



Ghid de bune practici pe
INSTAGRAM
pentru antreprenori

2023



Ghid de bune practici pe Instagram pentru antreprenori

Instagram este o rețea de socializare care pune accentul pe elementul vizual, mesajele și gândurile tale fiind de obicei transmise celor care te urmăresc prin imagini sau videoclipuri. Când încarci o fotografie, ea apare în feed-urile urmăritorilor tăi, iar aceștia o pot aprecia, pot comenta, o pot distribui sau chiar salva. Cu cât primești mai multe aprecieri sau comentarii, cu atât postarea ta devine mai relevantă, fiind astfel plasată în feed-urile mai multor urmăritori. Poziția ta este influențată și de hashtag-urile folosite.

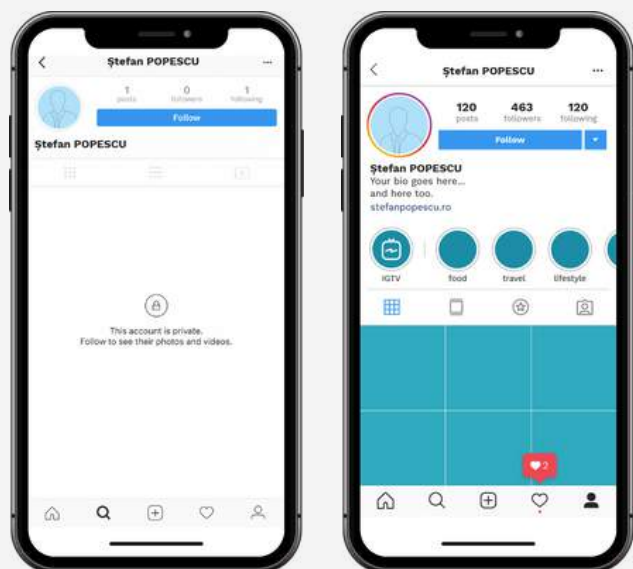
Instagram este o platformă utilizată în special de generațiile tinere. Peste 60% dintre utilizatorii din România sunt de vârste cuprinse între 18 și 34 de ani, conform [statistica.com](https://www.statistica.com).

Platforma se axează mai mult pe vizual decât pe text, motiv pentru care nu toată lumea deține un cont activ. Totuși, dacă te numeri printre cei care se bucură de vizibilitate pe Instagram, noi, echipa Klain, am pregătit câteva sfaturi de care poți ține cont. Să începem!

1. Profil personal sau profesional?



Stabilește încă de la început dacă dorești să construiești un profil personal sau profesional, mai ales în condițiile în care ești fondatorul unui business. În funcție de alegerea ta, comunicarea va fi diferită. Dacă optezi pentru un profil personal, atunci urmăritorii tăi vor fi reprezentați de prietenii din grupul tău. Tu poți urmări însă persoane care îți stârnesc inspirația sau poți da un follow chiar concurenților tăi.

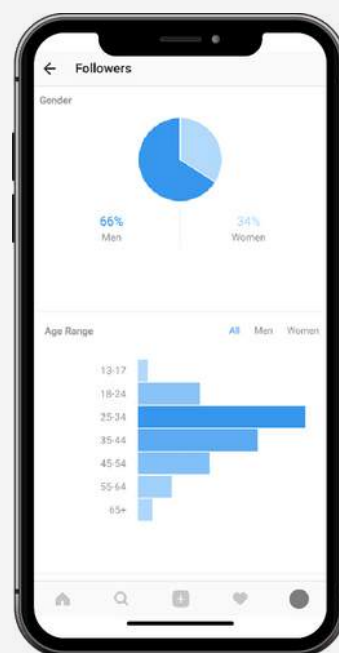


Opțiunea creării unui profil profesional implică excluderea postării lucrurilor cu caracter personal. Astfel, în locul micului dejun pregătit de persoana dragă, postează un nou prototip de produs lansat. Acest lucru nu presupune să renunți total la lucrurile care te reprezintă, ci să le faci autentice, pliate pe profilul pentru care ai optat. Poți să dai personalitate postărilor tale, iar în loc de imaginea standard cu o cafea de dimineață cu răsăritul, poți pune o poză cu cafeaua de la birou, însoțită de un scurt text prin care să transmiți comunității cum ți-ai început ziua.

