

«МАРКЕТИНГ В ИНСТАГРАММЕ»

Автор статьи: студент факультета

«Туризм» Университета КИУТ

Шакиров Амирхон Муроджонович

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры «Туризм»

Усманова Азизахон Фазыловна

Аннотация: В этой статье приведена информация о том, что как влияет маркетинг в Instagram на рост продаж предпринимателей, как правильно вести онлайн страницу, преимущества запускать таргетированную рекламу, от чего нужно избегать при публикации постов и почему обыкновенная реклама стала неактуальной.

Ключевые слова: Социальные сети, Продвижение, Рост продаж, Маркетинг, Таргетинг, Продажи, Преимущества Instagram, Ведение профиля

Введение

Instagram — это эффективный инструмент маркетинга. Практически у всех пользователей смартфонов есть это приложение, даже если они не ведут собственный аккаунт, часто используя его для просмотра контента других. Многие рестораны уже присутствуют в этой социальной сети, поэтому мы предлагаем владельцам ценные советы по управлению и продвижению своих аккаунтов.

Маркетинг в Instagram — это разновидность SMM, направленная на продвижение бренда в этой социальной сети. С помощью Instagram компании



ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

взаимодействуют с широкой аудиторией, увеличивают узнаваемость своего бренда и стимулируют продажи.

Сама Платформа Instagram была запущена в 2010 году и функционирует до наших дней охватывая день за днем все больше и больше пользователей.

Основная часть

В основном, популярные посты в Instagram представляют собой позитивный контент. Пользователи не склонны делиться негативными аспектами своей жизни, так как такие аккаунты редко становятся популярными. Через контент люди отображают свой образ жизни, свои увлечения, самые яркие моменты. Instagram предоставляет возможность обычным пользователям заглянуть в роскошные рестораны, путешествовать на роскошных автомобилях, увидеть, как выглядят модели и актеры в повседневной жизни, а также как проводят время их друзья.

Каждый пользователь Instagram является своего рода творцом. Они могут выбирать фильтры, создавать сюжеты, экспериментировать с ракурсами и мгновенно получать оценку своего творчества в виде лайков, комментариев и подписок.

Платформа Instagram стала огромным онлайн-рынком для бизнесменов, без которого они не могут представить свое дальнейшее развитие в сфере бизнеса. Потому что, эта платформа приводит такой охват аудитории, что обыкновенная офлайн реклама не может привести. На сегодняшний день людям стало удобно зайти в Instagram и выбирать свои потребности сидя в теплом месте зимой или в прохладной атмосфере жарким летом, нежели чем, ходить по





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

магазинам, тратить свою энергию и время зря. Ведь в настоящем времени самое драгоценная валюта это – время.

Причины того, что обыкновенная, традиционная реклама, такая как: газета, журналы, баннеры, радио и даже телевидение стала неактуальной на сегодняшнее время:

Во-первых, люди стали меньше обращать внимание на уличные плакаты, электронные стенды и т.д. Потому что у каждого есть в руках свой электронный гаджет, в котором можно смотреть огромное количества реклам. Телевидение, тоже отстает от современности, так как внимание людей больше привлекают социальные сети. Потому что нужно признавать то, что мы видим определенную новость или рекламу в Instagram, по телевизору эту же новость показывают через пару дней.

Во-вторых, людям стало намного удобнее смотреть рекламы в Instagram, потому что там вам выдает тот контент, которым вы интересуетесь или тот, который вам необходим, а не все подряд. Ведь каждый день в Instagram заходят больше полу миллиарда пользователей и это число возрастает день за днем, что доказывает то, что Instagram является одним из часто посещаемых платформ после Facebook.

Видя эффективность Instagram, бизнесмены давно начали пользоваться этим инструментом продаж. Ведь благодаря платформе, гораздо увеличиваются продажи и узнаваемость бренда возрастает на большие высоты.

Последнее время, пользователи уже начали избегать компаний, у которых нет аккаунта в Instagram, потому что чем чаще человек видит определенный бренд, то больше будет доверяться тому бренду.





Чтобы достичь успеха в продажах через Instagram, то нужно придерживаться определенных правил:

1. Создайте аккаунт таким образом, чтобы каждый пользователь сразу мог понять, кто вы и что вы предлагаете. Обратите особое внимание на три основных элемента:

2. Выберите изображение, которое наглядно отражает суть вашего бренда или бизнеса. Это может быть логотип вашего ресторана или изображение ключевого блюда.

3. Подберите краткое, но запоминающееся название, которое ясно указывает на ваш вид деятельности. Например, "Вкусные итальянские блюда в ресторане Bella Italia".

4. В описании укажите основные аспекты вашего предложения, его уникальные особенности и преимущества. Например, "У нас вы можете насладиться аутентичными итальянскими блюдами, приготовленными из свежих ингредиентов, в уютной атмосфере нашего ресторана Bella Italia".

5. Избегайте перебора с фильтрами на фотографиях. Лучше выбрать один стиль и придерживаться его, подбирая подходящий фильтр для каждой публикации в вашем профиле. Рекомендуется использовать один и тот же фильтр для коррекции изображений, регулируя лишь его интенсивность. Для улучшения качества фотографий можно использовать стандартные фильтры Instagram.

