



אינסטגרם-הוראות לתפעול נכון/ מירב שביט

להיות שחקן טוב באינסטגרם, כשהמילה "שחקן" היא חשובה כי צריכה להיות עמדה לפני שמתחילים מחדש.

גם למי שחשוב שהאינסטגרם שלו לא משהו - זה לא מאוחר להתחיל לעשות סדר. אז הינה כמה כללים:

חשוב לדעת- שאם הקהל בישראל- החשיבה של גריד האינסטגרם יהיה חייב להיות מותאם לעברית ולאנגלית.

זאת אומרת

גריד כזה יתאים לעברית ולאנגלית





גריד כזה לא יתאים לעברית.



אז וזו החלטה ראשונה מה עדיף לעסק שלכם.

מה צריך לעשות?

לרכז חומרים: תמונות, לוגו, חומרים שטרם נעשה בהם שימוש, וכאלו שכן פרסמו בפלטפורמה אחרת, זאת אומרת שכל הפוסטים שאי פעם העלתם לפייסבוק, רלוונטים לאינסטגרם, ועם התאמות קלות, יהיה ניתן להשתמש בהם.

קונספט עסקי וייעוד לחשבון אינסטגרם:
חשיבה:

מה הפתרון והערך המוסף בשירותים שלכם: תתחילו ברשימה, ואחר כך לפתח ערך+ערך שלך רשימה- מה מיוחד בכם: עסק ותיק, שעות שונות לקבלת לקוחות, ייעוץ ייחודי



דוגמאות:







קידום עצמו מה לעשות כדי שיהיו לנו עוקבים?

אורגני

1. לחפש פרופילים שעוקבים אחרי מותג מתחרה

2. לעקוב אחרי העוקבים של אותו מתחרה

מעורבות- יוזרים בין 4000-6000 שהמוערבות גבוהה 500-600 לייקים ותגובות

לבדוק שזה לא יוזר סתמי (סוג של בוט)



על האלגוריתם
ברגע שיש מעורבות- אנחנו במעורבות גם עם העוקבים שלו- עם המעגל שלו.
מטרה -להיכנס לכמה שיותר מעגלים רלוונטים

שישה פרמטרים שקובעים

1. ענין- כמה לייקים , שיתופים שמירות, וכמות הזמן שיוזרים צופים בתמונה או בסרטון. לכן צריך שיהיה מענין, מרתק, עם פרטים קטנים, חשיבה.
2. טריות- עד כמה התוכן טרי. כמה זמן עבר, יש נטייה להראות תוכן חדש מאשר מלפני כמה שעות או ימים, זה מושפע מאופן השימוש של האפליקציה של היוזרים. חשוב לקחת בחשבון את זמני הפרסום שלנו. כמה הוא משתמש באינסטגרם, בהתאם לזה לתכן את זמני הפרסום
3. מערכות יחסים. אנשים במעגל הקרוב, אלו יהיו אנשים שמגיבים לנו לפוסט, או לוקשיין, ככה ניתן לחבר -על ידי תגובתיות שלנו, ליצור מערכות יחסים עם פרופילים שאנחנו מעריכים, כדי להיחשף למעגלים שלהם.
4. תדירות השימוש- כמה פעמים ביום- היוזר פותח את האפליקציה. מודגשת החשיבות למי אנחנו פונים.
5. אחרי מי היוזרים שלנו עוקבים, אם הם עוקבים אחרי 2000, אז לא תצליחו להגיע למעגלים שאתם רוצים. אבל אם הם עוקבים אחרי עוקבים שעוקבים אחרי עשרות אלפים-נצליח
6. אופן השימוש- איך הוא משתמש באינסטגרם- כמה זמן יוזר נשאר באינסטגרם, וכמה פעולות הוא עושה.

15-30 דקות ראשונות- הם אלו שקובעות את הצלחת הפוסט- פעילות גבוהה- והולכת ודועכת.
מה סדר הפעולות שצריך לפרסם:

- 1.ענין
 - 2.טריות
- החצי שעה הראשונה - ככל שיהיו יותר מעורבות- האלגוריתם יחשוף יותר את לתוכן.
זמן שהייה על הפוסט-ישפיע יותר על החשיפה האורגנית
- השטאגים** - ככל שנקפיד על איכותיים- שהאנשים האיכותיים גם משתמשים בהשטאגים האלו- מובילה את האלגוריתם לעבוד נכון עם קהל היעד שלנו.
- אנשים שעושים לנו לייקים- האלגוריתם מנתח מה נכון לכל יוזר ויוזר.
חשוב לחשוב על השטאגים- חשובים, ולבדוק כל פעם לבדוק השטאגים חדשים.

מגבלות באינסטגרם שאפשר לעשות

1. בכל שעה מותר לעשות 60 לייקים לא יותר
2. לא להגיב יותר מ 60 תגובות בשעה
3. לא לשלוח יותר מ 20 הודעות בשעה לאנשים שלא עוקבים אחריהם.
4. האשטגים- כללים: משתמשים כדי למצוא אנשים בתוך התחום, ולא במקומות אחרים. זה יטה את האלגוריתם לקהל יעד אחר. לבדוק כמה אנשים בתחום משתמשים, ולרענן.
5. שלושה סוגי השטאגים לפי מספרים:



שלושה השטאגים - עד מיליון פוסטים (רואים כמה יש על כל השטאג) יעלו הצעות מאותו תחום ולבדוק- יותר לעומק במה מקובל להשתמש.
שלושה השטאגים- 200000 פוסטים
ועוד שלושה השטאגים- עם מאות השטאגים.
המגבלה היא 30 - אך 9 חשובים ביותר הם אלו של שלושת הסוגים הללו
והשטאג אישי לנו.
והשטאג-על מה שיש בתמונה עכשיו (מוטיב שאינו חוזר)

- לכל אינטראקציה יש פוטנציאל יש שחקנים חשובים- חשוב לחזר אחריהם.
6. להשתמש במודעות הרגילות- לשלוח הודעה פרטים, welcome לעמוד.
7. תמיד ניתן להשתמש בהודעות פרטיות, כי אנשים צמאים למעורבות אמיתית.

סטורי הייליט

מאפשר להחשף יותר
ערך מוסף לעוקבים (מבצעים, דברים חדשים בעסק)
לגרום לחייך סופר חשוב ☺
משהו מעשיר חוויה

סטופמושן

וידאו
תמונה
איזה סוגי תוכן-לפי הסוגים שנקבעו מראש
רשימות של משימות-עם ערך
חשוב- תיוג לוקיישן
מנשן
עיתוי- מתי
לשתף לסטורי בפייסבוק

רוצים לתכנן את האינסטגרם שלכם- איתי?
התקשרו -073-7839393

מירב שביט

