

Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение  
средняя школа № 4 г.Бор

Конференция НОУ «Интеллект»

**Проект**

**«Инстаграм - перспективная бизнес площадка»**

Выполнила: Ученица 10 класса  
Ноздрякова Арина

Научный руководитель:  
учитель истории и обществознания  
*Максимова Юлия Михайловна*

2021 г.  
г. Бор

## Содержание

	Стр
Введение.....	3
1. Инстаграм– путь к успешному продвижению своего бизнеса .....	5
1.1 В чем заключается успех социальной сети инстаграм? .....	5
1.2 Инстаграмм: на пути к созданию идеальной медиа площадки .....	8
1.3 Ведение бизнеса в инстаграм – выгодное решение.....	13
2. Практическое значение инстаграма в жизни современного общества.....	16
Заключение .....	21
Список литературы .....	22
Приложения .....	23

## **Введение**

В наши дни все большую популярность набирают социальные сети. Большинство людей уже знают, что данные приложения можно использовать не только с той целью, чтобы выкладывать фотографии и делиться лайками, но и с той, чтобы хорошенько заработать.

Инстаграм сейчас — та соцсеть, которая предоставляет больше всего возможностей для развития собственных проектов и заработка. Удобный интерфейс, широкий выбор рекламных инструментов, представление информации в виде визуального контента – все это превозносит Инстаграм среди других социальных площадок и указывает на его перспективность в сфере бизнеса.

**Актуальность** заключается в том, что с пришествием интернета вся информация и ресурсы становятся цифровыми, а следовательно, и сфера бизнеса тоже. Умение использовать социальные сети в качестве продвижения своего малого бизнеса или какого-либо другого проекта будет необходимо для их успешной реализации.

**Цель** – проанализировать специфику бизнес-ресурсов инстаграма и представить конечный продукт - чек-лист продвижения бизнес-аккаунта в данной социальной сети.

### **Задачи проекта:**

1. Рассказать историю социальной сети Инстаграм
2. Выявить, почему данная социальная сеть так популярна среди людей в 21 веке
3. Рассказать людям о возможности заработка и продвижении бизнеса в инстаграм
4. Представить продукт на публику – чек-лист продвижения бизнеса

## 5. Сделать общие выводы

**Объект исследования:** социальная сеть Инстаграм

**Предмет исследования:** ресурсы для продвижения бизнеса данной площадки

**Гипотеза:** Инстаграм – это популярная и выгодная площадка для продаж

**Методы проекта:** наблюдение, опрос, изучение документации и литературы, сравнение, анализ и синтез

**Практическое значение работы:** чек-лист, разработанный специально для людей, которые задумываются о ведении бизнес-аккаунта.

### **Обзор литературы и источников:**

Для работы с данной темой я использовала различного рода электронные ресурсы (сайты, электронные библиотеки, онлайн руководства). Так как тема представляет собой что-то новое и связана с интернетом в целом, бумажных источников, а именно книг, к сожалению, не нашлось.

Все электронные источники содержат очень полезную и важную информацию. Объединяя информацию ото всюду, я получила полноценную исследовательскую работу.

Для составления чек-листа (проектного продукта) были взяты профили непосредственно из самой социальной сети Инстаграм: @cherkasovpage (аккаунт блогера Кирилла Черкасова) и @best\_brows\_studio (аккаунт Нижегородской студии взгляда best brows).

## **1. Инстаграм– путь к успешному продвижению своего бизнеса**

### **1.1 В чем заключается успех социальной сети инстаграм?**

Успех Instagram лишь подтверждает гипотезу о том, что нишевое размежевание — это будущее рынка социальных медиа. Как и предсказывали западные маркетологи, социальные сети начинают делиться не только по типу пользователей, как, например, LinkedIn (для профессиональных контактов), но и по типу контента, как, например, «визуалы» Pinterest и Instagram. Кстати, обе последние посвящены исключительно графическому контенту, но именно Instagram стал потрясающей историей успеха.

Инстаграм, появившись в 2010 году, мгновенно обрел многомиллионную аудиторию по всему миру. Название Instagram появилось не сразу. Первая версия, которую создатель задумывал как гибрид модного чекин-сервиса и онлайн-игры, называлась Burbn. Это название один из создателей придумал самостоятельно. Возможно, выглядит оно забавно, но не вызывает вопросов о переводе. Сразу понятно, что проект назван создателем в честь его любимого напитка – бурбона.

А вот у слова Instagram перевод понятен далеко не каждому. Появилось оно уже после того, как из приложения удалили лишние опции, оставив только основное – редактирование и публикацию фото, геолокацию, возможность оставления лайков и комментариев.

У слова Instagram перевод на русский отсутствует. Причин тому две:

1. название составлено из двух английских слов, то есть, является сокращением или аббревиатурой;
2. название является именем собственным, поэтому переводу не подлежит.

Поскольку упор делался именно на быстрое создание красивых фотографий и их постинг, программе потребовалось новое название, которое

отражало бы ее суть. И оно нашлось, а точнее, было составлено Майком и Кевином из двух слов:

- ✓ instant – мгновение, миг;
- ✓ telegram – телеграмма, сообщение.<sup>1</sup>

«Мгновенная телеграмма» — это как нельзя лучше подходит для данного приложения. Это сокращение стало брендом, под которым бесплатное приложение завоевало всемирные Цели, для которых создавался Инстаграм.

Люди, ни разу не открывавшие соцсеть, задаются вопросами про Инстаграм – что это такое и зачем он нужен. Существует три основные цели, из-за которых пользователи регистрируют учетные записи и регулярно в них авторизуются:

- ✓ Потребность в общении с друзьями, знакомыми. Знакомства с новыми людьми, поиск клиентов. Пользователи подписываются на страницы знаменитостей, медийных личностей, обсуждают последние новости в сообществах, пабликах.

- ✓ Потребность зарабатывать деньги. Для этого владельцы организаций создают бизнес-профили магазинов, салонов красоты, косметологии и прочее. В результате хозяева организаций делятся с клиентами результатом работы, продвигают бренд рекламными кампаниями и так далее.

- ✓ Получение актуального контента из медийной сферы. В соцсети много профилей медийных личностей, журналистов, актеров. Крупные общества и средства массовой информации регулярно постят познавательный контент.<sup>2</sup>

Instagram – социальная сеть, рассчитанная на продвижение товаров, общение людей между собой, обмен мнениями и распространение

---

<sup>1</sup> [www.instagramer.info](https://www.instagramer.info/pomoshh/chtotakoe-instagram-prostymi-slovami-zachem-nuzhen-kak-vyglyadit-v-telefone-cht oznachet-slovo-instagram). [Электронный ресурс].-URL: <https://instagramer.info/pomoshh/chtotakoe-instagram-prostymi-slovami-zachem-nuzhen-kak-vyglyadit-v-telefone-cht oznachet-slovo-instagram> (Дата обращения: 12.01.2021)

<sup>2</sup> Там же.

фотографий со всей планеты. Пользователи делятся публикациями, подписываются на популярные теги, смотрят чужие фотографии, листая ленту новостей.

