

Как увеличить продажи в своем бизнесе?

В этом пособии перечислено 8 обязательных пунктов, которые необходимо протестировать каждому предпринимателю на своем бизнесе, а также для наглядности приведена статистика и небольшие, но надеюсь, что бесполезные лайфхаки.

Главной целью этого пособия является увеличение продаж при неизменных затратах, путем повышения конверсии. Для того, чтобы правильно использовать все приведенные ниже инструменты, Вам необходимо произвести анализ своей целевой аудитории.

Для начала мы предлагаем Вам ознакомиться с предложенными вариантами:

1 Бизнес аккаунт инстаграм

2 Продвижение инстаграм

3 Реклама у блоггеров

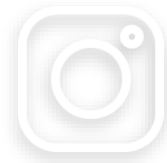
4 Реклама в Инстаграм

5 Свой канал на YouTube

6 Реклама на YouTube

7 Квиз

8 Сайт-визитку с мессенджерами

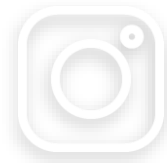


Появление инстаграма переманило, как считается в обществе, всю молодежь из других социальных сетей на свою платформу, следовательно, в обществе бытует мнение, что в инстаграме преимущественно «сидит» одна молодежь. Однако, на данный момент это мнение можно смело опровергнуть, так как в настоящее время **9,86%** россиян пользуются этим сервисом, то есть **14,6 млн** человек от всего населения.

Статистические данные показывают, что **59,31%** пользователей в Instagram — женщины, а **40,61%** — мужчины.

Устройств на Android – **51,86%**; IOS – **35,82%**; Android + IOS – **12,38%**.

Возраст	13-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
Доля пользователей	12,30%	30,29%	36,68%	13,64%	4,38%	2,71%
Муж.	33,16%	43,31%	41,42%	40,38%	38,10%	38,28%
Жен.	66,84%	56,69%	58,58%	59,62%	61,90%	61,72%
Android	60,63%	49,08%	49,88%	54,14%	55,36%	54,48%
IOs	26,71%	36,49%	38,80%	35,31%	34,03%	35,37%
Android + IOs	12,66%	14,43%	11,12%	10,55%	10,61%	10,14%



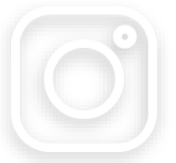
1. Во-первых, создайте аккаунт в инстаграме и сделайте из него бизнес профиль, подключив его к вашему Фейсбук аккаунту (тогда у вас будет полная статистика)

2. При создании аккаунта особое внимание уделите нику, он должно быть простым и запоминающимся

3. Оформляя шапку профиля, старайтесь емко изложить информацию необходимую клиенту: кто вы, чем занимаетесь, в каком городе работает, доставка и т.д.

4. Используйте смайлики при оформлении шапки профиля, они повышают лояльность клиента и настраивают на хороший лад (если это будет уместно)

5. В инстаграме есть возможность использовать всего одну активную ссылку, поэтому используйте ее рационально, она должна быть: либо на свой сайт (при условии, что у него хорошая конверсия), либо создайте сайт-визитку с мессенджерами, либо сделайте квиз (разъяснения о нем и о сайте-визитке будут ниже)



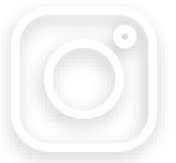
6. Наполняйте профиль качественным контентом, обязательно уделяйте внимание качеству фотографий и видео, т.к. заходя к Вам в аккаунт, пользователь либо заинтересуется Вашим

7. Под каждой публикацией старайтесь делать продающие текста, либо описание, которое сможет вывести потенциального покупателя на сделку

8. Вместе с постами не забывайте делать сторис, к которым тоже необходимо делать хорошее описание, т.к. у сторис конверсия выше, чем у поста

9. Регулярно выкладывайте новый контент, но не слишком часто (могут уйти Ваше же подписчики), не больше 2 постов в день, однако сторис можете делать в неограниченном количестве, так как они повышают активность вашего профиля

10. Рекомендуем сделать актуальное из сторис, но не забудьте поменять первичные заставки на красивые иконки – это будет меню вашего профиля



Как набрать подписчиков в инстаграм?

Здесь мы опишем поэтапный процесс, подходящий для большинства пользователей:

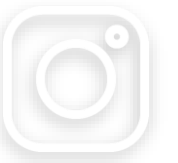
1. После того, как вы создадите профиль и наполните его качественным контентом, необходимо немного накрутить подписчиков (не более 1к). Накрученная 1к, влияющая на органический рост (если аккаунт пуст, то рост будет низким), оказывает психологическое воздействие на потенциальных клиентов.

