

**МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM***Шерстнева О.М., ст. преп., Корбан А.О., студ.**Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Кевин Систром – простой американский студент, в буквальном смысле бредивший идеей взрывных стартапов. Это его сейчас благодарят миллионы пользователей Instagram. Это его однажды посетила идея: создать сервис, способный превращать даже низкокачественные фотки в крайне привлекательные изображения. Успешный старт пришёлся на 6 октября 2010 года – напарниками была создана первая версия Instagram, в последующем выложенная в App Store. А дальше – все серьезно закрутилось в ту самую ночь: пользователи скачивали бесплатное приложение, будущие миллионеры трудились не покладая рук, так как была опасность – вероятность сбоев в работе серверов по причине большого наплыва посетителей. Авторитетные ресурсы публикуют новость о появлении Instagram. Посетителей становится еще больше. В те моменты серверы чудом выдерживали нагрузку, а приложение было скачано еще 25 тысячами пользователей. В дальнейшем принимались меры по обеспечению жизнедеятельности взрывной новинки [1].

Instagram – отличная платформа для общения с клиентами. У этой социальной сети более 1 млрд активных пользователей ежемесячно, ежедневно в ней ставится 3,5 миллиарда лайков. Используйте Instagram для своего бизнеса правильно, и вы сможете добиться мгновенного маркетингового успеха. А именно:

Реклама в Инстаграм открывает огромнейшие возможности по привлечению целевой аудитории в компании любых размеров.

Активность высокая, инструментов продвижения масса. Главное – не запутаться! А для этого вам нужна правильная маркетинговая стратегия.

Альфред Луа является участником команды Buffer, они по праву могут считаться специалистами работы в социальных сетях. Альфред Луа изучил более 20 исследований по маркетингу в Instagram от таких компаний, как Facebook, Simply Measured, News Whip и др. [2].

На основе его исследований можно выделить несколько эффективных стратегий продвижения в сети Инстаграмм.

1. Предпочтения аудитории.
2. Использование хэштегов и тегов геолокации.
3. Лучшего времени для публикаций не существует.
4. Частота публикаций.
5. Instagram Stories.
6. Видео может стать лучшим типом контента.

Маркетинг в социальных сетях — это очень индивидуальная работа. То, что будет актуально для одних компаний, станет бесполезным для вас. Используйте приведённые в статье данные как отправную точку для экспериментов и проверки собственных идей в 2018 году. Но не стоит воспринимать их как абсолютную истину, ведь у вас свой особенный путь!

**Список использованных источников**

1. Продажи в Instagram: их значение для бизнеса [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://mopassan.com/web/sotsialnyie-seti/prodazhi-v-instagram-ih-znachenie-dlya-biznesa.html> / Дата доступа: 23.04.2018.
2. Шерстнева, О. М. Инновационные методы маркетинга / Материалы докладов 50-й международной научно-технической конференции преподавателей и студентов / УО «ВГТУ». – Витебск, 2017. – С. 217–220.