

6 TIPOV PRE, **ZISKOVÝ** INSTAGRAM



PETER KARKOŠKA



Úvod

Instagram je jednou z najpopulárnejších a najrýchlejšie rastúcich sociálnych sietí na svete a je obľúbený nie len u ľudí, ale aj vo firmách, ktoré sa rozhodli stať sa súčasťou siete, v ktorej je aktívnych viac ako 500 miliónov užívateľov denne.

Konkurencia na tejto platforme je však pomerne tvrdá, preto potrebujete určité znalosti a správne nástroje, aby ste boli schopní bezproblémovo a efektívne inzerovať. V opačnom prípade môžete svojmu podnikaniu privodiť viac škody ako úžitku.

V tejto príručke vás nielen prevedieme výhodami inzercie na Instagrame, ale tiež sa s vami podelíme o 6 overených tipov pre ziskový Instagram.

Užívatelia Instagramu zdieľajú v priemere až 100 miliónov fotografií a videí denne a tento počet neustále rastie. Musíte teda dbať na to, aby vaše reklamy vystupovali z radu svojou jedinečnosťou. Chcete predsa, aby vaše investície vložené do inzercie neprišli na zmar a aby sa vaši fanúšikovia zamilovali do vašich produktov rovnako ako vy.

Pustime sa do toho...



Čo je to Instagram a prečo by ma to malo zaujímať?

Instagram je aplikácia na vytváranie a zdieľanie fotografií a videí.

Vaši priatelia môžu príspevky komentovať, označiť ako “Páči sa mi” alebo ich zdieľať. Populárne sú tiež hashtagy, ktoré možno použiť na vyhľadávanie obrázkov či videí na nájdenie relevantných alebo zaujímavých tém podľa záujmov.

Prečo by vám teda, ako podnikateľovi, malo záležať na Instagrame?

V dnešnej dobe používa aplikáciu každý mesiac viac ako 1 miliarda používateľov z celého sveta a toto číslo sa neustále zvyšuje.

Až 130 miliónov ľudí mesačne klikne na predajné príspevky s úmyslom dozvedieť sa viac informácií o produktoch, ktoré vidia v reklame.

Ďalší fakt, ktorý by vás mal zaujímať je, že teraz v roku 2020, strávi používateľ na platforme v priemere až 28 minút denne.



Instagram predstavuje **obrovský** trh, do ktorého sa môžete jednoducho zapojiť a propagovať vaše produkty a služby.

Bol tiež označený za najrýchlejšie rastúcu sociálnu sieť na svete! Instagram získa v priemere 3 milióny nových používateľov každý mesiac. To znamená, že je veľmi, veľmi pravdepodobné, že tam nájdete aj vaše cieľové demografické skupiny čakajúce na vaše produkty a služby.

Ďalšou výhodou Instagramu je, že priťahuje široké vekové rozpätie.

V roku 2004, kedy bola aplikácia prvýkrát uvedená na trh, ju používali hlavne ľudia vo veku 16-24 rokov, ale teraz, v roku 2020, je takmer 34 percent používateľov aplikácie vo vekovej kategórii 25-34.

Navyše vytvára vizuálne a kreatívne prostredie, ktoré je ideálne pre zdieľanie príbehu a poslania vašej značky.

Instagram tiež rieši **tri hlavné obavy** ohľadom inzercie na sociálnych sieťach:

1. Bude moja reklama videná?
2. Bude moja reklama zablokovaná?
3. Budú používatelia interagovať s mojou reklamou?

Bude moja reklama videná?

To, že vytvoríte krásnu reklamu, ktorú zverejníte na sociálnych sieťach, ešte neznamená, že ju uvidí každý.

Napríklad na Facebooku sa reklamy zobrazujú iba určitým ľuďom a miera viditeľnosti sa buď zvýši alebo zníži v závislosti od úrovne interakcie.

Rovnako sa nemusíte zťažovať tým, kde sa vaša reklama zobrazuje. Napríklad na Facebooku sa môže zobrazovať pod záhybom stránky, čo obmedzuje jej viditeľnosť.

