

КРЕАТИВНЫЙ ГИД

TAC IN
FEST



from
Meta



Это первый в России креативный гид Instagram по коллаборациям, которые разработали и реализовали локальные креаторы. Он создан для того, чтобы вдохновить бренды на сотрудничество и создание совместных коллабораций с Instagram-креаторами,

а креаторов — на развитие своего творчества. Ведь Instagram — это источник вдохновения для людей и платформа, где сообщества, креативные идеи и культура становятся основой для развития творчества и бизнеса.

О ЧЕМ ЭТОТ ГИД?

Он про вдохновение и руководство к действию. В нем вы найдете советы для брендов по созданию эффективных рекламных кампаний с креаторами и советы для самих креаторов, как рассказать о своем творчестве большему количеству людей, используя инструменты Instagram.

КРЕАТОРЫ - СЕРДЦЕ КУЛЬТУРЫ INSTAGRAM. ОНИ ВДОХНОВЛЯЮТ СООБЩЕСТВО СВОИМ ТВОРЧЕСТВОМ И СОЗДАЮТ НОВЫЕ ТРЕНДЫ. С ПОМОЩЬЮ НАШЕГО ФЕСТИВАЛЯ И ГИДА МЫ ХОТИМ ПОКАЗАТЬ ИМ, КАК МОЖНО РАЗВИВАТЬ КАРЬЕРУ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ И ДОБИВАТЬСЯ КОММЕРЧЕСКОГО УСПЕХА, ИСПОЛЬЗУЯ ИНСТРУМЕНТЫ INSTAGRAM ДЛЯ САМОВЫРАЖЕНИЯ, ВЫХОДА НА НОВУЮ АУДИТОРИЮ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С БРЕНДАМИ



Ульяна Зинина

руководитель Meta по связям с
государственными организациями в России



В гиде вы также найдете примеры самых ярких коллабораций, выполненных в рамках первого в России фестиваля TAG IN FEST от Instagram по заданиям кураторов фестиваля: брендов, музыкантов, художников, фотографов и других. Ведь главной задачей фестиваля было объединить бизнес и представителей креативных индустрий для создания вдохновляющих и эффективных коллабораций.

О ЧЕМ ЭТОТ ГИД?

Сообщество Instagram — это один миллиард активных пользователей, авторов и компаний, которые каждый месяц создают контент и взаимодействуют друг с другом.

С помощью нашего гида вы убедитесь, что креативные коллаборации в Instagram помогают творчеству преодолевать любые границы, а брендам приносят конкретные бизнес-результаты.



НАЧИНАЮЩИМ КРЕАТИВНЫМ ПРОДЮСЕРАМ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ НУЖНА ПОДДЕРЖКА СО СТОРОНЫ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ДЕЯТЕЛЕЙ, ЧТОБЫ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ИТОГЕ ПРИВОДИЛА К ОСЯЗАЕМЫМ РЕЗУЛЬТАТАМ, ЧТОБЫ ДРУГИЕ – ЕЩЕ СОМНЕВАЮЩИЕСЯ МОЛОДЫЕ, ХОТЕЛИ ДЕЙСТВОВАТЬ В ТОМ ЖЕ НАПРАВЛЕНИИ И РЕАЛИЗОВЫВАТЬ СЕБЯ В КРЕАТИВНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ.

ДЛЯ НАС, В ФЕДЕРАЦИИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ, ОЧЕНЬ ВАЖНО РАЗВИВАТЬ ЭТИ УСЛОВИЯ ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ АКТОРОВ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ. И МЫ РАДЫ, ЧТО У НАС ПОЯВИЛСЯ ТАКОЙ СИЛЬНЫЙ ПАРТНЕР И ЕДИНОМЫШЛЕННИК ПО ЭТОЙ ТЕМЕ, КАК INSTAGRAM.



Игорь Намаконов
генеральный директор ФКИ



ЭФФЕКТИВНЫЕ КОЛЛАБОРАЦИИ БРЕНДОВ И КРЕАТОРОВ

ФК{И

Rich®



Skillbox

аки.

КЕЙСЫ: КАК КОЛЛАБОРАЦИИ ПОМОГАЮТ БИЗНЕС-РЕЗУЛЬТАТАМ

Креативные коллаборации — неотъемлемая часть любой кампании, ведь они помогают брендам решать реальные бизнес-задачи: повышать узнаваемость бренда благодаря сотрудничеству с авторами, увеличивать аудиторию и находить клиентов, создавать эффективную рекламу и расширять бизнес, увеличивать продажи

и взаимодействовать со своим сообществом. 63% людей в возрасте от 18 до 34 лет доверяют мнению креатора о бренде, больше, чем рекламе бренда.¹

82% потребителей готовы купить продукт бренда, в котором креатор лично заинтересован, а 79% сказали, что готовы его попробовать.²

1. Источник: 2019-20 Edelman Trust Barometer Special Report: In Brands We Trust

2. Источник: Global Media Consumer Research Study, Platforms by Ipsos Marketing, 11/2020

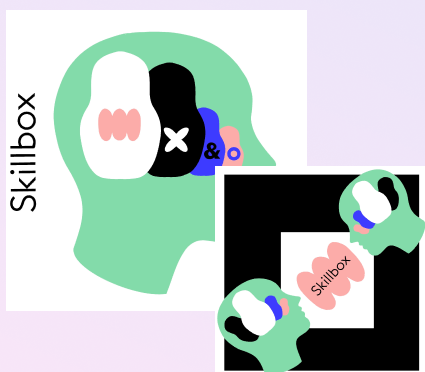
SKILLBOX: ПРОДВИЖЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ КУРСОВ

КЕЙСЫ УЧАСТНИКОВ TAG IN FEST ОТ INSTAGRAM

В рамках фестиваля TAG IN FEST от Instagram образовательная платформа Skillbox предложила креаторам разработать активацию в Instagram для продвижения курсов по общеобразовательным предметам, используя инструменты социальной сети.