Таким образом, мы разобрались, в сущности, Инстаграм, узнали, что это такое. Выяснилось, что кто-то просто делится фото с друзьями, а кто-то использует соцсеть как аналог журналов или телевидения. Сейчас Инстаграм – популярная, но безобидная платформа в интернете, на которую приходит все больше людей.

Instagram – это относительно недавняя разработка, и не так много исследований, которые в первую очередь ориентированы на платформу. Instagram является эффективным инструментом для достижения потребителей. В настоящее время ведущие бренды используют Instagram в качестве маркетингового канала. Он работает безупречно на мобильных телефонах, поскольку приложение было разработано первоначально для мобильных телефонов. Он имеет простую в использовании платформу с минимальным разговором. Добавляя к этому, изображения на Instagram имеют более долгую жизнь, чем на любых других социальных медиа.

## 1.2 Инстаграмм: на пути к созданию идеальной медиа площадки

6 октября 2010 года Кевин Систром и Майк Кригер запустили бесплатное приложение для обмена мобильными фотографиями Instagram. Джесси Хемпел, ведущий колумнист издания WIRED, посвященного бизнесу и технологиям, утверждает, что запуск данного стартапа произошел одновременно с появлением смартфонов у большей части пользователей Сети и массовым запросом аудитории Интернета на визуальную коммуникацию. Уже в декабре 2010 года на ресурсе зарегистрировался 1 млн. человек, а к 2011 году количество пользователей Instagram увеличилось в 10 раз и на ресурсе было размещено 150 млн. фотографий. В 2011 году в Instagram были добавлены мгновенные фильтры и хэштеги и компания Apple в 2011 году назвала Instagram «приложением года».<sup>3</sup>

С 2011 года проект подвергался модернизации, улучшались его характеристики:

Добавились малоизвестные на тот момент теги, которые уже изживали себя.

В том же 2011 году появился встроенный редактор фотографий, а спустя год владельцы Андроид тоже смогли загружать социальную сеть на свои устройства. В первый день премьеры приложение загрузили более миллиона человек.

Именно в 2012 году Инстаграм становится собственностью корпорации Фейсбук. В конце года изменились правила социальной сети, из-за которых произошел отток людей в размере 25%. Это произошло еще и из-за того, что поменялся дизайн и пользователям не понравилось, как выглядит Инстаграм. Однако, несмотря на этот факт, наиболее активное развитие ресурса началось в 2012 году, когда Instagram был приобретен компанией Facebook и ресурс вышел на международный уровень. Этот момент можно считать началом эры Instagram-фотографии, которая повлияла на визуализацию контента, в целом,

---

<sup>3</sup> [www.gruzdevv.ru](http://www.gruzdevv.ru). [Электронный ресурс].-URL: <https://gruzdevv.ru/stati/kto-i-kak-primamal-instagram/> (Дата обращения: 12.01.2021)



в сети Интернет. Программа изначально была рассчитана на технику марки «Apple», однако впоследствии разработчиками была создана версия приложения для «Android», и за сутки программа была скачена более миллиона раз. В 2012 году каждую секунду в Instagram добавлялся 81 комментарий и ставилось 575 отметок «Лайк». Важно заметить, что в том же 2012 году пользователи проводили в Instagram 257 минут в месяц, что на полтора часа больше чем время, которое они проводили в Twitter. Сегодня эта разница выросла в разы и популярность Twitter уходит в прошлое, что связано с растущей популярностью визуальных блогов.<sup>4</sup>

Развитие интерфейса Instagram происходило постепенно и происходит до сих пор. Так, в момент запуска в Instagram можно было размещать фотографии, комментировать их и ставить отметки «Лайк». Через некоторое время на ресурсе появилась возможность указывать свое местоположение — функция «геолокация», которая окончательно заменила платформу Foursquare и она была удалена из AppStore. Популярность ресурса продолжала расти быстрыми темпами и стало понятно, что он может конкурировать с интегрированными социальными платформами, такими как Facebook и ВКонтакте. Поэтому вслед за «геолокацией», добавились функции «отметить пользователя» — поставить ссылку на другого пользователя Instagram прямо на фотографии. В 2014 году появилась функция сообщения в «директ» — личные сообщения, и автоматическая кросс-платформенная связь с другими социальными сетями. В 2013 году разработчиками Instagram было добавлено 15-секундное видео, а в 2016 году максимальная длина видео увеличилась до минуты.<sup>5</sup>

Спустя год разрешено заводить две страницы и переключаться между ними нажатием по никнейму. Происходят крупные изменения дизайна, которые понравились пользователям.

---

<sup>4</sup> [www.instagrammer.info](http://www.instagrammer.info). [Электронный ресурс].-URL: <https://instagrammer.info/pomoshh/chtotakoe-instagram-prostymi-slovami-zachem-nuzhen-kak-vyglyadit-v-telefone-cht oznachaet-slovo-instagram> (Дата обращения: 12.01.2021)

<sup>5</sup> Там же.

Спустя два года тишины разработчики придумали способ привлечь предпринимателей. Теперь владельцы компаний могли перенаправлять потребителей на сайты клавишей «Узнать больше», добавилась функция бизнес-страницы.

В 2017 в соцсеть разрешено постить несколько снимков в карусели. В Instagram пользователи могут бесплатно создавать собственные профили и выкладывать на них фотографии квадратной или прямоугольной формы. Для того, чтобы стать участником приложения, нужно придумать «никнейм» и ввести адрес электронной почты. Остальную информацию можно добавить по желанию: пол, краткое описание страницы и настоящее имя. Также, помимо фотографий, размещенных в «профиле», пользователь может создать «фото профиля», которые будет отображаться рядом с его «никнеймом». В Instagram существует возможность блокировки, когда профиль пользователя может просматривать только тот, кто получил на это разрешение владельца. Также на этом ресурсе у пользователя есть 2 группы людей в профиле: подписчики и подписки. Снимки людей, на которых человек подписан, появляются в его «Ленте новостей». До 15 марта 2016 года в ленте Instagram публикации показывались по времени их выкладывания. Теперь первыми в вашей ленте появляются публикации, которые в первый час выкладки получили максимальный отклик у аудитории. Чем больше социальных сигналов (лайков, комментариев) о том, что пост интересен, тем выше он в ленте ранжирования. Чтобы ваш пост понравился читателям, нужно публиковать качественный контент – интересные видео, фото, содержательные описания, который интересно читать или рассматривать.

Сначала необходимо полностью изучить стратегию ведения аккаунта в Instagram. Совокупность необходимых действий: изучение целевой аудитории и конкурентов, формирование уникального торгового предложения, подбор визуальных компонентов, позиционирование аккаунта и привлечение рекламных компаний, лидеров мнения.