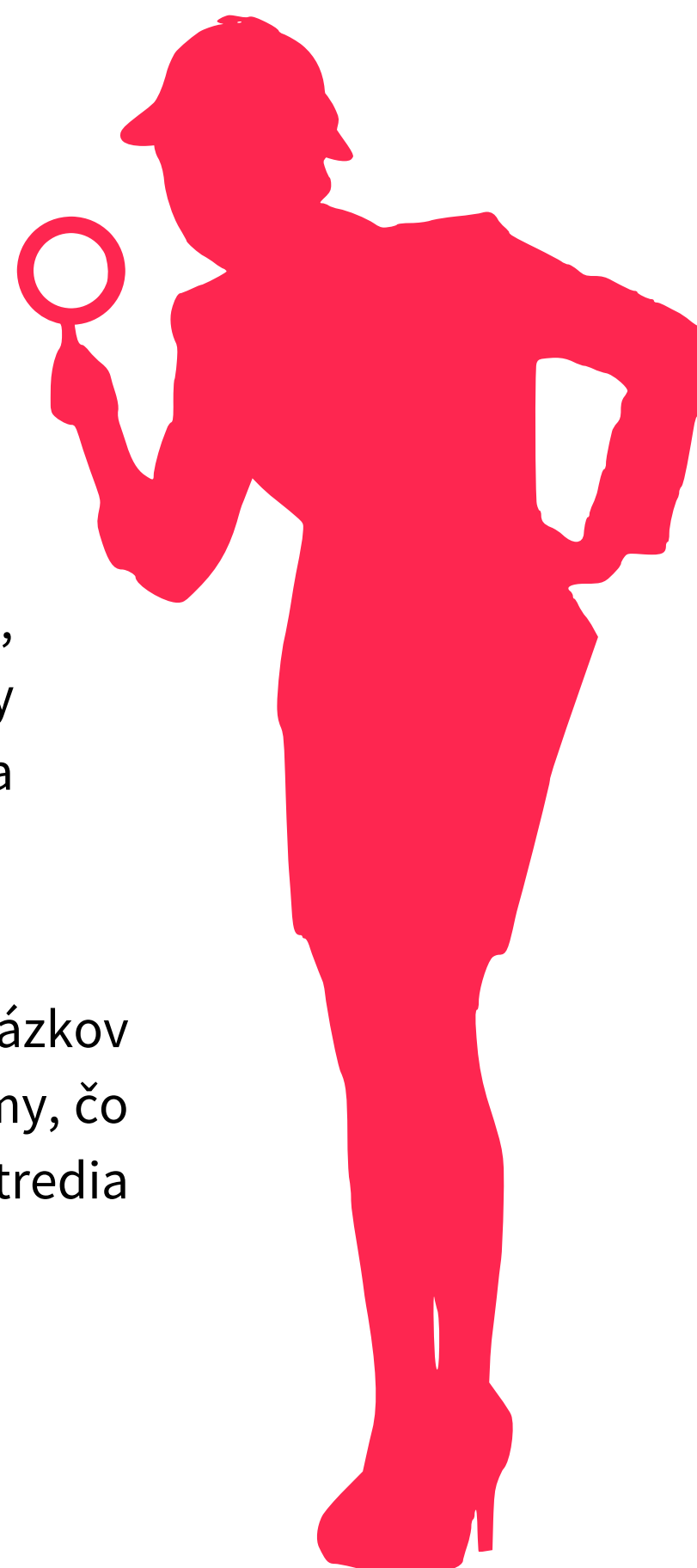
Problém sa však netýka len viditeľnosti vašej reklamy. Znamená to tiež, že možno platíte za impresie, ktoré v skutočnosti nezískavate alebo ktoré majú obmedzenú viditeľnosť.

Aj keď sa to môže javiť ako nespravodlivé, rada pre hodnotenie médií jasne tvrdí, že „*reklama sa považuje za viditeľnú, keď je 50 percent pixelov reklamy viditeľných minimálne na jednu sekundu.*“

To znamená, že aj keď je iba 50 percent vašej reklamy vo viditeľnej oblasti a je možné si ju prezrieť, aj keď len na sekundu, bude sa to stále považovať za impresiu, za ktorú budete musieť zaplatiť.

Na Instagrame je však problém neviditeľnosti odstránený, keďže sú používatelia zvyknutí skrolovať skrz svoj feed, aby získali prístup k svojim obrázkom. To znamená, že vaša reklama bude mať stopercentnú viditeľnosť.

Pretože všetky reklamy na Instagrame sú vo forme obrázkov alebo videí, sú tiež bezproblémovo integrované do platformy, čo znamená, že vyzerajú prirodzene a zapadajú do prostredia Instagramu.



V skutočnosti má mnoho používateľov problém identifikovať, že sponzorovaný obrázok je v skutočnosti reklama, čo vedie k vyššej miere interakcie.

To znamená, že reklama na Instagrame môže byť lepšou investíciou ako iné sociálne siete a môže zvýšiť viditeľnosť vašej reklamy.

Bude moja reklama zablokováaná?

Blokovanie reklám sa za posledných pár rokov zvýšilo až o 48 percent, čo predstavuje obrovský problém pre marketérov.

Softvér na blokovanie reklám je čoraz obľúbenejší vďaka požiadavkám spotrebiteľov.