Ключевое сообщение активации — курсы от Skillbox развивают мышление. Креаторы разработали свои решения, основываясь на разных инсайтах.

Инструменты Instagram: Stories и посты



Вилкова Алина

Идея: Образование - это матрешка. Профессиональные навыки складываются в одну большую фигуру, такую, как матрешка, и формируют человека как профессионала. Основа (самая маленькая матрешка или любая другая) - это общеобразовательные предметы, которые являются обязательным элементом любого образования. Образовательная платформа Skillbox поможет вам в изучении общеобразовательных предметов.



Никоноров Андрей

Идея: Многие вопросы не дают покоя настолько, что невозможно спать и думать о чём-то другом. Ты можешь в 2 часа ночи начать гуглить ответ на вопрос, но так и не дойдешь до сути. А так хочется расширить свой кругозор и получить системные знания, а не просто интересные факты.

RICH: РОСТ БРЕНДА В ПРЕМИАЛЬНОМ СЕГМЕНТЕ

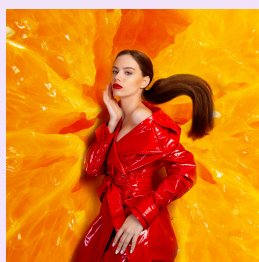
КЕЙСЫ УЧАСТНИКОВ TAG IN FEST ОТ INSTAGRAM

В рамках фестиваля TAG IN FEST бренд соков Rich преследовал цель обеспечить устойчивый рост бренда в премиальном сегменте и продолжить разработку платформы Me-moment, где пользователи рассказывают о своих увлечениях

с помощью инструментов Instagram. Именно для их достижения участниками были разработаны активации в Instagram.

Инструменты Instagram: посты в формате фото и видео

Любовь Троепольская
Ольга Мельникова
Амина Кусова
София Буркина



Вероника Короткова

Идея: Авторы объединили сок Rich и свое хобби, создав арт-объекты из кубика Рубика и настоящей вышивки.

REXONA: ЗАПОМИНАЕМОСТЬ РЕКЛАМЫ

ЛОКАЛЬНЫЙ КЕЙС

Идея: совместно с российскими лидерами мнений Rexona провела маркетинговую кампанию в Instagram.

Следуя рекомендациям Facebook, команда разместила в блоге креатора брендированный видеоконтент в формате историй, где автор выбирает один из продуктов бренда и предлагает аудитории жить активно – ведь о свежести позаботится Rexona!

Инструмент Instagram:
Stories в видеоформате

Результаты: коммуникация превысила ожидаемые показатели KPI: на 5.8 пунктов увеличилось побуждение к действию, на 4.6 пунктов выросла запоминаемость рекламы без внешней помощи и подсказок, а запоминаемость рекламных сообщений поднялась на 2.7 пункта.



+5.8 побуждение
к действию

+4.6 запоминаемость
рекламы

+2.7 запоминаемость
сообщений

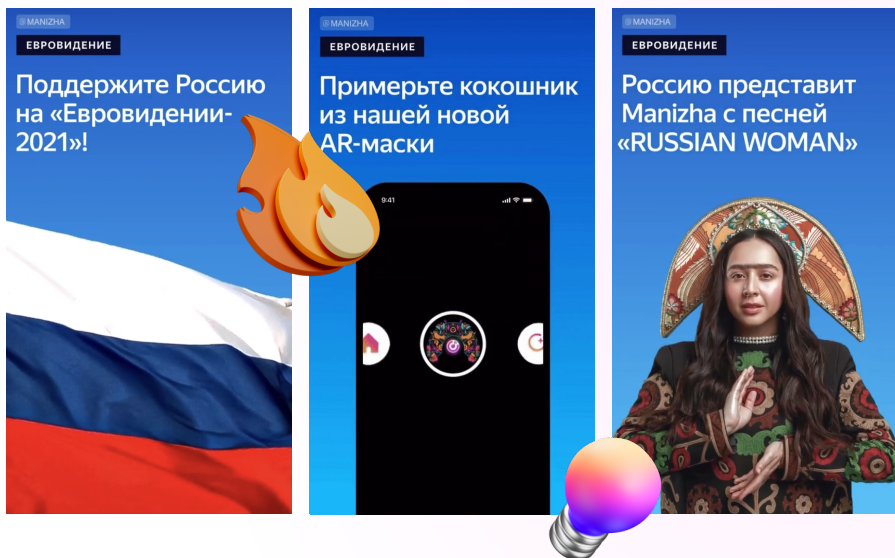
ЯНДЕКС.МУЗЫКА: ВОВЛЕЧЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

ЛОКАЛЬНЫЙ КЕЙС

Идея: для того, чтобы поддержать певицу Манижу, представляющую Россию на Евровидении 2021, и ее песню Russian Woman, Яндекс.Музыка в сотрудничестве с Facebook Creative Shop создали уникальную AR-маску в Instagram. Используя ее, пользователи могли выбрать один из традиционных кокошников и подпевать Маниже. В продвижении маски принимала участие сама певица и другие российские артисты.

