

# «Инстаграм»: как раскрутить аккаунт



**Марина ПОЛИТОВА**, заведующая Художественной лабораторией, преподаватель факультета искусств МГУ им. М.В. Ломоносова, автор и руководитель Всероссийского выставочного проекта «Путешествие в мир кукол», искусствовед

## Главное в статье

- 1 Чем украсить инстаграм-аккаунт учреждения → 80
- 2 Какие посты подготовить, чтобы заинтересовать пользователей → 81
- 3 Какие хештеги учреждению использовать в «Инстаграме» → 81
- 4 Как продвигать созданный канал учреждения → 82

**П**редлагаем инструкцию, как раскрутить аккаунт в «Инстаграме». Социальные сети нужны учреждениям культуры, чтобы рекламировать себя, повышать посещаемость, изучать целевую аудиторию и увеличивать переходы на официальный сайт.

## Улучшите «лицо» инстаграм-аккаунта

Далее – из каких элементов состоит профиль и как усовершенствовать его.

**Аватар** – это главное фото профиля. Оно должно быть понятным, читаемым, если там текст, и запоминающимся. Чаще всего это логотип учреждения. Поскольку иконка для аватара маленького размера, старайтесь размещать на фото крупный объект.

**Имя** находится на первой строчке в описании профиля. Его длина не должна превышать 30 символов. Имя индексируется в «Инстаграме», то есть пользователь может найти ваш аккаунт в поиске приложения или сайта. Рекомендуем ключевые слова, которые помогут ему в этом. Например: музей, искусство, культура, туризм, путешествия.

**Описание** не может быть больше 150 символов. В настройках «Инстаграма» это поле называется «О себе». Здесь напишите, чему посвящен блог и что полезного узнает пользователь. Укажите адрес официального сайта и фактического местонахождения.

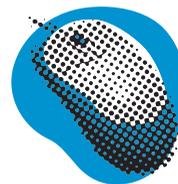
**Вечные сторис (highlights)** находятся под описанием профиля и нужны для сохранения информации. Для публикации подойдет новая или уже опубликованная история – из архива в настройках аккаунта. Вечные сторис можно классифицировать по темам, например: «Живопись XIX века», «Скульптура», «Мероприятия», «Отзывы» и «О музее». Не забудьте их оформить, чтобы навигация была удобной для пользователя. Добавьте на них обложки с понятными символами-картинками. Под группой highlights укажите текстом соответствующий раздел, например, отзывы или скульптура.

**Лента постов** состоит из трех элементов: фото, текст, хештег.

❶ Фото – это главное в «Инстаграме». Публикуйте привлекательные фото в хорошем качестве. Добавляйте к ним надписи. Так защитите авторское право и улучшите навигацию. В одном посте вы можете разместить 10 фотографий – тогда получится карусель. Яркость, тон, эффекты для фото можно добавлять во время публикации.

❷ Текст. Не бойтесь больших текстов, один пост вмещает 2200 символов. Что не уместилось, можно превратить в фотографию с текстом и опубликовать в карусели. Старайтесь избегать академической подачи, это не научная статья.

❸ Хештеги систематизируют поиск. По ним пользователи будут находить ваш пост. Использовать их можно до 30 штук в одном посте – как в тексте, так и в комментариях. Пробуйте разные группы хештегов, а потом отслеживайте динамику взаимодействий по ним. Можно использовать общепринятые, вроде названия города, или создать свои уникальные. По ним подписчики будут находить посты, например #худмуз\_выставки.



#### Полезная ссылка

10 видов контента для социальных сетей учреждения культуры →

[e.rukulturi.ru/861535](https://e.rukulturi.ru/861535)

Не проводите викторины чаще одного раза в неделю

**Дизайн.** В оформлении профиля рекомендуем отобразить стиль учреждения и придерживаться одной цветовой палитры. Это упорядочит ленту и визуально привлечет пользователей. Если подобного нет, просто делайте посты в одной тематике и с определенной формой надписи или рамок.

## Продвигайте инстаграм-аккаунт

Есть несколько способов нарастить аудиторию.

**Регулярно публикуйте посты.** В идеале – каждый день или хотя бы четыре раза в неделю. Для этого составьте контент-план на месяц. Там пропишите даты выхода и темы постов. Контент-план может меняться под экстренные задачи. Однако с ним можно заранее писать тексты и готовить фотоконтент.

**Делайте сторис.** Короткие видео сохраняются 24 часа. Такой формат стал популярнее постов. Сторис можно снимать с телефона и сразу добавлять эффекты. Например, пользователям всегда интересно закусисье.

**Ведите прямые эфиры.** Эфир длится до часа, и его можно сохранить. Тематика обширнее, чем посты и сторис. Например, можно проводить онлайн-экскурсии, показывать экспонаты, освещать подготовку к мероприятиям и приглашать специалистов. С помощью прямых эфиров подписчики могут задать вопросы в реальном времени.

**Организуйте розыгрыши.** Они разогреют интерес пользователей к аккаунту. Условием для участия могут быть комментарии под постом или репост поста в сторис. Так о вас узнает большее количество пользователей.

**Проводите викторины.** Развлекательный контент для аудитории всегда эффективен, но не делайте его чаще раза в неделю. Иначе всем надоест.

**Запускайте флешмобы.** Такие акции объединяют пользователей одной идеей и распространяют информацию о вашем аккаунте. Тема может быть любая, например, «Книга про искусство», «Селфи на фоне любимого памятника встреч» или «В музей всей семьей».

## Выберите ответственного за инстаграм-аккаунт

Главный вопрос – кому поручить вести соцсети, готовить контент и взаимодействовать с аудиторией. Идеально, если есть PR-отдел или выделенный для этих задач специалист. Если нет, то предлагаем три правила, как организовать работу с соцсетями.

- 1 Выбирайте сотрудников до 30 лет, активно пользующихся соцсетями. Им будет легче разобраться с обновлениями, подготовить контент и взаимодействовать с подписчиками.
- 2 Работа в «Инстаграме» должна быть регулярной. Для этого следите за составлением планов по наполнению и стратегии продвижения аккаунта.
- 3 Не относитесь к «Инстаграму» как к забаве современности. Это сильный маркетинговый инструмент, в котором есть свои законы. Поэтому не отказывайтесь от обучения основам продвижения и отправляйте сотрудников на курсы.

### Все новости о культуре в одном месте

Адрес: [cultmanager.ru](http://cultmanager.ru) — сайт журнала

На сайте журнала «Справочник руководителя учреждения культуры» можно узнать самые последние новости, скачать шаблоны и образцы документов.

На сайте доступна запись на бесплатные вебинары, которые приглашенные лекторы читают онлайн по самым актуальным вопросам.