



ЖАҢАДАН БАСТАҒАН
ПАЙДАЛАНУШЫ ҮШІН



КМФ-ДЕМЕУ



**INSTAGRAM-ДА ҚАЛАЙ
БИЗНЕС-АККАУНТ ҚҰРЫП,
АЛҒА ЖЫЛЖЫТУҒА
БОЛАДЫ**



МАЗМҰНЫ

1

Instagram деген не және оның бизнеске тигізер пайдасы қандай?

Instagram-да бизнес-аккаунт құру және жылжыту не үшін қажет..... 4

2

Неден бастау қажет?

Аккаунтты құру, тіркеу және оның қауіпсіздігі жөнінде толық нұсқаулық..... 6

Бизнес-аккаунтқа көшу..... 18

3

Жылжыту

Жылжыту неден тұрады. Контентпен жұмыс істеу..... 24

Instagram-мен жұмыс істеуге арналған техника мен қосымшалар..... 26

Фотосурет пен видеоны қалай дұрыс жариялау керек.
Масштаб және мұқабасы..... 29

Жарияланымның мазмұны: Не туралы жазу керек, мәтіннің құрылымы,
қалай рәсімдеу керек, хэштегтер мен геобелгілер қосу..... 33

Stories, Тікелей эфир, Жол көрсеткіш..... 37

Direct, пікірлер..... 44

Бастапқы жылжыту..... 47

Instagram-дағы жұмысты және идеяны ай сайын қалай талдау керек?..... 49

4

Instagram-дағы жарнама

Facebook-те тіркелу/кіру..... 51

Жарнаманы қосу үшін Instagram және Facebook біріктіру..... 52

5

Instagram бизнес-аккаунтын рәсімдеу мысалы

Мысал (скрин)..... 59

Қалай жариялайды..... 61



1

INSTAGRAM ДЕГЕН НЕ ЖӘНЕ ОНЫҢ БИЗНЕСКЕ ТИГІЗЕР ПАЙДАСЫ ҚАНДАЙ?

Instagram – бұл пайдаланушылар арасында фотосуреттер мен видео алмасу арқылы танымал болған мобильді қосымша. 10 жылдың ішінде қосымша адамдарды смартфон арқылы сатып алуға үйретті және жеткізу қызметінің дамуына ықпал етті. Сондай-ақ қосымша арқылы әлеуетті клиенттерді тауар түрімен, тапсырыс беру шарттарымен және компания туралы басқа да мәліметтермен жылдам таныстыруға болады. Тегін алаң шағын және орта бизнеске үлкен мүмкіндіктер ашты.

БҰЛ ЖЕРДЕ КОМПАНИЯЛАР:

- сатады және жаңа жеткізушілерді табады
- пайдаланушыларды тарта отырып, танымалдылықты арттырады
- компанияның жаңалықтары, науқандары, жаңа өнімдері және т. б. туралы ақпарат береді
- тауарларға, қызметтерге шолу жасайды
- Stories-те жұмыс барысын таныстырады
- консультация беру үшін тікелей эфирге шығады

ҚАРАПАЙЫМ ПАЙДАЛАНУШЫЛАР:

- өзі, тәжірибесі туралы жазады, кеңестерін айтады
- лайк басады
- сұрақ қояды, пікір қалдырады
- кеңес береді
- белгілі бір брендке сүйіспеншілігін көрсетеді



INSTAGRAM-ДА БИЗНЕС-АККАУНТ ҚҰРУ ЖӘНЕ ЖЫЛЖЫТУ НЕ ҮШІН ҚАЖЕТ?

БИЗНЕС ҮШІН МҮМКІНДІКТЕР:

сенімге ие болу және оны арттыру

бастапқы сатып алу санын ұлғайту үшін қосымша клиенттерді тарту

қайта сатып алудың өсуі

өнімге/брендке/компанияға бейілділікті арттыру

жарнаманы іске қосу

Егер сіз жоғарыда аталған мүмкіндіктерді алуға уақыт бөлуге дайын болсаңыз, онда бұл нұсқаулық сізге "А"-дан "Я-ға" дейін өзіңіздің бизнес-аккаунтыңызды қалай құруға, онымен қалай жұмыс істеуге және ақша табуға болатынын білуге көмектеседі.*

* Instagram қолданбаны пайдалану шарттары мен баптауларын өзгертуге құқылы. Осыған орай нұсқаулықпен танысып отырған сәтіңізде қандай да бір өзгерістер болуы мүмкін.

2

НЕДЕН БАСТАУ ҚАЖЕТ?

**АККАУНТТЫ ҚҰРУ, ТІРКЕУ ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚАУІПСІЗДІГІ ЖӨНІНДЕ
ТОЛЫҚ НҰСҚАУЛЫҚ**

БИЗНЕС-АККАУНТТЫ ҚҰРУ ҮШІН НЕ ҚАЖЕТ:

1

Электрондық пошта және телефон нөмірі – парақшаны растау және қауіпсіздік үшін

2

Facebook-тегі жеке парақша – бизнес-аккаунтқа көшу үшін

3

Instagram-дағы аккаунт

Instagram-да тіркелу кезінде Деректерді басқару саясатымен және Пайдалану шарттарымен танысу қажет. Ережелермен танысып, 18 жас және одан жоғары жасты таңдап, **“Шарттарды қабылдау”** басыңыз.



1-ҚАДАМ



INSTAGRAM ЖӘНЕ FACEBOOK ҚОСЫМШАЛАРЫН ЖҮКТЕП АЛЫҢЫЗ



Android негізіндегі смартфондар үшін Play Market арқылы



IOS негізіндегі Apple смартфондар үшін App Store арқылы

2-ҚАДАМ



INSTAGRAM ҚОСЫМШАСЫН АШЫҢЫЗ ЖӘНЕ “ЖАҢА АККАУНТ ҚҰРУ” БАСЫҢЫЗ

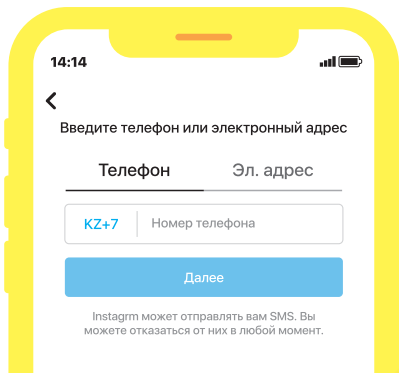
KMF-DEMEU



3-ҚАДАМ



РАСТАУ КОДЫН АЛУ ҮШІН ТЕЛЕФОН НӨМІРІН НЕМЕСЕ ЭЛЕКТРОНДЫҚ ПОШТА МЕКЕНЖАЙЫН КӨРСЕТИҢІЗ
(бұл деректерді сіз ғана көресіз)



14:14

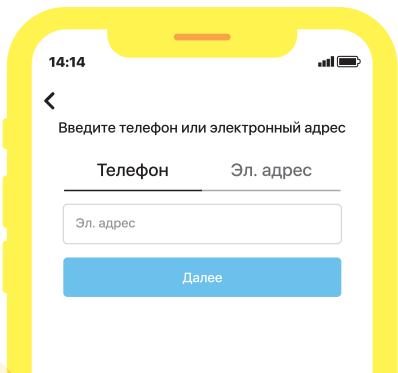
Введите телефон или электронный адрес

Телефон Эл. адрес

KZ+7 | Номер телефона

Далее

Instagram может отправлять вам SMS. Вы можете отказаться от них в любой момент.



14:14

Введите телефон или электронный адрес

Телефон Эл. адрес

Эл. адрес

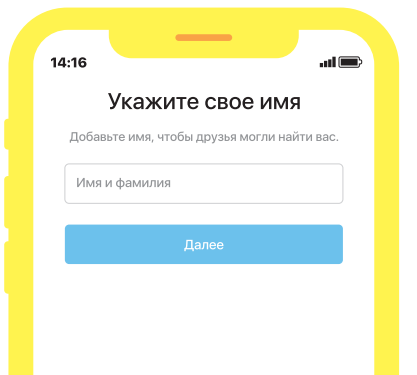
Далее

Сенімділік үшін телефон нөмірі мен электрондық пошта мекенжайы тек бір аккаунтқа қосылуы керек. *Ұсыныстар:* бұзу әрекеті болған жағдайда, қауіпсіздікті арттыру үшін телефон мен электрондық пошта мекенжайын көрсеткен дұрыс.

4-ҚАДАМ



АККАУНТҚА АТАУ БЕРІҢІЗ



14:16

Укажите свое имя

Добавьте имя, чтобы друзья могли найти вас.

Имя и фамилия

Далее

Пайдаланушының атын – аккаунтыңыздың атауын енгізіңіз. Ол “@” (айқұлақ) белгісімен қолданылады.

Мысалы: [@kmfdemeu](#)

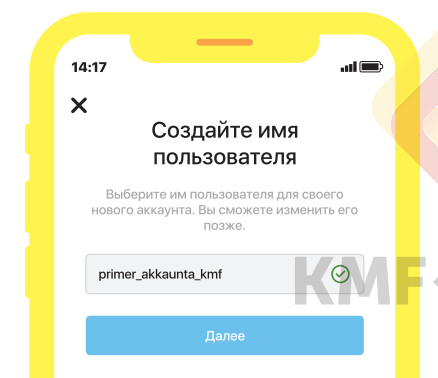
ПАЙДАЛАНУШЫНЫҢ АТЫН ҚҰРАСТЫРУ БОЙЫНША ҰСЫНЫСТАР МЕН ШЕКТЕУЛЕР

✓ Ұсынымдар

- Пайдаланушының атын құрастыру бойынша ұсыныстар мен шектеулер
- Жеңіл айтылуына мән беріңіз **“қалай естіледі – солай жазылады”**
- 15 символға дейін пайдаланған дұрыс
- Егер пайдаланушы аты бірден көп сөзден тұрса, бөлгіш пайдаланыңыз (нүкте “.”/төменгі сызық “_”), мысалы: **kmf_kz**

✗ Шектеулер

- Тек латын әріптері пайдаланылады
- Қолжетімді символдар: латын әріптері, сандар, нүкте “.” және төменгі сызық “_” белгілері
- Символдардың максималды саны – 30
- Instagram-да пайдаланушы аты қайталанбайды



Егер сіз жасыл құсбелгіні көрсеңіз, пайдаланушының аты бос деген сөз. Содан кейін **“Әрі қарай”** басыңыз.

KMF-DEMEU

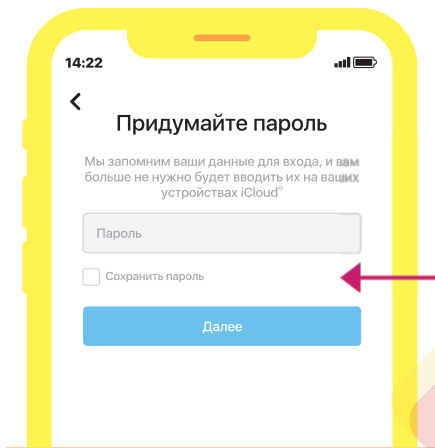
Сізге Instagram-ның
200 миллион
пайдаланушысы
күн сайын кем дегенде
бір бизнес профильді
қарайтынын білу
қызық болады.



5-ҚАДАМ



ӘРІПТЕРДІ (ЛАТЫН/КИРИЛЛИЦА), САНДАРДЫ, БЕЛГІЛЕРДІ ПАЙДАЛАНЫП, 6 СИМВОЛДАН ТҰРАТЫН ҚАУІПСІЗ ҚҰПИЯСӨЗ ОЙЛАП ТАБЫҢЫЗ

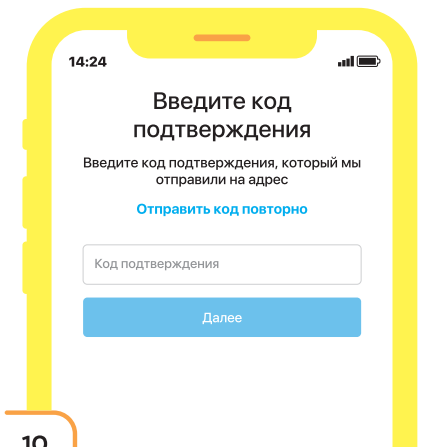


Құпиясөзді енгізгеннен кейін **“Құпиясөзді сақтау”** жолын өткізіп жіберіңіз (құсбелгіні қоймаңыз). Құпиясөзді жазып алған дұрыс. Аяқтау үшін **“Әрі қарай”** батырмасын басыңыз.

6-ҚАДАМ



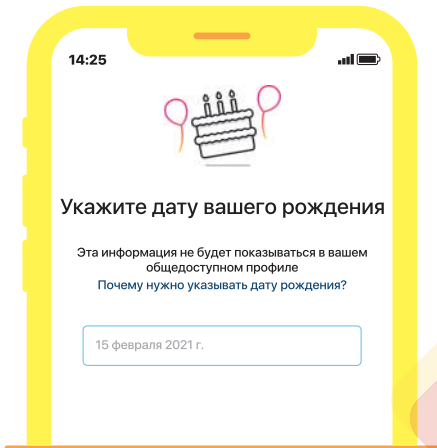
РАСТАУ КОДЫН ЕНГІЗІҢІЗ



Instagram растау кодын сіз бұған дейін көрсеткен электрондық поштаға немесе телефон нөміріне жібереді.