Инструмент Instagram:
AR-маска

Результаты: маска набрала 1,6 миллионов просмотров, а также 190 тысяч пользователей установили её себе в профиль и опубликовали 8,9 тысяч постов



+1.6 миллионов
просмотров

+190 тысяч установок
масок

+8.9 тысяч
постов

HAVAIANAS: РОСТ ПРОДАЖ

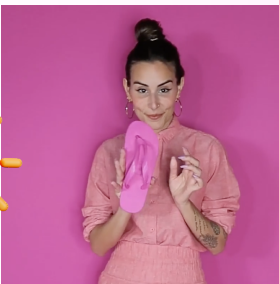
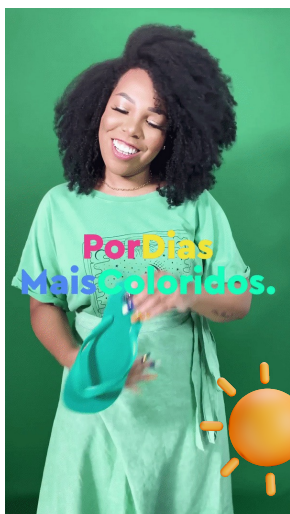
ГЛОБАЛЬНЫЙ КЕЙС

Идея: бразильская компания по продаже вьетнамок Havaianas во время пандемии переориентировала свою маркетинговую стратегию с телевидения на электронную коммерцию. Чтобы продавать товары в новой для себя торговой среде, компания использовала Instagram и запустила челлендж в формате Reels. Для этого Havaianas привлекли несколько заметных нишевых креаторов.

Компания побуждала к покупке через брендированный контент в Reels, Stories и ленте.

Инструменты Instagram: Reels, Stories, посты

Результаты: рост коэффициента конверсии на 57% при снижении цены за конверсию на 33%, а также увеличение объема продаж в 2 раза



+57% коэффициент конверсии

-33% цена за конверсию

x2 объем продаж

SEPHORA: РОСТ УЗНАВАЕМОСТИ

ГЛОБАЛЬНЫЙ КЕЙС

Идея: Sephora разработала кампанию «Smell with your eyes» и попросила креаторов в Instagram создать визуальные интерпретации ароматических ингредиентов духов. В кампании участвовала Джессика Херрингтон, нейробиолог, специализирующийся на цифровых сенсорных экспериментах и Роман Братски, дизайнер 3D-анимации. Они разработали фильтры дополненной реальности, воспроизводящие текстуру, цвет, форму и движения одного из ингредиентов аромата, а также

видео, передающие ноты духов, построенные на сенсорном контрасте.

Инструмент Instagram: AR-фильтры

Результаты: на 17 пунктов выросла запоминаемость рекламы, на 1,3 пункта повысилось намерение купить продукт в результате показа рекламы с авторскими и обычными креативами, по сравнению с только обычными креативами.



+17 запоминаемость
рекламы

+1.3 намерение
купить продукт

КОЛЛАБОРАЦИИ ДЛЯ САМОВЫРАЖЕНИЯ И ВЫХОДА НА НОВУЮ АУДИТОРИЮ

КОЛЛАБОРАЦИИ ДЛЯ САМОВЫРАЖЕНИЯ И ВЫХОДА НА НОВУЮ АУДИТОРИЮ

Креаторы — движущая силы современной культуры. Instagram — лучшее место для креаторов, где они могут выражать себя, находить вдохновение и единомышленников, развивать свое творчество.

Вдохнитесь и узнайте, как Instagram может помочь выйти на новую более широкую аудиторию на примерах работ участников фестиваля TAG IN FEST.

Покрас Лампас. Культура без границ

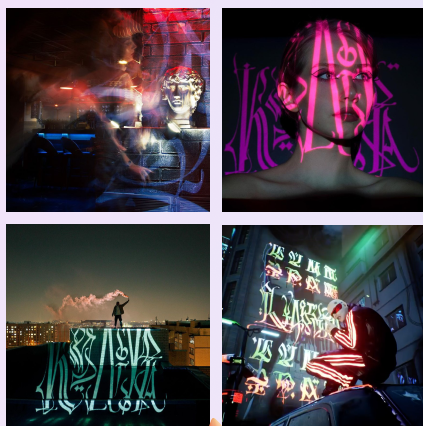
Покрас Лампас предложил участникам попробовать свои силы в создании световой инсталляции и создать собственные арт-проекты, вдохновленные 11 каллиграфическими вариантами написания слова “КУЛЬТУРА”, созданных художником специально для этого задания.



