

# Сила Instagram. Простой путь к миллиону подписчиков

**Автор:**

[Петр Плосков](#)

Сила Instagram. Простой путь к миллиону подписчиков

Петр Плосков

Бизнес. Как это работает в России

Петр Плосков ? продюсер и директор артистов и блогеров, его центр стоит за успехом Настасьи Самбурской, Дмитрия Маликова, Натальи Рудовой, Марии Миногаровой, Иды Галич, Ольги Медынич, Ники Вайпер и других знаменитостей с миллионными аудиториями. В своей книге Петр рассказывает обо всем, что необходимо знать, чтобы стать следующей звездой.

Вы узнаете, как:

[ul]завоевать приверженность миллионов подписчиков;

создавать вирусные публикации;

правильно оформлять аккаунт;

удерживать интерес аудитории день за днем.[/ul]

Петр Плосков

Сила Instagram

Простой путь к миллиону подписчиков

Серия «Бизнес. Как это работает в России»

© Текст. Плосков П., 2018

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2018

\* \* \*

Полезные книги для успешного бизнеса

Добавь клиента в друзья. Продвижение в Telegram, WhatsApp, Skype и других мессенджерах

Встречайте первую книгу по продвижению в мессенджерах! Среди клиентов PR-эксперта Инди Гогохии такие мировые бренды, как Mercedes, Сбербанк и Nike. Из её книги вы узнаете, как выстроить дружеские отношения с подписчиками и научитесь использовать все возможности мессенджеров на максимум.

Аккаунт. Реактивное продвижение в социальных сетях

Эта книга ? «дорожная карта» для любой компании, которая хочет использовать маркетинговый потенциал социальных сетей. В ней вы найдете результаты исследований, основанных на опыте LinkedIn, Nike и American Express, а также актуальные инструменты по привлечению клиентов через соцсети.

GET FEEDBACK. Как негативные отзывы сделают ваш продукт лидером рынка

Распространение социальных сетей, сайтов отзывов и форумов изменило историю бизнеса. Теперь один негативный пост может лишит компанию клиентов. Консультант по маркетингу WalMart, Cisco и ещё 34 компаний Джей Бэр уверен ? нужно не просто отвечать, а добиваться того, чтобы ненавистник перешел на вашу сторону. Монетизируйте критику!

Цифровой вихрь. Как побеждать диджитал-новаторов их же оружием

Вам придётся сделать выбор: внедрять цифровые технологии сегодня, или обанкротиться завтра, отдав свою долю рынка маленькому, но технологичному стартапу. В этой книге руководители Google, Apple, Alibaba и других крупных мировых компаний рассказали, как с помощью диджитал-технологий им удается удерживать свои позиции.

Предисловие

Я до сих пор помню первые фотографии, загруженные в мой Instagram. Это была съемка Настасьи Самбурской для журнала – не скажу уже для какого. Настасья просто сидит на мейкапе, и я делаю фото. Она все время повторяла: «Зачем мне это надо? Петя, отстань, у меня хорошо прокачанная страница «ВКонтакте», группа подписчиков».

«Не единым «ВКонтакте» живы! Давай попробуем новую историю – Instagram!» И интуиция меня не подвела.

Почему эта книга про Instagram? Эта площадка еще развивается, идет только вверх и максимально адаптируется под свою аудиторию, под своих подписчиков, ловит момент. Аналитики Instagram очень четко следят за интересом к приложению. На начало 2018 года количество пользователей Instagram составляет больше 1 миллиарда человек, из которых 25 миллионов – в России, и эта цифра непрерывно растет. Сегодня Instagram максимально адаптируется под интересы пользователей. Когда разработчики видят, что к чему-то тухнет

интерес – например, к фотографиям, – они сразу же запускают возможность выложить видео длиной 15 секунд. Когда понимают, что такие видео изжили себя, – запускают видео на минуту, Stories, прямые эфиры. Сейчас Stories – это более 50 % всего контента Instagram (это, опять же, данные за 2018 год официального сообщества Instagram). То есть они настолько круто подогревают интерес, что Instagram сейчас – это площадка номер один среди мобильных приложений, как минимум – в России, как максимум – в мире!