Tot la început trebuie să stabilești dacă îți lași profilul privat sau public. În cazul în care ai optat pentru privat, tu vei fi cel care va stabili dacă un utilizator care și-a exprimat intenția de a te urmări poate face acest lucru. Astfel, poți refuza și selecta ușor utilizatorii.



De cele mai multe ori însă, este indicat să avem profilul privat doar dacă el este personal. Un profil public îți oferă posibilitatea de a primi informații cu privire la datele statistice ale contului. Astfel, poți vedea la câtă lume ajunge o postare, câți dintre utilizatori au salvat-o și care sunt datele lor demografice.



2. Brand personal

Este important ca oamenii să te cunoască, indiferent ce platformă de socializare utilizezi. Poți începe să lucrezi la brandul tău personal chiar de la numele folosit pe platformele de socializare și poza de profil. Este recomandat ca ele să fie identice, astfel oferind utilizatorilor posibilitatea de a te recunoaște și de a ști că au mai interacționat cu tine. Astfel, le oferi un îndrumător pentru a te găsi mai ușor atunci când vin de pe o altă platformă online.

Instagram îți oferă posibilitatea de a crea o scurtă descriere, în care să-ți expui interesele și chiar să inserezi un link spre site-ul personal sau cel de business. Poți scrie despre tine, cine ești, cu ce te ocupi, care sunt pasiunile tale și, evident, poți să-ți îndrumi următorii să realizeze o acțiune.



3. Construiește un calendar de postări

Stabilește un program de publicare a postărilor și respectă-l. Cu un număr constant de postări pe lună, îți menții feed-ul reîmprospătat și relevant. Nu există un număr „ideal” de postări care să-ți promită succesul, dar e indicat să ai între 3-7 postări pe lună, pentru început. Când vorbim despre ora potrivită pentru a posta, aceasta poate fi stabilită doar prin testarea unor multiple intervale, informații pe care ți le oferă Instagram în secțiunea de statistici.

Totuși, o avalanșă de postări îți poate irita pe urmăritorii tăi, motiv pentru care nu este indicat să postezi prea des. Dacă ai un set de imagini care transmit același lucru, alege să faci o postare cu mai multe fotografii, în loc să publici fiecare imagine separat. De asemenea, dacă nu ești sigur pe postarea ta și vrei să revii la ea ulterior ai opțiunea de a o salva ca schiță. Nu uita să alegi întotdeauna cu atenție ceea ce postezi. Conținutul de calitate este important pe Instagram, deoarece în acest mediu calitatea primează în fața cantității.



Pe de altă parte, în cazul în care trec perioade lungi de inactivitate, există riscul să pierzi urmăritori. Instagram este platforma în care poveștile sunt transmise prin imagini și locul unde utilizatorii interacționează cu conținutul relevant, care îi caracterizează.