“Я ОЧЕНЬ РАД ВИДЕТЬ ТАК МНОГО МОЛОДЫХ КРЕАТОРОВ, КОТОРЫЕ ПРИСОЕДИНИЛИСЬ К НАШЕМУ ТВОРЧЕСКОМУ ЗАДАНИЮ В РАМКАХ TAG IN FEST. ВАЖНО ВЫХОДИТЬ ЗА РАМКИ — И РАБОТЫ ПОБЕДИТЕЛЕЙ ПРЕКРАСНО ЭТО РЕПРЕЗЕНТУЮТ: ОТ ДЕРЗКОГО УЛИЧНОГО МЭППИНГА ДО КАМЕРНОЙ, РЕФЛЕКСИРУЮЩЕЙ ПРОЕКЦИИ В ФОРМАТЕ АВТОПОРТРЕТА”

Покрас Лампас

Инструмент Instagram: посты в формате фото и видео



КОЛЛАБОРАЦИИ ДЛЯ САМОВЫРАЖЕНИЯ И ВЫХОДА НА НОВУЮ АУДИТОРИЮ

Little Big. Креатив на полную

Участники группы Little Big предложили Instagram-креаторам принять участие в поддержке клипа на сингл «Turn It Up» из альбома «Welcome To The Internet». Для этого участникам нужно было придумать и создать новые мемы по мотивам клипа.

Инструмент Instagram: серия постов



“МЫ БЛАГОДАРНЫ INSTAGRAM ЗА ПРИГЛАШЕНИЕ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В TAG IN FEST! ЭТО ОТЛИЧНАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ ДЛЯ ВСЕХ НАЧИНАЮЩИХ КРЕАТОРОВ ПРОКАЧАТЬ СВОИ СКИЛЛЫ, ВДОХНОВИТЬСЯ КРУТЫМИ КЕЙСАМИ И СТАТЬ ЧАСТЬЮ БОЛЬШИХ КОЛЛАБОРАЦИЙ. РАБОТЫ К НАШЕМУ ЗАДАНИЮ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО НАС ВПЕЧАТЛИЛИ — У РЕБЯТ ОГРОМНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ В КРЕАТИВЕ И DIGITAL”

Илья Прусикин

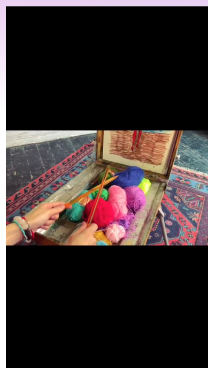
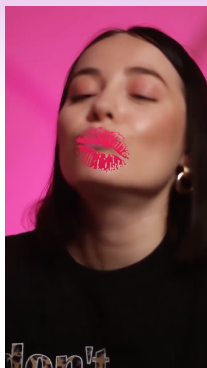
Инструмент Instagram: серия постов в формате фото



Мурад Османн. Фантазия на тему путешествий

Создатель проекта #FollowMeTo Мурад Османн поставил перед участниками задачу придумать и создать арт-работу, которая по-новому представит проект и поможет открыть его более широкой аудитории.

КОЛЛАБОРАЦИИ ДЛЯ САМОВЫРАЖЕНИЯ И ВЫХОДА НА НОВУЮ АУДИТОРИЮ



Елена Крыгина.
Цвет вдохновения

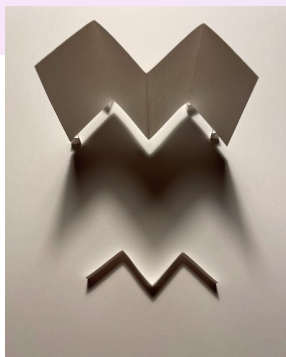
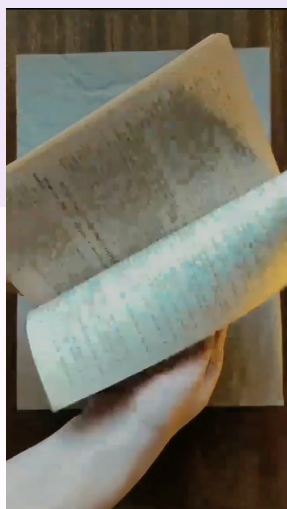
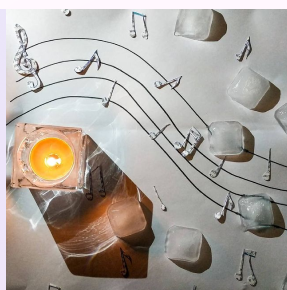
Елена Крыгина, профессиональный визажист и создательница бренда Krygina Cosmetics, предложила креаторам создать творческий проект в поддержку кремовых пигментов CONCRETE.

Инструмент Instagram:
Reels

Артемий Лебедев.
Перепрдумываемая классика

Артемий Лебедев вместе с Агентством креативных индустрий подготовил для креаторов творческое задание по созданию книжной обложки.

Инструменты Instagram:
Reels, посты



СОВЕТЫ ОТ INSTAGRAM: КАК СОЗДАТЬ ЭФФЕКТИВНУЮ КРЕАТИВНУЮ КОЛЛАБОРАЦИЮ

КАК КРЕАТОРАМ И БРЕНДАМ НАЙТИ ДРУГ ДРУГА И ВЫСТРОИТЬ СОТРУДНИЧЕСТВО

88% потребителей говорят, что им важно, чтобы креатор был честным и искренне заботился об их интересах. ³

72% молодых потребителей говорят, что они отписались бы от автора из-за неискреннего контента. ⁴

СОВЕТЫ БРЕНДАМ ПО ПОДБОРУ И РАБОТЕ С КРЕАТОРАМИ:

Работайте с креаторами, которые завоевали авторитет в определенной сфере, связанной с отраслью или целями вашего бренда.

Привлекайте креаторов, которые обладают оригинальным и аутентичным стилем. Их уникальное видение позволит создать более достоверный и органичный контент и раскрыть ваш бренд с неожиданной стороны, что вызовет более позитивный отклик у аудитории.