С момента своего появления Instagram набрал более 400 млн. пользователей по всему миру, ежедневно в нем размещается 80 миллионов фотографий, а число активных пользователей в месяц достигает 90 миллионов. Разработчики постоянно обновляют набор фильтров для фотографий, а в 2014 году в Instagram появился фоторедактор, приближенный к профессиональному. Также в Instagram появился абсолютно новый формат видео похожий на GIF-картинку — Boomerang — одно и тоже короткое действие повторяется бесчисленное количество раз.<sup>6</sup>

Среди всех существующих социальных сетей Instagram имеет самый высокий уровень вовлеченности пользователей — 1,08%. К примеру, уровень вовлеченности Facebook составляет лишь 0,37%, несмотря на то, что ежемесячная аудитория Facebook практически в 3 раза превышает аудиторию Instagram. А также динамика роста аудитории Instagram является феноменальной — Артем Сенаторов, SMM-эксперт и специалист по продвижению брендов в социальных сетях, заявляет, что ни один Интернет-проект не удваивал свою аудиторию каждый год на протяжении 4 лет. В 2013 году аудитория Instagram была 150 млн. людей, в 2014 — 300 млн., в 2016 году — более 400 млн. пользователей.<sup>7</sup>

Таким образом, Instagram представляет собой фото-ресурс с простым функционалом и большой активной аудиторией по всему миру — 75% аудитории Instagram находится за пределами США. В нем пользователи могут размещать фотографии, видео, делать отметки на карте и редактировать фотографии в режиме Онлайн. Далее мы рассмотрим особенности российского пространства Instagram и то, как бренды используют Instagram в качестве инструмента рекламы и маркетинга.

---

<sup>6</sup> www.studbooks.net [Электронный ресурс].-URL: [https://studbooks.net/2050191/marketing/instagram\\_sotsialnyy\\_marketingovyy\\_fenomen](https://studbooks.net/2050191/marketing/instagram_sotsialnyy_marketingovyy_fenomen) (Дата обращения: 12.01.2021)

<sup>7</sup> www.instagram.com [Электронный ресурс].-URL: <https://www.instagram.com/press/> (Дата обращения: 12.01.2021)

Сейчас аудитория Инстаграма насчитывает более миллиарда человек, 300 миллионов из которых онлайн ежедневно. Пассивные и фейковые страницы не участвуют в этом подсчете. Доступ к социальной сети есть через любые устройства, как стационарные, так и мобильные. В веб-версии Инстаграм обладает меньшим функционалом из-за того, что изначально был создан как социальная сеть для мобильных устройств.

Спустя три года несколько раз менялся дизайн, добавлялись новые функции, сторис. Инстаграм продолжает развиваться в положительном ключе.

### 1.3 Ведение бизнеса в инстаграм – выгодное решение

Сегодня Инстаграм — маст-хэв<sup>8</sup> для каждого. Если у бизнеса нет профиля в Инстаграм, компания упускает часть рынка и отдает свою аудиторию конкурентам. Это создает и невероятный спрос на рекламу в социальной сети.

Приведем 7 основных причин, почему инстаграм-бизнес — это выгодно и эффективно:

✓ Показать лицо бренда. С Инстаграм можно сделать связь с клиентами более личной.

✓ Репутация эксперта. Доносите полезную информацию до вашей аудитории, зарабатывайте репутацию эксперта и тем самым повышайте лояльность к бренду.

✓ Сбор данных. Социальная сеть предоставляет множество инструментов для сбора данных о ЦА и ее предпочтениях, что позволяет изучать своих клиентов и более тонко взаимодействовать с ними.

✓ Генерация трафика. Инстаграм может выступать эффективным источником трафика на сайт, блог и аккаунты в других соцсетях.

✓ Активные продажи. Instagram позволяет эффективно доносить УТП, оперативно уведомлять об акциях, а возможность красивой подачи стимулирует пользователей на импульсивные покупки.

✓ Высокий уровень вовлеченности, правильно созданные креативы позволяют вовлекать пользователей, создавать вирусный контент и всегда оставаться на виду.

✓ Показы в режиме реального времени. В Инстаграм есть возможность запускать прямые трансляции, что пригодится для многих

---

<sup>8</sup> Что-то, что обязательно должно быть. В переводе с английского «маст» (must) означает «обязан», а «хэв» (have) – «иметь».

направлений бизнеса. Кроме того, с их помощью можно проводить викторины и различные конкурсы.<sup>9</sup>

Ключевая функция Instagram – это общение. Но в данный момент Instagram является одной из главных торговых площадок, которая пользуется большим спросом, а активная аудитория постоянно растет. Пользователи не только выкладывают фото и делятся своими впечатлениями, но и подписываются на паблики, следят за жизнью других людей, совершают покупки.

**Паблик.** Контент данной страницы принадлежит определенной тематике: кулинарии, моде, правильному питанию, лайфхакам и т.д. Паблик представляет собой онлайн-журнал, который формирует отношение пользователя к определенным вещам, брендам или продуктам.

**Личная страница.** Данная страница оформлена в виде обычного профиля, но отличается большим числом подписчиков и интересным контентом. Владельцы данных страниц называются блогерами. Блогер определяет свою нишу, в которой хорошо разбирается: питание, спорт, воспитание детей, мода и красота, путешествия, обзоры, профессиональная карьера (фотографы, свадебные организаторы, маркетологи). И формирует свой контент под данную аудиторию.

**Магазин.** Инстамагазин – самый банальный способ монетизации аккаунта в данной социальной сети. Множество товаров можно продавать с помощью платформы Instagram: одежда, аксессуары, косметика, товары для детей и товары ручной работы. Владелец данного аккаунта публикует у себя в профиле фотографии или видео товара и описание услуги, с указанием хэштегов и геопозиции.

Многие источники утверждают, что данный аккаунт нужно разбавлять

---

<sup>9</sup> www.instaplus.me [Электронный ресурс].-URL: <https://instaplus.me/blog/instagram-business/> (Дата обращения: 12.01.2021)

своими собственными фотографиями и общаться с аудиторией, чтобы не создавалось ощущение анонимности. Так же не стоит забывать выкладывать бекстейджи, записывать Stories и проводить прямые эфиры. Аудитория, подписавшаяся на такой аккаунт, ждет информацию о новых товарах и акциях. Нужно быть активным владельцем, чтобы стать более популярным инстамагазином.

**Бренд–аккаунт.** Контент данного аккаунта идеально подходит для известных брендов, их основная цель – это сиюминутная продажа, формирование лояльности аудитории, повышение узнаваемости, а монетизация – цель на перспективу.

Визуально аккаунт должен привлекать внимание, показывать ценности бренда, раскрывать его особенности.

**Инста–лендинг.** Самый не привлекательный и худший вид аккаунта, который имеет место быть в ситуации, когда нужно прорекламировать какой–либо моно–продукт или конкретное мероприятие. На данной странице выкладывают фотографии с призывом к конкретному действию. Выглядят чаще всего, как единая картинка, собранная из 9, под каждой фотографией есть описание, где четко описывается какая–то информация, а в «шапке» профиля краткая информация и ссылка на сайт. Такой тип страницы одноразовый и неэффективен с точки зрения органического трафика, так как контент не обновляется, все фото загружены в один момент и новые пользователи без рекламы вас не найдут. Instagram – это платформа, в пределах которой любая компания может быстро и эффективно начать продавать свои товары или услуги.

## **2. Практическое значение инстаграма в жизни современного общества**

Для доказательства актуальности данного проекта был проведен опрос с помощью анкетирования. Было опрошено более 100 (ста) человек разной возрастной категории (от 14 до 45 лет). Было задано 3 вопроса с предложенными вариантами ответов «да» / «нет».