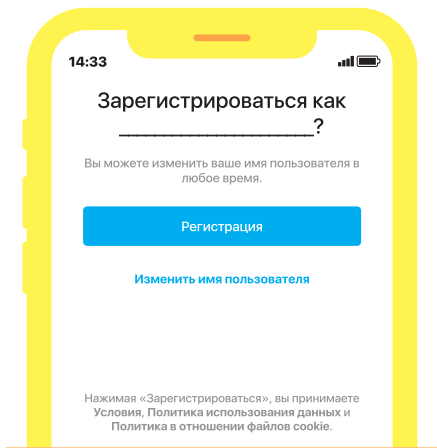
7-ҚАДАМ

БОЛАШАҚ АККАУНТ ИЕСІНІҢ ТУҒАН КҮНІН КӨРСЕТІҢІЗ



8-ҚАДАМ

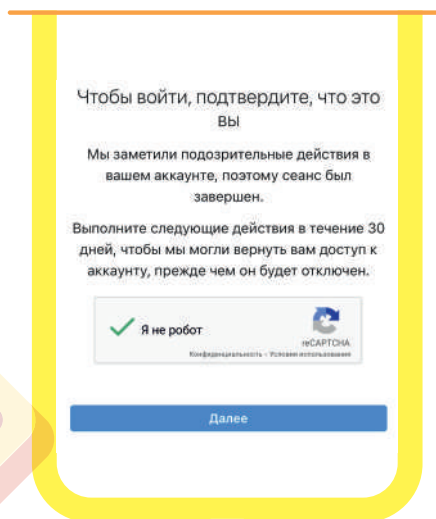
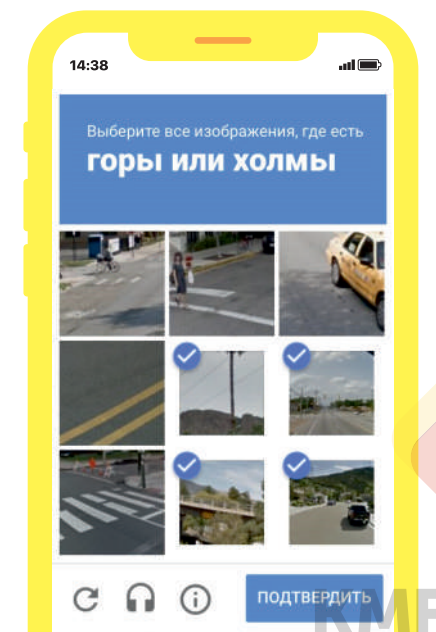
INSTAGRAM АККАУНТ АТАУЫН ӨЗГЕРТУДІ ҰСЫНАДЫ



Егер сіз оны өзгертетін болсаңыз, **“Пайдаланушы атын өзгерту”** батырмасын басыңыз. Егер аккаунттың атауы көңіліңізден шықса, **“Тіркеу”** батырмасын басыңыз.

9-ҚАДАМ

▶ **INSTAGRAM СІЗДІҢ РОБОТ ЕМЕС ЕКЕНІҢІЗДІ РАСТАУ ҮШІН ТЕКСЕРУДЕН ӨТУДІ ҰСЫНАДЫ**



Әрекеттерді орындаңыз, **“Мен робот емеспін”** басыңыз, **“Әрі қарай”** басыңыз.

10-ҚАДАМ

▶ **ТІРКЕУДІ АЯҚТАУ**

ҚҰТТЫҚТАЙМЫЗ, СІЗДІҢ АККАУНТЫҢИЗ СӘТТІ ТІРКЕУДЕН ӨТТІ! INSTAGRAM ҰСЫНҒАН ХАБАРЛАНДЫРУЛАРДЫ ҚОСЫҢЫЗ.



Тіркеуден өткеннен кейін Instagram:

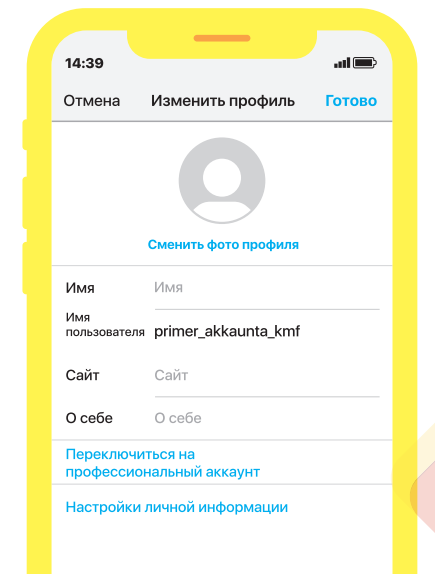
- Facebook-таң, телефон кітапшасынан достарды табуды;
- аватарды жүктеуді;
- профиль сипаттамасын толтыруды ұсынады.

Барлық жолдарда **“Өткізіп жіберу”** батырмасын басыңыз.

11-ҚАДАМ



ЖАЗЫЛУШЫЛАР ҮШІН ӨЗІҢІЗ ТУРАЛЫ АҚПАРАТТЫ ТОЛТЫРУ



Компания туралы ақпаратты толтыру үшін **“Профильді редакциялау”** таңдаңыз.

◀ **Профиль суретін** қосыңыз.

◀ **Атауы** – профиль тақырыбындағы бірінші жол. Автоматты түрде **қою қаріппен** беріледі. Тауарды/қызметті жылдам іздеу функциясын орындайды.

◀ **Сайт** – белсенді сілтемеге арналған орын.

◀ **Өзіңіз туралы:** қызметіңізді қысқаша сипаттаңыз.

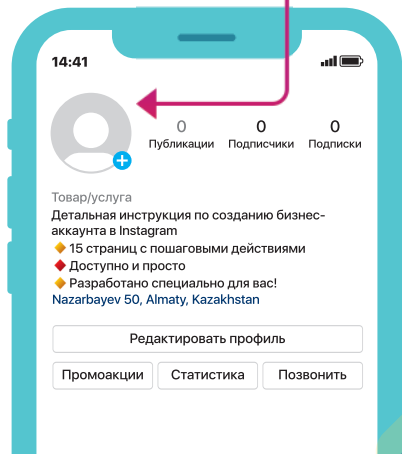
Әрбір жолды толтырғаннан кейін **“Дайын”** батырмасын басыңыз.





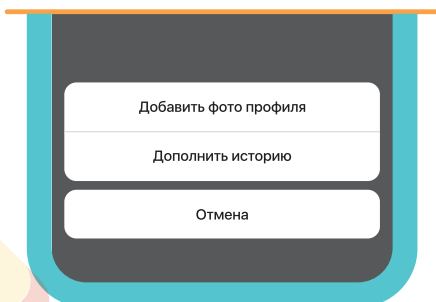
ПРОФИЛЬ СУРЕТІН ҚАЛАЙ ҚОСАДЫ ЖӘНЕ НЕГЕ НАЗАР АУДАРУ ҚАЖЕТ

1. Сол жақтағы дөңгелекке біррет басыңыз



2. Instagram фотосурет пен видеоны қарауға рұқсат сұрайды. “Рұқсат ету” басыңыз.

3. “Профиль суретін қосу” таңдаңыз. ▼



ДҰРЫС ЕМЕС

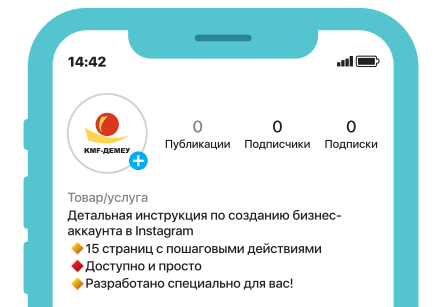
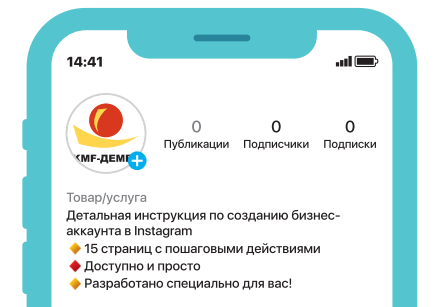
Атауы кесілген.
Әріптері дөңгелек шеңберінен шығып кеткен



ДҰРЫС

Әріптер өз орнында,
шеңбер ішінде тұр.

ЖҮКТЕГЕННЕН КЕЙІН ҚАЛАЙ КӨРІНЕДІ ▼



Суретке арналған негізгі бейненің дөңгелекке сыйып тұрғанына мән беріңіз.

Объект толығымен сыйып тұруы керек. Суретті ауыстыру үшін дәл сол іс-әрекеттерді қайталаңыз.



ПРОФИЛЬ ТАҚЫРЫБЫН ҚАЛАЙ ТОЛТЫРАДЫ



Усыныстар



Шектеулер

ИМЯ

- Негізгі тауарлармен / қызметтермен байланысты сөздерді қолданыңыз. Мысалы: Тапсырысқа жиһаз жасау. Осылайша, сіздің аккаунтыңыз тапсырысқа жиһаз іздеген кезде тізімде пайда болады. Соңында, қалаға байланысты, “Тапсырысқа жиһаз жасау Алматы” деп көрсетіңіз.

- Символ саны: 30-ға дейін.
Атауын 14 күннен кейін өзгертуге/редакциялауға болады. Оны толтырмас бұрын алдын ала ойластырып қойыңыз.

САЙТ

- Сайт, мессенджерге* сілтеме (WhatsApp, Telegram, Viber) немесе микро-лендинг**. Сілтеме пайдаланушыны сұрақ қоюға, тауар түрі, оның болуы туралы сұрастыруға итермелейді және т.б. Егер сайтыңыз болмаса – сізбен байланысу үшін микро-лендингті пайдаланыңыз және бірден бірнеше мессенджерлерді пайдаланыңыз.

- Тек бір сілтемені көрсетуге болады.
Instagram күмәнді сілтемелері бар аккаунтты бұғаттап тастауы мүмкін.

KMF • ДЕМЕУ

О СЕБЕ

- Профиль тақырыпшасын рәсімдеу үшін эмодзи, смайликтер қолданыңыз. Мысалы: 🌈 🌟 🌞 😊 😄
Құрылымдық түрде толтырыңыз, сызықтарға бөліңіз. Қарапайым сөздермен жазыңыз. Іс-әрекет жасауға итермелеңіз, мысалы, “Сілтеме арқылы тапсырыс беріңіз 📩”, “Сұрақ қойыңыз 🗨️”.

- Символдар саны: 180.
Құсбелгі қоюға тыйым салынады.

Төмен көрсеткіш белсенді сілтемені білдіреді.

*Мессенджерлер – бұл интернет арқылы хабарламалармен алмасуға арналған қосымша. Мысалы: WhatsApp, Telegram, Viber.

**Микро-лендингтер – бұл тез ашылатын шағын сайттар. Интернет пайдаланушыларды мессенджерлерге немесе басқа сілтемелерге аударды.

КЕҢЕС БЕРЕМІЗ:



WHATSAPP-ҚА СІЛТЕМЕ ▶



Сайт <https://wa.me/number>, жолын толтырыңыз, мұнда **number** — бұл сіздің телефоныңыздың толық нөмірі (ел коды, оператор коды, нөмір). Жақша немесе дефис қолданбаңыз. Мысалы, <https://wa.me/77001234567>



www.msto.me ▶



www.msto.me – пайдаланушылар WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram, Viber, ВКонтакте, Skype жазу немесе сайтыңызға өту үшін.

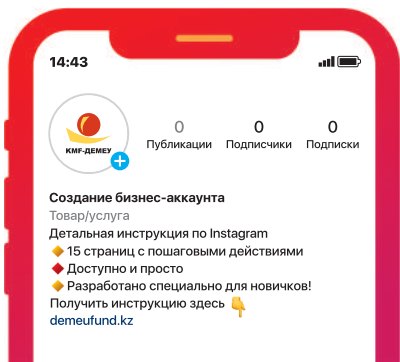


www.taplink.ru ▶



WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram-ға өту немесе сіздің тауарлар каталогын көру үшін. Таплинк дүкендер мен қызметтер үшін ыңғайлы. Онда Instagram-нан шықпай-ақ төлем жүргізуге болады.

ЖАЗЫЛУШЫЛАР ҮШІН СІЗ ТУРАЛЫ АҚПАРАТТЫҢ МЫСАЛЫ ▼



Бұл тарауды қысқаша **“Профиль тақырыбы”** деп атайды.

Сайтқа, мессенджерге, микро-лендингке өтуге арналған белсенді сілтеме **көк түспен** ерекшеленеді. Бұл мысалда жазылушыларға арналған компания туралы ақпарат көрсетілген. Түстердің үйлесуіне назар аударыңыз: қызғылт сары мен қызыл. Олар профиль суретімен үйлеседі.



KMF-ДЕМЕУ



БИЗНЕС-АККАУНТҚА ӨТУ

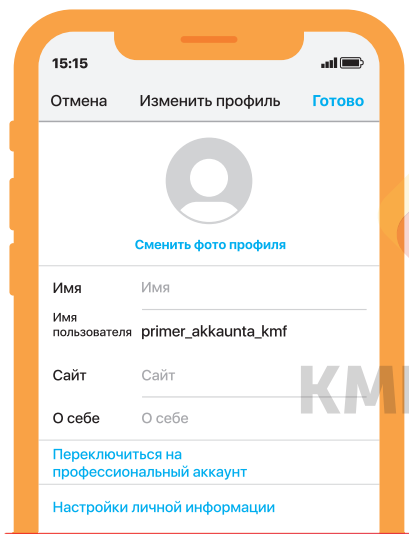
Ескертпе: Бизнес-аккаунт құру үшін қосымша шығын талап етілмейді. Ең алдымен, уақыт бөлу қажет. Осы нұсқаулықта жеке аккаунттан бизнес-аккаунтқа көшудің барлық кезеңдері сатылап түсіндірілген.



1-ҚАДАМ. Ауыстыру.



“Профильді редакциялауға” өтіп, “Кәсіби аккаунтқа өту” басыңыз.



Бизнес-аккаунтқа көшу белсенді батырмаларды қосуға мүмкіндік береді:

- компанияңыздың мекенжайын немесе тек қаланы көрсету үшін;
- жедел қоңырау соғу немесе электрондық хат жіберу үшін.

Сонымен қатар:

- жазылушылардың белсенділігі және пайдаланушылардың парақшаға кіруі туралы ақпарат қолжетімді;
- ақылы жарнама арқылы парақшаны немесе жеке жазбаны жылжыту мүмкіндігі (таргеттеу).