Blokovanie reklám znamená, že určité reklamy sa nezobrazia určitým jednotlivcom alebo budú zablokované na niektorých zariadeniach z dôvodu nastavení.

Aj veľké spoločnosti ako Apple integrovali do svojich platforiem možnosti blokovania reklám, čo znamená, že tak skoro nezmiznú.

Jediným spôsobom, ako sa dôvtipný marketér môže skutočne naučiť pracovať s blokovaním reklám, je započítať stratu do rozpočtu alebo použiť platformu akou je Instagram, ktorá **blokovaním reklám nepovoľuje**.

Instagram je jednou z mála sociálnych sietí, ktorá nebude blokovať vašu reklamu, čo znamená, že vaše publikum si môže vašu reklamu pozrieť bez akýchkoľvek obmedzení.

Toto nielenže robí inzerciu na tejto platforme nákladovo efektívnejšiu a pravdepodobnejšie vám prinesie pozitívnu návratnosť investícií (ROI), ale tiež to znamená, že vaše reklamy pravdepodobne uvidí viac ľudí a bude s nimi interagovať.



Budú používatelia interagovať s mojou reklamou?

Väčšina ľudí, ktorí si prezerajú stránky online, sú „bannerovo slepí“. To znamená, že sa stali imunnými voči umiestňovaniu reklám a často doslova ignorujú ich prítomnosť na obrazovke.

Nielsen Norman Group tiež zistili, že 60 percent opýtaných si nemohlo spomenúť na poslednú reklamu, ktorú videli online. *Môžete vy?*

Väčšina webových stránok, vrátane sociálnych sietí, má priestory, kde sa prevažne umiestňujú reklamy (v hornej časti obrazovky a na bočnom paneli), a teda sa ich v priebehu rokov spotrebiteľia naučili vytesniť.

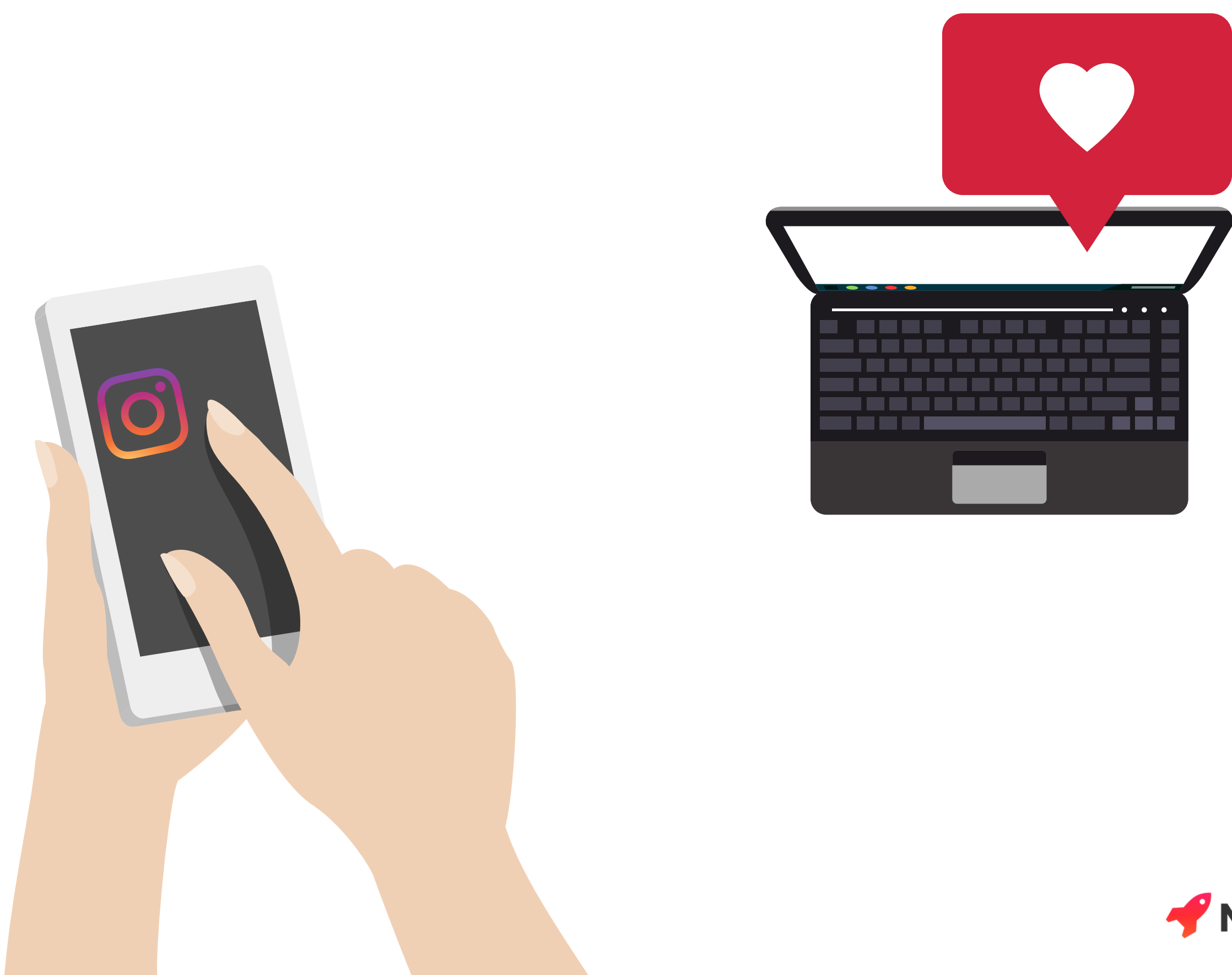
To znamená, že váš drahocenný reklamný priestor môže prísť nazmar a nemusí poskytovať vašim reklamám najlepšiu možnú mieru interakcie.