Не существует единого подхода к выбору креатора. Примите во внимание не только отрасль, в которой работает креатор, но и его личность, образ жизни и связь между вашим брендом и творчеством автора.

Придумайте, как ненавязчиво рассказать о вашем бренде в контенте креатора. Чтобы упомянуть о бренде, можно воспользоваться товаром или воссоздать подходящую ситуацию.



3. Источник: Morning Consult. The influencer report: Engaging Gen Z and Millennials

4. Источник: Into the Mainstream Report / Tukami

СОВЕТЫ ОТ INSTAGRAM: КАК СОЗДАТЬ ЭФФЕКТИВНУЮ КРЕАТИВНУЮ КОЛЛАБОРАЦИЮ

КАК КРЕАТОРУ ПОНЯТЬ, ЧТО БРЕНД ПОДХОДИТ ДЛЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Сотрудничайте с брендами, которые помогут вам достичь ваших целей, например, увеличить существующую аудиторию или выйти на новую.

Не бойтесь сотрудничать с брендами, которые работают в других областях. Это может помочь вам получить доступ к сообществу, с которым вы пока не знакомы.

Прислушивайтесь к брендам-партнерам, но оставайтесь верны своему творческому видению. Предлагая сотрудничество, бренды рассчитывают, что оно поможет решить их задачи максимально креативным и эффективным способом.

Работайте с брендами, которые разделяют ваши ценности и готовы поддержать вас в важных для вас вопросах.



85%

креаторов хотят работать с новыми брендами и реализовывать новые проекты.⁵

60%

креаторов хотят, чтобы бренд, с которым они работают, разрешал им включать темы многообразия и инклюзивности в спонсируемый контент.⁶

80%

креаторов хотят работать с брендами, которые активно и публично поддерживают многообразие и инклюзивность.⁷



5. Источник: Collectively, August 2020 Community Survey

6,7. Источник: Cause & Social Influence's 2021 Report. Influencing Young America To Act

СОВЕТЫ ОТ INSTAGRAM: КАК СОЗДАТЬ ЭФФЕКТИВНУЮ КРЕАТИВНУЮ КОЛЛАБОРАЦИЮ

96%

креаторов стремятся к более тесному сотрудничеству с брендами. Они хотели бы, чтобы их работа с брендами не ограничивалась простым размещением постов в социальных сетях.⁸

68%

креаторов предпочитают, чтобы партнерские отношения длились 3 месяца и более.⁹

СОВЕТЫ ПО РАЗРАБОТКЕ СОВМЕСТНОЙ КОЛЛАБОРАЦИИ



Выступайте соавтором контента. Помогите креатору стать настоящей звездой активации, обеспечив его четкими инструкциями, поясняющими ваши цели и задачи.

Будьте гибкими и откажитесь от строгих брифов. Контент, созданный в соответствии с видением креатора, найдет отклик у его аудитории.

Доверяйте своему партнеру. Позвольте креатору использовать формат, который он считает максимально подходящим для того, чтобы рассказать вашу историю.

Интегрируйте свои сообщения, используя креативные инструменты. Творческий подход приносит более сильные результаты, чем прямая реклама.

Постройте более тесное и взаимовыгодное партнерство. Подумайте о том, как ваше сотрудничество может выйти за рамки кампании.

8. Источник: Cone/Porter Novelli 2019

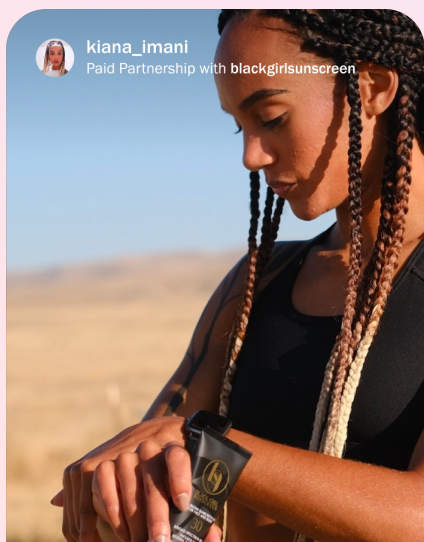
9. Источник: Collectively, August 2020 Community Survey

КАК ВЫБРАТЬ ФОРМАТЫ ДЛЯ КРЕАТИВНЫХ КОЛЛАБОРАЦИЙ И СДЕЛАТЬ ИХ ЭФФЕКТИВНЫМИ

ИСПОЛЬЗУЙТЕ БРЕНДИРОВАННЫЙ КОНТЕНТ

Брендированный контент открыл для бизнеса новый способ выхода на аудиторию и взаимодействия с ней и уже превратился в многомиллиардную экономику. Он способствует развитию бизнеса креаторов, которые создают

сообщества в Instagram. Именно поэтому прозрачность в вопросах сотрудничества между брендами и креаторами важна как никогда. Набор инструментов для создания брендированного контента позволяет обеспечить ее.



СОВЕТЫ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ БРЕНДИРОВАННОГО КОНТЕНТА:

Используйте брендированный контент в Reels - теперь реклама брендированного контента доступна и для этого формата.

Повысьте популярность своего органического контента в ленте и Stories, превратив его в рекламу с помощью функции Instagram Boost для брендированного контента.



