

Как подружиться с Instagram?

Теория и практика. Базовый курс



АВТОР КУРСА: АНТОНИНА ЛОПАЕВА

Журналист с 20-летним стажем, редактор, копирайтер, автор курса "Теория и практика копирайтинга" для студентов и одноименного спецкурса для для преподавателей журфака Челябинского Государственного университета. Стажер Шведской школы журналистики FOJO, слушатель курсов Московской бизнес-школы. Имеет опыт работы во всех видах СМИ: печатных, радио, ТВ, Интернет-СМИ.

Программа курса

ДЕНЬ 1. "ЗДРАВСТВУЙТЕ, Я - ВАШ ИНСТА-ДОКТОР!"

ДЕНЬ 2. СОЗДАЁМ КОНТЕНТ С НУЛЯ: ЧТО СТАВИТЬ В ИНСТУ?

ДЕНЬ 3. ЧТО (НЕ)ЛЮБИТ ИНСТАГРАМ?

ДЕНЬ 4. ПРОДАЮЩИЙ КОНТЕНТ В ИНСТАГРАМ

6 ПРИЧИН ВЕСТИ INSTAGRAM

· увеличить поток пациентов;

·повысить уровень дохода;

·сформировать авторитет в глазах администрации;

·вызвать интерес других работодателей;

·использовать блог как просветительскую площадку

·создать репутацию эксперта и продвигать личный бренд.



Три ключевых вопроса для Вас

1.Каким будет мой имидж/типаж в Инстаграм?

2.Чем я могу быть полезен миру?

3.Кто моя аудитория?