Instagram však pomáha tento problém odstrániť tým, že vašim reklamám poskytuje viditeľnosť, ktorú si zaslúžia prostredníctvom svojich špeciálnych reklamných funkcií.

Instagram umožňuje inzerentom zacieliť na demografickú skupinu prostredníctvom výberu ich lokácie, záujmov, správania atď., aby sa zaručilo, že obrázky sú videné správnymi ľuďmi.

Nielsen Norman Group tiež zistili, že reklamy na Instagrame **dosiahli 2,9 krát lepšie výsledky** ako priemerná online reklama.

Pravdepodobne je to spôsobené tým, že reklamy na Instagrame sú integrované do platformy, namiesto toho, aby vytrčali ako bannerová reklama.



Tu je zhrnutie toho, ako Instagram prekonáva tri hlavné obavy marketingových pracovníkov a podnikateľov, pokiaľ ide o reklamu na sociálnych sieťach:

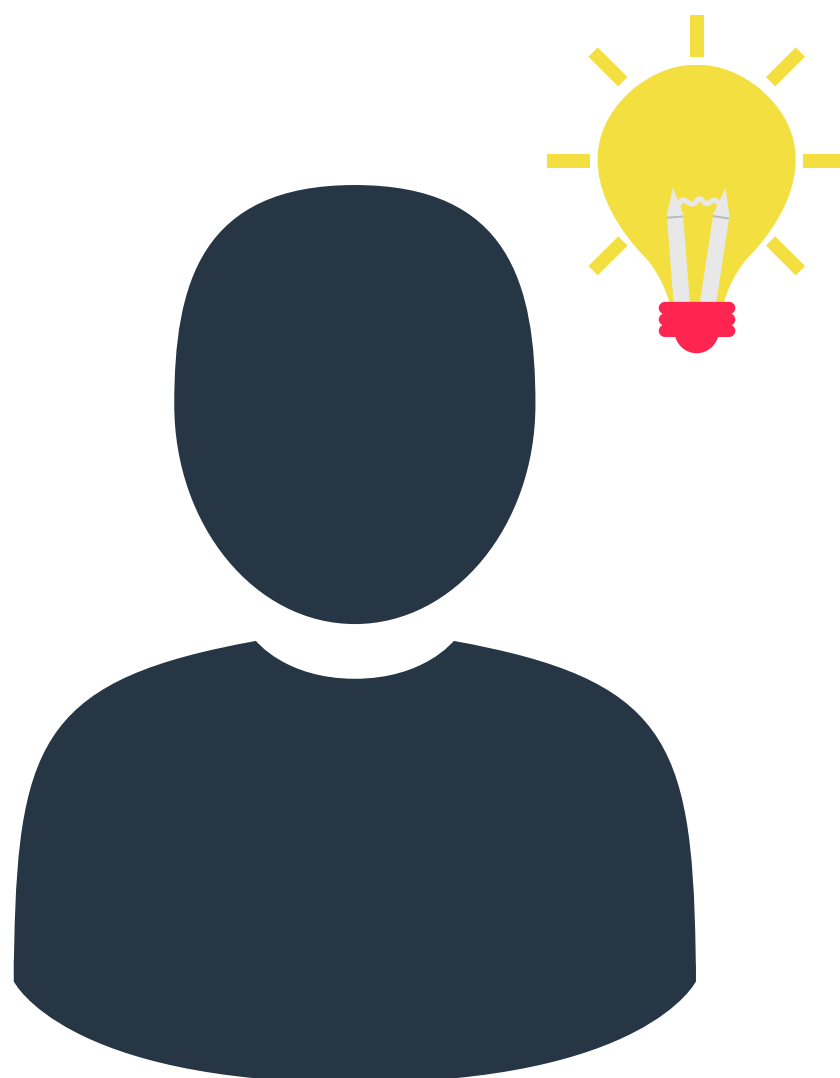
- Reklamy na Instagrame nie je možné blokovať a získavajú lepšiu viditeľnosť.
- Reklamy na Instagrame nikdy nebudú pod záhybom stránky vďaka skrolovacej povahe platformy.
- Reklamy na Instagrame vyzerajú na platforme prirodzene a neupozorňujú na fakt, že sú to reklamy.
- Instagram má prepracované a mimoriadne podrobné možnosti zacielenia, ktoré umožňujú, aby vaše obrázky boli viditeľné správnymi demografickými skupinami.
- Reklamy na Instagrame majú 2,9-krát lepšiu výkonnosť ako iné formy online reklamy.