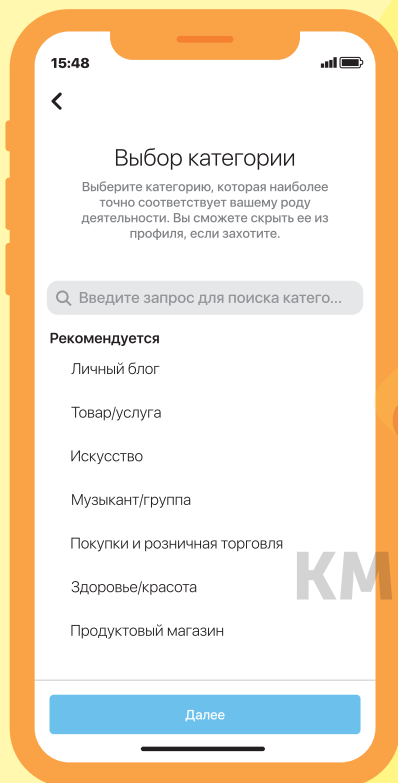
Айтпақшы, Instagram қолданушылары арасында жынысы жағынан бөліну шамамен: әйелдер - 52%, ерлер - 48% көрсеткішіне тең.



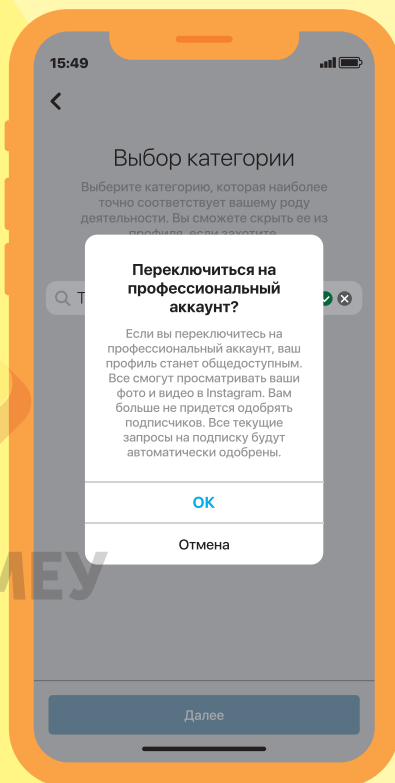


2-ҚАДАМ. Кезеңдерді толтыру. ▾

Алдымен Instagram бизнес-аккаунттың мүмкіндіктерін түсіндіреді. Оқыңыз да **“Әрі қарай”** басыңыз.



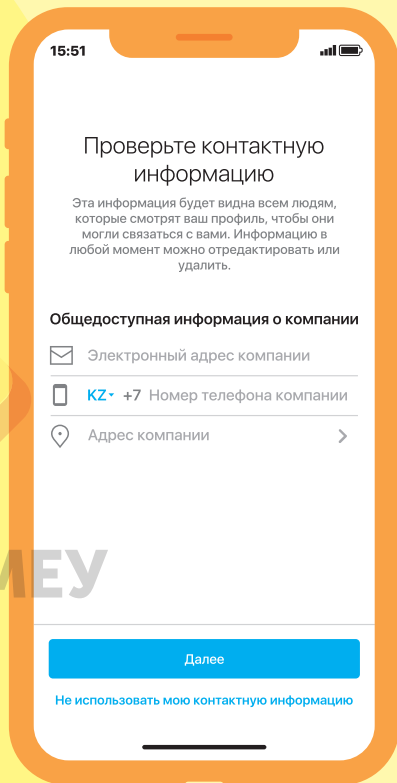
Өз санатыңызды таңдаңыз



Растаңыз



Бизнес таңдаңыз

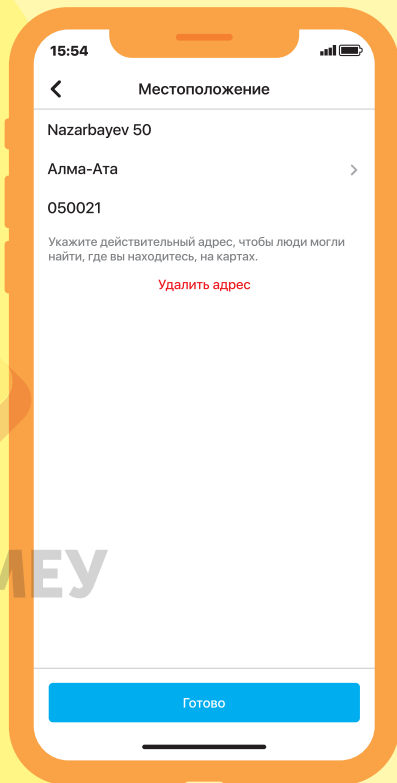


Деректерді толтырыңыз

KMF-DEMEU

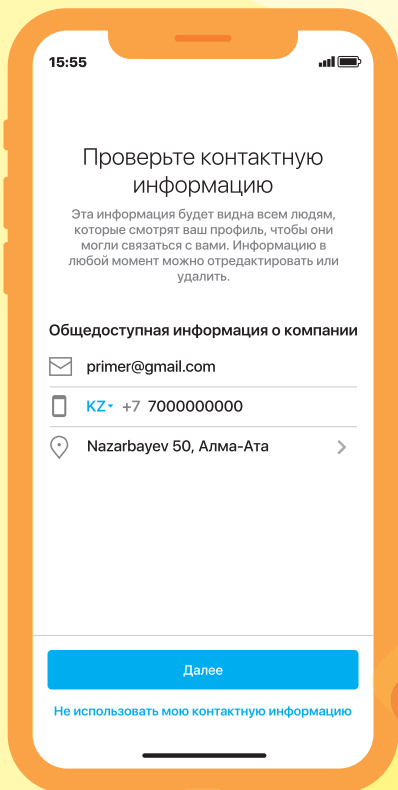


Мекенжай немесе тек қала



Латын әріптермен

KMF-DEMEU



Facebook арқылы кіру өткізіп жіберіңіз және бизнес-аккаунттың дайын профиліне өтіңіз. Мекенжай сілтеме сияқты **көк түспен** белгіленеді. Басқан кезде көрсетілген мекенжайдың орналасқан жері көрсетілген карта ашылады.

Жаңа батырмалары және мекенжайы бар парақшаның көрінісі ▼



Тексеріңіз және “Әрі қарай” басыңыз

**ҚҰТТЫҚТАЙМЫЗ!
INSTAGRAM-ДАҒЫ
БИЗНЕС-АККАУНТЫҢЫЗ
ДАЙЫН!**





КМФ-ДЕМЕУ

3

ЖЫЛЖЫТУ

АЛҒА ЖЫЛЖЫТУ НЕДЕН ТҰРАДЫ. КОНТЕНТПЕН ЖҰМЫС.



ВИЗУАЛДЫ ТҮРДЕ

1. Сурет және бейненің сапасы
2. Қаріптер, түстер



ПАЙДА ДЕҢГЕЙІНДЕ

1. Ұсыныстар, дайын шешімдер
2. Пайдалылық, жаңа білімдер



СЕЗІМ ДЕҢГЕЙІНДЕ

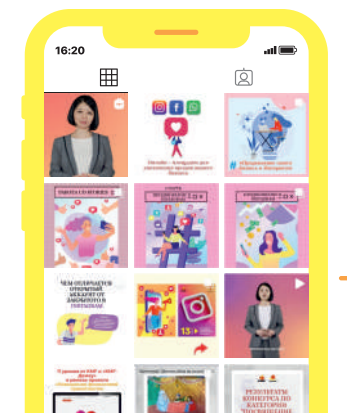
1. Эмпатия
2. Эмоциялар



КОНТЕНТПЕН ҚАЛАЙ ЖҰМЫС ЖАСАЙМЫЗ?

Контент – компанияның барлық жарияланымдары. Мынадан тұрады:

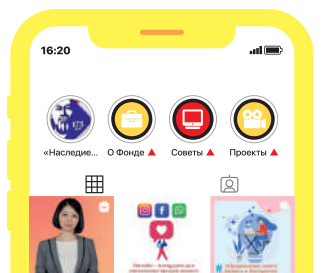
- жарияланымдар (пост)
- stories
- тікелей эфирлер
- өзекті



Жарияланымдар (посттар)



Stories/Тікелей эфирлер



Өзекті

Жұмысыңыз тиімді болу үшін осының үшеуін не болмаса кем дегенде екеуін пайдаланыңыз.

МЫСАЛЫ, ЕГЕР ЖАҢА ТАУАР ПАЙДА БОЛСА

- пост (видео/бейне) жариялауға болады
- тауар қолда болған жағдайда оны Өзектіге қоса аласыз (сатып жібергенше сақтаңыз). Бұл мысалды нұсқаулықтың соңынан көресіз.
- оны барлық қырынан бейне форматында көрсету және Stories арқылы тауардың артықшылықтары мен кемшіліктерін айту.





INSTAGRAM-МЕН ЖҰМЫС ІСТЕУГЕ АРНАЛҒАН ТЕХНИКА ЖӘНЕ ҚОСЫМШАЛАР

Техника. Техника: Бастапқыда фотосуреттер мен видео жасау үшін өзіңіздің смартфоньңызды қолдануға болады.

Фотосуреттер мен видео өңдеуге арналған қосымшалар: Android смартфондар үшін Play Market арқылы және Apple смартфондар үшін App Store арқылы жүктеп алыңыз.

Бір тонға келтіретін фотосуреттер редакторы



Lightroom – фотосуреттің түсін түзету параметрлерін сақтау үшін ыңғайлы.

Фоторедактор



Photoshop Fix – қажетсіз объектілерді жояды, біркелкі фонды қосу үшін ыңғайлы функция қарастырылған.

Логотип қою



Phonto – .png (ашық фонмен) форматында логотип қою үшін; фотосуреттерді бір-біріне қою.

Дайын суреттері және видеосы бар сервис



Canva – сапалы фотосуреттер / суреттер, қаріптер және анимация ұсынады. Интернетке қосылған кезде ғана жұмыс істейді.

Видео жасауға арналған қосымшалар



Quik – видеоны жылдам әрі оңай редакциялайды, дыбысты алып тастау және әуен қосу қарастырылған.

Стоп-моушн роликтерге арналған қосымша



Stop Motion – стоп-кадрлары (фотосуреттерден жасалған видео) бар видеоероликтерді жасауға мүмкіндік береді.

Экранды жазып алу



DU Recorder – экранның жазбасын жүргізеді. Егер жүктеп алу мүмкіндігі болмаса, видеоны жазып алу кезінде ыңғайлы. Дыбысты жазып алуға шектеулер қойылған.

Фонды өшіру



PhotoRoom – тек негізгі объектіні сақтай отырып, фонды өшіруге немесе өзгертуге мүмкіндік береді.

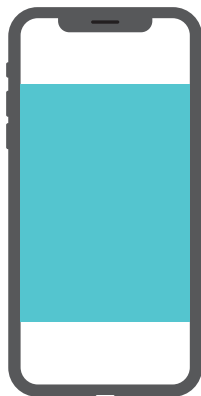


ЖАРИЯЛАНЫМДАР МЕН STORIES КӨЛЕМІ: ФОТО ЖӘНЕ БЕЙНЕ

Пиксельдердің өлшемдері:



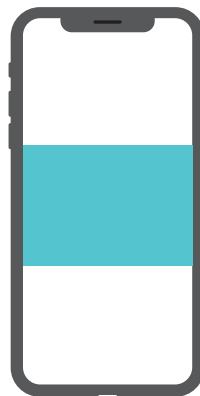
Stories
1080 x 1920



Тік
600 x 750



Шаршы
1080 x 1080



Көлденең
1200 x 628

**Сапалы бейнелер жасаңыз.
Instagram – бұл ең алдымен визуалды алаң. Бейнелерді / видеоларды жасауға және редакциялауға арналған қосымшалар көрсетілген.**



Сурет көлемі бойынша шектеулер

САЛМАҒЫ: 30 Мегабайтқа дейін
ФОРМАТ: .jpg, .png



Видеоға қатысты кеңестер

Видео неғұрлым жеңіл болса, соғұрлым жылдам жүктеледі.

САЛМАҒЫ: 32 Мегабайтқа дейін
ФОРМАТ: .mp4, .mov



4

ФОТОСУРЕТ ПЕН ВИДЕОНЫ ҚАЛАЙ ДҰРЫС ЖАРИЯЛАУ КЕРЕК. МАСШТАБ ЖӘНЕ МҰҚАБА.

Әдетте, Instagram бейнені және видеоны квадратқа кеседі, егер жариялайтын материалыңыз көлденең немесе тік жағдайда болса, керек бөлігі кесіліп қалмауы үшін оны қажетті өлшемге келтіру керек.



БЕЙНЕ


Бейне мысалында қарастырайық: қайсы дұрыс, қайсы дұрыс емес. ▼

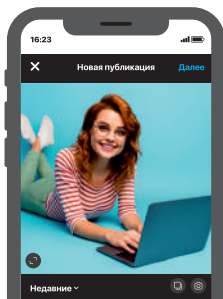
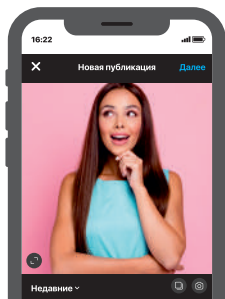


Тігінен



Көлденең

Сізге бейнені Instagram-да дәл осы көлемде жариялау қажет. Жаңа пост жариялау үшін өз аккаунтыңыздың төменгі жағындағы плюс белгісін  басыңыз да бейнені таңдаңыз.