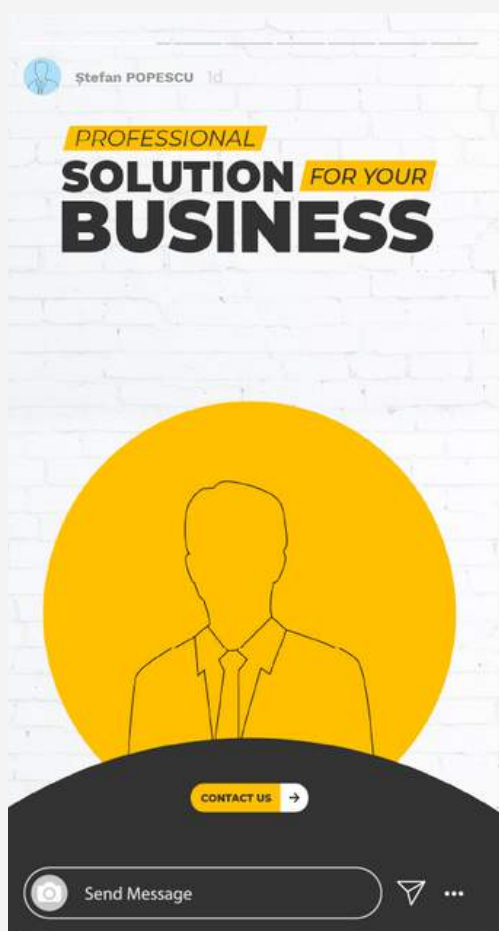


Cu toate acestea, dacă ai de transmis ceva important în mai multe postări, optează pentru un story. El îți poate oferi o vizibilitate mai mare și astfel nu vei fi nevoit să realizezi o postare dedicată. Desigur, acest lucru depinde de natura informațiilor transmise și de importanța lor, raportată la comunitatea ta.



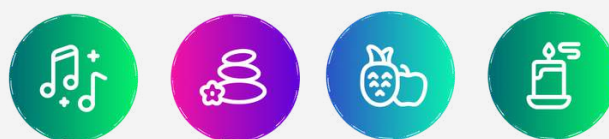
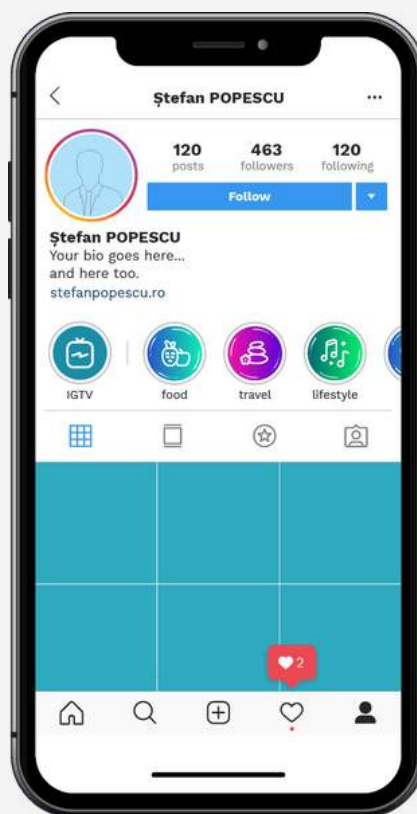
4. Story-uri

După cum am menționat anterior, poți transmite conținutul dorit și prin funcționalitatea de story. Story-urile îți oferă statistici cu privire la interacțiunea avută cu utilizatorii, multiple date despre aceștia, precum și informații pe care le poți utiliza ulterior. Printre ele se numără statistici cu privire la numărul de utilizatori care au accesat link-ul postat de tine sau care au intrat pe tag-ul pus în postare.



Mai mult, una dintre funcționalitățile specifice story-ului este faptul că rămâne în feed doar 24 de ore. Ulterior, poate fi accesat în arhivă sau poate fi inclus în highlights.

Funcția de highlights îți oferă oportunitatea să salvezi acele story-uri reprezentative, pe care vrei să le lași la îndemâna utilizatorilor. De exemplu, dacă ești pasionat de cărți, atunci când discuți cu urmăritorii tăi acest subiect, poți salva toate story-urile cu referire la acesta în respectivul highlight. E important să-l denumești specific, pentru ca utilizatorii să-l identifice cu ușurință. Totodată, este esențial să nu adaugi mai mult de 100 de story-uri, aceasta fiind capacitatea maximă. În cazul în care depășești acest număr, poți crea un highlight nou.



5. Hashtag-urile

Utilizarea hashtag-urilor este principala modalitate de creștere a vizibilității pe Instagram. Cu ajutorul acestora, imaginile distribuite ajung să fie văzute de mai mulți utilizatori, fapt care poate să atragă și alți urmăritori.