Tým však výhody reklamy na Instagrame nekončia.

Počkať, je toho viac?

Instagram je tiež nákladovo efektívny čo sa týka CPC (cena za klik) - už od 0,01 EUR, ak je interakcia s vašou reklamou vysoká.

Instagram tiež neobmedzuje množstvo textu, ktorý môžete použiť na rozdiel od iných sociálnych sietí ako napríklad Twitter. Obmedzujú však množstvo textu, ktoré sa dá zobrazit' na vašom obrázku, a to iba na 20 percent.



Je náročné vymenovať všetky úžasné výhody inzercie na Instagrame, ale tu je **5 najlepších, o ktorých si myslíme, že vyniknú najviac:**

1. Instagram je jednou z mála sociálnych sietí, ktorá neumožňuje blokovanie reklám a vaša reklama je tak úplne viditeľná.
2. Nízke reklamné náklady.
3. Vaše reklamy majú schopnosť osloviť obrovské množstvo používateľov.
4. Používatelia Instagramu sú viac zaujatí a je pravdepodobnejšie, že budú interagovať v porovnaní s inými sociálnymi sieťami, ako je Facebook alebo Twitter.
5. Instagram má vysoko prepracované a podrobné možnosti zacielenia, ktoré napomáhajú tomu, aby vaše reklamy videli tí správni ľudia.

Reklama na Instagrame má určite veľa výhod, ale docieľiť, aby bola naozaj úspešná môže byť pomerne zložité.

Používateľov priťahuje Instagram, pretože na ňom nájdú dokonalý vizuálny obsah. Ak teda vaša reklama nerozpráva príbeh alebo neposkytuje kreatívny dizajn, je pravdepodobné, že nebude mať veľmi dobré výsledky.