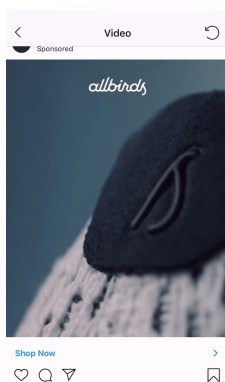
Если вы сотрудничаете с брендом, обязательно используйте метку "Оплачено спонсором", чтобы обозначить, что контент спонсирован. Если спонсорские посты не будут правильно помечены, это может иметь правовые последствия.

КАК ВЫБРАТЬ ФОРМАТЫ ДЛЯ КРЕАТИВНЫХ КОЛЛАБОРАЦИЙ И СДЕЛАТЬ ИХ ЭФФЕКТИВНЫМИ

РАССКАЖИТЕ О СВОЕМ БРЕНДЕ В ВИДЕО

Используйте такие форматы видео, как Stories, лента, Live и Reels, чтобы наглядно продемонстрировать свой бренд. Используя экосистему форматов видео в Instagram, вы можете привлечь внимание аудитории с помощью интересного

контента для просмотра и взаимодействия. Возрастающий интерес к видео среди поколения Z определяет будущее Instagram. 91% пользователей публикуют истории каждую неделю.¹⁰



СОВЕТЫ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ВИДЕО В INSTAGRAM:

Оптимизируйте видео для мобильных устройств. Используйте вертикальный формат (9:16) для Stories и видео Reels, а для ленты — видео в формате 1:1 или 4:5.

Для развлечения аудитории попробуйте использовать короткие видео в Stories, видео Reels и ленте.

Чтобы установить более прочные взаимоотношения с пользователями, рассказывайте истории в деталях, используя Instagram Live и видео в ленте.

КАК ВЫБРАТЬ ФОРМАТЫ ДЛЯ КРЕАТИВНЫХ КОЛЛАБОРАЦИЙ И СДЕЛАТЬ ИХ ЭФФЕКТИВНЫМИ

ПОДДЕРЖИВАЙТЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ТРЕНДЫ В КОНТЕНТЕ С ПОМОЩЬЮ REELS

Видео Reels с музыкальным оформлением, элементом неожиданности и новым контентом — это возможность создавать креативы в фирменном стиле с популярными трендами и задавать

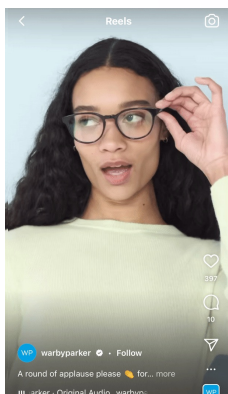
новые модные направления. Подумайте, как интересно рассказать о своем бренде или продукте, используя уникальный стиль видео Reels.

СОВЕТЫ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ REELS:

Сотрудничайте с креаторами и применяйте их уникальный стиль для создания нативного контента Reels.

Добейтесь большего резонанса с помощью рекламы в Reels. Используйте музыку как креативный элемент, удерживайте внимание с помощью подвижных элементов и переходов и избегайте слишком сложных призывов к действию.

Применяйте то, что модно, или задавайте свои тенденции. Используйте ремикс, чтобы показать фирменный креатив вашего бренда в видео Reels, которые в тренде, или предложите сообществу сделать ремикс ваших видео Reels.



КАК ВЫБРАТЬ ФОРМАТЫ ДЛЯ КРЕАТИВНЫХ КОЛЛАБОРАЦИЙ И СДЕЛАТЬ ИХ ЭФФЕКТИВНЫМИ

СОТРУДНИЧАЙТЕ С ДРУГИМИ АВТОРАМИ

Сотрудничество — это важный формат взаимодействия между пользователями Instagram. Вместе с другими креаторами вы можете стать соавторами постов

и Reels с помощью инструмента Collabs. Пост или Reels будет размещен на обоих профилях и будет иметь общие просмотры, лайки и комментарии.

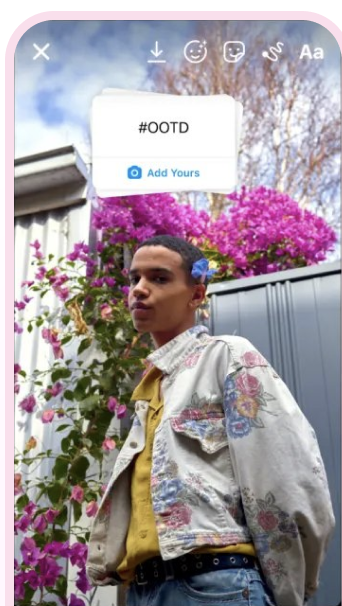
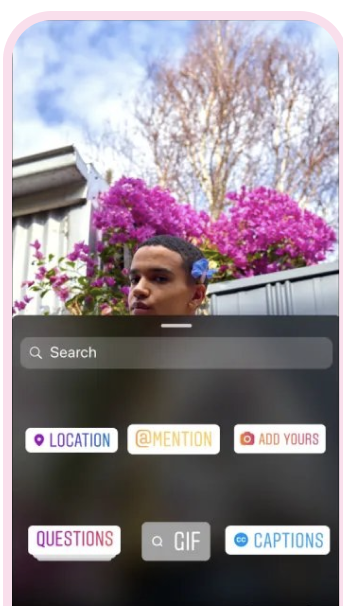
СОВЕТЫ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ COLLABS:

Вы можете пригласить другой аккаунт стать соавтором поста или Reels. Если его владелец согласится, то оба аккаунта появятся в заголовке поста или Reels, а пост станет доступен обеим группам подписчиков.