2. Используйте Хэштеги под постами и в сторис (часто они являются рабочими)

3. Используйте массфолловинг (автоподписка по заданным критериям)

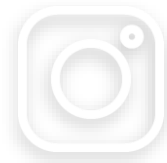
4. Используйте масслайкинг (сервис автоматически лайкающий публикации по заданным критериям)

5. Используйте продвижение в инстаграме (сервис сам вам предлагает продвинуть ваш пост, подробности далее)



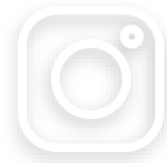
6. Используйте рекламу у блогеров (подробности далее)

7. Следите за трендами, и старайтесь влиться в волну.



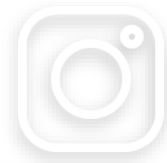
Преимуществом рекламы у блоггеров являются:

1. Продажи (Сочетание рекламного поста у блоггера, качественного контента и интересного офера (предложения) генерирует большое количество заказов)
2. Узнаваемость бренда (Позволяет ознакомить новую целевую аудиторию с вашим продуктом)
3. Доверие (Реклама у блоггеров повышает лояльность к вашему продукту)
4. Новые подписчики (Увеличивается количество «живых» подписчиков на вашем аккаунте)
5. Репутация (возвращение хорошей репутации, после негативных отзывов)



Как найти блоггера?

1. Ищите по хэштегам вашей же тематики (например, если вы делаете торты на заказ – ищите по хэштегу сладости и т.д.)
2. По геотегам – если ваш бизнес локален, то можно найти «местного» блоггера
3. Собственные клиенты – возможно кто-то из них уже имеет хорошую аудиторию для рекламы
4. Советы от подписчиков – возможно они сами смогут помочь в выборе (если советы совпадают с вашими идеями, значит часть вашей аудитории следит за ними)
5. Биржа блоггеров – определенный сервис, на котором есть все, что вам необходимо, но в большинстве случаев, если вы воспользовались услугами данного сервиса, с вас возьмут процент от рекламы у блоггера, поэтому такой способ сотрудничества, как «бартер» уже вам не подойдет.



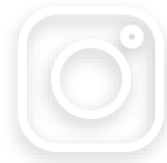
Что необходимо знать, если вы самостоятельно ищите блогера?

1. Активность аудитории: смотрите на соотношение количества лайков к подписчикам (если меньше 2% лайков, то стоит отказаться от такой рекламы, если около 10% - то это именно то, что Вам нужно!), а также обращайте внимание на количество отзывов под публикациями, просмотров видео и т.д.

2. Анализ блогера – есть множество сервисов, которые помогут Вам «проверить» блогера на подлинность (накрученные подписчики, лайка, отзывы у блогера или нет)

3. Если у блогера небольшая аудитория, то предложите ему сотрудничество в виде «бартера» вместо оплаты

4. Составьте ТЗ - опишите все в подробностях (какой вы видите рекламу, нужны ли вам подводки и тд), чтобы потом не было неприятных ситуаций

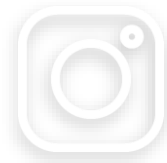


Что необходимо знать, если вы самостоятельно ищите блоггера?

5. Самая высокая конверсия у микроблоггеров – т.к. они являются мини лидерами мнений у своей аудитории, а сама их аудитория более узкая

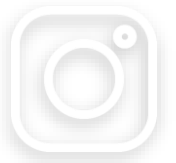
6. Если берете несколько рекламных интеграций, то советуем Вам брать у блоггеров с пересекающейся аудиторией – возможен эффект синергии (совместное действие двух и более факторов существенно превосходит простую сумму действий каждого из факторов)

7. Используйте правило 10% - перед рекламой попросите блоггера выложить сторис, где он попросит своих подписчиков помочь найти товар или услугу, которой Вы занимаетесь (оплатите 10% от суммы рекламы). Далее смотрите на активность аудитории, если аудитория активна, то оплачивайте оставшуюся сумму за рекламу. Таким образом, Вы выигрываете сразу по двум параметрам: проверяете активность аудитории, и получается более естественная интеграция.



Что необходимо знать, если вы самостоятельно ищите блоггера?

8. Поинтересуйтесь о качестве рекламы у других компаний, которые пользовались услугами данного блоггера (не советуем писать вашим конкурентам)



Так как Инстаграм принадлежит Фейсбуку рекламу можно делать, как из самого аккаунта вашего инстаграма, так и из фейсбука, но более гибкую настройку можно сделать только на Фейсбук.