Našťastie sme však vymysleli **6 overených tipov pre ziskový Instagram.**



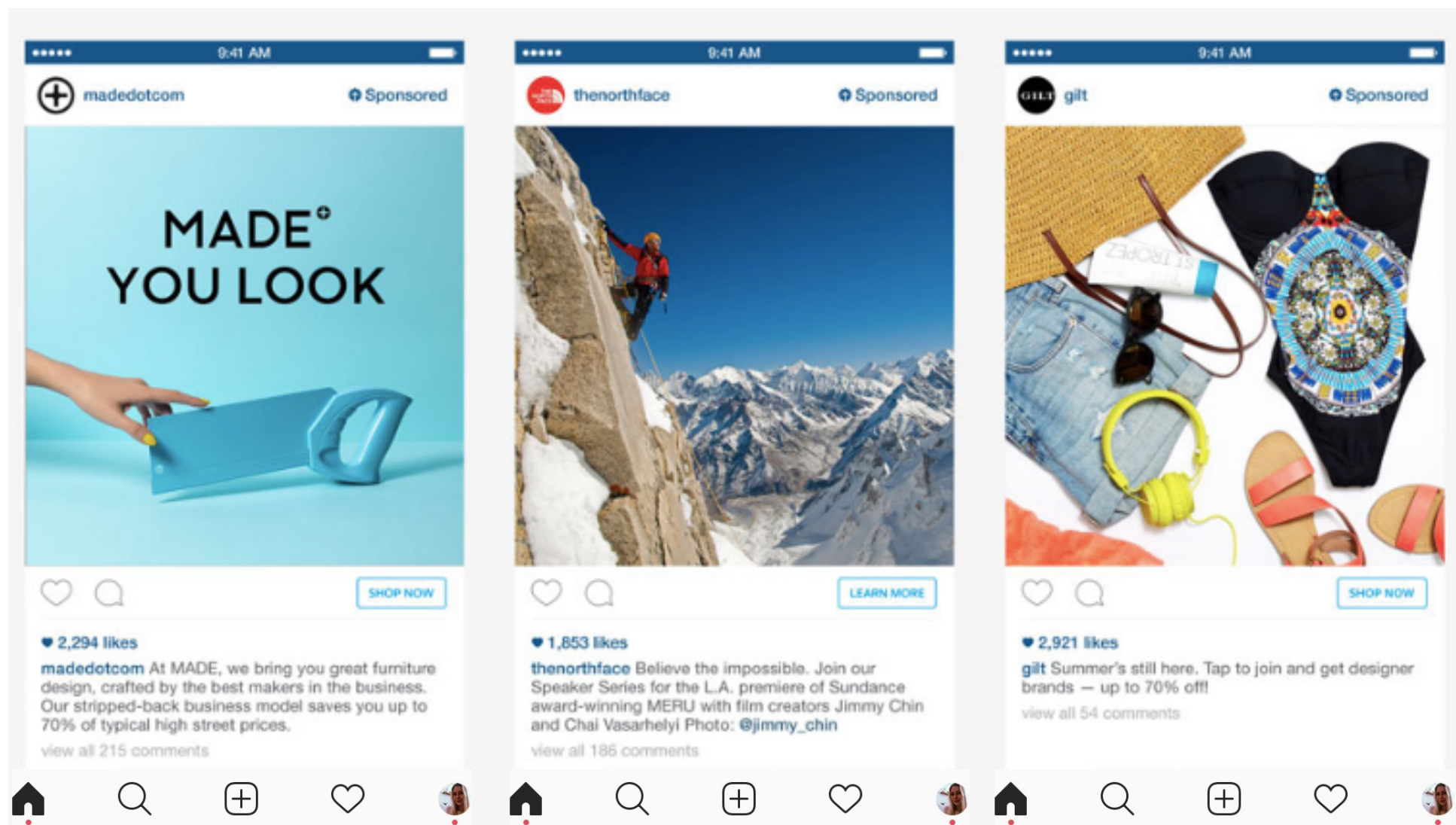
6 overených tipov

pre ziskový
Instagram



Tip#1: Očarte ich nádhernými a výraznými obrázkami





Obrázok je hoden tisíc slov, takže fotografie stiahnuté z fotobáňk tu jednoducho neuspjú (pokiaľ nie sú mimoriadne pekné).

Obrázok vašej reklamy na Instagrame musí byť kvalitný, originálny a dobre vyzerajúci, aby bol schopný pomôcť vašej značke vyniknúť.

Jednou z najdôležitejších vecí, ktorú si musíte pamätať ak vytvárate reklamu na Instagrame je, že užívatelia chcú vidieť reklamy, ktoré zodpovedajú dizajnu a obsahu, ktorý ich zaujíma.

To znamená, že ako podnikateľ a značka musíte zaryť trochu hlbšie do srdc vašej demografickej skupiny, aby ste pochopili, aký typ obrázkov, farieb a objektov v nich evokuje emocionálnu reakciu.

Instagram ponúka aj vlastné filtre na fotografie, ktoré sa u používateľov tešia veľkej popularite. V skutočnosti jedna štúdia zistila, že tri najúspešnejšie filtre pre reklamu sú:

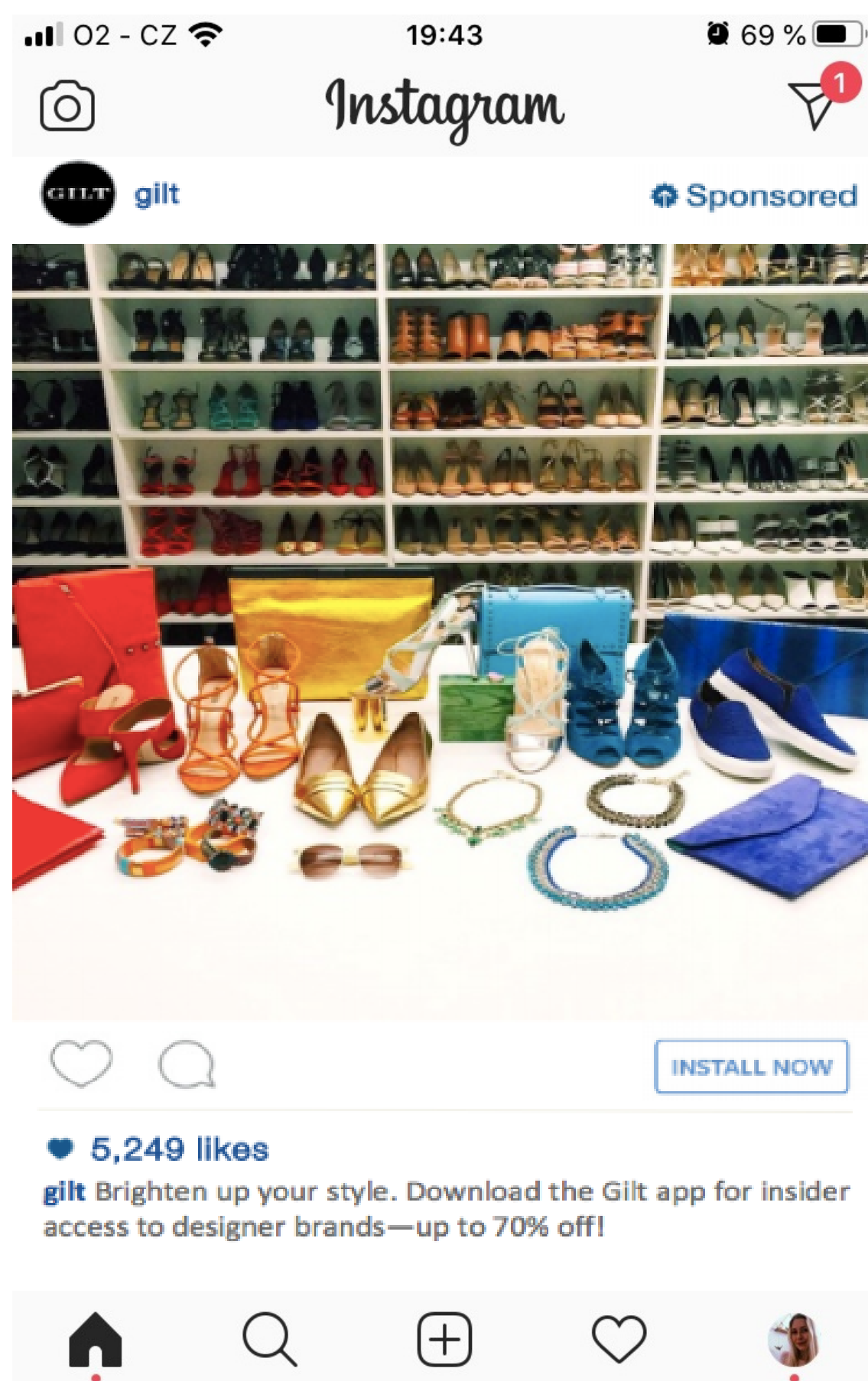
- Valencia
- Rise
- X Pro II



Tieto filtre dosiahli najvyššie výnosy za impresiu v prípadoch, kedy slúžili na predaj produktov pre e-shopy.

Fotografie s filterami majú tiež o 21 percent vyššiu pravdepodobnosť, že budú zobrazené a o 45 percent, že ich užívatelia Instagramu budú komentovať. Zamyslite sa nad tým a používajte filtre vo svoj prospech.

Zábavné a svojrázne fotografie z oblasti životného štýlu sú zvyčajne najvýkonnejšie. Buďte teda kreatívni vo svojej firme a pozrite sa, aké príspevky môžete pre svojich fanúšikov vytvoriť.



Kreatívne nápady, ktoré môžete použiť vo svojich reklamných obrázkoch:

- Poskytnite zákazníkovi pohľad do zákulisia aby videli, ako sa váš produkt vyrába alebo aká je vaša podniková kultúra.
- Zdieľajte fotografie vášho nového produktu alebo rozhrania a získajte spätnú väzbu od vašich zákazníkov.
- Ukážte kreatívne spôsoby, akými možno využiť vaše produkty a služby.
- Vytvárajte súťaže.
- Ponúknite zľavu zákazníkovi, ktorí si urobia selfie vo vašom obchode alebo zverejnia fotografiu, na ktorej používajú váš produkt.



Pri výbere dokonalého reklamného obrázku myslite na imidž vašej značky. Pomôže vám to k efektívnejšej komunikácii s vaším publikom.

„Pútavé reklamy na Instagrame majú silný koncept, ktorý je spojený s jasným cieľom. Či už sa snažíte získať povedomie o vašej značke, prekliky na webové stránky alebo inštalácie vašej aplikácie, vytvorte koncepty, ktoré zodpovedajú cieľu vašej kampane.“ - Instagram

Tip#2: Pracujte s predajným textom



Vytvorenie nádherných obrázkov, ktoré vynikajú a pútajú pozornosť vašej značky je jedna vec, ale priviesť používateľov k tomu, aby preklikli a dokončili tak vami požadovanú akciu je úplne iná vec.

