем своим соцсетям. Тут мы поддерживаем связь со старыми друзьями и находим новых, узнаем новости о знакомых и знаменитостях, формируем личное пространство, в котором нам комфортно. Конечно, это

не могло остаться не замеченным для маркетологов и предпринимателей.

Предприниматели понимают, что социальные сети — это гигантский пласт клиентов. Потребитель стал меньше смотреть телевизор и чаще ставить лайки, а значит, и бизнесу приходится подстраиваться под современные правила игры. Теперь, чтобы получить клиентов и привлечь к себе внимание, недостаточно повесить баннер на проходной улице, сейчас бизнесу надо находиться там, где его клиенты, — в пространстве социальных сетей.

Социальные сети — это свой мир, со своими сложностями и особенностями, тут все похоже на классический маркетинг, но со своими нюансами и «специями». Тут нет строгих правил, но есть свои закономерности. Это площадка, где вы можете найти тысячи клиентов для бизнеса или тысячи последователей для личного бренда. Это место свободы и безумной конкуренции. Как не потеряться в этом мире, как избежать ошибок и стать успешным, мы и расскажем в этой книге.

Социальные сети сегодня — это многообразие площадок: тут и любимая многими Вконтакте, и популярный за рубежом Twitter, и Одноклассники. Но в рамках этой книги мы будем говорить о пространстве Instagram.

Instagram — это та площадка, где мы накопили колоссальное количество опыта, продвигая свои и чужие проекты. Место, где были потрачены десятки и заработаны сотни миллионов. Здесь мы набивали шишки, находили новых друзей, партнеров и создавали новые бизнесы. Этот опыт мы и хотим передать в этой книге. Эта книга — наш вам подарок, карта, позволяющая избежать рифов и отмелей в развитии своей социальной сети. С ее помощью вы сможете научиться продвигать собственный бизнес, развить блог о себе или освоить новую профессию Instagram-маркетолога.

Давайте знакомиться

Пару слов обо мне. Собственно, я — Александр Соколовский, владелец сервиса Tooligram, который насчитывает более 500 000 пользователей по всему миру. Также я — основатель компании Honey Teddy, которая привлекает клиентов исключительно через Instagram — не только розничных, но и оптовых — и зарабатывает более 60 миллионов рублей в год.

Наконец, я являюсь создателем агентства Tooligram Media, которое ведет более 1000 клиентов в сфере Instagram-маркетинга. Во время моей агентской деятельности мои клиенты получали разные награды. В том числе премию Socialbakers за лучший клиентский сервис.

Я много чего пробовал с точки зрения бизнеса, в итоге остановился на Instagram, так как именно здесь начался наш быстрый рост. Эта соцсеть очень мобильна, современна, не стоит на месте и в действительности не является просто соцсетью. Постоянно развиваясь, Instagram постепенно становится большой экосистемой. А вместе с ней растем и мы.

Я всегда ищу в бизнесе новые ниши, модели продвижения и способы получения прибыли, которые дают максимальный результат за короткий промежуток времени. Я работаю над максимальной эффективностью, что позволяет мне чувствовать себя свободным. А вы хотите быть свободными?

В современном мире свобода — один из основных ресурсов, когда у нас есть возможность передвигаться и быть с теми и там, где мы хотим. Самое большое ощущение свободы мне захотелось обрести, когда у меня появилась семья, я понял, что хочу больше времени проводить с женой и ребенком. И сейчас для меня мои родные — один из самых главных источников генерации идей, желания работать. Я уверен, что есть много лю-

дей, для которых важно ощущение свободы выбора и возможность делать то, что они хотят. Все-таки мир не стоит на месте. Если раньше людям было сложно представить, как можно работать из дома или отказаться от работы на «дядю» и достойно зарабатывать, то сейчас появляются новые возможности и мотиваторы в жизни, и свобода — один из них.

Продвижение в социальных сетях — это возможность раскачать свой бизнес и получить тысячи клиентов, не выходя из дома, но это еще не все. Самое поразительное, что это возможность создать свой проект и обрести мировую популярность без огромных вложений и займов. А значит, максимально коротким путем прийти к достойному заработку и той самой свободе.