6. Выбор названия следует основывать на принципе простоты. Это облегчит его запоминание потенциальными посетителями и обеспечит легкость поиска вашего аккаунта. Обычно название аккаунта совпадает с названием вашего заведения. В случае необходимости можно добавить к нему информацию о местоположении (например, город) или типе заведения (пиццерия, суши-бар,





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

паб, кондитерская и т.д.). Также стоит учитывать возможность указания на дополнительные услуги, которые вы предоставляете и которые выделяют ваше заведение, такие как доставка еды, возможность бронирования или дружелюбность к детям.

Описание вашего заведения должно включать следующие элементы:

1. Особенности и преимущества вашего заведения, такие как уникальные блюда, интересный интерьер, необычная кухня или большая винная карта.
2. Призыв к действию, который может включать в себя приглашение посетить ваше заведение, попробовать что-то новое, получить скидку и так далее.
3. Дополнительная информация, такая как время работы, наличие летней площадки, информация о скидках и специальных предложениях.
4. Не забывайте указывать адрес, контактный телефон и электронную почту в специальных полях вашего бизнес-аккаунта. Также важно добавить уникальную геолокацию, чтобы потенциальные гости могли легко найти ваше заведение.

Важно не только знать, но и строго следить за правилами социальной сети. Не случайно предупреждения и блокировки в Instagram становятся реальностью. Это особенно неприятно, когда ваш аккаунт уже успешно развивается, и вы запустили кампании по продвижению. Хотя разблокировать профиль возможно, но это может привести к потере подписчиков и нанести ущерб вашей репутации.

Не забывайте, что Instagram устанавливает ограничения на количество различных действий пользователей. Превышение этих лимитов становится серьезной причиной для блокировки аккаунта.



Введение лимитов направлено на защиту обычных пользователей от избыточной активности коммерческих аккаунтов и спамеров. Хотя для большинства честных пользователей это не представляет угрозы, все же необходимо знать об этих ограничениях.

Заключение

С появлением Instagram гораздо облегчилась наша жизнь и стали экономить свое время, стали больше уделять время для близких, отдыха, саморазвития и т.д.

Но у Instagram так же есть свои минусы такие как: негативный контент, который плохо влияет на психику несовершеннолетних и так же, некоторых взрослых. Или же, даже если позитивный контент, определенные типы людей, которые не умеют распределять свое время правильно, проводят очень долгое время в Instagram.

По статистике, каждый пользователь, проводит 53 минуты в день на платформе.

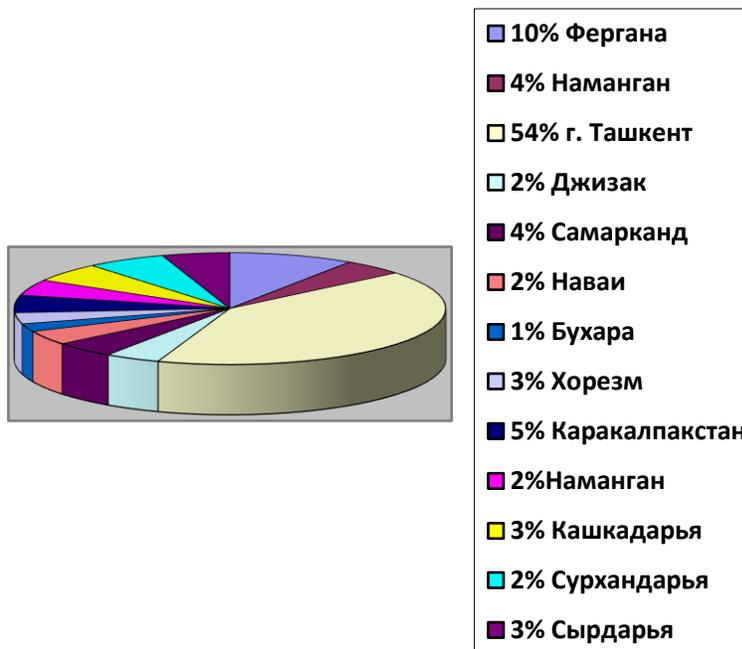
Instagram привлекает больше аудитории, чем другие платформы, уровень взаимодействий у постов в Instagram выше на 23% чем у публикаций Facebook, не смотря на то что у Facebook на два раза больше пользователей.

Исходя из опроса, выявили то, что 65% опрошенных людей посетили офлайн магазины или онлайн страничку брендов которые пустили таргетированную рекламу, и 46% опрошенных приобрели товар или услугу именно у них.

В Узбекистане в конце 2023 года число пользователей составило 10 миллионов (23.8% населения Узбекистана), больше половины оказались мужчины в возрасте от 18- до 24 лет.



Статистика пользователей Узбекистана по регионам





Список использованной литературы:

- 1) <https://sendpulse.com/>
- 2) <https://znanierussia.ru>
- 3) <http://lead-academy.ru/>
- 4) <https://pr.uz/>
- 5) <https://www.forbes.ru/>
- 6) <https://www.statista.com/>
- 7) « Контент-маркетинг» Артем Сенаторов с. 34
- 8) « Прорваться сквозь шум» Тим Стейплс, Джош Янг с. 15-22