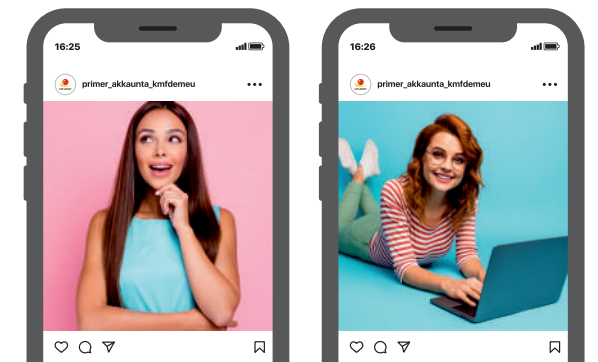


ДҰРЫС ЕМЕС

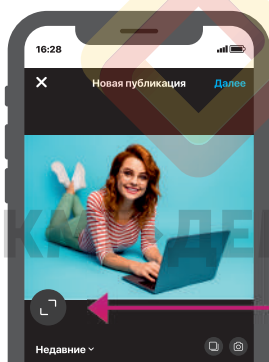
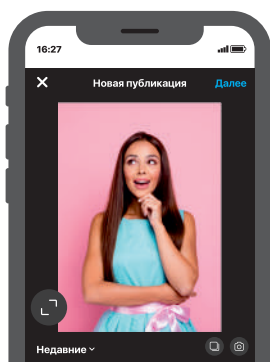
Бейне автоматты түрде квадрат түрінде шығады. Бейнеңіз жазылушыларға жаңалықтар таспасында дәл осылай көрінетін болады. Өзіңіз көріп тұрғандай, бейне кесілген және толық көрінбейді.

29

Фотосурет жаңалықтар таспасында осылай көрінетін болады



● **Жаңалықтар таспасы** – өздері жазылған аккаунттардың жарияланымдарын көре алатын жер. Профильде ол төменгі сол жақта, үй түрінде бейнеленген

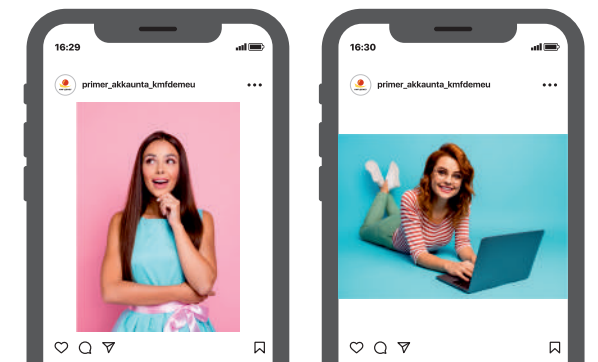


ДҰРЫС

Қажетті өлшемді қалпына келтіру үшін **төменгі сол жақтағы** стрелкаларға бір рет басыңыз.



Енді бейненің жаңалықтар таспасында қалай көрінетінін көрейік





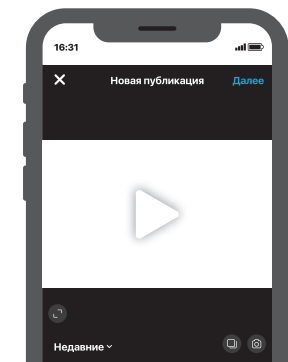
ВИДЕО

Мысал түрінде қайсы дұрыс, қайсы дұрыс емес екенін қарастырайық. ▼

Instagram-дағы кез келген видеода видеоның алғашқы фрагменті *автоматты* түрде мұқаба болып жарияланады. Аккаунттағы бұрмалануға жол бермеу үшін Instagram-ның қосымша мүмкіндіктері арқылы тартымды мұқабаны өзіңіз таңдай аласыз.

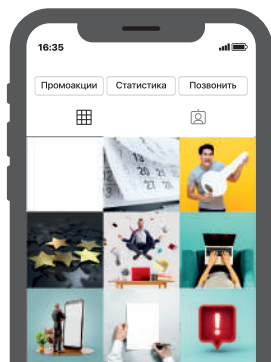


ДҰРЫС ЕМЕС



Видеода ең басында ақ фон болғандықтан, мұқабаны таңдамасаңыз, видеоңыз аккаунтта дәл солай көрінетін болады.

Аккаунтта қалай көрінетіні бейнеленген



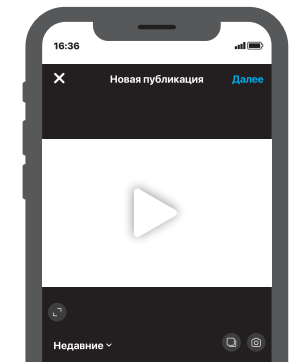
KMF-DEMEU

Instagram-да ең кең тараған эмоджи — жүрек.





ДҰРЫС

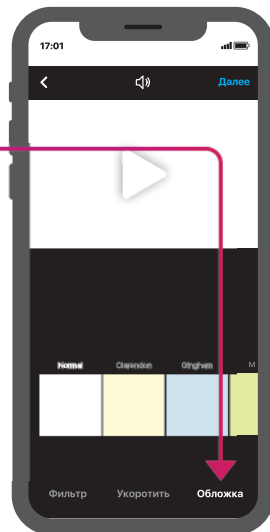


1. Видеоны таңдаңыз, **“Әрі қарай”** басыңыз.

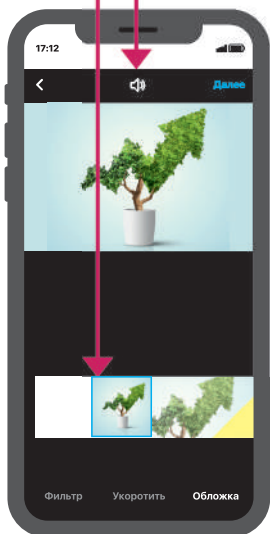
Егер видео көлденең болса, жағдайды қалпына келтіру үшін төменгі сол жақтағы 2 стрелканы басыңыз.



2. Аккаунтта жарияланымның мұқабасын таңдау үшін **“Мұқабա”** басыңыз.



3. Мағынасы аса жақын келетін фрагментті таңдаңыз. **“Әрі қарай”** басыңыз және дыбыстың қосылғанын міндетті түрде тексеріңіз. Қажет болса, видеоның жоғарғы жағындағы **“Дыбыс”** батырмасын басып, дыбысын өшіруге болады.



KMF-DEMEU

МЫСАЛ: таңдалған мұқабасы бар видео қалай көрінеді.

Бұл ақ фоны бар жарияланымға қарағанда әлдеқайда түсінікті көрінетініне келісетін шығарсыз





ЖАРИЯЛАНЫМНЫҢ МАЗМҰНЫ: INSTAGRAM-ДА НЕ ЖАЗУ КЕРЕК, САТУ МӘТІНІНІҢ ҚҰРЫЛЫМЫ, ХЭШТЕГТЕР МЕН ГЕОБЕЛГІЛЕРДІ ҚОСУ

ЖАРИЯЛАНЫМ ДЕГЕН НЕ?

- **Жарияланым** – бұл фотосурет/сурет/видео + мәтіндік форматтағы сипаттама.



INSTAGRAM-ДА НЕ ЖАЗУ КЕРЕК

Өзіңіз айтқыңыз келетін негізгі 3 тақырыпты таңдап алыңыз. Әрбір жарияланымға мақсат қойыңыз – ол арқылы қандай мақсатқа жеткізіз келеді?

САТУҒА АРНАЛҒАН ЖАРИЯЛАНЫМДАРДЫҢ ҚҰРЫЛЫМЫ:

- 1. Тақырыбы.** Проблеманы, жағдайды, пайданы көрсетіңіз..
- 2. Мазмұны.** Проблеманы, жағдайды толық сипаттаңыз. Жазылушылар үшін оларды түсіну маңызды. Нақты деректер, сандар келтіріңіз.
- 3.** Клиенттерге арналған **шешім**. Тақырыпшаны негізге алыңыз.
- 4.** Әрекетке шақыру, мысалы, **бізге хабарласыңыз, тапсырыс беріңіз, сұрақ қойыңыз, сілтеме арқылы өтіңіз** және т. б.
- 5.** Соңында хэштег қойыңыз. Тақырыпшаның негізгі сөздерін қолданыңыз. Мысалы, егер жарияланым балаларға арналған коляска туралы болса, атап айтсақ жаңа туған сәбилерге арналған коляскалар болса, **#жаңатуғаннәрестегеколяска #балаларколяскасыдүкені** хэштегтерін қолданған орынды болады. Жарияланым іздеу кезінде тізімде шығу үшін соңында қаланы көрсетіңіз, мысалы **#балаларколяскасыдүкеніалматы**.



*Қызық,
пайдаланушылардың 62%-ы
бренд өнімдеріне оған тиесілі Stories-ті
көргеннен кейін көбірек қызығушылық
таныта бастағанын айтады.*

Мысалы: жаңа туған сәбиге арналған коляска туралы жарияланым.

Мақсаты: ашық және ерекше реңктегі коляскаларға сұранысты арттыру.

“ Ата-аналардың 80%-ы балаларға арналған колясканы баланың жынысына байланысты таңдайды. Егер қыз бала болса – нәзік түстер, ал ұл бала болса – батыл түстер. Қызықты дерек – коляска сатып алуға келген ер адамдар қызды болса да, батыл түстер таңдайды екен. Жақында ғана жаңа туған нәрестелерге арналған ашық әрі сәнді коляскалар келіп түсті. Сілтеме арқылы өтіп, оларды пайдалану туралы видеоны көріңіз. Қазақстанның кез келген жеріне жеткіземіз.

Бағасы: 160 000 тг.

Сондай-ақ 1 ай бұрын тапсырыс берсеңіз, 5% жеңілдік жасаймыз.

Stories-те қысқаша шолу жасалған. ”

#жаңатуғаннәрестегеколяска
#балаларколяскасыдүкені
#балаларколяскасыдүкеніалматы
#жаңатуғаннәрестегеколяскаалматы

ХЭШТЕГ ДЕГЕН НЕ?

- **Хэштег** – бұл мақсатты аудиторияға арналған бағыт-бағдар. Оны қалай пайдаланады? Ол сөздің алдына қойылады, мысалы, #магазинколясок. Сөздер арасында міндетті түрде бос орын болсын.

ДҰРЫС: #коляскадлядевочки #магазинколясок

ДҰРЫС ЕМЕС: #коляскадлядевочки#магазинколясок

Тек “_” - төменгі сызық белгісін қосуға ғана болады. Басқа белгілер хэштегіңізді белсенді етпейді.

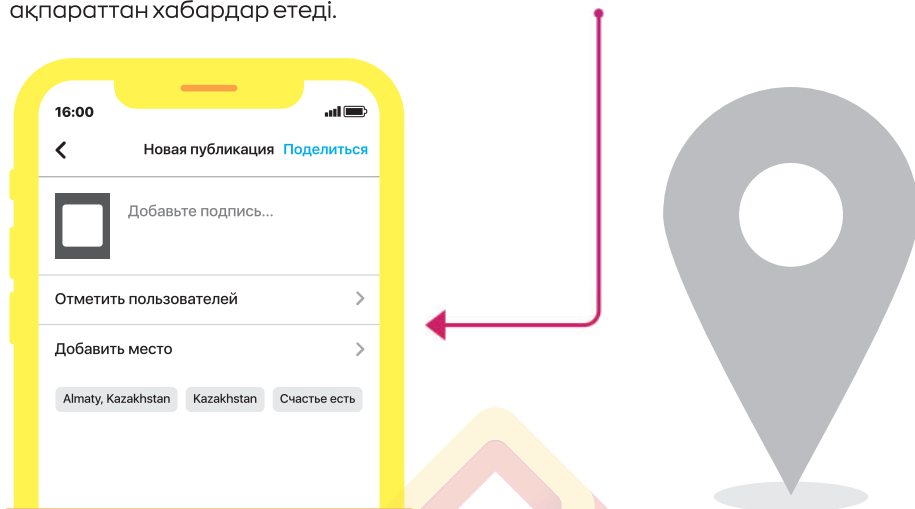
ҰСЫНАМЫЗ:

Компанияңыздың атауын, тауар брэндін немесе бәсекелестерде қайталанбайтын басқа сөзді қолданып, тауарлардың/қызметтердің әртүрлі санаттары бойынша жеке бірегей хэштегтер құрыңыз. Клиенттеріңізге парақшаңыздан шықпай-ақ қажетті затын жылдам табуға көмектесіңіз.

Мысалы **#детскиеколяскидогодаPoly** (бұл хэштег 1 жасқа дейінгі балаға арналған Poly бренді коляскаларының әрбір жарияланымында көрсетілуі қажет).

6. Бағасын көрсетіңіз. Бағаны көрсете отырып, сіз өзіңіздің және клиенттеріңіздің уақытын үнемдейсіз.

7. Геолокацияны көрсетіңіз. “**Орынды қосу**” батырмасын басып, геолокацияны қосуға болады. Бұл пайдаланушыны “Бұл жер қайда?”, “Онда тағы кім болды?” деген ақпараттан хабардар етеді.



Жарияланым сипаттамасындағы **символдардың шегі**: хэштегтерді қосқанда 2200 символ.

Хэштег саны: 30 дейін. Хэштег санын 10-нан асырмауға кеңес береміз.