И вот однажды мне позвонил издатель и предложил написать книгу. Это важный момент: не я пришел к издателю, а издатель ко мне! Я согласился, потому что даю мастер-классы по всей стране и мне есть что рассказать. Хотя моя основная деятельность – это все-таки продвижение и руководство крупным продюсерским центром, о котором расскажу позже.

Но мои мастер-классы проходят не так часто и рассчитаны на ограниченное число слушателей. За десяток мастер-классов и встреч с ребятами, которые интересуются площадкой Instagram, жизнью продакшена или созданием персонального бренда, мне задали огромное количество вопросов. В этой книге хотелось бы ответить сразу на все. Сделать такой Q&A – Question and Answer («Вопрос – ответ»), или, как еще говорят, FAQ – Frequently Asked Questions («Часто задаваемые вопросы»). У нас в стране практически нет профессиональной литературы на эту тему. Есть, конечно, единичные исследователи или бизнесмены, пишущие об этом, но это взгляд со стороны. У меня есть результаты, и они говорят сами за себя. Каждый десятый популярный пост в российском Instagram так или иначе связан с моим продакшеном.

В первую очередь, моя книга поможет читателям определиться, надо им это вообще или нет, будут ли они в этот ад влезать. На первый взгляд, все выглядит очень просто, поэтому многие сейчас мечтают стать популярными блогерами: каждое второе письмо на мою почту или комментарий – именно об этом. В школах проводятся опросы «Кем вы хотите стать?», и молодое поколение дружно отвечает: «Блогером!». Я расскажу вам подробнее об этом мире: кто такой блогер в Instagram, зачем это надо, как к этому прийти, как построить свой персональный бренд, привлечь внимание, открыть свой Instagram-магазин. Главное, поймите: если захотеть, то возможно все!

В наше время нельзя стать популярным, не будучи при этом на виду. Так что смелее входите в эту сеть! Если вам есть что сказать – вас услышат. Если есть что показать – вас увидят. Эта книга поможет добиться результата, избавит от множества ошибок и предостережет от подводных камней. Читайте и занимайте свое место под солнцем, имя которому Instagram.

## Часть первая

### Начало работы

#### Глава 1

##### Прежде чем стартовать

##### Моя история

Прежде чем перейти к основной части книги, расскажу немного о себе. Это поможет вам лучше понять, почему в тех или иных ситуациях я принимал определенные решения. Начну с самого начала: откуда я, мои корни, как вообще началась эта история. Я родился в Тюмени и горжусь тем, что я сибиряк. Мое первое образование – специализация в различных сферах межгосударственных связей (международные отношения), это в дальнейшем мне помогло. Я очень рано начал работать – лет с четырнадцати, пытался быть максимально независимым от своей семьи, от родителей.

После школы я поступил «на бюджет» и сразу выделился среди однокурсников. Курсе на втором меня пригласили в Торгово-промышленную палату Тюменской области, потому что я всегда был парнем, который всех выручает: нужно было

встретить в аэропорту какую-нибудь иностранную делегацию – я тут же несся, благо хорошо владею английским языком. Всегда помогал руководству вуза, и в благодарность ректорат дал мне хорошую характеристику. По запросу Торгово-промышленной палаты Тюменской области: «Мы хотим человека, который будет заниматься международными отношениями!». Так я поступил на должность менеджера отдела внешних связей.

Мы занимались международной деятельностью в регионе: государственные контракты, выставки, ярмарки – фронт работ огромный! Но я справлялся и хорошо проявил себя в ТПП. Уже на третьем курсе стал начальником отдела внешних связей, у меня был целый штат сотрудников. А на четвертом возглавил департамент внешнеэкономической деятельности, состоявший из двух отделов: внешних связей и выставочно-ярмарочной деятельности.

Мы ездили по всему миру и принимали международные делегации, устраивали огромные выставки, инициировали подписание соглашений о сотрудничестве. В общем, я вел очень активную профессиональную деятельность, за что получил от правительства области грамоту за вклад в международные отношения и инвестиционный потенциал региона. Все это, естественно, не прошло незамеченным для руководства области, и мне предложили стать консультантом по международным отношениям при директоре департамента инвестиционной политики и государственной поддержки предпринимательства Тюменской области.

