



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

GHID: Cum îți promovezi afacerea mai bine pe Instagram, o platformă tot mai la modă

ACTIVITATEA 4 - IMPLEMENTAREA PLANURILOR DE AFACERI

Activitatea 4.3: Monitorizarea de către administratorul schemei de antreprenoriat a funcționării și dezvoltării afacerilor finanțate



Titlul proiectului: "PROmotorii Firmei Tale (PROFIT) pentru Regiunea Centru" (ID: 104254) | Programul Operațional Capital Uman 2014-2020, Componenta 1 România Start Up Plus
Axa Prioritară Locuri de muncă pentru toți | Operațiunea: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil non-agricol din zona urbană, Schema de ajutor de stat România Start-Up Plus



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Privind în topul celor mai descărcate aplicații din România, Instagram se situează pe locul 5 în App Store (iOS) și pe locul 4 în Google Play Store (Android), potrivit Similarweb.com. Având în vedere acest lucru, sutele de mii de utilizatori de Instagram sunt o posibilă piață de desfacere sau doar un loc bun unde brandurile pot să se expună.

Indiferent dacă ești un individ care își arată stilul sau o afacere care caută expunere, Instagram este platforma perfectă pentru asta. Cu număr minim de cuvinte și maxim de pixeli, accentul se pune pe fotografiile, ilustrațiile, produsele și designurile pe care le publici.

Totuși, cele mai bune conturi au o temă. Tema postărilor de pe Instagram ar putea produsele afacerii sau activitatea pe care o desfășoară, imagini cu angajații sau poze dintr-o zi obișnuită de muncă. De asemenea,

o temă nu trebuie să fie exclusiv bazată pe imagini. Filtrele gata făcute sau personalizate de pe Instagram sau un anumit stil de afișare pot funcționa ca un element care leagă imaginile între ele.

Utilizarea temelor pe Instagram a fost în ultimii ani și este o modalitate excelentă de a vă extinde brandul.

Ce este o temă pe Instagram?

Este vorba despre a fi deliberat cu postările tale, recomandă Medium.com. În cazul în care utilizatorii normali de Instagram postează imagini aleatorii, afacerile ar trebui să folosească o abordare mai controlată a postărilor. Luați în considerare ce teme vă interesează și ce reflectă cel mai bine personalitatea afacerii.

Care sunt culorile brandului și cum s-ar putea reflecta asta pe Instagram? Luați în considerare utilizarea





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

chenarelor, a filtrelor și a altor efecte pentru a crea un stil care funcționează pentru ceea ce vrei să expui.

Thumbnail Chenar

Decuparea unei imagini poate însemna uneori pierderea unor părți, dar pentru Instagram, un simplu pătrat poate funcționa bine. Pentru a fi chiar mai distinctiv, încercați să adăugați o margine alb-negru. Folosirea unui chenar colorat în mod repetat vă oferă o libertate mai mare în ceea ce privește conținutul, deoarece tema este aplicată chenarului, mai degrabă decât imaginii în sine.

Filtre

Cu aproximativ 23 de filtre și o gamă largă de setări, adăugarea de culoare unei imagini este o modalitate rapidă și puternică de a crea o temă de Instagram bună.

Cu filtre care variază de la aspectul retro al pozelor din anii '70 până la filtre de culori reci sau pur și simplu alb-negru, există posibilități pentru orice afacere. Odată ce ați găsit filtrul perfect, încercați să-l utilizați ori de câte ori este posibil pentru a oferi tuturor imaginilor un aspect asemănător.

Culoare

Adăugarea unei culori specifice la toate imaginile poate funcționa la fel de bine.

De exemplu, utilizarea unui fundal alb poate face ca produsele să capete un aspect “pop”. O altă opțiune poate fi utilizarea culorii brandului ca temă.

Acest lucru este chiar mai ușor de realizat dacă ai cunoștințe despre utilizarea Photoshop și poți să adăugi efecte de culoare duotone. O altă opțiune





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

interesantă ar putea fi o linie de culori, care permite utilizatorilor să se concentreze asupra anumitor culori dintr-o imagine, în timp ce restul imaginii este alb-negru (aplicația Color Splash).