### **Вопросы для исследования:**

1. Пользуетесь ли вы социальной сетью Инстаграм?
2. Знали ли вы о возможности заработка на этой платформе?
3. Хотели бы вы узнать больше о бизнес-ресурсах инстаграма и продвижении своего аккаунта?

### **Результаты опроса:**

Более 70% опрошенных ответили «Да» на все 3 вопроса. 97% опрошенных пользуются социальной сетью Инстаграм, но лишь 72% знают о возможности заработка на этой платформе. Данный опрос одновременно доказывает актуальность темы и гипотезы проекта. (*Приложение 1, рис. 1, 2, 3*)

Исходя из опроса, можно сделать выводы:

1. Людям в 21 веке интересно узнать о возможности заработка и ведения бизнеса удалено, как раз, например через социальную сеть Инстаграм.
2. Несмотря на разный возрастной диапазон, большинство людей современного общества знают и пользуются социальной сетью Инстаграм.



3. Многие люди знают о возможности заработка, но не знают, как правильно осуществить их задумку, так как им не хватает дополнительной информации, которую стоит направить в умения.

Для того чтобы понять, как нужно действовать, чтобы бизнес-проект был успешно реализован, необходимо проанализировать некоторые странички уже популярных блогеров/брендов.

Для анализа были взяты 2 странички из инстаграма, которые представляют два из возможных вариантов ведения бизнес-аккаунта.

### **1. Личная страница/блогер**

Для рассмотрения данного вида ведения бизнес-аккаунта в инстаграм была взята страница популярного инста-блогера и музыканта Кирилла Черкасова ([@cherkasovpage](#), 401тыс. подписчиков на момент обращения (24.01.2021))

Блогер представляет аудитории лайфстайл аккаунт (рассказывает о своей жизни, работе, путешествиях и т.д.). Обратим внимание на шапку профиля. (*Приложение 2, рис. 1*). Все четко и никакой лишней информации. Предоставлены контактные данные для бизнес-предложений/рекламы. Далее идут «актуальные», в них блогеры оставляют не только актуальную информацию, но и полезные советы или хорошие воспоминания. (*Приложение 2, рис. 2,3*). Важно помнить, что «актуальные» также должны быть аккуратно и стильно организованы, ведь они отражают вас и должны привлекать внимание пользователей. Следующее на очереди – контент профиля. (*Приложение 2, рис. 4, 5*). Посты должны быть организованы, нести максимально интересную и полезную информацию. Контент-план – основополагающая успешного бизнес-аккаунта. Его нужно уметь правильно составлять, чтобы пользователям вы запомнились, как очень перспективный блогер. Основной заработок «на блогинге» заключается, конечно же в

рекламе каких-либо продуктов. На примере страницы Кирилла мы можем заметить рекламные посты. (*Приложение 2, рис. 6*). К сожалению, для прибыльного осуществления рекламы необходимо иметь как минимум 10 тысяч подписчиков на аккаунте.

## 2. Магазин/услуги

Рассмотрим аккаунт студии, которая предлагает косметические услуги, а именно оформление бровей и ресниц. Подобные аккаунты пользуются большим спросом, так как большинство девушек, в стремлении быть красивыми 24/7, узнают о мастерах благодаря инстаграму. Аккаунт Нижегородской студии взгляда *best brows* ([@best brows studio](#), 1950 подписчиков на момент обращения (24.01.2021))

Сразу, что бросается в глаза, так это очень привлекательная аватарка.<sup>10</sup> Подобные аккаунты заморачиваются по полной, в том числе делают яркий акцент на аватарке профиля. (*Приложение 3, рис. 1*). Следующее, что мы замечаем, это четкая и конкретная информация в шапке профиля (что конкретно предлагает магазин/сфера услуг, адрес, маркетинговый ход – привлекательная цитата). (*Приложение 3, рис. 1*). «Актуальные» на данных аккаунтах предоставляют всю необходимую информацию (цены, адрес, виды услуг/товаров, процесс работы, рубрики вопрос-ответ и т.д.). (*Приложение 3, рис. 2,3*). Контент и посты аккаунта проработаны четко по плану, ведь ведение не только информативной, но и внешне эстетической ленты, требует многих усилий. На примере студии *best brows* мы можем увидеть всю красоту и аккуратность ведения профиля. (*Приложение 3, рис. 4,5*). Эта привлекательность и является успешной реализацией и продажей своих услуг/товаров. Говоря простым языком, потребители видят красивые картинки и их желание приобрести данный товар или услугу возрастает в несколько раз.

---

<sup>10</sup> Графическое или фотоизображение пользователя социальной сети.

Итак, разобравшись на примерах конкретных страничек, которые уже набрали неплохую аудиторию и зарабатывают с помощью инстаграм продвижения, можно составить чек-лист, который нацелен на усовершенствование уже созданного бизнес-аккаунта. Чек-лист прежде всего для малого и среднего бизнеса, для тех, кто хочет знать, как раскрутить инстаграм самому. Данными рекомендациями могут также пользоваться люди, которые только планируют создать и продвигать свой аккаунт в инстаграм.

### **1. Грамотное заполнение шапки профиля**

Для хорошей, а самое главное привлекательной шапки профиля необходимо указывать только самое главное о вас или же вашей компании. Расскажите кто вы, что представляете/показываете/рассказываете, откуда вы, поставьте хэштеги, оставляйте ссылки на ваши сайты и т.д.

### **2. Правильное построение контент-стратегии**

Проанализируйте, какие посты в вашем профиле получают максимальную отдачу, какие темы подписчикам интересны больше. Публикуйте инстаграм-истории, выделяйте актуальные, ваш контент – основа успешности реализации вашего профиля. Немало важное место занимают постановка хэштегов и геолокации. Это поможет намного быстрее раскрутить аккаунт.

### **3. Улучшение показателей вовлеченности**

Необходимо провести анализ соотношения лайков/комментариев с количеством подписчиков. Выявить наилучшее время для публикации поста, найдите пик активности аудитории (исследования предлагают делать

это ранним утром, либо же поздним вечером). Проявляйте актив в историях, выставляйте опросы, просите ставить реакции (функция в историях инстаграм). Используйте рекламу как от самого инстаграма, так и от блогеров, в целях продвижения и раскрутки вашего аккаунта.

#### **4. Улучшение качества визуального контента**

Ведите ваш профиль эстетически приятно, зачастую рекомендуют вести профиль в одной цветовой палитре (фильтре). Используйте различные приложения, которые разработаны для ведения страниц в инстаграме. Умейте совмещать несовместимое, проявляйте всю свою креативность. Ваш профиль – ваш личный дом, вы можете делать все, что захотите. Возможно, именно вы откроете какой-нибудь новый тренд на фото)

Данный чек-лист (*Приложение 4, рис. 1*) представляет собой лишь рекомендации, следуя которым вы можете добиться результата, но это не означает, что вы не можете самостоятельно принимать решения в продвижении вашего профиля. Instagram сегодня – это не просто социальная сеть для общения, а настоящая торговая площадка, на которой можно развернуть свое дело, работать и хорошо зарабатывать. На самом деле, идей для заработка в "Инстаграме" намного больше представленных выше. Поэтому главное – найти ту идею деятельности или бизнеса, с которой вам будет просто и интересно работать. В таком случае бизнес в "Инстаграм" принесет удовольствие.