- Прислушивайтесь к аудитории

- Чередуйте экспертное и личное

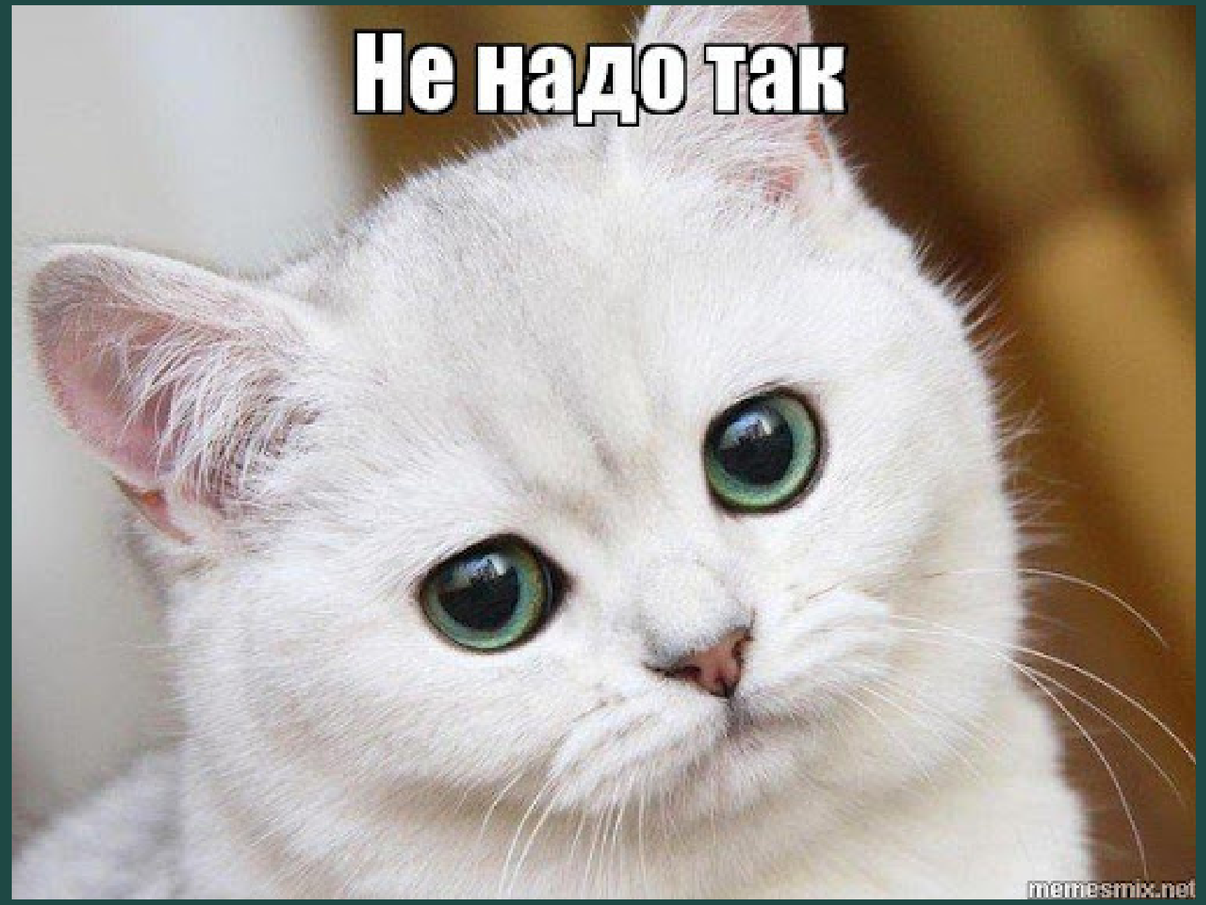
- Придерживайтесь буквы закона

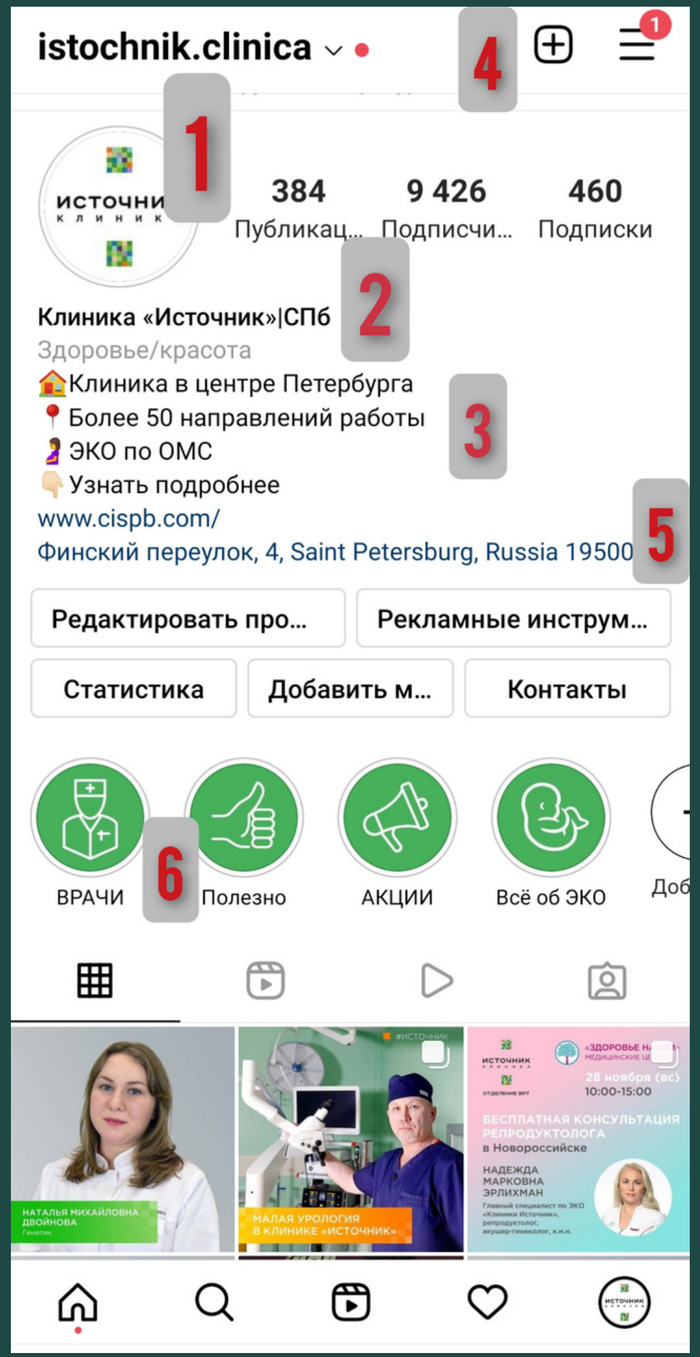
- Ссылайтесь на опыт коллег



НА ЭТИ ТЕМЫ МЫ НЕ СПОРИМ В ЭКСПЕРТНОМ БЛОГЕ:

- религия
- политика
- дискуссии на социальные скандалы и прецеденты
- вопросы гендерной идентификации человека (сексуальные меньшинства)
- вакцинация.





ЭЛЕМЕНТЫ ПРОФИЛЯ

1. Аватар
2. Название
3. Шапка профиля
4. Кнопка «Добавить»
5. Ссылка, геолокация
6. Хайлайты

СКОЛЬКО ВЕШАТЬ В ГРАММАХ?

- 40% — вовлекающий, развлекательный контент
- 30% — брендовый, о компании
- 25% — обучающий, информационный
- 5% — рекламный, продающий.

(Майкл Стелзнер, "Контент-маркетинг)

ВАЖНО: это лишь примерная схема и поле для экспериментов, а не догма.

КОНТЕНТ-ПЛАН ЗА 3 ШАГА

1. Определитесь с темами поста

Подгляните у коллег, вспомните вопросы ваших пациентов, предложите подписчикам выбрать тему самостоятельно. Заведите копилку идей в заметках своего гаджета и пополняйте ее. Посмотрите в календарь дат и событий.

2. Придумайте традиционные «рубрики»

Возможно, по средам вы будете разбирать историю болезни, по пятницам – развенчивать какой-то популярный миф, а на выходные ставить пост с юмором? Ищите свой формат и подход к аудитории.

3. Пропишите сроки

Держите темп: алгоритмы Instagram чаще показывают посты активных блогеров, которые собирают обратную реакцию (просмотры, лайки, репосты, «сохранёнки»).

ЕСТЬ ВОПРОСЫ? ЗВОНИТЕ, ПИШИТЕ, СПРАШИВАЙТЕ!

АНТОНИНА ЛОПАЕВА

APRIORI4@MAIL.RU

+7-906-854-36-92 (VA, Tg, Viber)