О том, как найти клиентов и чему нужно научиться, чтобы продвигать свои проекты в Instagram, мы и поговорим в книге «Ограбление Instagram». Так что если вы тоже хотите быть свободным и заниматься интересным, прибыльным делом, в котором нужно все время развиваться профессионально, то добро пожаловать в мир Instagram-маркетинга. Готовы? Тогда погнали!

О чем эта книга?

И еще пара вступительных слов перед тем как мы перейдем к сути дела. В книге я рассматриваю базовую модель Instagram-маркетинга и раскрываю в полном объеме знания, необходимые для качественного освоения профессии. Так что даже если у вас нет никакого представления о том, как работает бизнес и маркетинг, ничего страшного, здесь есть вся необходимая информация.

Более того, в «Ограблении Instagram» я использую комплексный подход, затрагивая все аспекты работы Instagram-маркетолога, начиная с фундаментальных знаний в маркетин-

ге. То есть тех знаний, которые не умрут завтра, как нечто, что сегодня актуально, а завтра перестает работать, и вы не поймете, как применить полученные навыки.

Маркетинг — это база, чья актуальность меняется медленно, так что вы сможете долго ею пользоваться и расти с опорой на нее.

Все, что я предлагаю, — это мой личный опыт и опыт нашей команды Tooligram, практиков, которые каждый день занимаются Instagram, поэтому здесь дается минимум воды и максимум пользы, выжимка результативных действий, так сказать; навыки, которые можно применять после прочтения каждой главы.

Раз уж мы владельцы сервиса, программы по раскрутке Instagram, то мы четко смотрим в будущее, постоянно анализируем тренды, и нам критично важно знать, что происходит на рынке, если заглядывать чуть вперед. Собственно, на основании этого мы стараемся лучше других следить за рынком, и нам не жалко поделиться своими навыками, наработками и открытиями с вами.

И самый важный аргумент — неоспоримый результат, а именно наличие у меня успешных бизнесов с миллионными прибылями, в том числе находящихся и в Instagram. Про многие кейсы я и расскажу в этой книге.

Для кого эта книга?

Есть несколько категорий людей, кому весь изложенный материал будет полезен прежде всего:

1. **НОВИЧКИ** — те, кто хочет освоить прибыльную профессию, кто понимает, что за соцсетями будущее, кто хочет удаленно зарабатывать деньги.

2. **МАРКЕТОЛОГИ**, которые ищут новые способы продвижения в Instagram; те, кто уже в теме, но нуждаются в свежих знаниях, работающих фишках, последних трендах. Научившись больше продавать и давать клиентам лучший результат, вы сможете получать больше прибыли.

3. **ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ**, которые занимаются развитием собственного бизнеса и ищут новые способы продаж. Instagram станет для вас источником заработка денег, а возможно, и основным источником продажи товара и получения прибыли.

4. **БЛОГЕРЫ**, которые развивают свои профили в соцсетях и стремятся выйти на топовые позиции. Вы сможете четко позиционировать свой блог, привлекать новых подписчиков и станете интересным рекламодателям.

5. **ЭКСПЕРТЫ**, создающие личный бренд в соцсетях. В этой книге вы найдете все инструменты, которые помогут создать полезный аккаунт и привлечь новых клиентов.

Для каждой из этих категорий читателей я буду приводить примеры и кейсы, чтобы наглядно показать, как работает методика «Ограбления Instagram».

С кем нам НЕ по пути?

1. С теми, кто ищет волшебную таблетку. Само по себе ничего не получится. Нужно усердно работать, чтобы добиться успеха. Если хотите результат, придется учиться, осваивать новые навыки. Мы и сами заряжены на это.

2. Со скептиками, которые вроде что-то делают, но у них ничего не получается. Они постоянно ноют, негативят, сбивают настрой других. На самом деле, такие люди — лентяи, отсюда и все их неудачи, в свою очередь порождающие скептицизм.