## Заключение

В результате изучения данной темы я узнала о многих тонкостях работы с бизнес-ресурсами в социальной сети Instagram. Я считаю, что с содержимым данного проекта должен ознакомиться каждый человек, который ведет свой бизнес, либо же ищет способ заработка в интернете.

В ходе проекта были выполнены все поставленные задачи. Я проанализировала специфику бизнес-ресурсов инстаграма и представила конечный продукт- чек-лист продвижения бизнес-аккаунта в данной социальной сети.

Работать с большим объемом информации оказалось не так уж и просто, но результатом упорной и долгой работы стал данный проект и его продукт – чек-лист, который нацелен на предоставление людям рекомендаций ведения бизнес-аккаунта.

В дальнейшем я сама планирую создать и усердно работать над своим бизнес-аккаунтом. Я уже поставила себе конкретные цели, которых хочу добиться к концу 11 класса, а также начинаю двигаться в том направлении, для достижения максимально полезного эффекта. Я считаю будущее только за социальными сетями, а именно интернет-бизнесом. Надеюсь, данный проект будет полезен в изучении многим людям, особенно молодому поколению в возрасте от 13 до 20 лет.

## Список литературы

### Литература:

- Горюнова Е.Ю. Стоит ли продвигать свой бизнес при помощи Instagram // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2016. № 40-1;
- Фаттахова Г.Ф. Социальная сеть Инстаграм – современная площадка для развития и продвижения бизнеса // ScienceTime. 2015. № 11 (23);

### Электронные ресурсы:

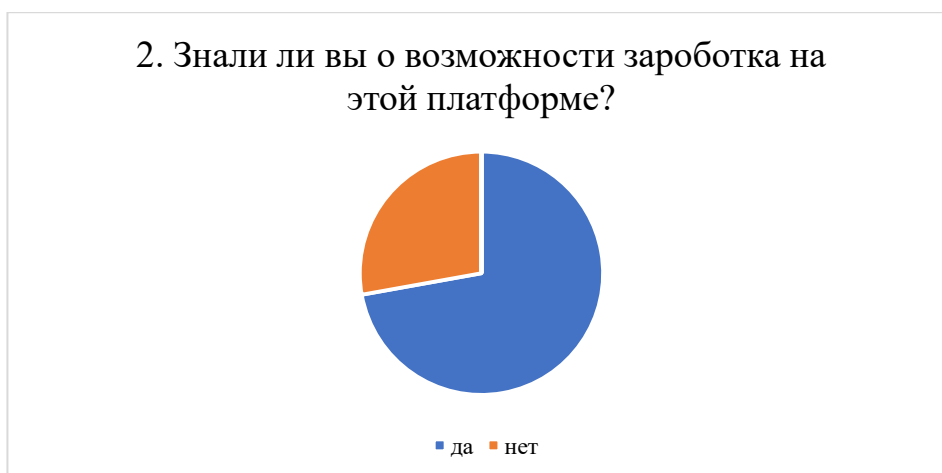
1. Интернет-торговля вытесняет традиционные магазины [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2015/02/03/torgovlya.html> (дата обращения: 23.11.2020);
2. Кто и как придумал Инстаграм: история создания социальной сети [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://gruzdevv.ru/stati/kto-i-kak-pridumal-instagram/> (Дата обращения: 06.10.2020);
3. Официальная пресс-служба Инстаграм [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.instagram.com/press/> (Дата обращения: 12.01.2021);
4. Электронная коммерция в России: тренды рынка, предпочтения покупателей и прогнозы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://netology.ru/blog/403-rif-2014-rynok-elektronnoy-kommercii-v-rossii> (Дата обращения 09.01.2021)
5. Инстаграм простыми словами и зачем он нужен [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://instagrmer.info/pomoshh/что-такое-instagram-prostymi-slovami-zachem-nuzhen-kak-vyglyadit-v-telefone-что-означает-slovo-instagram> (Дата обращения: 12.01.2021)
6. Лаборатория интернет маркетинга «Кто и как придумал инстаграм [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://gruzdevv.ru/stati/kto-i-kak-pridumal-instagram/> (Дата обращения: 12.01.2021)

## Приложения

*Приложение, рис.1. «Результаты социального анкетирования среди людей 14-45 лет по вопросу: пользуетесь ли вы социальной сетью инстаграм?»*



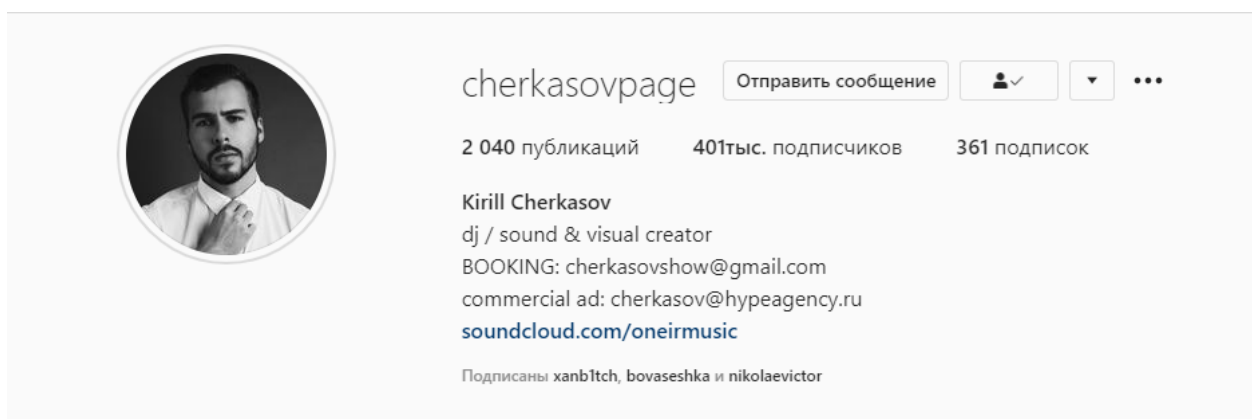
*Приложение 1, рис.2. «Результаты социального анкетирования среди людей 14-45 лет по вопросу: знаете ли вы о возможности заработка на этой платформе?»*



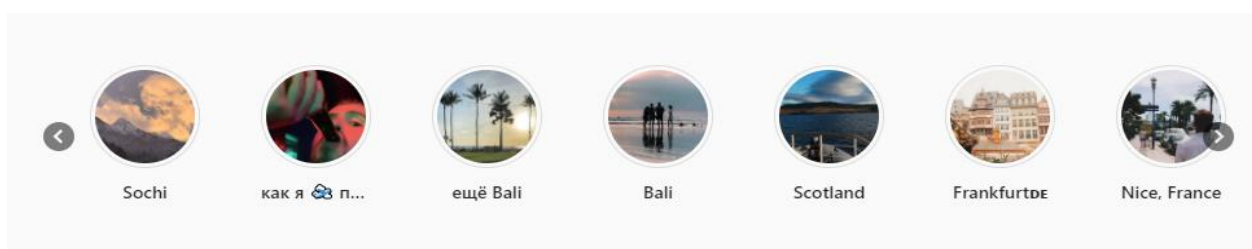
Приложение 1, рис.3. «Результаты социального анкетирования среди людей 14-45 лет по вопросу: хотели бы вы узнать больше о бизнес ресурсах Инстаграм?»