KMF-DEMEU





КМФ-ДЕМЕУ

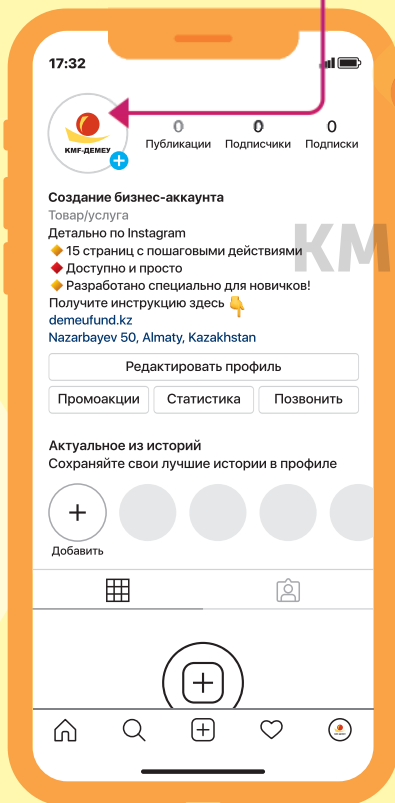


STORIES ЖӘНЕ ТІКЕЛЕЙ ЭФИР

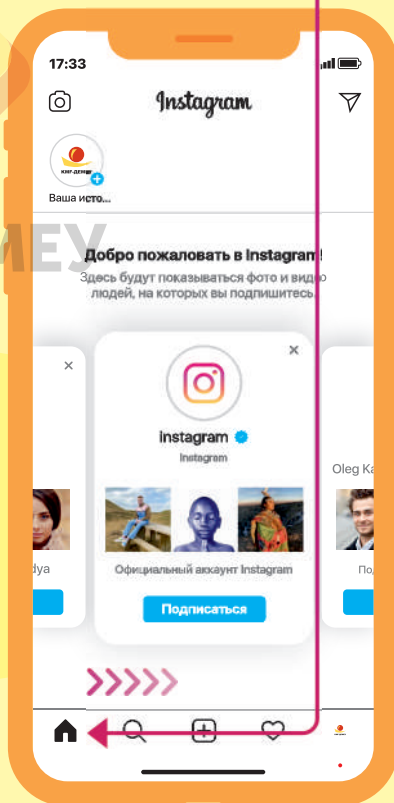
- **Stories** – бұл соңғы 24 сағаттың ішінде түсірілген фото немесе видео, оған лайк басуға немесе пікір қалдыруға болмайды, дегенмен парақша иесіне жеке хабарлама жіберуге болады.
- **Тікелей эфир** – бұл Instagram пайдаланушыларымен онлайн трансляция жасау функциясы. Әдетте оны өз оқырмандарымен тікелей сөйлесу үшін пайдаланады. Тікелей эфирге жазылмаған пайдаланушылар да қосыла алады.

STORIES ЖӘНЕ ТІКЕЛЕЙ ЭФИР БІРНЕШЕ ТӘСІЛМЕН АШЫЛАДЫ

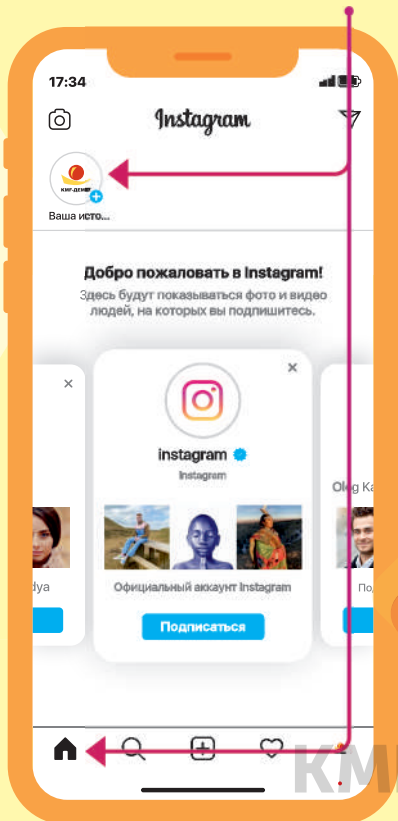
1. Профиль суретін (аватар) басу арқылы



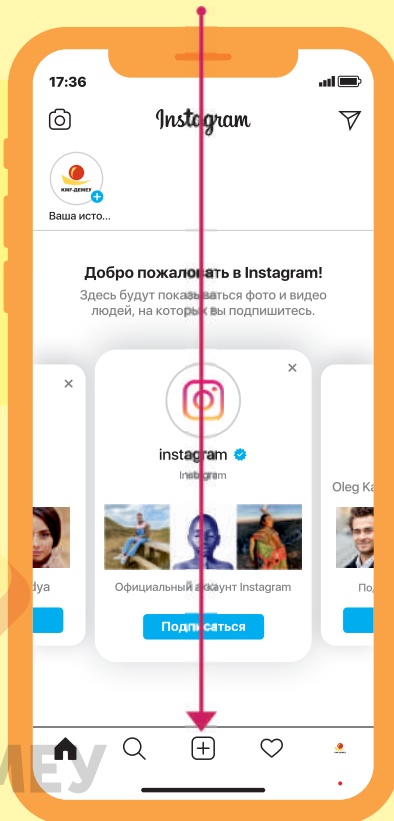
2. Төменгі сол жақтағы үй белгісін басып, экранды оңға қарай сырғыту арқылы



3. Төменгі сол жақтағы үй белгісін басып, жоғарғы сол жақтағы аватарға басу арқылы

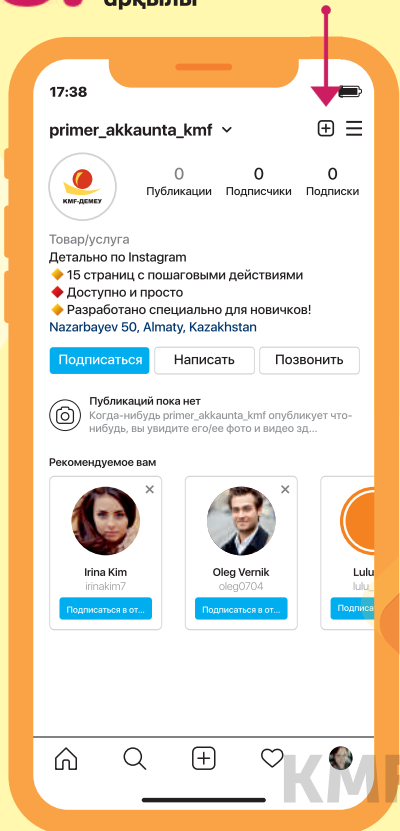


4. Төменде ортасында тұрған "+" батырмасын басу арқылы



*Естең танарлық!
Instagram-дағы жарнамадан
түскен табыс 2019 жылы
20 миллиард доллар
шамасында болды.*

5. Жоғарғы оң жақтағы “+” батырмасын басу арқылы



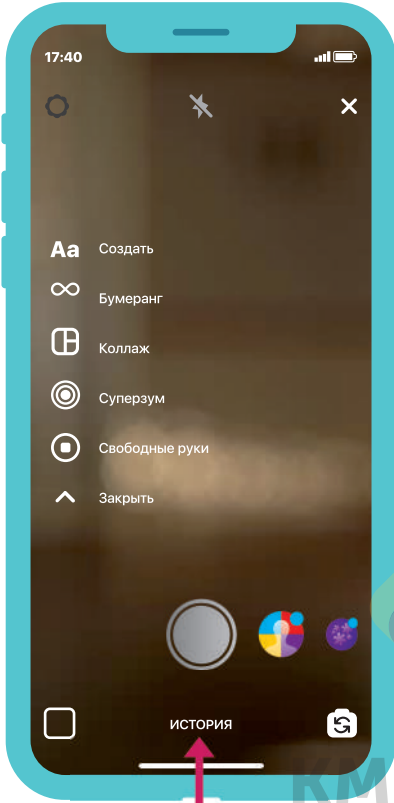
**ЕГЕР СІЗДЕ СОҢҒЫ
24 САҒАТТА STORIES
САЛЫНҒАН БОЛСА,
ОНДА ТЕК 2, 3, 4, 5
ТӘСІЛДЕРДІ
ҚОЛДАНУҒА БОЛАДЫ**

*Instagram-дағы
ең танымал хэштегтер:*

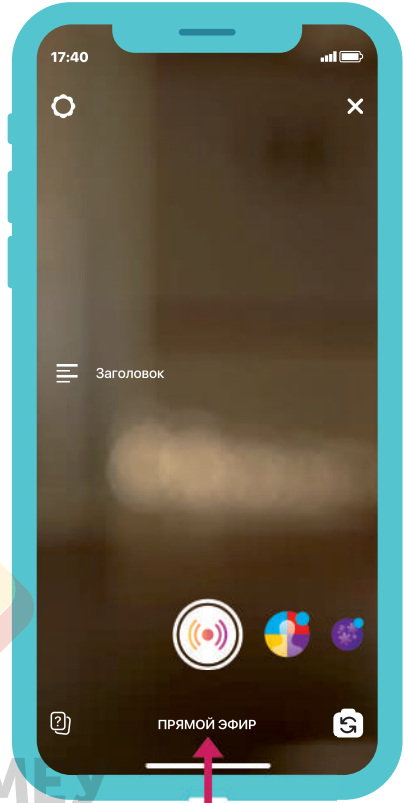
**#love, #fashion,
#photooftheday,
#photography, #art
#beautiful, #travel,
#happy, #nature,
#picofttheday.**



Әрі қарай өзіңізге не керек екенін таңдаңыз ▼



Stories



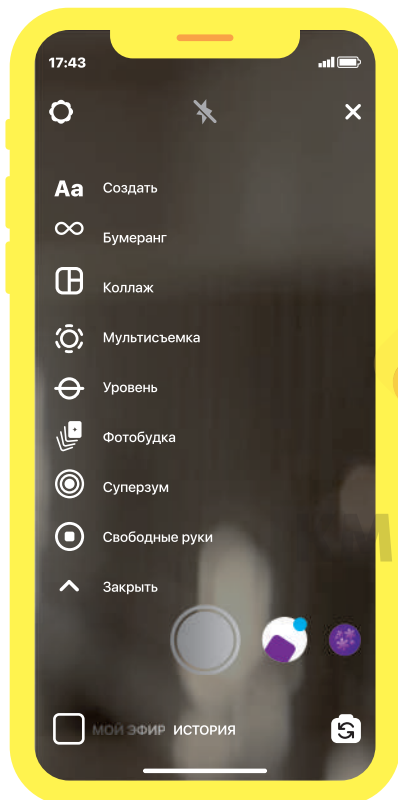
Тікелей эфир



STORIES МҮМКІНДІКТЕРІ

Егер төмен көрсетілген стрелканы басса, қосымшаның өзінде Stories құру бойынша бірнеше мүмкіндікті көруге болады.

ӘРБІР ФУНКЦИЯ ТУРАЛЫ ТОЛЫҒЫРАҚ



- 1 Instagram-нан әр түсті фондар құрыңыз.
- 2 **Бумеранг** - алға және артқа жылжитын қысқа видео.
- 3 **Коллаж** - 2-ден 6-ға дейінгі суретті біріктіру мүмкіндігі.
- 4 **Мультисъемка** - бір Stories-те жариялау үшін бірден бірнеше сурет түсіру мүмкіндігі.
- 5 **Деңгей** - объектіні түзу күйінде суретке түсіруге мүмкіндік беретін тор.
- 6 **Фотобудка** - бір Stories-те 4 фотосуреттің біртіндеп ауысуы.
- 7 **Суперзум** - негізгі объектіге автоматты жақындаған қысқа видео.
- 8 **Бос қол** - 15 секундтық видео жазу.

БАСҚА ФУНКЦИЯЛАР

- Stories-те бір тәулік ішінде түсірілген кез келген суретті/видеоны жариялауға болады. Ол үшін төменгі сол жақта квадратқа басыңыз да галереядан қажетті суреттерді таңдаңыз.
- Егер **“Бос қол”** функциясын қолдансаңыз, Stories-ті одан да жарқын немесе қарқынды ету үшін масканы алдын ала таңдай аласыз (фото/видеоға арналған әртүрлі әсемдеулер).

STORIES-TI ӘСЕМДЕУ

Дайын фотоны/видеоны әсемдеу үшін стикер астындағы мүмкіндіктерді пайдаланыңыз.



МҰНДА НЕ ОРНАЛАСҚАН:

Орналасқан жер

локацияны қосу (мекеме орны / қала/ел).

Басқа аккаунтты көрсету (белгілеу)

@ символы арқылы аккаунт атауын қосу.

Гифки

эмоционалды визуалды қабылдауды толықтырады. Қарау үшін GIF-ті басыңыз немесе іздеу жолында ағымдағы Stories-пен мағыналас кез келген сөзді теріңіз.

Сауалнама, тест

Сұрақтар

Бағалау

Ауа райы температурасы

Уақыт

Кері санау



Міндетті түрде әрбір функцияны пайдаланып көріңіз және тарихыңызды түрлендіру үшін қосыңыз.

STORIES ЖӘНЕ ТИКЕЛЕЙ ЭФИР АРАСЫНДАҒЫ НЕГІЗГІ АЙЫРМАШЫЛЫҚТАР

STORIES

1 видео – 15 секунд.

Сурет/фото орналастыруға болады, бірақ лайк басуға және пікір қалдыруға болмайды.

Өзектіге қосу үшін қосымшада сақталады.

Музыка қосуға болады.

Қосымша мәтінмен, смайликтермен, гифкалармен әсемдеу, сауалнама жүргізу және тағы басқа.



ТИКЕЛЕЙ ЭФИР

1 видео – бір сағаттан астам.

Лайк басуға және пікір қалдыруға болады.

Жеке сақталмайды. Көпшілік көру үшін бірден парақшада жариялауға болады.

Музыка қосуға болмайды.


Жоқ. Тікелей эфирдің тақырыбын сақтап қоюға болады.

