



Чек-лист "Инстаграм художника"

Концентрированный документ по продвижению художника в инстаграм. Созданный для проверки, насколько полно он(художник) использует возможности сервиса.

Нужен ли художнику инстаграм

Зачем художнику инстаграм

Инстаграм это визуальная социальная сеть - лучшая площадка для бесплатного продвижения визуального контента в онлайн режиме, максимально актуальная в свете текущих "ковидных" реалий!

Аккаунт

Бизнес-аккаунт инстаграм

Создайте бизнес-аккаунт или переведите существующий в категорию "бизнес". Это даст вам доступ к дополнительным инструментам - статистика, рекламные компании и в дальнейшем к инстаграм-магазину. Как это сделать смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Аккаунт фейсбук

Создайте профиль на фейсбук - это важный инструмент который должен "отстояться". Некоторое время спустя он откроет для вас дополнительные возможности для коммуникации с аудиторией и продаж! Как это сделать смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Био - "Шапка профиля"

Имя (верхнее-английскими буквами)

Имя должно быть коротким, легко запоминающимся. При помощи этого имени пользователи смогут найти вас в много-миллионной сети. Свое имя стоит писать только в том случае, если вы достаточно известная личность. Как это сделать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Имя пользователя (нижнее- русскими или английскими буквами)

В этом месте предпочтительно указывать род своей деятельности или свое имя и фамилию - если вы предполагаете, что именно по этому критерию другие пользователи будут искать вас. Первое предпочтительней, т.к. с высокой долей вероятности пользователь будет писать в поисковый запрос - "картина маслом на заказ", нежели Ивана Маслов. Как это сделать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Фото профиля (аватар)

Фото на аватаре должно быть крупным и четким. Разместите на аватаре фото себя или своего лица крупным планом на контрастном фоне. Используйте фото без пестрых и мелких деталей. Пользователю важно знать с кем они имеют дело. Как это сделать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Биография (150 знаков)

В этом месте максимально компактно укажите информацию о себе и роде своей деятельности. Самую важную информацию укажите в первых двух строках, т.к. именно они видны при открытии профиля, до того, как пользователь нажмет на кнопку "еще". Обязательно укажите в БИО призыв к действию. Не указывайте номер своего телефона в Bio, не тратьте на это "драгоценные" 150 знаков. Используйте для этой цели специальные кнопки быстрого набора номера или отправки сообщений. Как это сделать смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Дополнительная информация в Bio (лайф-хак)

Часто 150-ти знаков, предоставленных инстаграм для описания своей "биографии", недостаточно. В таком случае воспользуйтесь возможностью указать дополнительную информацию о себе и своей деятельности в Bio (описании профиля) с помощью лайф-хака - разместив ее в адресном блоке. Как это сделать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Контактная информация (на кнопках)

Выберите приемлемый для себя способ связи с аудиторией, кроме сообщений в директ, и откройте доступ к нему в блоке "контакты". Это должен быть источник который вы проверяете не менее одного раза в день, например e-mail. Идеально если вы укажете номер своего рабочего телефона, ватсапа или вайбера. Не указывайте номер своего

телефона в Bio, не тратьте на это "драгоценные" 150 знаков. Используйте для этой цели специальные кнопки быстрого набора номера или отправки сообщений. Как это сделать смотрите в моих обучающих видео

<https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Ссылка на сайт (дополнительные возможности и сервисы)

Используйте возможности инстаграм в полной мере - укажите ссылку на свой сайт, предварительно создав его с помощью сервисов мульти-ссылки или конструктора сайтов. Большинство таких сервисов имеют бесплатный функционал. В них можно создать галерею своих работ, блок отзывов, магазин и указать дополнительные способы связи. Как это сделать смотрите в моих обучающих видео

<https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Посты в инстаграм.

Внешний вид поста

Инстаграм - платформа визуального контента, а художник в понимании аудитории - это человек который видит и транслирует прекрасное. Придайте своим публикациям максимально презентабельный внешний вид. Влюбите пользователя в себя и свое творчество с помощью красивых постов. С помощью специальных сервисов вставьте картины в рамы и интерьеры, добавьте тени и ракурсы! Помогите пользователю понять - как картина будет смотреться у него. Как это сделать смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Описание поста

Укажите описание картины - название, дату написания, материал которым и на котором она выполнена. Создайте интересное описание к посту - историю написания картины, интересный случай который произошел в процессе или дайте историческую справку на личность или здание изображенную на картине. Оставьте в посте призыв к действию или задайте вопрос аудитории. Как это сделать смотрите в моих обучающих видео

<https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Время выхода постов

Проанализируйте, через блок "статистика", в какое время максимальное количество аудитории смотрит и взаимодействует с вашими постами. Выпускайте публикации именно незадолго до этого времени. Как это сделать смотрите в моих обучающих видео

<https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Периодичность постинга