Приложение 2, рис.1 «Шапка профиля Инстаграм аккаунта Кирилла Черкасова – блогера»

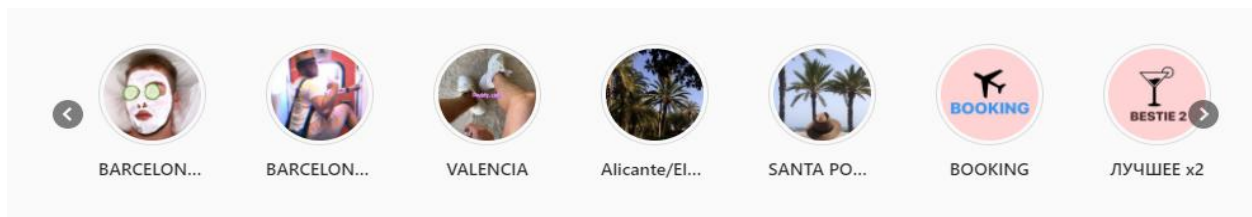


Приложение 2, рис. 2 «Актуальные профиля блогера Кирилла Черкасова»

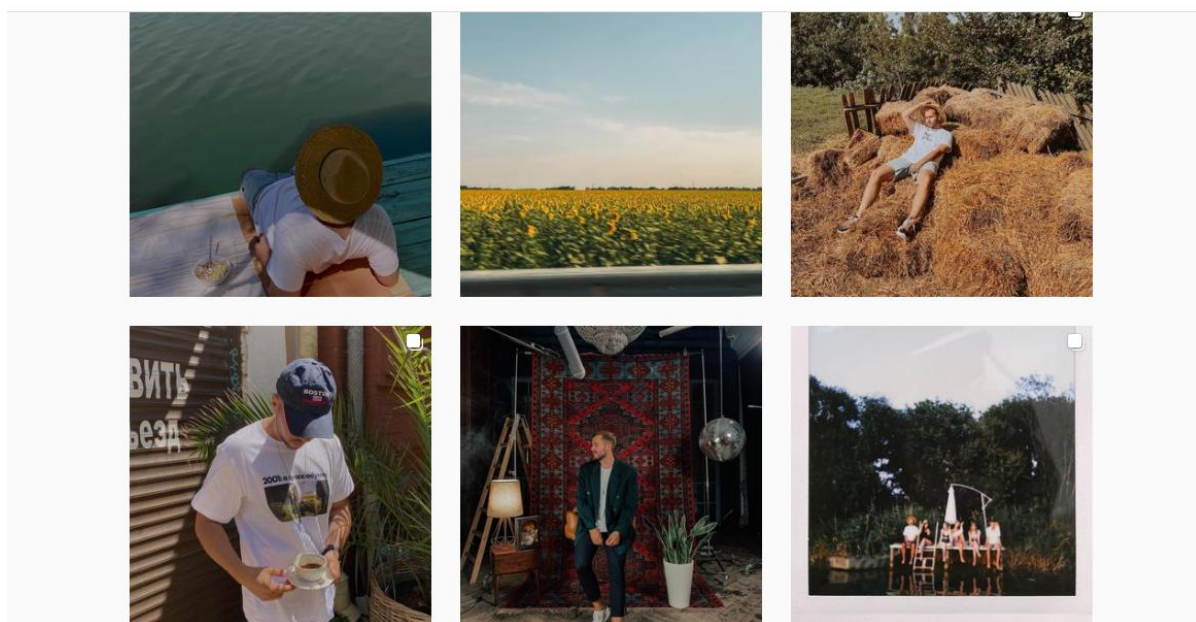




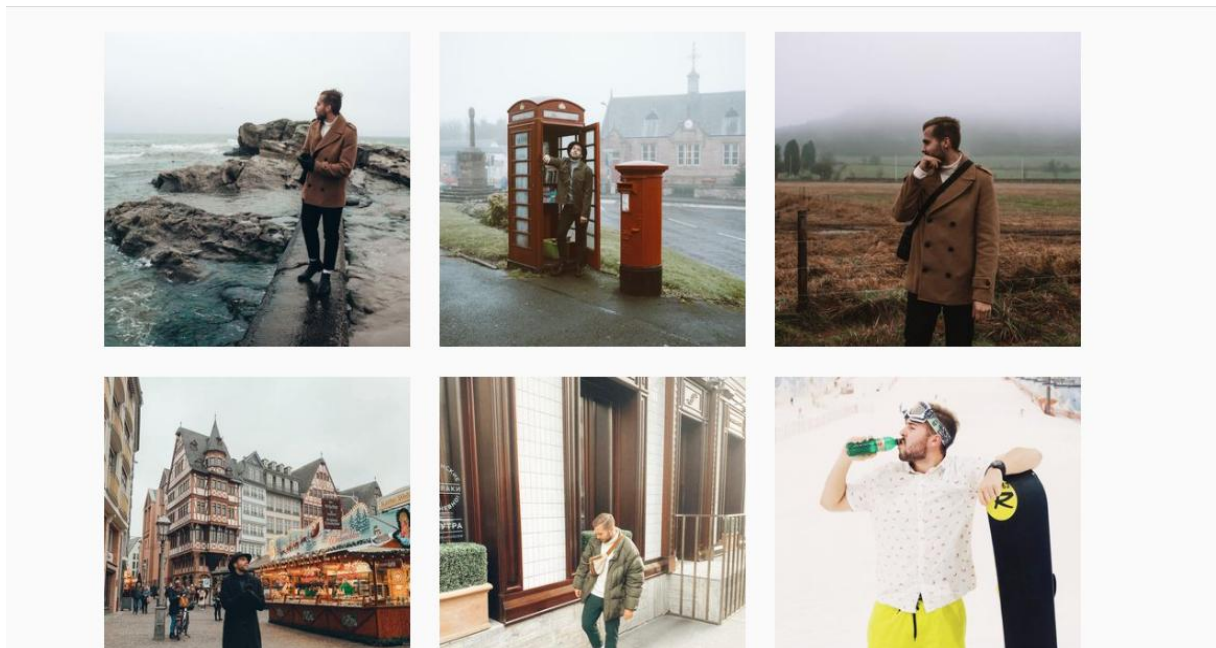
Приложение 2, рис. 3 «Актуальные профили блогера Кирилла Черкасова»