В 2008 году я переехал в Черногорию. У меня всегда была мечта пожить на море. Пять инвесторов решили открыть строительную компанию на побережье Средиземноморья, а меня пригласили на должность исполнительного директора. В компании я работал два с половиной года. После этого был еще год в правительстве Республики Сербия. Там я поступил «на бюджет» в Британскую школу экономики (London School of Commerce) на специальность «международное управление бизнесом». В процессе обучения во мне зародились первые ростки продюсерского мышления. На одном из курсов по маркетингу, помимо рассмотрения крупнейших брендов (таких, как Apple и Coca-Cola), мы углубились в разбор кейса поп-певицы Мадонны. У меня это вызвало дикий интерес, пришло осознание, что из человека также можно сделать бренд, сильный бренд на многие годы.

Каким образом я оказался в Москве? Мне поступило предложение возглавить департамент маркетинга международного логистического холдинга AsstrA с

главным офисом в Москве. Так я перебрался в столицу.

Я давно знал Настасью Самбурскую @samburskaya и, переехав в Москву, решил сделать из нее бренд, как учили в Британской школе. Я хотел попробовать что-то новое для собственного развития, не погрязнуть в бумажках и, наконец, помочь Настасье встать на ноги. Мне было дико интересно, смогу ли я так же, как рассказывали тогда в Британской школе, сделать бренд из персоны. Это был 2013 год, и Настасью уже утвердили на главную роль второго сезона популярного в стране сериала «Универ» на канале ТНТ. Несмотря на то что Настасья идеально подходила на роль Кристины, ей пришлось столкнуться с огромными трудностями. Она проходила кастинг за кастингом, но ее не хотели утверждать, потому что она уже появлялась в первом сезоне сериала в эпизодической роли. Когда ее все-таки окончательно утвердили, это стало началом карьеры как для Настасьи, так в дальнейшем и для меня!

Настасья до Instagram-топа. О миллионах подписчиков в ту пору можно было только мечтать

Первое время я вообще не понимал, с чего начинать, и принялся анализировать тонну маркетинговой литературы (ведь литературы о том, как стать звездой, или по продюсированию в России, к сожалению, не существует). Я организовал целую серию фотосессий, чтобы показать актрису с разных сторон, создал сайт. Я начал писать во все печатные издания, звонить, предлагал взять интервью, новой актрисы известного сериала, но эффекта не было. Это сейчас я понимаю, как все это работает, а тогда действовал просто по наитию! Ты не можешь просто так позвонить в издание и попросить обложку или большое интервью, особенно когда ты только-только начал свой путь. Такие предложения делают сами издания, а не наоборот, ну или просто проплати, а денег у нас, конечно же, не было совсем.

Значительно позже я понял, что вообще никому ничего не нужно, даже если это проект номер один – очень популярный ситком в стране. Да и сейчас у сериала хорошие рейтинги. О нас тогда никто не писал, нас никуда не приглашали. Я пытался общаться с издательствами, налаживать контакты. Но это тоже не

приводило к желаемым результатам.

Нужно делать все иначе, решил я, ведь мы живем в эпоху Интернета. И мы стали развивать и продвигать личную страницу Настасьи «ВКонтакте», создали фан-сообщество Самбургской в соцсети. Тогда эта фан-группа была на втором месте в стране среди официальных фан-сообществ по количеству подписчиков, по активности. Я думаю, что мы не догнали только Сергея Лазарева.

Люди включают телевизор или идут в кино не просто для того, чтобы получить удовольствие от просмотра любимого фильма, но и предвкушая радость встречи с любимым актером или актрисой. Звезды кино и телесериалов пользуются огромной популярностью.

Назовите мне хотя бы одну актрису, которая четыре года назад была суперизвестной, у которой была огромная любовь поклонников, особенно молодежи, и тысячи подписчиков! Никого. Я говорю не о том, что в стране не было потрясающих актеров – они, безусловно, были и есть. Взять, например, невероятно талантливую Ходченкову @svetlana\_khodchenkova: все знали ее как профессиональную актрису, на ее фильмы шли с удовольствием (как и сейчас), но не было тогда огромного интереса со стороны интернет-аудитории. Вообще, у нас нет такого, как в Америке: например, Джулия Робертс – настоящая богиня, ей поклоняются, за ней ходят толпы людей. Мне захотелось каким-то образом это воссоздать.