Creșterea numărului de followeri este însă condiționată de utilizarea corectă a hashtag-urilor. Astfel, nu este recomandată folosirea lor excesivă în descrierile imaginilor, de multe ori unele nefiind relevante pentru subiectul fotografiei. Numărul maxim recomandat de hashtag-uri este de 7, motiv pentru care trebuie să-l respectăm pe cât mai mult posibil. Mai mult, hashtag-urile generice sau populare, cum ar fi **#holidays** și **#fashion**, îți pot trimite postările să concureze cu milioane de alte postări, care pot avea un conținut mult mai relevant subiectului în cauză. În schimb, un hashtag specific te poate poziționa în topul imaginilor, câștigând astfel vizibilitate, like-uri și noi urmăritori. Dacă decizi să utilizezi hashtag-uri, asigură-te încă de la început că le reduci la minim (sau cel puțin la numărul maxim recomandat) și că utilizezi numai cuvinte cheie relevante.

Mai mult decât atât, poți crea un hashtag propriu și îți poți încuraja comunitatea să-ți urmărească postările în funcție de acesta. Ai posibilitatea de a personaliza unul pentru fiecare tip de postare folosită. De exemplu, poți să ai hashtag-uri distincte pentru recomandări de afaceri locale sau postări legate de business. Înainte de a le folosi, asigură-te că ele nu sunt utilizate și de alte persoane, astfel încât să poarte doar amprenta ta.

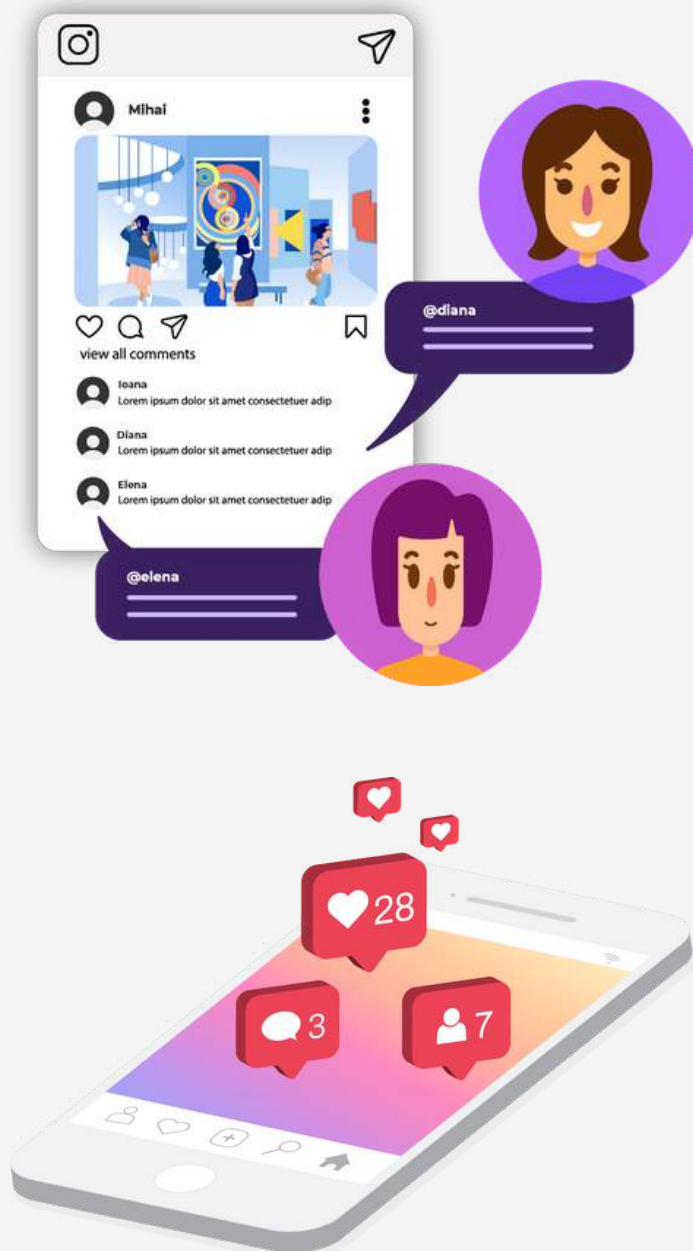


6. Interacționează cu cei care te urmăresc

Nu-ți ignora urmăritorii fideli, cei care îți comentează în mod regulat la fotografiile sau care reacționează la postările tale din story-uri. Este o modalitate sigură de a crește numărul celor cu interese similare și de a atrage followeri noi. Aceștia se simt apreciați atunci când le răspunzi la comentarii sau le apreciezi fotografiile personale.