“ЖОЛ КӨРСЕТКІШ” ЖАҢА ҚҰРАЛЫ

Ол  батырмасының астында орналасқан. Сіз бұл жерден:

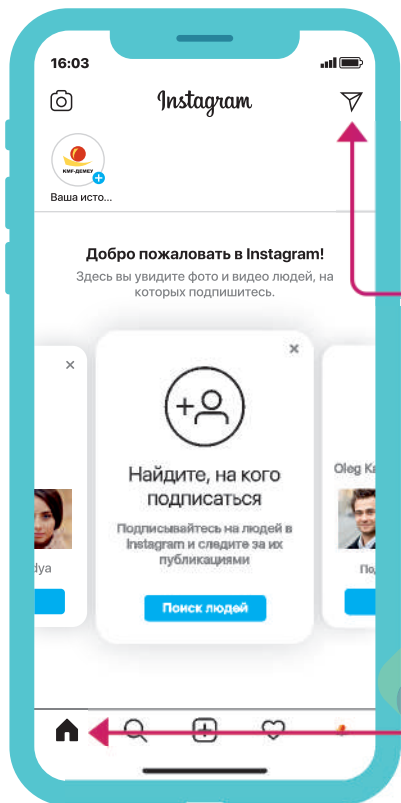
 Орындарды

 Дүкендерден тауарларды

 Өзіңіздің жарияланымдарыңызды немесе басқа парақшалардың сіз сақтап қойған жарияланымдарын таңдай аласыз.

ОНЫ МӘЗІР РЕТІНДЕ НЕМЕСЕ БЕЛГІЛІ БІР АЙДАРДЫ ЖҮРГІЗУ ҮШІН ПАЙДАЛАНУҒА КЕҢЕС БЕРЕМІЗ.

Барлық құралдарды пайдаланыңыз, уақыт өте ненің тиімді екенін, неге күшпен қуатты жұмсау керектігін түсінетін боласыз.



DIRECT ЖӘНЕ ПІКІРЛЕР

- **Direct**  – бұл Instagram-да хабарламалармен алмасу функциясы.

Қай жерде орналасқан?

Төменгі сол жақтағы Үй белгісін басыңыз, жоғарғы оң жақта телеграмның белгісін көресіз. Оған басыңыз, дәл сол жерде осы функциямен танысу үшін досыңызға/құрбыңызға жаза аласыз.

Оны қандай мақсатта пайдаланады:

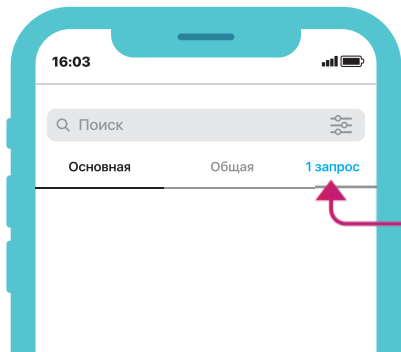
- досына жарияланымды жіберу үшін;
- Stories-те жауап беру үшін;
- кәдімгі хабарламаларда;
- тауарлар/қызметтер туралы сұрақ қою үшін.

KMF-DEMEU

Instagram қосымшасы 2010 жылы Стэнфорд университетінде курстас болған Кевин Систром мен Майк Кригердің бірлескен жұмысының нәтижесінде пайда болды.



МАҢЫЗДЫ!



Сіз жазылмаған аккаунттың хабарламын көрмей қалуыңыз мүмкін. Ондай хабарлама үнемі сұраулардың ішінде тұрады.

Келесі түрде болады.

Үнемі оны тексеріп тұрыңыз!

ХАТ АЛЫСУ: ЖАЛПЫ НЕМЕСЕ НЕГІЗГІ

Әрқашан негізгіні қалдырып отырыңыз. Жалпы хат алмасу сіздің құрылғыңызда ашылған Instagram аккаунттарының барлық хабарламаларын біріктіреді.

ПІКІРЛЕР

Instagram-дағы пікірлер маңызды рөлге ие. Кез келген клиент жарияланым астында жақсы немесе теріс пікір қалдыра алады. Барлық пікірге уақытылы жауап беруге тырысу қажет және наразылықтармен жұмыс істеу қажет.

ПІКІРЛЕРДЕ ХАТ АЛМАСУ ӘДЕБИ

- Сәлемдесу: Сәлеметсіз бе / Қайырлы таң/күн/кеш.
- Сыпайы жауап беру және мәтінді қателіктерге қайта тексеру.
- Бір сағаттың ішінде жауап беру (максимум). Неғұрлым тез жауап берсеңіз – соғұрлым жақсы.
- Жіберілген пікірге “Ұнайды” белгісін қою.

ТЕРІС ПІКІРЛЕРМЕН ҚАЛАЙ ЖҰМЫС ІСТЕУ КЕРЕК?

Теріс пікір қалдырған адаммен телефон немесе жеке хабарлама арқылы байланысу үшін жауап үлгісін алдын ала дайындап қойыңыз. Кері байланыс жасағаны үшін міндетті түрде алғыс білдіріңіз.

ТЕК БІР СӨЗДЕН НЕМЕСЕ СМАЙЛИКТЕРДЕН ТҰРАТЫН ПІКІРЛЕРГЕ ҚАЛАЙ ЖАУАП БЕРУ КЕРЕК?

“Ұнайды” белгісін қойыңыз (қалдырылған пікірдің оң жағында тұрады).





БАСТАПҚЫ ЖЫЛЖЫТУ. АЛФАШҚЫ 3 АЙ.



ПАРАҚШАНЫҢ ТАНЫМАЛДЫЛЫҒЫНА НЕ ЫҚПАЛ ЕТЕДІ

- ♥ Пікірлердің, лайктардың саны
- ♥ Видеоны көру
- ♥ Сіздің жарияланымыңызды немесе аккаунтыңызды басқаларға тарату
- ♥ Сіздің жарияланымыңызды сақтау
- ♥ Instagram-да сіздің аккаунтыңызды өз бетінше іздеу
- ♥ Адамдардың сізге Direct-ке хат жазуы
- ♥ Сіздің жарияланымыңызды оқу (Instagram сіздің жарияланымыңыздың оқылғанын не оқылмағанын анықтай алады)
- ♥ Сіз туралы қарапайым адамдар жазады және олар өз пікірлерін айтады

Қандай жағдайларда адамдар жоғарыда айтылған әрекеттерді жасайды? Егер сіз Instagram-ға уақыт бөлсеңіз, бір аптаға/айға мақсат қойсаңыз, контентпен жұмыс істесеңіз және жедел түрде кері байланыс жасасаңыз.

МАҢЫЗДЫ! Сатып алғанға дейін, сатып алу кезінде және сатып алғаннан кейін сапалық қызмет көрсетіңіз.

ТАНЫМАЛДЫЛЫҚҚА ТАҒЫ НЕ ӘСЕР ЕТЕДІ

- ★ Сіздің қалаңыздағы танымал адамдардың пікірі.
- ★ Сіздің қалаңыз туралы айтатын аккаунттардағы жарнамалар немесе олардың өнімі қандай да бір жолмен сіздің жолыңызбен қиылысса. Мысалы, егер сіз жартылай фабрикаттар сататын болсаңыз, онда сіз жартылай фабрикаттарды дайындауға арналған ыдыс-аяқ (мантоварка, кастрюль және т.б.) сататын дүкенге жарнама жасай аласыз.
- ★ 3 айда 1 рет ұтыс ойынын өткізу. Аудитория сапасын сақтау үшін одан жиі өткізбеген дұрыс.



Уақыт. Instagram-ды және онымен жұмыс істеуді үйрену үшін 3 ай уақыт бөліңіз.



Фото және видео материал. Өз бетіңізше суретке түсіріңіз және шағын сипаттамалық мәтіндер жаза бастаңыз. Бастапқыда аптасына 5 рет Stories пайдаланыңыз – фото, сурет, видео.



Бір айдағы жарияланымдардың саны. Өніміңіз туралы қысқаша ақпарат беру үшін алдымен бірден 9 пост жариялаңыз. Оларды алдын ала дайындап қойыңыз және 1-2 күннің ішінде жариялаңыз. Содан кейін күніне 1 посттан немесе аптасына 5 пост жариялауға кеңес береміз. *Есте сақтаңыз: Бір сағат немесе жарты күн жұмсасаңыз да, күніне 1 сапалы пост жариялаңыз. Асығыс, ойланбай жасалған посттар нәтиже бермейді.*



Жариялау уақыты. Ең белсенді уақыт: Дс-Жм сағ. 08:00 - 22:00. Сн-Жк. 10:00 - 22:00. Таңертең 1 пост және күні бойы 3-5 Stories жариялауға кеңес береміз (1 Stories – бұл 1 фотосурет/сурет немесе 15 секундтық видео).



Музыка, кино, бағдарламалар (хабарлар). Instagram-да авторлық құқықты қорғау қарастырылған. Егер сіздің қандай да бір әуенмен сүйемелденген видеоңыз жоғалып кетсе, Instagram бұл материалды пайдалануға тыйым салады деген сөз. Бір рет жойылған видеоны қайта салуға тырыспаңыз, өйткені аккаунтыңыз бұғатталып қалуы мүмкін.



Тікелей эфир. Пайдаланушылармен танысу үшін алғашқы 2 аптаның ішінде тікелей эфирге шығыңыз.



IGTV – 1 минуттан 1 сағатқа дейінгі видеоны жүктеуге арналған функция. Оны қарапайым және кәсіби роликтер жасау үшін пайдалануға болады, видеоның мағынасы жоғалып кетпеуі үшін оны кеспеуге тырысыңыз.



Жазылушылар. Жылжытудың ең басында орындалатын қиын міндеттердің бірі – 1000-ға дейін жазылушы жинау. Жазылушыларды жинаудың бірнеше жолы бар:

- адамдарға өзіңіз жазылыңыз
- мақсатты жарнаманы іске қосыңыз
- бартерлік ынтымақтастық – жарнама үшін өзара тауарлар (немесе қызметтер) алмасу негізінде жұмыс істеу.



Жарнама. Жарияланымдарды насихаттаңыз. Не үшін?

- Аудитория тарту үшін
- Лайк жинау үшін
- Сұрақ туындау үшін

Жарнама арқылы тауарға/қызметке деген сұранысты тексере аласыз және қандай фотосуреттер мен видео сату көлемін ұлғайтатынын түсінетін боласыз.



Жарнама бюджеті. Жарияланымды насихаттау үшін – күніне 1-3\$.



INSTAGRAM-ДАҒЫ ЖҰМЫСТЫ ЖӘНЕ ИДЕЯЛАРДЫ АЙ САЙЫН ҚАЛАЙ ТАЛДАУ КЕРЕК?

Клиенттердің қайдан келгенін білу үшін клиенттерге 1-2 ұсыныс жасаңыз. Мысалы, шарттарын жазыңыз:

- сыйлық, жеңілдік, бонус және т.б. алу үшін соңғы жарияланымдарға 10 лайк басу қажет
- жеке телефон нөмірін арнаңыз
- тек Instagram арқылы білуге болатын 3 дайын тиімді ұсыныс әзірлеңіз
- шағын сыйлықтар беріңіз, 10 адамның 3-і сіз туралы өз Stories-інде баяндауы мүмкін
- клиенттердің сатып алу тарихын жазып алып жүріңіз, осылайша оларды қалай бағалайтыныңызды көрсетіңіз
- басқа



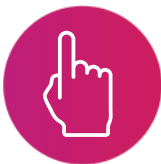
КМФ-ДЕМЕУ

4

INSTAGRAM-ДАҒЫ ЖАРНАМА

FACEBOOK-КЕ ТІРКЕЛУ/КІРУ

МАҢЫЗДЫ! **FACEBOOK-ТЕГІ ЖЕКЕ ПАРАҚША (әрі қарай “аккаунт”)** – бұл сіз достасатын және өз жаңалықтарыңызды бөлісетін сізге тиесілі парақша. Дәл осы парақшаға құпиясөз орнатылады.



КОММЕРЦИЯЛЫҚ ПАРАҚША – бұл сіздің аккаунтыңыздың ішінде құрылған парақша. Оны аккаунтсыз құруға болмайды. Бір аккаунтта құпиясөзі жоқ 1-ден астам коммерциялық парақша құра аласыз (Facebook ережелері бойынша талап етілмейді).

ЕГЕР ӘРЕКЕТТЕГІ АККАУНТЫҢЫЗ БОЛСА, ЖАҢА АККАУНТ ҚҰРМАҢЫЗ!

Неге? Жарнаманы іске қосу үшін аккаунттың қолданыс мерзімі маңызға ие: Негізінен, егер аккаунт жаңа ашылған болса, алғашқы үш ай бойы шектеулер қойылады. Ал сіз аккаунтты жаңа ғана құрсаңыз, жарнама берер алдында мақсатты жарнама жөніндегі мамандарға хабарласыңыз.

ТІРКЕЛУ

1

Facebook-те аккаунт құру үшін интернетке кіріп, facebook.com тегіңіз.

2

Электрондық пошта немесе телефон нөмірі арқылы тіркеліңіз.

3

Өзіңіздің атыңызды және тегіңізді толтырыңыз. Facebook жеке аккаунты компанияны емес, жеке басты тіркейді. Әйтпесе, Facebook тіркеуді тоқтатуға немесе төлқұжатыңыз/жеке куәлігіңіз арқылы жеке басыңызды тексеруге құқылы.

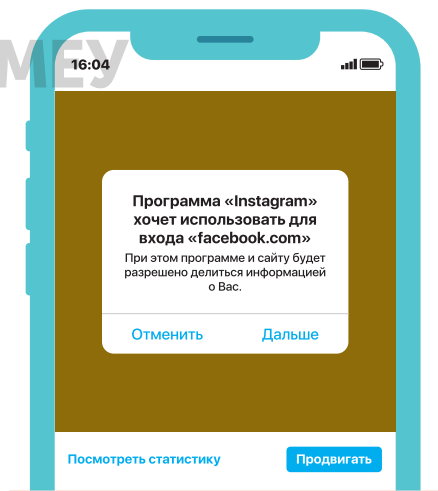
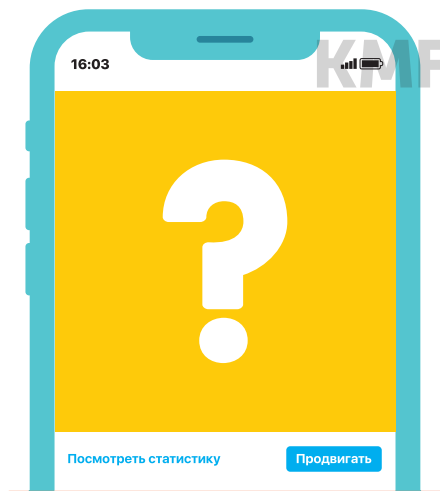
ЖАРНАМА БЕРМЕС БҰРЫН

Смартфон браузерінде немесе Facebook қосымшасында қандай аккаунт ашылып тұрғанын міндетті түрде тексеріңіз! **Жарнама төлемдері есептен шығарылатын төлем картасы тіркелген аккаунттың ашық болуы МАҢЫЗДЫ**, әйтпесе, жарнаманы қоса алмайсыз.