Какие есть преимущества?

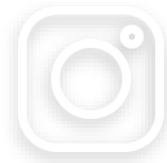
1. Основные настройка по полу, возрасту и т.д.

2. Установка целей (трафик, лиды, охват, узнаваемость бренда, просмотры видео и т.д.)

3. Настройка по интересам (онлайн покупки, вещи, спорт и т.д.)

4. Настройка по местоположению (можно указывать в точности до 1км и показывать только жителям, либо путешественникам)

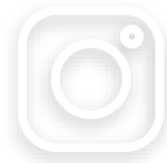
5. Выбор площадок: лента инстаграм, сторис (конверсия у них в разы выше), лента фейсбук и многое другое



Какие есть преимущества?

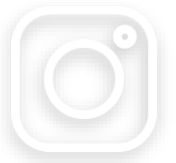
6. Выбор дохода у клиента

7. И самое главное на наш взгляд – это своя лид форма (автоматически заполняются необходимые данные и высокая конверсия) переделай по-человечески не понимаю, что ты имел в виду!



Подборка небольших хитростей для вас:

1. Как уже было сказано ранее, в продвигаемых постах нужно сразу интегрировать продающие текста
2. В самом начале поста советуем писать свой ник, например: «Хотите такие же кроссовки? @krosy <= пишите в директ» (Это позволяет обойти статистику в фейсбуке, следовательно, подписка/лид будет стоить дешевле...)
3. Если у Вас продукт основан на импульсивных покупках, то стоит оставлять ссылку сразу: либо на лид форму, либо на лендинг, квиз и т.д.
4. Если цикл сделки длинный, то лучше вести на аккаунт в инстаграм, а не сайт или лид форму
5. Качественное видео имеет в разы больше конверсию, чем фотографии



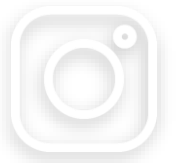
С каждым днем все больше и больше в нашу жизнь входит видео-хостинг... Почему бы его не использовать для бизнеса? На Ютубе имеется огромное количество уникальных посетителей, при этом больше 40% из них платежеспособные.

Можно же стать каналом миллионником и рекламировать свой продукт на своем же на канале, подумаете вы, но это, к сожалению, очень сложно из-за того, что на Ютубе присутствует очень высокая конкуренция.

Алгоритмы Ютуба работают таким образом, что зрителям рекомендуют для просмотра тематики схожие с вашей.

Если Вы правильно сделаете описание к видео, со временем, когда оно проиндексируется поисковиками, то оно будет выдаваться по горячим запросам у Яндекса и Гугла.

Обязательно уделите внимание качеству самих видео, не только самой картинке (что является немаловажным, слишком темная или серая картинка, тряска камеры, шумы, плохой свет, фон и т.д.), но и звуку – если будет плохой звук, то малое количество людей захотят смотреть ваше видео.



Также немаловажен сценарий и монтаж видео – если Вы первыми несколькими секундами не сможете зацепить зрителя, то маловероятно, что он продолжит просмотр вашего ролика.

По опыту мы можем Вам сказать, что даже влоги делают по трехактной структуре.

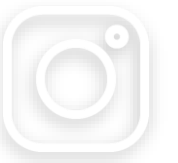
К чему это все, спросите Вы? Количество и время просмотров также имеет влияние на алгоритмы YouTube, если ролик просмотрели 1000 раз и время просмотра составило 10 из 12 минут, то она сам будет продвигать ваше видео.

Теперь поговорим немного о статистике Ютуба:

В месяц суммарно 62 млн. просмотров от уникальных пользователей – это **90%** всей интернет-аудитории России.

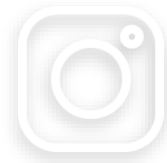
Возрастные группы аудитории распределяются в таком процентном соотношении:

Возраст	12-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
Доля пользователей	10%	18%	28%	20%	15%	9%



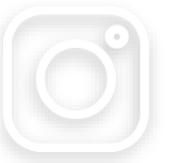
Практически во всех сегментах, кроме возрастной группы от **18** до **24** лет, по числу лидируют женщины.

Платежеспособная аудитория — **42%** пользователей с доходом выше среднего, и почти **40%** — со средним. В то же время чуть больше **30%** аудитории — специалисты, а почти по **15%** приходится на служащих и учащихся.