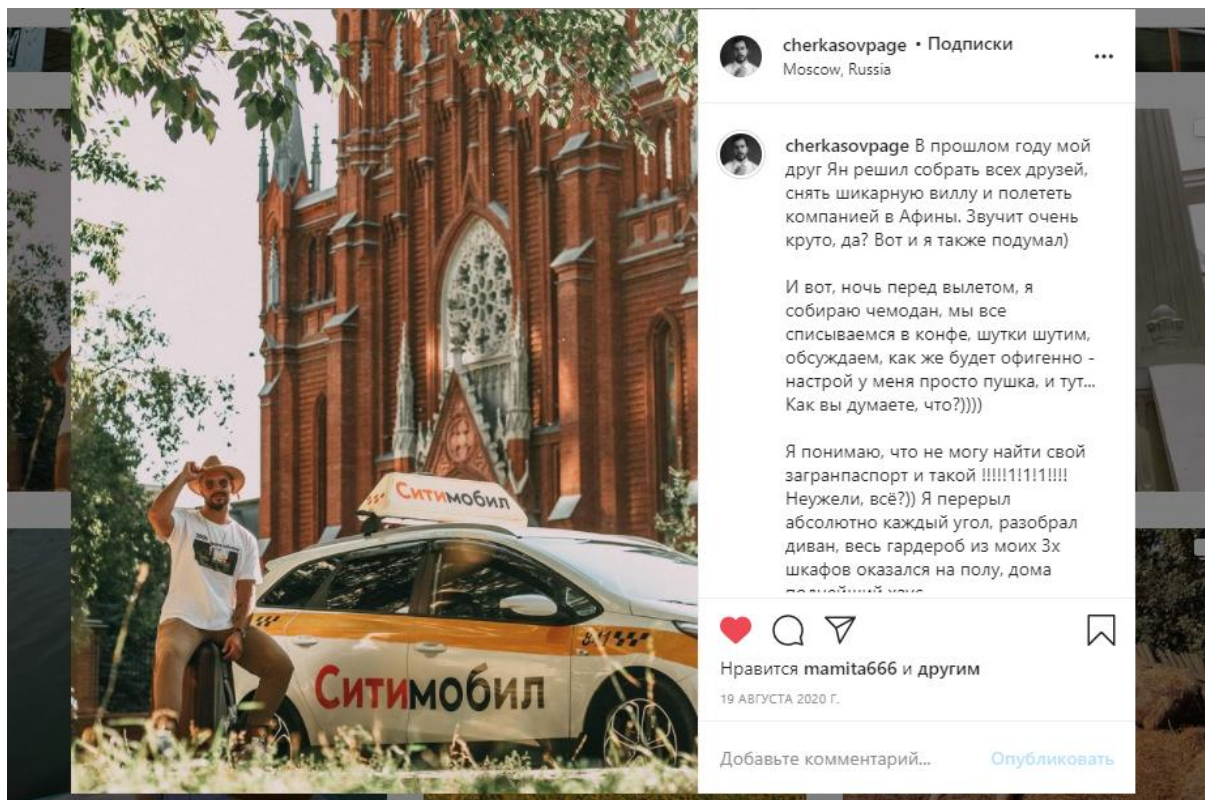
Приложение 2, рис. 4 «Публикации в профиле блогера Кирилла Черкасова»



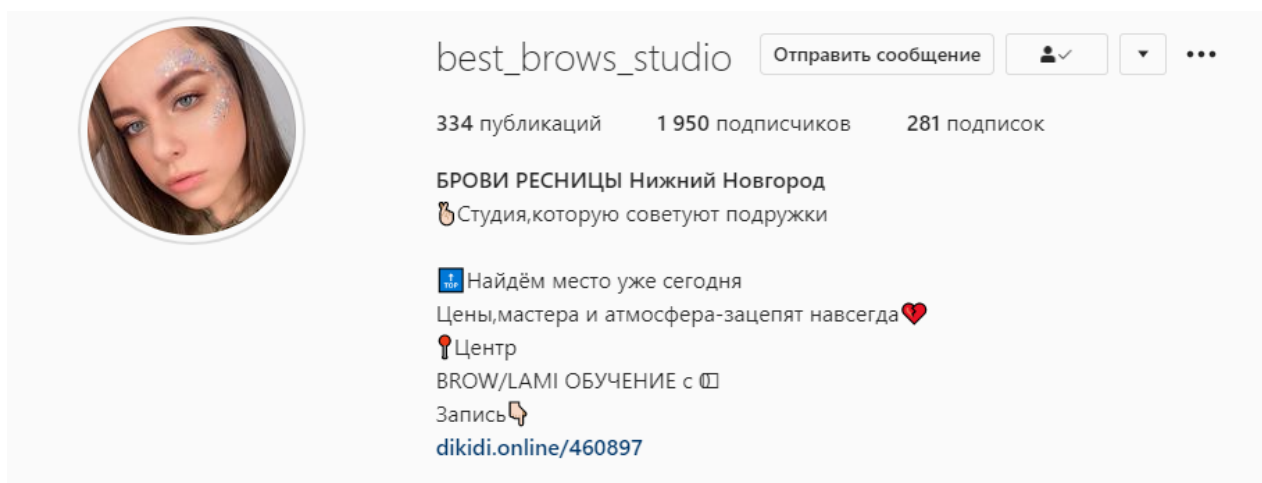
Приложение 2, рис. 5 «Публикации в профиле блогера Кирилла Черкасова»



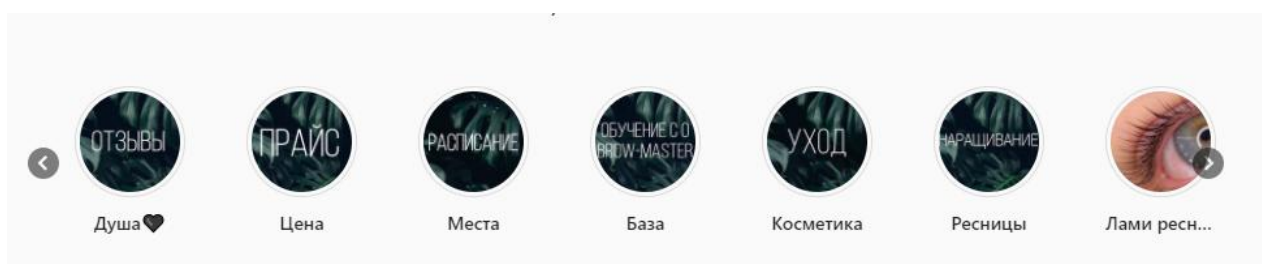
Приложение 2, рис. 6 «Рекламная публикация в профиле блогера Кирилла Черкасова»



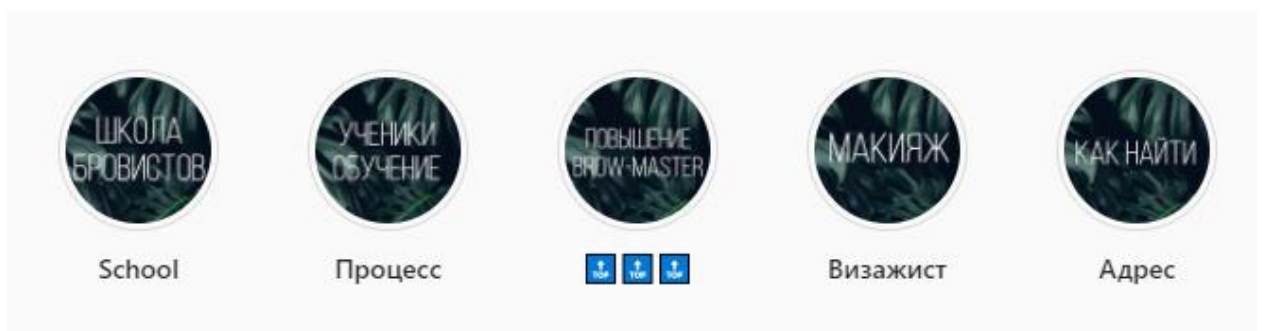
Приложение 3, рис. 1 «Шапка профиля инстаграм аккаунта Нижегородской студии взгляда best brows»