ЖАРНАМА БЕРУ ҮШІН INSTAGRAM МЕН FACEBOOK БІРІКТІРУ

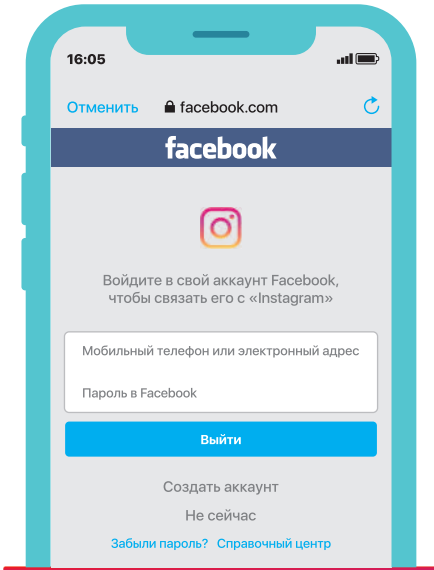
Жарнаманы Instagram арқылы іске қосу үшін бизнес-аккаунтты төлем картасы тіркелетін және жарнама шығындары есептен шығарылатын Facebook-тың жеке аккаунтымен біріктіру қажет. Instagram Facebook компаниясына тиесілі болғандықтан, жарнамамен байланысты барлық процестер оның тексерісінен өтеді.

ЖАРНАМАНЫ ҚОСУ КЕЗЕҢДЕРІ

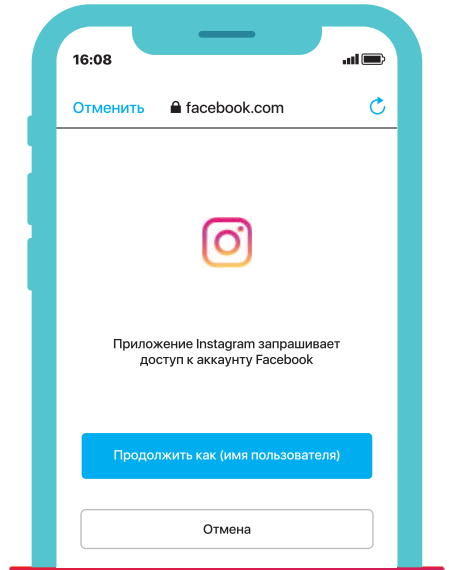


1. Жарнамалағыңыз келетін жарияланымды тексеріңіз және **“Жарнамалау”** басыңыз.

2. **“Әрі қарайды”** басыңыз.



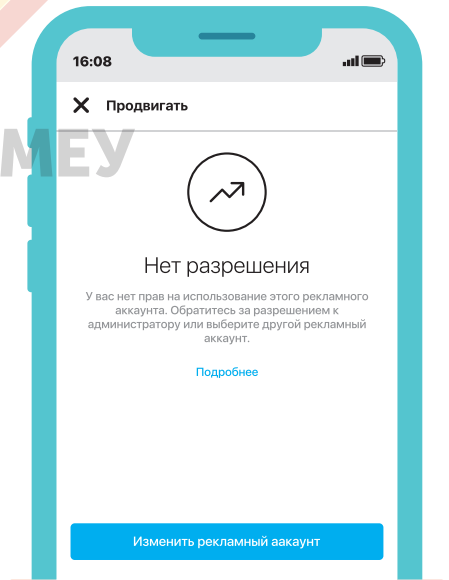
3. Facebook-тегі өзіңіздің жеке аккаунтыңызға кіріңіз.



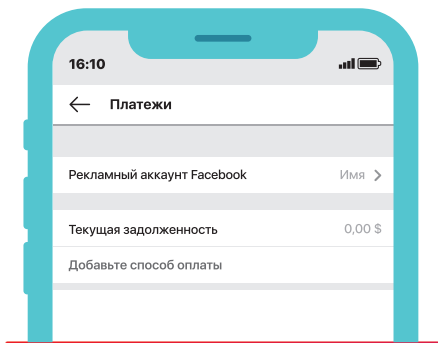
4. Сіздің атыңыз/тегіңіз шығуы қажет. “Жалғастыру” басыңыз.



5. Facebook-пен байланыстырмау таңдаңыз.

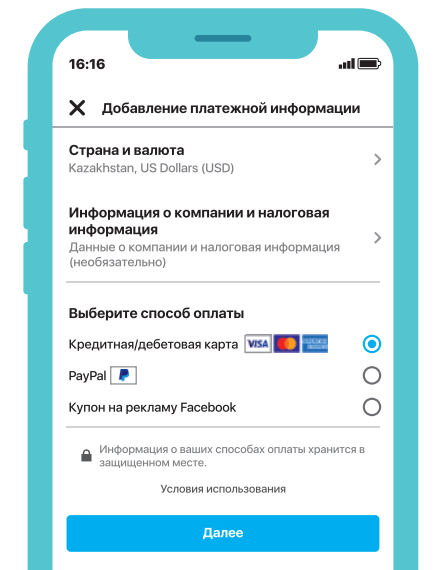


6. Жарнамалық аккаунтты өзгерту таңдаңыз.



7. Жарнамалық аккаунттың атауы сіздің атыңызбен және тегіңізбен аталады.

Төлеу әдісін қосу таңдаңыз. Facebook картаның жарамдылығын тексеруі үшін шотта 1\$ көп болуы қажет. Сона 1 минуттың ішінде қайтарылады.



8. Кредиттік / дебеттік карта таңдаңыз. Әрі қарай таңдаңыз.

Карта деректерін енгізіңіз. Олар жарнаманы іске қосу үшін сақталатын болады. **“Дайын”** басыңыз. **Instagram-да жарнаманы қалай жасауды толық түсіну үшін келесі әрекеттерді орындаңыз.**

KMF-DEMEU

Тамақтанып алатын уақыт болмады ма? Айтпақшы, пицца - Instagram-да суши мен стейкпен кейін тұраған ең танымал тағам.





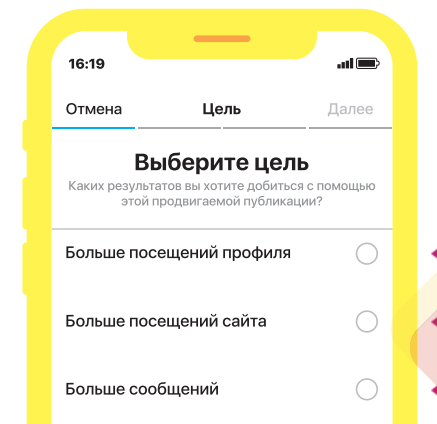
АУДИТОРИЯНЫ, ЖАСЫН, ЖАРНАМА ОРНЫН, ҚЫЗЫҒУШЫЛЫҚТАРДЫ ТАҢДАУ



1-ҚАДАМ



ОРНАЛАСТЫРАТЫН ЖЕРДІ ТАҢДАҢЫЗ



Бұл ретте “**профильге көп кіруді**” таңдаймыз.

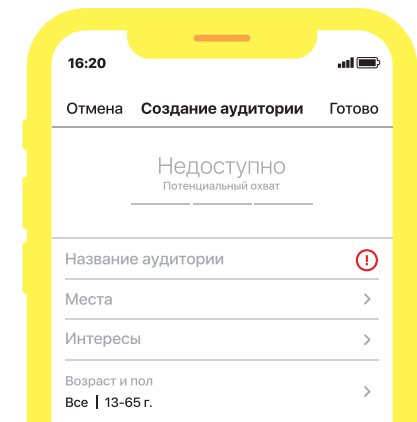
- ← жарнама арқылы адамдар сіздің профильге өтетін болады
- ← сайттың немесе мессенджердің сілтемесін енгізу қажет
- ← Адамдар бірден жеке хабарламаға көшеді



2-ҚАДАМ



ӨЗ АУДИТОРИЯҢЫЗДЫ АНЫҚТАҢЫЗ



Сізде 2 нұсқа бар:

1. Аудиторияны **автоматты** құру
2. **Өз** аудиторияңызды құру

2-нұсқаны таңдауға кеңес береміз.

← **Атауын тек сіз көресіз!**

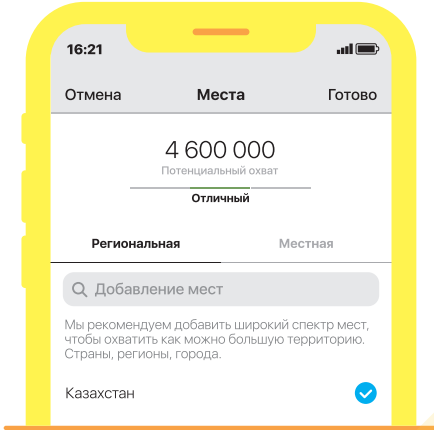
- ← **Орындар** (елдерді, қалаларды таңдау)
- ← **Қызығушылықтар** (клиенттеріңіздің қызығушылығы қандай)
- ← **Жасы және жынысы**



3-ҚАДАМ



АУДИТОРИЯНЫ ҚАЛАЙ ТАҢДАЙМЫЗ



Аймақтық. Егер тауарды жеткізетін болсаңыз, елді немесе бірнеше қаланы таңдаңыз. Егер тек бір қаланың ішінде жұмыс істесеңіз, онда тек сол қаланы енгізіңіз. Егер қала тізімде болмаса – “Жергілікті” таңдаңыз.

Жергілікті. Жақын аралыққа есептелген. Сіздің компанияңыздан 1 км қашықтағы радиусты көрсетуге болады.

Кемсітпеушілік саясатымен танысып, келісетініңізді растаңыз (промоакцияны құру алдында автоматты түрде ашылады) ▼

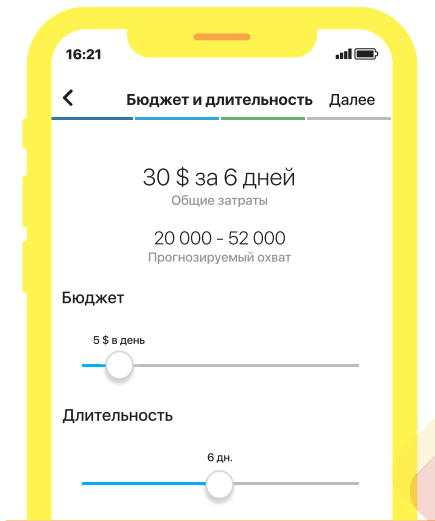
Келісімді растаңыз: Жарнаманы көрсетер алдында біздің кемсітпеушілік саясатымен келісімді растауыңыз қажет. Ол үшін, facebook.com/certification/nondiscrimination сілтемесіне өтіңіз.

КМФ•ДЕМЕУ



4-ҚАДАМ

▶ БЮДЖЕТ ЖӘНЕ ҰЗАҚТЫҒЫ



Жарнамаға жұмсалатын күнделікті шығынды және күндер санын таңдаңыз.

Сомасы неғұрлым жоғары болса – жарнаманы соғұрлым көп адам көреді.

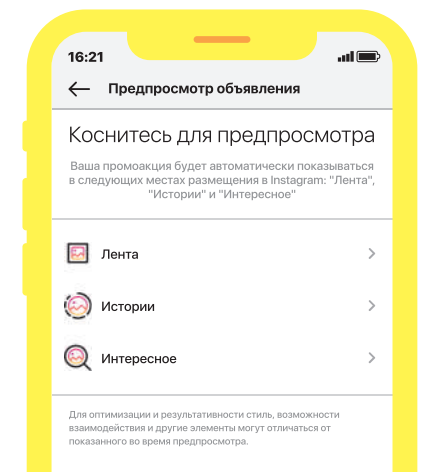
Сомасы бөліктермен немесе бір айдың ішінде бірден есептен шығарылады.

Мына жағдайларда жарнама тоқтайды, егер Instagram жұмсалған соманы есептен шығара алмаса:

- картада ақшаның болмауына байланысты
- Сіз Интернетте сатып алуларға шектеу қойсаңыз.

5-ҚАДАМ

▶ ЖАРНАМАНЫ ТЕКСЕРУ



Жарнаманы алдын ала тексеріп алыңыз. Жарнаманы қоспас бұрын Instagram алдын ала қарау функциясын ұсынады.

6-ҚАДАМ

▶ АЯҚТАУ

“Промоакцияны құру” басыңыз және жарнаманың мақұлдандуын күтіңіз. Промоакция – бұл сіздің жарнамаңыз. Жарнаманы жою ережелері: **“Статистиканы қарау”** басыңыз. Ең төменгі жағында қызыл түспен жазылған **“Промоакцияны жою”** басыңыз.