Mai mult decât atât, este important să te ancorezi în discuțiile cu urmăritorii. Instagram pune la dispoziția utilizatorilor diferite metode de comunicare și interacțiune. Printre ele se numără sesiuni de întrebări și răspunsuri, live-uri, chestionare, donații și alte instrumente necesare pentru exprimarea cât mai transparentă. Pentru a fi și mai aproape de urmăritorii tăi, există și opțiunea de broadcast channel, unde poți transmite diferite mesaje text, audio sau video. Aceștia primesc notificare când ți-ai creat un astfel de canal și se pot înscrie dacă doresc. Platforma oferă toate aceste unelte pentru a facilita interacțiunea din online a utilizatorilor.

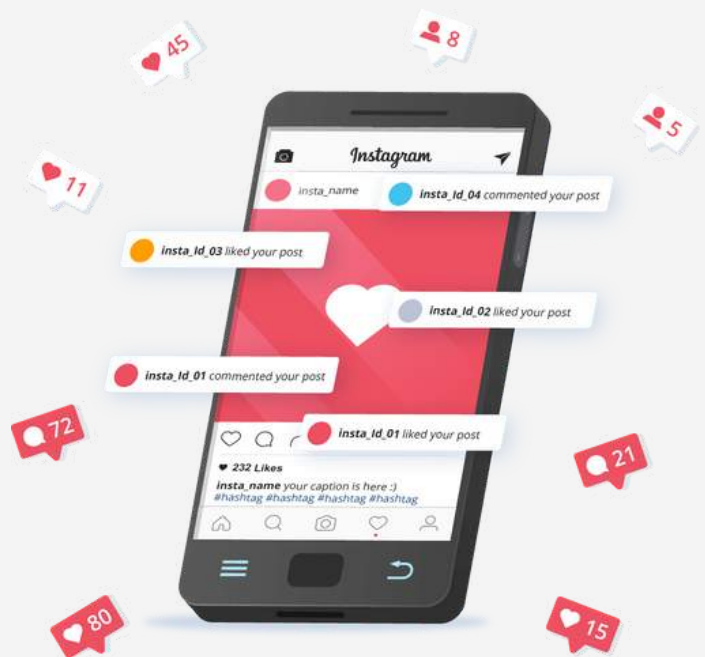
În mod similar altor platforme de Social Media, în interacțiunea cu utilizatorii pot apărea comentarii și reacții negative. Incidența lor pe Instagram este ușor mai redusă, însă ele nu trebuie neglijate. Ideal este să răspundem la ele (în funcție de numărul lor) pe un ton neutru, fără a critica sau a jigni, pentru a nu complica lucrurile. O alternativă este ignorarea lor, în special atunci când ele sunt lansate doar pentru a provoca o reacție negativă. Cu toate acestea, nu este recomandată ștergerea lor.



7. Urmărește ce îți place

Fie că vorbim de persoane, pagini de business, influenceri, celebrități sau hashtag-uri, este important să urmărești ceea ce-ți place și te interesează. Identifică acele persoane care au interese asemănătoare. Poți să-ți crezi o comunitate urmărind businessuri de la care să te inspire pentru propria ta afacere și chiar să folosești unele elemente în campaniile tale.