Если вы работаете с другим креатором или брендом над презентацией нового совместного продукта, используйте Collabs для создания тизера.



КАК ВЫБРАТЬ ФОРМАТЫ ДЛЯ КРЕАТИВНЫХ КОЛЛАБОРАЦИЙ И СДЕЛАТЬ ИХ ЭФФЕКТИВНЫМИ



ВОВЛЕКАЙТЕ СВОЮ АУДИТОРИЮ С ПОМОЩЬЮ СТИКЕРА ADD YOURS

С помощью стикера Add Yours вы можете начать увлекательный обмен историями со своими подписчиками и сообществом Instagram и призвать их поделиться своим #OOTD (outfit of the day -

наряд дня) или недавно сделанными фотографиями. Вы можете вовлечь своих подписчиков, создав новую дискуссию или выбрав случайную нажатием на кубик.

Вы можете присоединиться к другим пользователям, которые делятся своими Stories, нажав на Add Yours. Вы можете просмотреть все ответы других людей, нажав на стикер.

Новый стикер Add Yours позволяет людям сотрудничать и выражать свою точку зрения на заданную тему в непринужденной форме. Каждый может внести свой вклад.

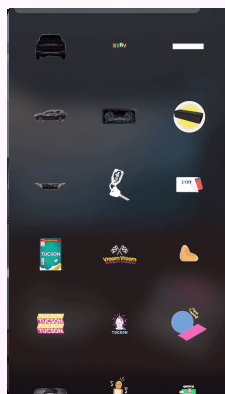
КАК ВЫБРАТЬ ФОРМАТЫ ДЛЯ КРЕАТИВНЫХ КОЛЛАБОРАЦИЙ И СДЕЛАТЬ ИХ ЭФФЕКТИВНЫМИ

СОВЕТЫ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В INSTAGRAM:

Объясните пользователям, как применять фильтр дополненной реальности.

Привлеките креаторов, чтобы заинтересовать пользователей.

Побудите людей попробовать фильтр, показав интересные примеры и способы использования в историях.



ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЭФФЕКТЫ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Расширьте опыт взаимодействия с брендом и повысьте его ценность для пользователей с помощью дополненной реальности.

Сотрудничая с креаторами, которые создают дополненную реальность в Instagram, вы можете рассказать о своем бренде с помощью новейших технологий или провести

для подписчиков виртуальную презентацию.

74 % респондентов считают, что дополненная реальность может **сократить разрыв** между онлайн- и офлайн-продажами.

74 % респондентов считают, что это увлекательный способ **взаимодействия с брендами**.¹¹

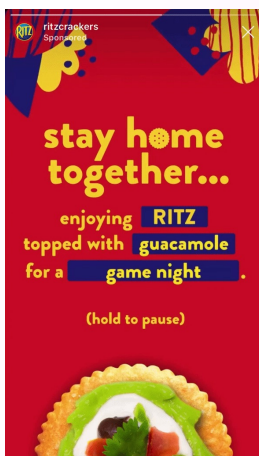
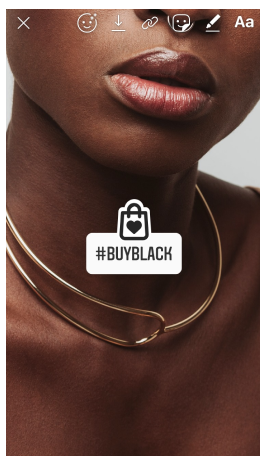
КАК ВЫБРАТЬ ФОРМАТЫ ДЛЯ КРЕАТИВНЫХ КОЛЛАБОРАЦИЙ И СДЕЛАТЬ ИХ ЭФФЕКТИВНЫМИ

УЧАСТВУЙТЕ В ДВИЖЕНИЯХ И ЛОВИТЕ МОМЕНТ — СЛЕДИТЕ ЗА ИСТОРИЯМИ

С помощью Stories вы можете поддержать актуальные глобальные движения и события. Люди по всему миру делятся с помощью Stories тем, что происходит в их жизни — будни на карантине, праздники, участие в важных общественных движениях. Используйте инструменты оформления Stories (например, анимированный текст и такие

стикеры, как "Поддержите малый бизнес", чтобы выразить свое мнение и выступить в поддержку того, что важно для вас и вашего сообщества).

Если использовать стикер опроса в Stories в Instagram, пользователи взаимодействуют с рекламой в 3 раза дольше, чем обычно.¹²



КАК ВЫБРАТЬ ФОРМАТЫ ДЛЯ КРЕАТИВНЫХ КОЛЛАБОРАЦИЙ И СДЕЛАТЬ ИХ ЭФФЕКТИВНЫМИ

СОВЕТЫ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ STORIES В INSTAGRAM:

Используйте Stories как дневник своей компании. Покажите, как устроена ваша работа изнутри, и расскажите обо всех интересных событиях в режиме реального времени, чтобы укрепить отношения с аудиторией.

Для вовлечения используйте интерактивные инструменты — наклейки с опросами и вопросами, — чтобы получить отклик сообщества.

После того как пользователь ответит на вопрос, покажите ему свое предложение или призыв к действию. Ответ рекомендуется предоставить через 4–5 секунд.

Покажите результаты опроса с помощью наглядных изображений. Чтобы респондентам было легче дать ответ, используйте визуальные подсказки.