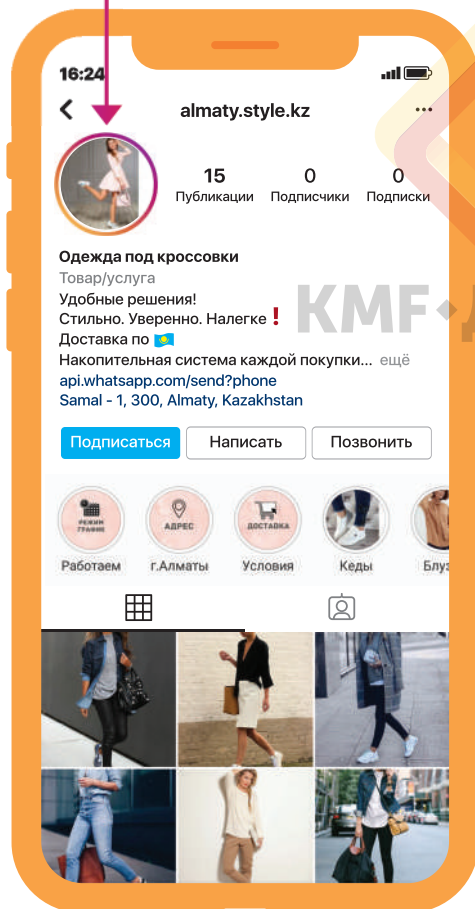
57



INSTAGRAM БИЗНЕС-АККАУНТЫН РӘСІМДЕУ МЫСАЛЫ

Төменде бизнес-аккаунтты рәсімдеу бойынша мысал келтірілген. Барлық суреттер Интернеттегі ашық көздерден алынған. Бұл дүкен жоқ. Бизнес-аккаунт не са-тады: кроссовкимен кюге болатын әйелдер киімі.

Профиль суреті (аватар) – дүкен ұсынатын киімді киген және өзін жайлы әрі сенімді сезінетін қыздың суретін пайдаландық. Ол сәнді киінген және өзін жеңіл сезінеді. Суреттің мақсаты - дүкеннің мақсатты аудиториясын көрсету.



ПАРАҚШАНЫҢ СИПАТТАМАСЫ

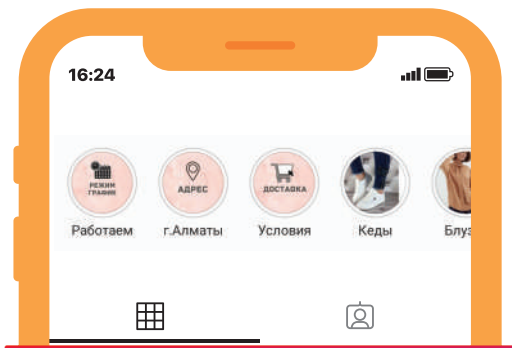
▶ Қалың қара қаріп – іздеу жолы – **Пайдаланушының аты**

▶ Тауар/қызмет бизнес-аккаунтқа өткен кезде көрсетілді

▶ “Қолайлы шешімдер!.. төмен стрелкаға дейін” – **Өзім туралы жолы**. Телефон нөмірін де осы жерде көрсетуге болады, себебі адамдар **Қоңырау шалу** батырмасын пайдаланбайды.

▶ **api.whatsapp** – WhatsApp-тағы хабарламаға өту үшін **Сайт**.

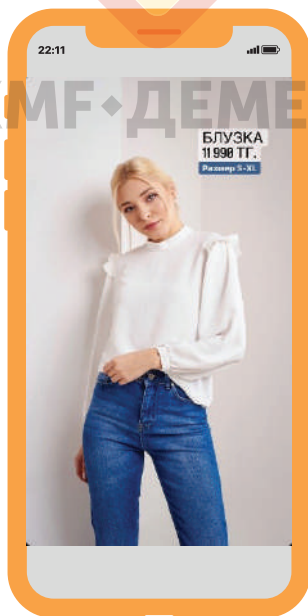
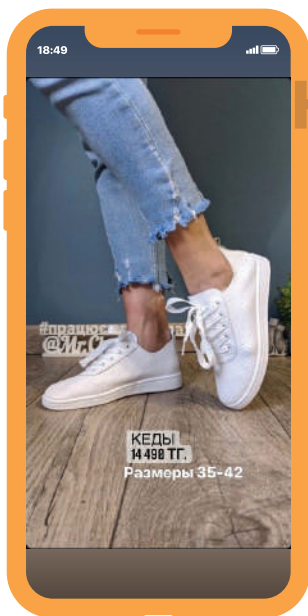
▶ **Samal - 1,300, Almaty, Kazakhstan** – бизнес-аккаунтқа өткен кезде толтырылады.

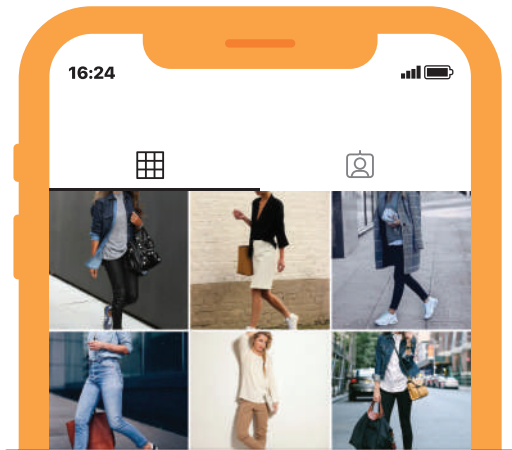


**ӨЗЕКТІ ШЕҢБЕР ФОРМАСЫНДА -
ФОТО/СУРЕТТЕР/ВИДЕО,
STORIES-ТЕН ҚОСУ**

“ӨЗЕКТІ” РӘСІМДЕУ БОЙЫНША ҰСЫНЫСТАР.

Аккаунттың скриншотында ▲ 5 Өзекті (3 қызғылт шеңбер және 2 киіммен) көріп тұрсыз. Өзекті деректер ең маңызды ақпаратты іздеу кезінде ыңғайлы, мысалы, мекенжайы, байланыс деректері және жұмыс кестесі. Содан соң Кеды, Блузки, Юбки және т.б. – қолда бар және бағасы көрсетілген санаты бойынша тауарлар қосылады. **Мысалы:**





ЖАРИЯЛАНЫМДАР

Киім дүкендері үшін киімдерді ілгішке немесе фотофонға салмай, адамға кигізіп, жарнамалаған дұрыс болады. Адамның үстіндегі киім мен аяқ киім әдемі көрінеді, сатып алуға ынтаны оятады және тез сатылады.

Назар аударыңыз! Бұл аккаунт тек мысал үшін жасалды және сіз оны Instagram [@almaty.style.kz](https://www.instagram.com/almaty.style.kz) көре аласыз.

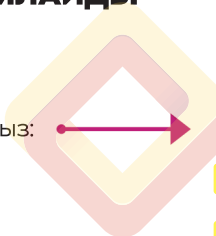


ҚАЛАЙ ЖАРИЯЛАЙДЫ

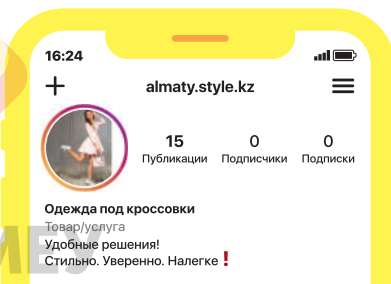
ЖАҢАРТЫЛҒАН НҰСҚАДА

+ батырмасын пайдаланыңыз:

- Жарияланымдар
- Stories
- Тікелей эфир
- IGTV



KMF-DEMEU



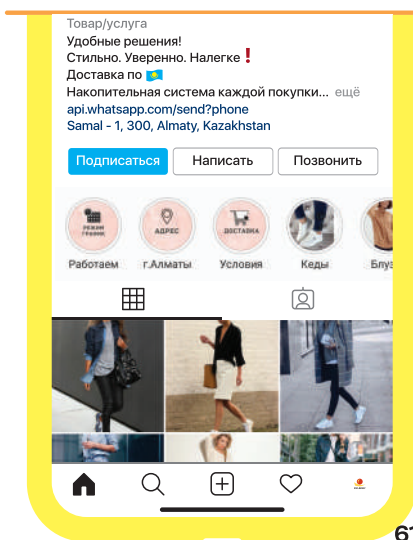
ЕСКІ НҰСҚАДА:

- **Жарияланымдар** (фото немесе 1 минуттық видео):

ортасында (+) батырмасын басыңыз. Қажетті фотоны/видеоны таңдаңыз.

Егер таңдалған фото/видео көлденең немесе тігінен болса, төменгі сол жағында 2 стрелкасы бар қара шеңберді көресіз. Қажетті жағдайды таңдау үшін соны басыңыз. Содан кейін қалауыңыз бойынша сүзгіні қолданыңыз, хэштегтер мен геолокацияны қосып, сипаттаманы толтырыңыз.

Егер сіз 1 жарияланымда 2-10 фотосурет немесе видео орналастырғыңыз келсе, **Карусель** функциясын қолданыңыз. Ол үшін төменгі оң жақта шаршылары бар шеңберді басыңыз.



● **IGTV.**

Төменгі жақта ортасында басыңыз. “Видео ұзақтығы” таңдаңыз. Содан кейін мұқабаны таңдаңыз, барлық қажетті жолдарды толтырыңыз: “Атауы” – қысқаша тақырыбы, “Сипаттама” – жарияланымның сипаттамасы.

● **Stories/Тікелей эфир**

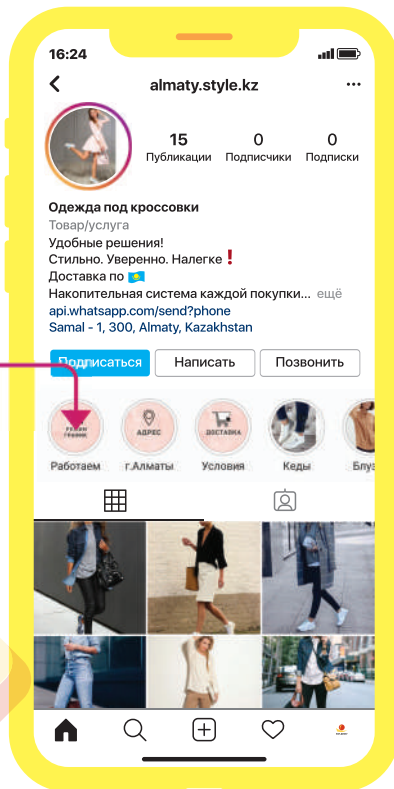
37 бетті қараңыз.

● **Өзекті** (әрі қарай “Тараулар”)

профиль тақырыбы мен жарияланымдар арасында шеңбер түрінде орналасқан.

Ағымдағы Stories-ке кіріңіз, төменгі оң жақта **“Бөліп алу”** басыңыз. **“Өзекті”** жолына атау беріңіз 9 символға дейін. Толтырғаннан кейін **“Қосу”** басыңыз.

Тағы бір тарау жасау үшін алдында жасалған тараудың сол жағында тұрған + батырмасын басу жеткілікті. Сізге барлық алдыңғы және жаңа сторис (тарих) ашылатын болады. Қажеттісін таңдап, мақұбасын жасап, атау беріңіз.



ВИДЕОДА ЖӘНЕ “ӨЗЕКТІДЕ” МҰҚАБА ДЕГЕН НЕ ЖӘНЕ ОЛ НЕ ҮШІН ҚАЖЕТ?

ВИДЕОДА.

Мұқаба – бұл видео фрагментінен алынған негізгі бейне. Мұқаба пайдаланушы парақшаға кіргенде роликтің не туралы екенін бірден түсіну үшін қажет.

“ӨЗЕКТІДЕ”.

@almaty.style.kz парақшасындағы мысалға назар аударыңыз: алғашқы 3 Өзектіні біз “Жұмыс істейміз”, “Алматы қ.,” “Шарттар” деп атадық. Өзектінің міндеті: пайдаланушыға жылдам бағдар беру және компания туралы барынша көп мағлұмат алуына көмектесу. Өзектінің тақырыбы түсінікті және аккаунт стиліне сәйкес келуі аса маңызды. Мұқабалардың суретін алдын ала дайындап қойыңыз, сонымен қатар шеңбер формасына сөздер мен суреттердің сыйып тұруын қадағалаңыз не болмаса мұқаба үшін қолда бар Стористі пайдаланыңыз.

*Әр саланы жан-жақты көрсетуге болады.
Ең бастысы – аудиториямен ашық болыңыз,
нақты ұсыныстар жазыңыз,
бизнес-аккаунтыңыз үшін сапалы
материалдар жасаңыз.*



**Бастамаңыз сәтті болсын!
Оны жылжытуға уақыт және ақша
жұмсаңыз.**

* Instagram қосымшаны пайдалану шарттарын және баптауларын өзгертуге құқылы. Сол себепті сіз нұсқаулықпен танысып жатқан сәтте қандай да бір өзгерістер орын алуы мүмкін.



КЕРІ БАЙЛАНЫС НЫСАНЫ

Аты-жөні ▼



Кері байланыс нысанын электрондық форматта
толтыруға болады, ол үшін төменде берілген
QR-код арқылы өтіңіз.*



* Android платформасындағы телефоннан QR-кодты оқу үшін QR-кодтарды сканерлейтін мобильді қосымшаны орнату қажет. IOS платформасындағы телефондарда QR-код сканері камераға орнатылған.

ЕГЕР QR-КОД АРҚЫЛЫ КЕРІ БАЙЛАНЫС НЫСАНЫН ТОЛТЫРА АЛМАСАҢЫЗ, ТӨМЕНДЕГІ САУАЛНАМАНЫ ТОЛТЫРЫҢЫЗ:



Сізге және бизнесіңізге 13. “Instagram-да бизнес-аккаунтты құру және жылжыту” сабағы қаншалықты пайдалы болды?

КМФ-ДЕМЕУ



100%-ға пайдалы



50%-ға пайдалы



Пайдасы
тиген жоқ



13-сабақты оқығаннан кейін Instagram-да бизнес-аккаунт аштыңыз ба?



Иә



Жоқ



Жоқ, бірақ ашқым
келеді



Сізге және бизнесіңізге әлеуметтік желілерде бизнесті жылжыту бойынша тағы қандай тақырыптар пайдалы болар еді?

Кері байланыс бергеніңізге рақмет, сабақтарымыз бұдан да пайдалы болуы үшін бар күшімізді саламыз!