3. Тех, кто в год продает больше чем на 1 миллион долларов через Instagram, мы также не хотим видеть на этом курсе. Вас мы хотим видеть среди своих друзей и иметь возможность вместе делиться полезной информацией.

Кстати, почему некоторые люди не добиваются успеха? Хочу рассказать вам об одном интересном парадоксе: доказанный факт, что особенно интенсивно мозг человека развивается до 7 лет, а после начинается определенная стагнация. Это очень странно, не так ли, ведь происходит довольно рано. Конечно, это вовсе не значит, что дальше развитие не идет — идет каким-то образом так или иначе. Однако именно торможение является причиной, по которой некоторые люди не приходят ни к каким результатам в своей жизни. Все просто: если продолжать жить по накатанной, делать то, что делают другие, ни к чему особенно не стремиться, то возможностей реализовать свой потенциал становится все меньше и меньше. Для того чтобы выйти за эти рамки, «раскачать» свой мозг, начать расти, нам нужно обучение.

Помните, чтобы стать сильным специалистом и членом успешной команды, необходимо непрерывно работать над собой и оттачивать профессионализм.

Как получить от книги 100%?

Как сделать свое обучение и чтение этой книги максимально продуктивным и полезным? Ваша основная задача — полностью вовлечься в этот процесс, выполнять все задания вовремя, тогда результат не заставит себя ждать и вы получите нужный эффект.

Обязательно изучите глоссарий и основные определения. На протяжении всей книги я буду употреблять разные термины, и важно, чтобы вы понимали, о чем я говорю.

Обязательно выполняйте задания, которые идут под заголовком «ПРАКТИКА». Так вы сможете опробовать все то, о чем я рассказываю в теории. Безусловно, я не говорю, что нельзя читать дальше, если не выполнена практика, но нужно понимать, что вы заплатили деньги, чтобы получить максимум от книги, так что выполнение упражнений в ваших же интересах. Только вы ответственны за то, сколько в итоге сможете унести знаний и как будете применять их. Думаю, впрочем, что это очевидно.

Для того чтобы практика была эффективнее, выберите свой уже существующий бизнес или проект, на основе которого будете разбираться с теорией.

СОВЕТ: если у вас один бизнес, практикуйтесь на нем; если у вас несколько бизнесов или вы работаете как агентство, то выберите только один кейс и практикуйтесь на нем. Не берите сразу несколько проектов, чтобы не запутаться.

Если у вас нет продукта, то возьмите идею и проработайте бизнес, который хотели бы развить, следуя материалу книги. Еще один вариант: возьмите какой-нибудь популярный

на рынке продукт и практикуйтесь на нем. Например, то, что было интересным в прошлом году: розы в пробирках, беспроводные наушники, сумки на пояс. Наверное, не стоит брать самый популярный товар — он и так раскручен. Постарайтесь взять универсальный, но при этом вам лично интересный продукт.

Еще один важный пункт: поймите цели своего личного обучения и прочтения книги. Вы купили книгу, потратили деньги, потратите какое-то время, чтобы прочитать ее, проработать весь материал и научиться тому, что здесь описано. Но перед этим хорошо было бы понять, зачем вам это нужно. В идеале вы должны поставить себе конечную цель, промежуточным этапом в достижении которой и станет эта книга.

Попробую помочь вам и натолкнуть на некоторые цели. Возможно, постепенно для вас обозначатся и какие-то свои задачи.

1. Первое и самое простое — **вы хотите расширить свой кругозор**. Я знаю, что есть огромное количество людей, которые читают подобные бизнес-книги как раз для собственного развития. Если вы такой человек — здорово. Вам важно просто впитать то, что я говорю, воспринять информацию — и все. Это круто, что вы читаете подобные книги и расширяете пул своих знаний.

2. **Вам нужны знания**. Если вы ведете бизнес-аккаунты, агентскую деятельность, то наверняка вам важно получить новые знания и опыт, прокачать навыки, чтобы было проще находить клиентов.

3. **Вы заинтересованы в развитии своего дела**. Вы читаете книгу с целью увеличить доход или создать собственный бизнес с Instagram. Я думаю, таких в моей аудитории большинство. Вы