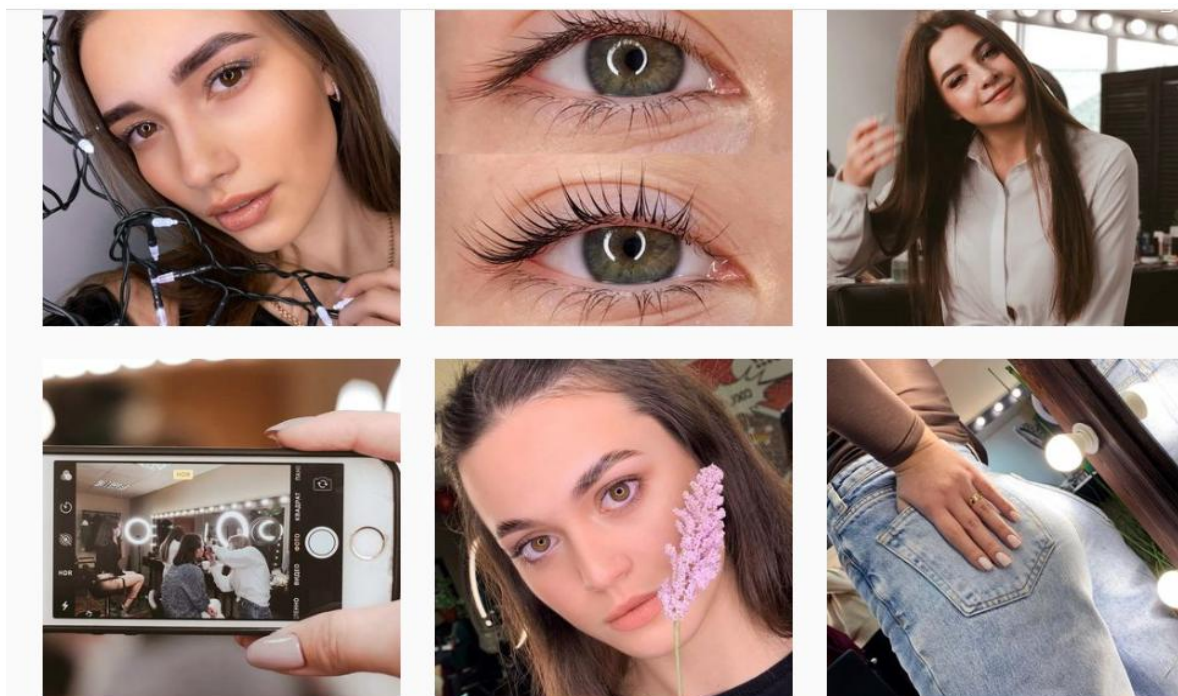
Приложение 3, рис. 2 «Актуальные на аккаунте Нижегородской студии взгляда best brows»



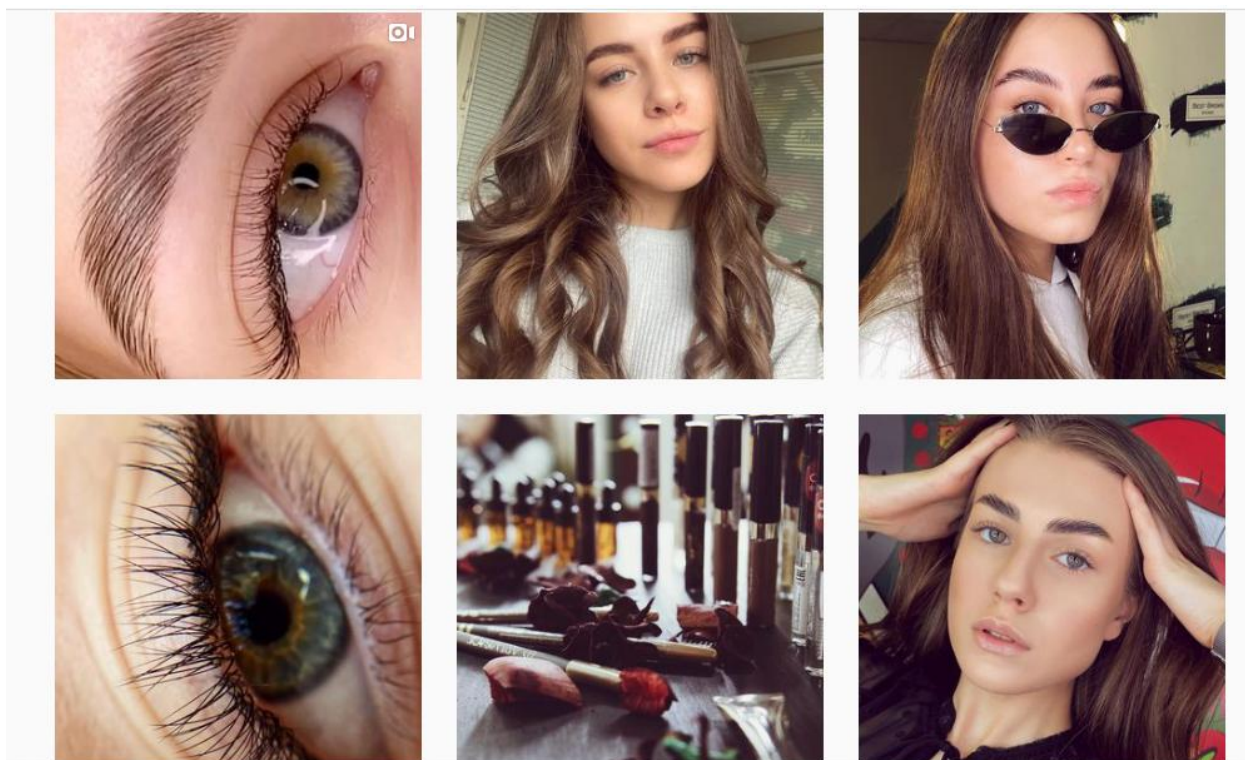
Приложение 3, рис. 3 «Актуальные на аккаунте Нижегородской студии взгляда best brows»



Приложение 3, рис. 4 «Публикации в профиле Нижегородской студии  
взгляда best brows»



Приложение 3, рис. 5 «Публикации в профиле Нижегородской студии  
взгляда best brows»



# Чек-лист продвижения аккаунта в инстаграм

1. ПРАВИЛЬНО ОРГАНИЗУЙТЕ ШАПКУ ПРОФИЛЯ

2. РАЗРАБОТАЙТЕ КОНТЕНТ-ПЛАН

3. УЛУЧШИТЕ ПОКАЗАТЕЛИ ВОВЛЕЧЕННОСТИ

4. ВЕДИТЕ ВАШ ПРОФИЛЬ КРАСИВО