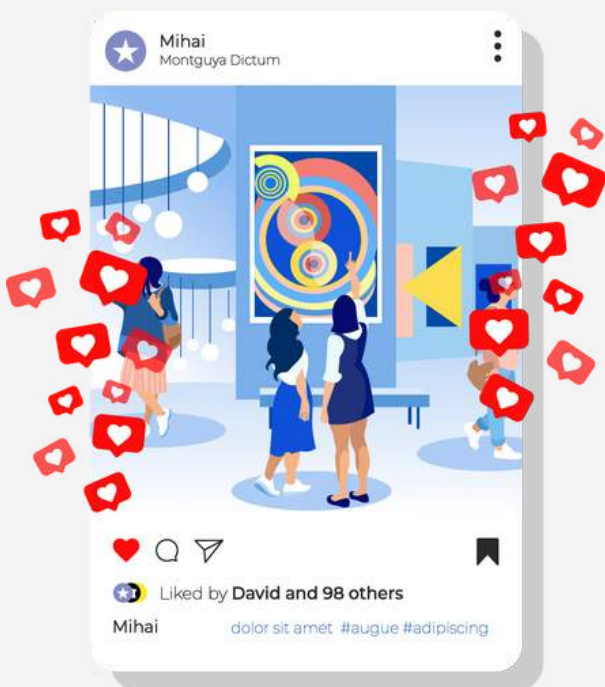
Este important să urmărești influenceri și persoane din domeniul tău de expertiză pentru că vei afla informații relevante și vei fi la curent cu ultimele noutăți. Este la fel de relevant să urmărești hashtag-uri pentru că așa vei identifica acele postări care corespund intereselor tale. Mai mult, nu uita de concurenți, ei putând reprezenta adeseori o inspirație.



8. Salvează ce îți place

Este simplu, odată ce vezi o imagine care te inspiră, un video care te motivează, sau ceva ce îți atrage atenția, poți salva acea postare. Astfel, ai la îndemână toate acele lucruri care îți plac. Mai mult, salvarea unei postări este anonimă, astfel încât nu poate fi accesată de urmăritorii tăi. În acest fel îți poți păstra resursele salvate, organizându-le pe categorii și accesându-le în funcție de ele. Dar dacă dorești ca ceilalți să vadă ceea ce ai salvat, ai opțiunea de a lăsa publice resursele salvate.

Poți salva inclusiv postările concurenților sau a businessurilor care te inspiră, pentru a te menține la curent cu activitatea lor. Salvezi, apoi poți aplica în cadrul companiei tale.



9. Fii original în comunicare

Instagram îți oferă o multitudine de filtre predefinite prin care poți alege să-ți personalizezi postările. Mai mult, ai opțiunea de a crea chiar tu unul. Cu ajutorul acestora, ai oportunitatea de a îți încuraja prietenii să facă diferite acțiuni sau pur și simplu să folosească filtrul tău pentru a te susține.

Poți utiliza filtrele atât pentru story-uri, cât și pentru postări sau mesaje private.



10. Descoperă funcția de Search

Căutarea pe Instagram este creată pentru a te ajuta să găsești conturi și subiecte de interes. Este diferit de Feed, Stories, Reels și Explore, deoarece contribuția ta ajută Instagramul să își dea seama de ceea ce îți place, organizând rezultatele căutării în funcție de ceea ce este cel mai relevant pentru tine.

Când atingi bara de căutare din pagina Explorare, primul lucru pe care îl vezi sunt căutările tale recente. Pe lângă textul pe care îl introduci în căutare, folosim informații din conturi, hashtag-uri și locuri pentru a vă clasa rezultatele căutării. Cele mai importante sunt: textul introdus, activitatea ta și informații despre rezultatele căutării.

Pentru ca pagina ta să apară în căutările altor utilizatori, iată câteva dintre cele mai bune practici pe care le puteți folosi pentru a vă ajuta să apară în rezultatele căutării.

Folosirea unui username potrivit și a unui nume de profil care are legătură cu conținutul postărilor tale este cel mai bun lucru de făcut atunci când vrei să apari în căutările relevante. Include cuvinte cheie și locații relevante în biografia ta. Dacă contul tău este specific pentru locație, cum ar fi pentru o afacere mică, afișarea locației în biografie poate face mai ușor ca oamenii din zonă să te găsească. Folosește cuvinte cheie și hashtag-uri relevante în descrierea postărilor din Feed, nu în comentarii.