Незаменимых нет, но на молодых актерах отчасти держится современный российский кинематограф. Передовики отечественного кино обеспечивают фильмам, в которых снимаются, огромный успех и популярность.

Одна из героинь нового актерского поколения – Светлана Ходченкова, молодая и талантливая. Светлана – звезда многочисленных сериалов, полнометражных лент, театральных постановок и интернациональных кинопроектов.

Хочется обратить внимание на Internet Movie Database – крупнейшую в мире базу данных и веб-сайт о кинематографе. В базе собрана информация о более чем трех миллионах девятистах тысячах кинофильмов, телесериалов и отдельных их серий, а также о семи с половиной миллионах персон, связанных с кино, – актерах, режиссерах, сценаристах. Сайт базы IMDb ежемесячно посещают миллионы людей, это один из ста самых популярных сайтов Всемирной паутины.

Они заходят на страницы актеров, а IMDb ведет учет их посещаемости и на его основании составляет еженедельный рейтинг STARmeter.

Как говорил Альберт Эйнштейн, «творчество заразительно. Передай другому!». Я заразился и решил сделать что-то похожее.

Первое, что мы предприняли, – попытались показать подписчикам, что мы вот здесь, мы рядом, на расстоянии вытянутой руки. Каким образом? Во-первых, с помощью прямых эфиров, чего, опять же, до нас не делал никто из актерской среды. Если музыканты еще были как-то более или менее открыты в этом плане, то актеры в принципе никогда этим не занимались. И мы реально были не одними из первых, а первыми, кто это сделал!

Также раньше остальных актеров мы устроили фан-встречу с интернет-аудиторией. И я помню, что на нас все смотрели очень странно, когда узнали, что у Настасьи есть директор. Для актеров это тогда было редкостью. У них были агенты, которые обеспечивали кастинг. Но пиарщики и директора были мало у кого, тем более у начинающих.

Главной моей задачей стало сделать Настасью «своим человеком», очень близкой, в отличие от других актеров, которые где-то там, на сцене в театре. Ходченкова там, а Настасья – здесь, рядом с нами, она может в любой момент вести диалог! Мы никогда ни к чему не готовились, Самбурская сама проводила эфиры, сама отвечала на вопросы, и все проходило великолепно. Искренность и талант Настасьи не остались незамеченными.

И пока мы росли во «ВКонтакте», появился Instagram. Опять же, напоминаю, зачем я залез в социальные сети: потому что, в общем и целом, мы понимали, что если гора не идет к Магомету, то мы идем к этой горе! И гора эта называется «внимание прессы, аудитории и подписчиков, повышение популярности». Вот так все начиналось.

Я искренне хочу, чтобы на просторах русскоязычного сегмента Instagram появилось больше заметных успешных фигур, и многое делаю для этого. Мастер-классы, эта книга, разные выступления, интервью на ТВ – я решил делиться информацией, потому что в любом случае есть незыблемые правила рынка. Конкуренция всегда подстегивает рынок, тогда как при монополии ничего не происходит. Если у тебя достойные конкуренты, начинаешь бороться и расти.

Сейчас у нашего продакшена вообще нет конкурентов, в Instagram в том числе. Я не говорю – во всем мире, но в России – точно нет. И в ближайшие годы хочу продолжать двигаться вперед в этом направлении, креативить, творить, изобретать что-то новое.

Пример активного профайла. Саша Хоменко имеет 12 % вовлеченной аудитории при 862 000 подписчиков

Что такое Instagram сегодня

На момент написания этих строк Instagram переживает расцвет. Количество подписчиков постоянно растет, и каждый месяц российский Instagram дает новый рекорд по просмотрам. Это площадка, которая может очень оперативно донести до пользователей информацию, значит, этим можно и нужно пользоваться.