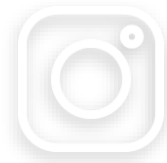
Важно знать:

1. Уделяйте время на создание обложки (превью) для видео, она должна быть яркой, броской и информативной, т.к. в первую очередь будут смотреть на нее
2. Подберите хорошее название для видео, можно воспользоваться Вордстатом от Яндекса (статистика ключевых слов)
3. Описание должно быть понятливым и сделанным по ключевым запросам
4. Добавьте ссылки в описание, так как у Ютуба они активные
5. Используйте хэштеги, они помогают алгоритмам Ютуба показывать ролик по схожим тематикам



Важно знать:

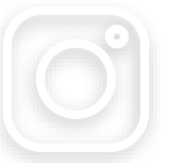
6. И самое главное – делайте качественные ролики, чтобы была хорошая отдача, потому что качественный продакшн – залог успеха в продвижении видео



Помимо органического роста (упомянутого выше) канала, можно применить еще несколько техник для привлечения подписчиков или клиентов:

Реклама напрямую у блоггеров делится на:

1. Преролл (Pre-roll) – короткая реклама в начале видео длительностью 15-20 секунд (высокий охват, низкая конверсия)
2. Мидролл (Mid-roll) – короткий ролик в середине видео (средний охват и конверсия)
3. Постролл (Post-roll) – короткий ролик в конце видео (низкий охват, но высокая конверсия)
4. Спецвыпуск – отдельное видео о Вас или вашем продукте (средний охват, но высокая конверсия)
5. Интеграция – в видео присутствует ваш продукт (высокий охват и максимальная конверсия), при правильной подаче



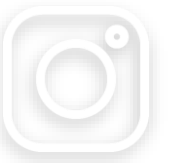
Реклама от Гугл (Гугл владеет Ютубом):

1. Медийные объявления – баннеры рядом с плеером на сервисе

2. Оверлей – блок, находящийся в нижней части плеера на самом видео

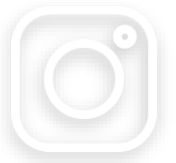
3. Преролл (Pre-roll) – реклама (любой длины) выстраивается в начале видео с возможностью, если зритель пропускает или просматривает менее 30 секунд, то оно бесплатно

4. Преролл без пропуска – короткие рекламные видео 15-30 секунд



Советы:

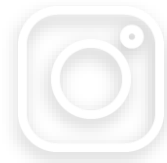
1. Рекламное видео должно цеплять зрителя с первых секунд
2. Длина видео не более 1 минуты
3. Используйте инфографику (анимацию объектов в видео) для наглядности (повышает конверсию)
4. Есть возможность настроить показ рекламы на определенных роликах (например у конкурентов)



Что такое квиз? Квиз – это, по сути, игра, в которой Ваш клиент, отвечая на вопросы, получает то, зачем он перешел по ссылке (это может быть стоимость услуг, либо каталог или любая другая информация), а вы являетесь - его контактом.

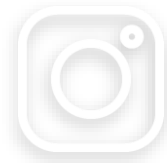
Суть квиза заключается в том, что все это происходит нативно, в какой-то степени даже интересно. Конечный результат квиза - горячая заявка и точные предпочтения клиента. Его работу Вы можете проверить на себе у нас на сайте: GolubProd.com

Статистика: средняя конверсия квиза **22%** - это в **6 раз** больше заявок по сравнению с обычным сайтом или лендингом.



Что необходимо сделать для создания квиза?

1. Придумывайте 5-7 интересных вопросов по вашей сфере, которые обычно задаете клиенту.
2. Подбирайте картинки или фотографии, т.к. связка визуализации и информации влияет на результат
3. Оформляйте это все в готовый квиз
4. Интегрируете его к себе на сайт или лендинг



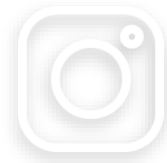
Сайта-визитка – это свой мини-сайт, на котором вы можете оставить все свои контакты, мессенджеры, ссылку на сайт, форму обратной связи и т.д.

Зачем это нужно? Тот же инстаграм дает возможность оставить всего одну ссылку, пользуясь подобными сервисами, вы искусственно расширяете эти рамки.

Итоги:

1. Повышение конверсии

2. Упрощение коммуникации



Мы постарались собрать обобщаю информацию, которая подходит практически для каждого предпринимателя, но помните о том, что для каждого бизнес-проекта нужен индивидуальный подход. Наша команда занимается видео продакшеном, который позволяет увеличить процент потенциальных клиентов.

Подробную информацию и стоимость наших услуг вы найдете у нас на сайте, или оставьте заявку, мы с удовольствием Вас проконсультируем!

Надеемся, что данная статья была Вам полезна!

[Узнать стоимость услуг](#)