11. Explorează puterea reels-urilor

Reels-urile sunt videoclipuri scurte, de până la 90 de secunde, care permit utilizatorilor să creeze conținut captivant, autentic și creativ. Dacă postezi un video mai lung cu un conținut audio original, acesta este considerat de asemenea, un reel. Asemănătoare cu funcționalitatea TikTok, reels-urile îți oferă posibilitatea de a adăuga muzică, efecte vizuale, text și alte elemente pentru a-ți personaliza videoclipul. Prin crearea acestora, poți contura identitatea brandului tău într-un mod inovator și creativ.

Aceste videoclipuri îți permit să evidențiezi valorile, cultura și produsele tale într-un format atractiv. Instagram încurajează utilizarea reels-urilor prin promovarea lor în Explore Page și în secțiunea dedicată de reels. Acest lucru îți oferă oportunitatea de a-ți extinde vizibilitatea în rândul utilizatorilor care nu te urmăresc deja. Explorează profiluri ale altor antreprenori sau branduri cunoscute care folosesc cu succes reels-urile pentru a-și promova afacerea. Analizează ce funcționează pentru ei și adaptează ideile în beneficiul tău.



Acestea sunt câteva motive pentru care reels-urile sunt importante în promovarea brandului tău:

Conținut captivant și consum rapid: Într-o lume în care atenția oamenilor este limitată, reels-urile au adus o nouă abordare în captarea interesului publicului. Durata scurtă a acestor videoclipuri îi încurajează pe utilizatori să rămână implicați și să consume conținutul rapid.

Diversificarea conținutului: Reels-urile permit antreprenorilor să experimenteze cu diferite tipuri de conținut, cum ar fi tutoriale rapide, povestiri amuzante, provocări și multe altele. Această varietate de conținut ajută la menținerea interesului publicului și la prezentarea afacerii într-un mod creativ.



11. Explorează puterea reels-urilor

Potențialul de viralizare: Reels-urile au potențialul de a deveni virale rapid, în special dacă conținutul este inovator, distractiv sau relevant. Atunci când un reels devine popular, acesta poate atrage o atenție considerabilă și poate crește vizibilitatea afacerii.

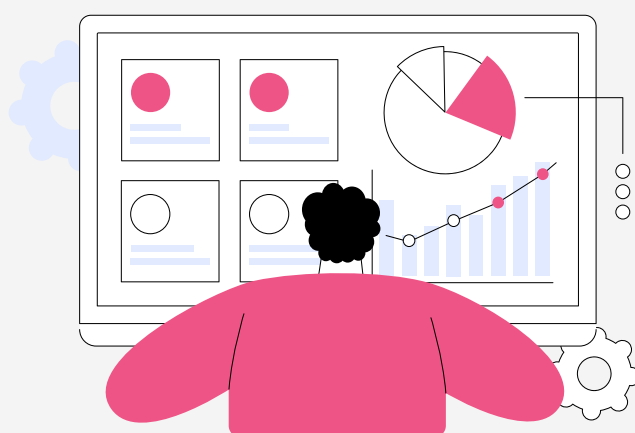
Creșterea audienței: Utilizatorii care descoperă și apreciază conținutul din reels pot decide să urmărească profilul creatorului. Aceasta poate duce la creșterea numărului de urmăritori și, implicit, la o bază mai mare de potențiali clienți pentru afacere.



Interacțiune și angajament: Reels-urile încurajează interacțiunea publicului prin intermediul comentariilor, aprecierilor și partajărilor. Antreprenorii pot folosi aceste interacțiuni pentru a interacționa direct cu urmăritorii, pentru a răspunde la întrebări și pentru a construi relații mai puternice cu clienții.

Accesibilitatea la funcții de editare: Platforma Instagram oferă un set de instrumente de editare video pentru reels-urile create direct în aplicație. Acest lucru facilitează crearea de conținut de calitate chiar și pentru cei fără experiență în editarea video.