Colaj

În martie 2015, Instagram a lansat o aplicație numită Layout care poate fi utilizată pentru a crea o colaje. Îmbinați și potriviți o colecție de imagini pentru a afișa un subiect, produs sau serviciu într-o singură postare. O modalitate simplă, dar eficientă de a crea o temă a paginii de Instagram.

Efecte video

La fel ca în cazul aplicației Layout, Instagram a mai lansat două aplicații bazate pe video care merită explorate. Hyperlapse, lansat în 2014, este o aplicație simplă, care îți permite să controlezi viteza

videoclipului - o aplicație de tip timelapse ieftină, dar foarte eficientă. Și Boomerang, care creează un clip video animat de tip gif animat scurt. Ambele aplicații s-au dovedit a fi populare și o modalitate interesantă de a crea conținut unic.

Concept

O temă conceptuală este centrată în jurul unei idei. Este similar cu o temă care se concentrează pe un obiect în sensul că este centrat în jurul unui anumit element.

Un exemplu este campania “Follow me”, în care întotdeauna este prezentată imaginea unei femei care trage după ea un bărbat care face o fotografie cu ea și cu împrejurimile.





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Începe să utilizezi “Instagram Story”

În cazul în care nu ai auzit, Instagram Stories permite să publici mai multe poze și videoclipuri într-o “poveste” care dispare după 24 de ore.

Întreprinderile mici au folosit lent Instagram Stories în timp ce încearcă să-și dea seama cum să creeze cele mai bune caracteristici în propriile strategii. Dar există un potențial mare; ca și în cazul oricăror schimbări majore, afacerile care adoptă primele un concept au tendința de a obține cele mai mari beneficii.

Thumbnail

Urmăriți alte branduri care au intrat all-in pe Instagram Stories. Începeți să experimentați și folosiți creativitatea pentru a vedea ce puteți face.

Arătați-vă produsele cu previzualizări de tip “sneak peak”, recomandă Small Business Trends. Firmele producătoare de îmbrăcăminte sau editorii pot folosi Instagram pentru a oferi previzualizări de noi produse înainte de data lansării.

Familiarizează-te cu #hashtag-urile

Funcția de căutare de la Instagram folosește în loc de cuvinte cheie (keywords) — hashtag-uri. Pe platforme precum Twitter sau Facebook, puteți căuta “pizza” și puteți vedea toate postările care conțin acel cuvânt cheie. Dar pe Instagram trebuie să căuți #pizza.

Dacă doriți ca postările să apară în căutarea aplicației, trebuie să începi să utilizezi hashtag-urile pentru





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Instagram. Este o modalitate rapidă de a vă spori vizibilitatea și de a ajunge la persoanele care nu cunosc deja marca pe care o promovezi.

Trucul este să utilizezi hashtag-urile potrivite. O greșală obișnuită pe care o fac unele companii este folosirea hashtagurilor aleatorii, scrie Sproutsocial.com. Din nefericire, nimeni nu caută acele hashtag-uri aleatorii, deci nu te ajută să îți crești numărul de urmăritori.

Valoarea reală vine de la găsirea unor modalități de postare a imaginilor legate de hashtag-uri populare sau trending. Când faceți acest lucru, imaginile pe care le publicați au o șansă să apară în secțiunea “Top Postări” din Instagram.

Thumbnail

În cazurile de lipsă de inspirație, poți utiliza Websta pentru a vedea o listă mare de hashtag-uri populare. Websta îți va arăta mai multe hashtag-uri generice care sunt mai ușor de

încadrat în mesajele non-tematice ale Instagram.

Fotografia de profil

Fotografia de profil de pe Instagram ar trebui să fie sigla afacerii, recomandă Hootsuite.com. Folosind aceeași fotografie de profil pentru toate rețelele de socializare va ajuta urmăritorii să te găsească, deoarece persoanele care te urmăresc pe Twitter sau Facebook vor recunoaște imediat logoul.

Imaginea de profil de pe Instagram va fi tăiată într-un cerc de aplicație, deci asigură-te că alegi o imagine care să arate bine în acea formă. Deși imaginea de profil va avea un diametru de 110 pixeli pe aplicația mobilă, alegeți o imagine mai mare, deoarece pe varianta desktop va avea o dimensiune mai mare.