Используйте наклейки опроса: задайте интересный вопрос, который подтолкнет аудиторию к взаимодействию. Вопрос должен быть кратким и сформулирован четко.

Мобильные пользователи — прежде всего. Используйте всю поверхность экрана в вертикальной ориентации, чтобы рассказать о своем бренде и использовать нативные функции в Stories (например, коснуться и удерживать, чтобы остановить).

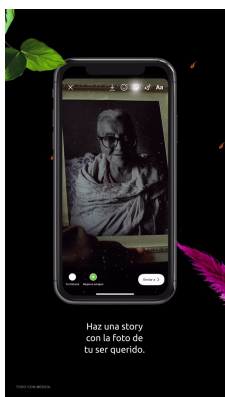


КАК ВЫБРАТЬ ФОРМАТЫ ДЛЯ КРЕАТИВНЫХ КОЛЛАБОРАЦИЙ И СДЕЛАТЬ ИХ ЭФФЕКТИВНЫМИ

ВОВЛЕКАЙТЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, ИСПОЛЬЗУЯ ТВОРЧЕСКИЙ ПОДХОД И ИНТЕРАКТИВНОСТЬ

Применяйте интерактивные функции, чтобы сформировать свое сообщество и активнее общаться. Проведите видеотрансляцию (Instagram Live), чтобы пообщаться с пользователями в реальном времени.

С помощью прямого эфира в Комнатах (Instagram Rooms) ваш бренд может выйти на связь с тремя другими аккаунтами, чтобы заинтересовать поклонников.



СОВЕТЫ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРЯМОГО ЭФИРА В INSTAGRAM:

Поддерживайте диалог с аудиторией с помощью таких функций, как "вопрос-ответ", прямые эфиры в Комнатах и показ и показ медиафайлов., Преимущество прямых эфиров заключается в их интерактивности.

Подписчики подключаются к беседе в разное время, поэтому лучше показать тему обсуждения и периодически повторять основные идеи.

Сообщите о прямом эфире заранее. Прежде чем выйти в эфир, сообщите о предстоящей трансляции в Stories, чтобы ваши подписчики ее не пропустили.

КАК ВЫБРАТЬ ФОРМАТЫ ДЛЯ КРЕАТИВНЫХ КОЛЛАБОРАЦИЙ И СДЕЛАТЬ ИХ ЭФФЕКТИВНЫМИ

УЗНАЙТЕ СВОЮ АУДИТОРИЮ, ЧТОБЫ ПРЕДЛАГАТЬ ЕЙ ИНТЕРЕСНЫЙ И НУЖНЫЙ КОНТЕНТ

Получите информацию о своей аудитории с помощью статистики в бизнес-профиле.

Изучите ее демографические данные и периоды активности подписчиков в Instagram,

оцените, какой контент находит у них отклик. Анализируя статистику, вы можете узнать больше о своей аудитории и понять, как привлечь ее внимание в дальнейшем.



Получите информацию о своих подписчиках, включая их местоположение, возраст, пол и период пиковой активности, в разделе “Ваша аудитория”.

СОВЕТЫ ПО СТАТИСТИКЕ АУДИТОРИИ:

Сравните результативность своего контента и определите, что привлекает больше внимания, в разделе “Контент, который вы опубликовали”.

Экспериментируйте с контентом, его форматом и временем публикации, чтобы определить, что обеспечивает наилучшие результаты для вашего уникального сообщества Instagram.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Ознакомьтесь с текущими новостями и узнайте больше об инструментах Instagram, призванных сделать ваше творческое сотрудничество эффективным:

@instagramforbusiness

business.instagram.com

@creators

Guide for creators
on safe Instagram experience

Узнать больше можно на курсах нашего партнера — образовательной платформы Skillbox:

КУРС ПРОДВИЖЕНИЕ
В INSTAGRAM ПОМОЖЕТ УЗНАТЬ
БОЛЬШЕ О ТОМ, КАК СОЗДАВАТЬ
ЯРКИЙ ФОТО- И ВИДЕОКОНТЕНТ,
КОТОРЫЙ ПОНРАВИТСЯ
АУДИТОРИИ, РАБОТАТЬ
С БЛОГЕРАМИ И ЗАПУСКАТЬ
ТАРГЕТ.



КУРС INSTAGRAM-ЭКСПЕРТ
ПОМОЖЕТ УЗНАТЬ БОЛЬШЕ О ТОМ,
КАК СОЗДАВАТЬ ВИРАЛЬНЫЙ
КОНТЕНТ, ПРОДАВАТЬ ЧЕРЕЗ
СТОРИС И НАСТРАИВАТЬ
ТАРГЕТИРОВАННУЮ РЕКЛАМУ ДЛЯ
РАЗВИТИЯ ЛИЧНЫХ И БИЗНЕС-
ПРОФИЛЕЙ В INSTAGRAM



КУРС ПРОФЕССИЯ INSTAGRAM-
МАРКЕТОЛОГ ПОМОЖЕТ УЗНАТЬ
О ТОМ, КАК НАСТРАИВАТЬ
И ПРОДВИГАТЬ АККАУНТЫ
В INSTAGRAM, РАБОТАТЬ
С БЛОГЕРАМИ, НАСТРАИВАТЬ
ТАРГЕТИРОВАННУЮ РЕКЛАМУ
И СОСТАВЛЯТЬ КОНТЕНТ-ПЛАН
ДЛЯ ЛЮБОГО БИЗНЕСА.





Instagram

from

 Meta