ER – показатель уровня вовлеченности аудитории; чем он выше, тем больше людей видят ваши посты и реагируют на них лайками и комментариями. Здесь сравнение статистики некоторых аккаунтов

Если говорить о критериях достижения успеха, то еще недавно этот показатель выражался только в количестве подписчиков. В 2016 году и первой половине 2017 года первое место по подписчикам занимала Настасья Самбурская. Сейчас же главное – это статистика, просмотры, интерес к профилю, потому что среди миллионов подписчиков известных пользователей не все активны: кто-то ушел из социальной сети Instagram, кому-то неинтересен этот персонаж, кто-то забыл

свой пароль и завел новый профиль и так далее. То есть активность аудитории, статистика, интерес к персоне – это самое важное сейчас, хотя очень часто от СМИ или рекламодателей идут запросы в первую очередь на количество подписчиков. Если у некоего блогера регулярно пять миллионов просмотров, но нет определенного количества пользователей, он все равно реально популярнее тех блогеров, у которых больше подписчиков, но меньше просмотров.

Успешно работать в Instagram может каждый. Пример – «Пышечная 1958» от агентства SETTERS @pyshechnaya1958. Люди настолько нестандартно подошли к вопросу, что это оказалось интересно и актуально. Об этой «Пышечной» писали всевозможные интернет-издания, включая такие, как Meduza, «Афиша Daily», The Village и многие другие. Если у человека бизнес B2B, например он директор завода по производству арматуры, то Instagram может быть полезен и ему. Сделать качественный аккаунт заводу и выкладывать в нем интересные видеоролики, чтобы привлекать внимание к предприятию, – вполне возможно, главное – подойти к делу креативно.

Простой в реализации кадр, но оцените масштаб креативной задумки

Есть человек настоящий – и есть его образ в Instagram. Если сделать так, чтобы между ними было мало общего, люди не поверят в образ. Это социальная сеть, и если речь идет о персональном, а не бизнес-аккаунте, так или иначе нужно использовать все возможности, включая Stories, прямой эфир и так далее, необходимо быть близким к публике, быть честным. Аудитория подписывается на тех, кто интересен. Созданный искусственно персонаж никогда не будет настолько многосторонним и разноплановым, как реально существующий человек, состоящий из противоречий.

Почему не другие социальные сети

«ВКонтакте» считается самой популярной русскоязычной соцсетью, но я не вижу там такой активности, которую показывают Instagram и YouTube, занимая сегодня лидирующие позиции в блогосфере.

Интересно, почему «ВКонтакте» не на первом месте, несмотря на то что там вся аудитория русскоязычная, молодая – по сути, целевая? Все просто: люди там, чтобы пообщаться, а новостная лента «ВКонтакте» (то есть самое важное для рекламодателей) ушла со временем на второй план.

Есть пользователи, которые заходят в Instagram раз в неделю, есть те, кто заходит утром, в обед, вечером, ночью. В среднем Instagram занимает около получаса ежедневно у человека, пользующегося приложением. Такими показателями мало кто может похвастаться. Если вам нужны подписчики, активность аудитории и внимание рекламодателей – добро пожаловать в Instagram!

Стать успешным блогером во всех социальных сетях одновременно нереально. Под каждую сеть должен быть разный контент, ориентированный на конкретную аудиторию. Разные блогеры популярны на разных площадках, есть Instagram-блогеры, есть YouTube-блогеры, и они очень редко пересекаются. Исключением из правила могут быть наши Хоменки @khomenki, например, популярные и в Instagram, и на YouTube, а вот мой любимый ютубер Данила Поперечный – далеко не самый популярный блогер Instagram.

Facebook – это, скорее, текстовая площадка, там есть талантливые блогеры, но это другие масштабы и другие цифры по сравнению с Instagram и YouTube. У соцсети «Одноклассники» – своя целевая аудитория, определенного возраста, которая не всем подходит. Словом, каждая социальная сеть хороша по-своему, но все-таки Instagram дает больше возможностей.

Самая хорошая черта Instagram: он умеет удивлять и успеваешь предусмотреть желания пользователей. Так активно не модернизируется и не чувствует свою аудиторию, наверно, ни одна социальная сеть в мире! Сначала Instagram запустил 15-секундные видео, а потом – минутные, потом выпустили Stories, пошло еще дальше – появились гифки в Stories и ожидаются Stories на минуту. Не все сразу сориентировались, как реагировать, что делать, но талантливые блогеры воспользовались этим как преимуществом и в итоге достигли большой популярности.

Почему Вы должны быть активны в Instagram прямо сейчас

Итак, что такого именно в Instagram? Есть пять основных причин.