Colaborare

Una dintre cele mai rapide metode de a obține un val de





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

noi urmăritori este de a fi menționat de cineva care are deja un număr mare de followers. Multe conturi populare de pe Instagram nu aparțin corporațiilor mari. Sunt deținute de oameni obișnuiți și de antreprenorii care au făcut deja multe lucruri pentru a-și construi propria audiență.

Atunci când acești oameni publică ceva despre un brand, urmăritorii lor merg să verifice contul și vă vor da mai mult decât probabil un răspuns.

Cele două metode cele mai frecvente de a fi menționat de conturile cu un număr mare de utilizatori sunt:

Să plătești pentru o postare sponsorizată (acest lucru te poate costa de la 20 de dolari până la peste 100 de dolari per postare)

Stabiliți o relație sau un parteneriat

Evident, a doua metodă este ideală, dar să începem cu prima opțiune. O mulțime de afaceri mici nu sunt conștiente de faptul că plata pentru posturile sponsorizate de pe Instagram este chiar o opțiune, dar este o modalitate foarte populară de a începe să strângeți un număr mare de urmăritori. Fă o listă cu cei mai importanți factori care influențează industria ta pe Instagram. Concentrează-te pe indivizi, nu pe branduri. Cei mai mulți utilizatori care acceptă postări sponsorizate vor avea informațiile de contact pe profilul lor, astfel că este ușor să îi contactezi.

(Influencerii pot fi oricine, de la oameni obișnuiți, cu o audiență mai mare decât cea medie, până la liderii de opinie din nișa ta care nu au o audiență extraordinară dar care influențează și crează tendințe.)





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Când cauți influenceri, alege persoane care sunt potrivite pentru brandul tău, în caz contrar, noii urmăritori pe care îi vei câștiga nu vor fi interesați de conținutul postărilor tale.

Pentru a doua tehnică, începe să urmărești brandurile care sunt complementare mărcii tale și reacționează la conținutul lor. Lasă comentarii, apreciază fotografiile lor și contactează-le prin e-mail. Pe măsură ce aceste relații încep să crească, caută ocazii de a vă promova reciproc pe Instagram. Poate vă puteți alătura unui joint-venture sau puteți găzdui un eveniment împreună. Postați fotografii pe paginile Instagram și etichetați-le reciproc.



Thumbnail

O companie care pune un interes interesant în ambele tehnici este Gym Shark. Compania de îmbrăcăminte sport ține legătura cu atleți, culturiști și oamenii care trăiesc o viață activă. Una dintre tehnicile folosite de Gym Shark pentru obținerea de urmăritori este sponsorizarea influencerilor din nișa de fitness. Sportivii sponsorizați postează fotografii pe propriile pagini de Instagram, în care poartă produse Gym Shark și compania postează imagini ale acestora pe pagina sa.

Sursa: <https://www.startupcafe.ro/marketing/promovezi-afacerea-instagram.htm>



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020



Titlul proiectului
"PROmotorii Firmei Tale (PROFIT) pentru Regiunea Centru"
ID: 104254

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020,
Componenta 1 România Start Up Plus

Axa Prioritară Locuri de muncă pentru toți,
Operațiunea: Creșterea ocupării prin susținerea
întreprinderilor cu profil non-agricol din zona urbană,
Schema de ajutor de stat România Start-Up Plus

Implementat de Agenția de Dezvoltare Durabilă a Județului Brașov
în parteneriat cu Universitatea Spiru Haret.

Valoare totală a proiectului
8.722.301,38 lei

Durata proiectului
36 de luni

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul
Operațional Capital Uman 2014 -2020

Editorul materialului
Agenția de Dezvoltare Durabilă a Județului Brașov

Data publicării
Octombrie 2019

"Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu
poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României!"



0268.47.05.05; 0268.47.05.06



www.profitantreprenor.ro



profitantreprenor

Denumirea proiectului: PROmotorii Firmei Tale (PROFIT) pentru Regiunea Centru ID: 104254 Implementat de Agenția de Dezvoltare Durabilă a Județului Brașov în parteneriat cu Universitatea Spiru Haret