Проанализируйте, с помощью "статистики", в какие дни пост привлекает максимальное внимание аудитории. Обратите внимание сколько "активностей" собрал ваш последний пост. Если результат меньше среднего, дайте публикации "постоять" еще некоторое время. За это время привлечите свежую аудиторию. Как правило вновь пришедшие оставляют лайки и комментарии в последнем посте. Как это сделать смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/> Как это сделать смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Цветовая схема постов (систематизация)

Проанализируйте как выглядят ваши посты, выработайте свою систему постинга на основе цвета, рубрик или иных критериев. Основное - при просмотре вашего аккаунта из любого места должно складываться ощущение порядка и системности. Такие аккаунты лучше просматриваются и читаются, а аудитория, привыкая к определенной последовательности, дает большую обратную связь. Как это сделать смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Личный и рабочий аккаунты

Разделите посты про вашу жизнь и творчество, между личным и рабочим аккаунтами. Публикуйте в рабочий аккаунт только то, что касается вашей работы и того, что вы хотите донести до аудитории в творческом плане. Как это сделать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Посты "о себе"

Фото частного характера можно публиковать в рабочий аккаунт не более двух-трех раз в месяц. Это должно быть постановочное" фото, с хорошим качеством картинки, цвета, света и т.д.. Как это сделать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Сбор аудитории

Почему нужно собирать аудиторию

Сбор аудитории в инстаграм для художника - это возможность показать свое творчество максимальному количеству заинтересованных пользователей. Это выставка работ художника, его магазин и плэнер в одном месте. Чем больше ваша аудитория, тем больше возможность, что вас увидят, услышат, примут, полюбят и будут покупать ваши работы. Собирайте и пополняйте аудиторию постоянно! Как это делать - смотрите

в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Где собирать аудиторию

Собирайте аудиторию везде где это возможно! Подписчики других авторов, случайные пользователи, подписчики смежных по интересам пабликов - все это потенциальная аудитория. На первых порах нужна критическая масса, которая позже перейдет в качественную целевую аудиторию. Как это делать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Как собирать аудиторию

Подписывайтесь на аудиторию: других художников, пабликов связанных с различным творчеством, "случайных" пользователей, подходящих под описание вашей целевой аудитории. Совершайте максимальное количество подписок - 150-250 в день. В ответ пользователи будут интересоваться вашим аккаунтом и персоной и подписываться на вас. Используйте для этого специализированные сервисы которые сэкономят ваше время и принесут максимальную пользу. Как это делать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Как удерживать аудиторию

Публикуйте посты, сторис и другой контент с максимально интересной подачей. Рассказывайте историю создания своих работ. Интересные случаи и ситуации связанные с работой или объектом изображенным на картине. Старайтесь заинтересовать аудиторию и вовлечь ее в диалог. Сопровождайте посты призывом к действию. Как это делать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Взаимодействие с аудиторией

Ответ на комментарии

Отвечайте на каждый комментарий, даже смайлик. Старайтесь отвечать на комментарии развернуто, задавайте встречные вопросы. Максимально взаимодействуйте с аудиторией, а инстаграм вознаградит вас дополнительными показами вашего контента аудитории похожей на вашу. Как это делать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Ответ на обращение в директ

Отвечайте на все обращения в директ, кроме откровенного спама и рекламы. В моей практике есть примеры, когда обратившийся в директ с обезличенного аккаунта пользователь, оказывался организатором выставок. А выразивший восхищение работами автора Иванов Иван в жизни был знаменитым архитектором. Заводите новые

знакомства через инстаграм. Как это делать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Приветственное сообщение

Отправляйте приветственное сообщение каждому вновь подписавшемуся на ваш аккаунт! Это поможет получить расположение аудитории и завязать диалог. А диалог это путь к продажам! Как это делать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Сторис в инстаграм

Содержание сторис

В сторис стоит публиковать важную информацию, актуальную здесь и сейчас. Не стоит публиковать в сторис ваши работы, а вот анонсировать пленэр или выставку - самое оно! Как это делать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Периодичность публикации сторис

Проанализируйте через блок "статистика", кто и как часто смотрит ваши истории. Публикуйте сторис когда вам есть что сказать аудитории, но не чаще одной-двух сторис в день. Как это делать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Внешний вид сторис

При создании сторис используйте актуальные инструменты и сервисы. Публикуйте опросы и активности. Не делайте сторис пестрыми и перегруженными информацией. Не ставьте в сторис громкую музыку. Как это делать - смотрите в моих обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Reels в инстаграм

Как использовать Reels

Относительно новый интересный инструмент инстаграм, созданный в противовес формату Тик-Ток, Возможно создание Рилс на основе видео, фото и базовых музыкальных треков, без опасения попасть в бан инстаграм за использование последних. на сегодняшний день я не располагаю достаточной статистикой по Рилс, что бы дать свое экспертное мнение. Следите за обновлениями по Reels в моих

обучающих видео <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

IGTV в инстаграм

Используйте этот чек-лист, проверяйте свои аккаунты и эффективно продвигайтесь в инстаграм! Смотрите мои обучающие видео, при необходимости обращайтесь за консультацией. <https://www.instagram.com/top.artist.marketing/>

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

как это убрать?