1. Некрупные бюджеты для продвижения, то есть вам, в принципе, не нужно почти ничего. Можно стать популярным, как Ида Галич @galichida, не потратив ни копейки, без связей и знакомств, просто за счет интересного контента. Возможно, при создании этого контента иногда будут возникать мелкие расходы: на видеооператора, студию, но не всегда. Не забываем, что это социальная сеть (то есть для людей)! В основном все должно делаться естественно. Самое главное в Instagram – это не качество исполнения, а идея, которую вы собираетесь донести. И эту идею можно снять на iPhone или на любой другой смартфон.

2. Если вы хотите стать суперпопулярным блогером номер один, то сейчас Instagram – уже необходимость. Если вы представляете собой какую-то единицу в бизнесе или являетесь артистом, отсутствие профиля в Instagram – это уже странно. В наше время Instagram – это must have для того, чтобы лишний раз показать себя людям, в том числе тем, с кем вы планируете сотрудничать. Вы транслируете себя через Instagram, чтобы люди понимали, кто вы, видели, что вы открыты, вам нечего скрывать.

Некоторые считают, что человеку необходимо личное пространство и показывать все неправильно. Но почему неправильно? Вы от этого не становитесь хуже, тем более если не делаете что-то напоказ. Вы же не сидите за стеклом в реалити-шоу 24/7! Для вас соцсети – это определенная картина, которую вы сами рисуете так, как хотите.

В России больше двадцати пяти миллионов пользователей Instagram, но Instagram – это не только Россия. Если вы талантливый музыкант, художник, фотограф, необязательно ориентироваться только на российскую аудиторию. В 2018 году в Instagram уже более миллиарда пользователей. Аудитория российских блогеров находится не только в России. У рюферов Вани Биркуса @beerkus и Ангелы Николау @angela\_nikolau в подписчиках не только российская, но и международная аудитория. Эти двое залезают на самые

высокие здания без страховки и с риском для жизни делают невероятно красивые фото и видео. Естественно, Ваня и Ангела – спортсмены с большим опытом. Международная аудитория узнала о них благодаря Instagram. Ангела – единственная девушка-руфер, популярная в мировом Instagram, к тому же они с Ваней еще и влюбленная пара. Они побывали не только на «Вечернем Урганте», но и на подобных шоу в Италии и Азии, это стало для них окном в мир. Руферы покоряют огромное количество высотных зданий по всему миру, с ними работают международные тревел-агентства.

У нас в России все новое принимают крайне консервативно, поэтому российских рекламных кампаний с Ваней и Ангелой очень мало – в основном международные.

Пора понять: не стоит заикливаться на привычном! Instagram гораздо больше, чем любимый всеми Первый канал. Instagram – это хорошая база, крупнейший информационный ресурс, отличный транслятор того, о чем вы хотите рассказать. В отличие от привычной и опостылевшей email-рассылки, благодаря Instagram можно быстро получать обратную связь от клиентов. С помощью Instagram все это можно сделать естественно, легко, с юмором, одним постом или Stories. Например, у вас магазин одежды или салон красоты, вы строите свой персональный бренд. В профиле Instagram рассказывайте, что происходит, информируйте подписчиков об услугах, новинках, ценах.

Ваня Биркус и Ангела Николау. Неужели вы еще не подписаны на этих потрясающих ребят? Только не вздумайте повторять...

3. У Instagram очень простой интерфейс. С ним легко справится каждый: и ребенок, и взрослый, и пенсионер. В приложении Instagram – огромное количество зарегистрированных пользователей, проявляющих к этой социальной сети подлинный интерес. В среднем, в зависимости от возраста, люди проводят в Instagram от 27 до 36 минут (27 минут – люди в возрасте 25–30 лет, порядка 36 минут – подростки). Как уже говорилось выше, в среднем пользователь проводит в Instagram около получаса в день.

Вот насколько высок уровень влияния Instagram на развитие и информирование общества! Разумеется, этого бы не было, будь Instagram сложным в использовании.