Potrivirea tendințelor: Reels-urile oferă o modalitate excelentă de a se alinia la tendințele și challenge-urile curente din lumea digitală. Acest fapt poate ajuta afacerea să fie percepută ca modernă și conectată la cultura actuală.



12. Comunități

Brandurile au posibilitatea de a crea și cultiva comunități puternice și angajate în jurul produselor, valorilor și misiunilor lor. Aceste comunități pot deveni o sursă de loialitate, feedback și promovare organică. Iată câteva tipuri de comunități pe care brandurile le pot construi pe Instagram:

Comunitatea de brand: Brandurile pot crea o comunitate în jurul propriei identități cât și a valorilor. Acest lucru poate include partajarea poveștilor din spatele brandului, prezentarea echipei, valorilor și misiunilor. Utilizatorii care împărtășesc aceleași valori vor fi mai predispuși să se alăture acestei comunități și să devină susținători loiali.

Comunitatea de produs: Dacă un brand oferă produse sau servicii unice, poate construi o comunitate de fani ai acestor produse. Postările care prezintă detalii despre produse, recenzii de la clienți sau moduri creative de a utiliza produsele pot stimula angajamentul în această comunitate.

Alte tipuri de comunități: creativă, educațională, de susținere, de evenimente, bazată pe pasiuni și altele.



Pentru a construi aceste comunități de succes, brandurile ar trebui să ofere conținut autentic, relevant și valoros, să interacționeze cu urmăritorii în mod regulat și să creeze un mediu în care utilizatorii se simt implicați și auziți. Hashtag-urile relevante, întrebările interactive, sondajele și poveștile sunt doar câteva instrumente pe care le pot utiliza pentru a stimula interacțiunea și pentru a dezvolta aceste comunități.



13. Gestionează conturi multiple

Poți gestiona mai multe conturi pe Instagram, având posibilitatea de a le schimba între ele. Funcția se poate folosi atât pe dispozitive mobile, cât și pe desktop, oferind utilizatorilor oportunitatea de a gestiona mai multe conturi în același timp.



Chiar dacă nu vei atrage sute de urmăritori de la început, iar numărul interacțiunilor nu va satisface obiectivele tale, este important să perseverezi în atingerea acestora. Doar printr-o continuitate și o comunicare constantă vei atinge rezultatele dorite. Poziționează-te ca un expert doar pe domeniul tău și continuă să înveți de la ceilalți, deoarece informația este nelimitată.

La fel ca și alte pagini personale de socializare precum Facebook sau LinkedIn, pagina de Instagram reprezintă o carte de vizită digitală. Spre deosebire însă de cea tradițională, aceasta poate fi accesată oricând și de aproape oricine printr-o simplă căutare a numelui tău pe Google sau pe Instagram. Mai mult, ea te poate ajuta să alegi persoanele cu care îți dorești să interacționezi.

De aceea este necesar să acorzi o atenție sporită prezentei tale pe Instagram.





Oferă un feedback legat de acest ghid sau trimite-ne sugestiile tale pentru alte ghiduri pe care să le realizăm.



Feedback Ghid Instagram

Ți-a plăcut ghidul de bune practici? Lasă-ne un feedback legat de acesta sau trimite-ne sugestiile tale pentru alte ghiduri pe care să le realizăm.

*Obligatoriu

Cât de valoroase sunt informațiile acestui ghid pentru tine? *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Deloc valoroase

Foarte valoroase

Cât de probabil este să recomanzi acest ghid și altor prieteni? *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Deloc probabil

Foarte probabil

Care sunt alte teme de interes pentru tine pe care să le detaliem într-un ghid viitor?

Răspunsul dvs.

**Îți mulțumim că ai parcurs
acest ghid.**

**Urmărește activitatea noastră din mediul
online pentru mai multe informații
relevante și ghiduri utile pentru tine.**



Noi suntem KLAIN, agenția de digital marketing cu peste 15 ani de experiență și îți oferim instrumentele necesare dezvoltării business-ului tău.

👉 www.klain.ro ✉ contact@klain.ro