Профиль @vikaskazka, из которого я постоянно узнаю что-то новое

4. Нет тематик, которые бы не подошли для Instagram, направлений, с которыми бы туда не было смысла заходить. Всегда все зависит от таланта человека, от уникальности проекта. Например, Юрий Дудь @yurydud, популярный российский журналист и видеоблогер, заставил новое поколение понять, что, во-первых, независимая журналистика в России еще существует, и, во-вторых, что выбрать журналистику в качестве дела жизни очень престижно. Возможно, благодаря ему наконец-то появится поколение адекватных, независимых и профессиональных журналистов. Он вызвал интерес к YouTube у взрослого поколения, политиков всех мастей, просто людей, которые могут влиять на массы и принимать решения. Если раньше лицом русского YouTube была Саша Спилберг в ванне, наполненной чипсами, то сейчас это журналист Дудь в кресле.

То же самое в Instagram: ты можешь интересно и круто подать все что угодно. Примером этому может служить профиль @vikaskazka. Виктория рассказывает нам о правилах русского языка, орфографии, говорит о филологии в принципе. Это подано настолько интересно, изысканно, изумительно, что хочется там залипнуть! Это пример того, как может быть подана такая сложная тема (особенно для школьников), как русский язык. Министерству культуры России я рекомендую присмотреться повнимательнее к таким блогерам, ведь это один из самых простых и интересных путей повышения уровня образования российской молодежи.

5. В Instagram подписчики – активная аудитория, и их огромное количество. Например, Андрей Глазунов @andrewglazunov. Сейчас у него уже почти два миллиона подписчиков. Это больше, чем население Новосибирска – третьего по количеству жителей города страны.

А если говорить о влиянии на аудиторию и разнице между телевидением и Instagram, то цифры следующие. У Наташи Ящук @natali\_iashchuk число подписчиков достигло больше двух миллионов, тогда как аудитория, например, Discovery Channel в России – всего восемьсот тысяч, то есть в два с половиной раза меньше. А если говорить про охват, то есть взять людей, которые смотрят видео Ящук и активно влияют на просмотры, что-то пишут и так далее, то охват превышает каналы RU.TV и 2x2, вместе взятые. А между прочим, это гораздо более усваиваемый материал. При просмотре RU.TV или 2x2 ты не сидишь у экрана, когда включается реклама – в это время готовишь, общаешься с друзьями и так далее. Для многих фоновые каналы – и тот и другой. А когда ты смотришь на то, что делает Наташа, внимательно изучаешь контент каждую секунду. Люди пишут: «Что у тебя на заднем плане?». Активность подписчиков, внимание, влечение к интернет-проектам огромны, а влияние на свою аудиторию у блогеров в Instagram больше, чем у любого ТВ-канала. Даже если у них такая же аудитория, на самом деле эти цифры в два или даже в три раза меньше. И еще важно, как они получены. Телеканалы работают круглые сутки, кто-то их смотрит, кто-то – нет. А в Instagram все легко: заходишь, смотришь статистику, количество комментариев – понимаешь, какова вовлеченность. То есть наблюдаешь прямой контакт с твоим потребителем, подписчиком!

Блогеры YouTube делают большое видео раз в месяц или раз в две недели, например на один миллион просмотров, а популярные блогеры в Instagram выдают контент по миллиону просмотров раз в три-четыре дня, а то и чаще. Тем самым общее количество просмотров в месяц гораздо больше, чем на крупнейшем видеохостинге.

Пока что социальные сети, в первую очередь YouTube и Instagram, – одни из самых эффективных площадок для продаж. Например, даже автор этой книги, объявляя кастинг в свое агентство, воспользовался Instagram. Часто бывает так, что популярному блогеру что-то нужно, и он просит с помощью Stories: «Мне для съемок нужно то-то и то-то». В первую же секунду идет отзыв, и блогер быстро удаляет Stories, потому что нашел необходимое. Например, Нике Вайпер @nika\_viper однажды нужен был рентген неживого объекта для смешного ролика. Она задала вопрос – ей ответили тут же.

Конец ознакомительного фрагмента.

----

Купить: [https://tn.knigapoisk.com/ru/ploskov\\_petr/sila-instagram-prostoy-put-k-millionu-podpischikov](https://tn.knigapoisk.com/ru/ploskov_petr/sila-instagram-prostoy-put-k-millionu-podpischikov)

Текст предоставлен ООО «ИТ»

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию: [Купить](#)