Väčšina podnikateľov používa Instagram kvôli:

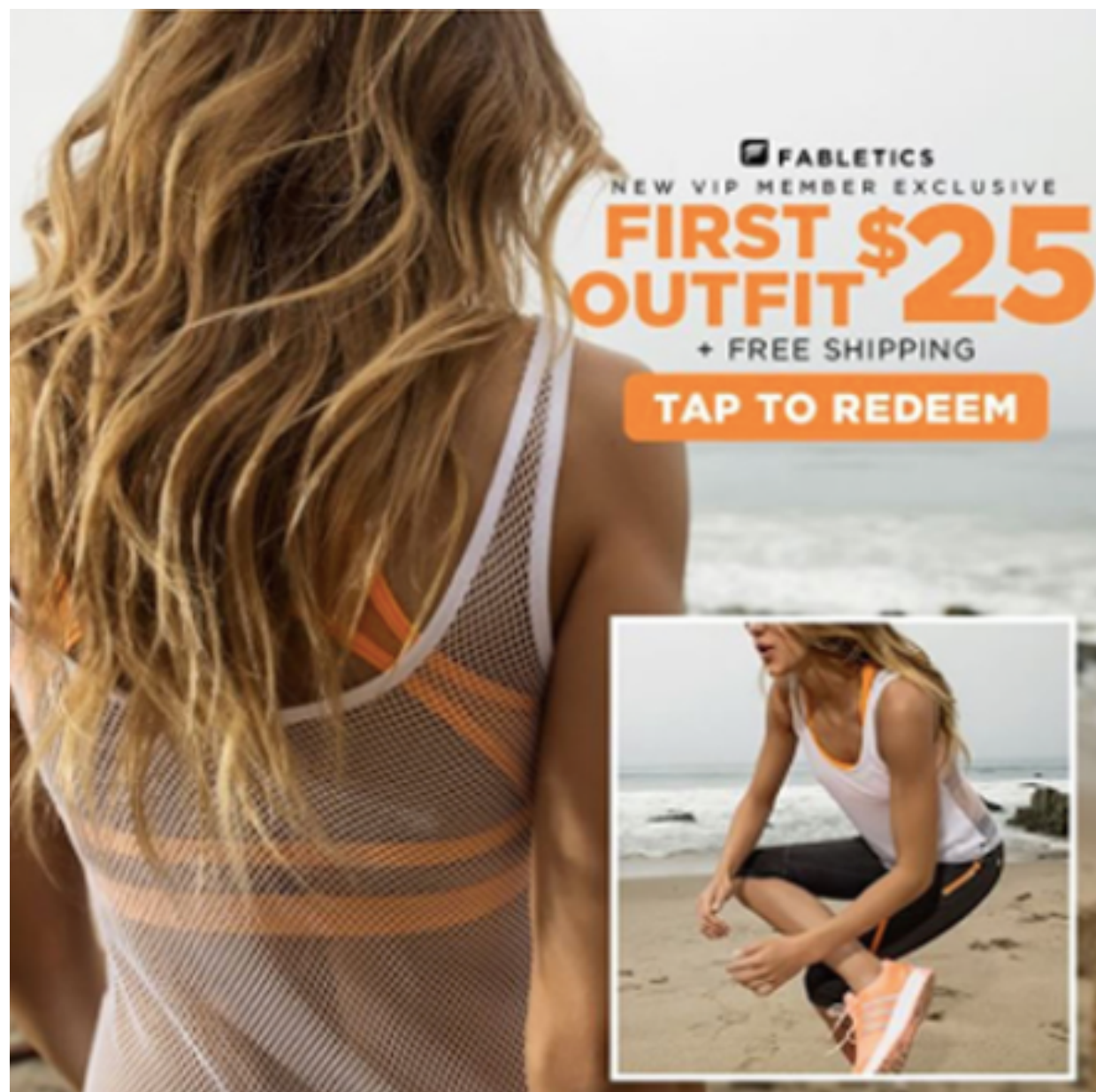
- Prekliku na webovú stránku
- Inštalácie mobilných aplikácií
- Prehranie videí
- Získanie povedomia
- Navýšenie počtu sledovateľov

Aby ste toho dosiahli, musí váš titulok zahŕňať predajný text, ktorý používateľov inšpiruje k tomu, aby vykonali vami požadovanú akciu.

Pokiaľ ide o písanie efektívnych predajných textov na Instagrame, trikom je zmiešať inšpiratívny a emocionálne založený obsah s obsahom zameraným na produkt.

Dobry príklad využitia predajného textu na Instagrame nájdete na profile internetového obchodu so športovým oblečením, Fabletics:

Ich predajné texty sú priame a majú osobnú povahu „pozývajúcu“ užívateľa, aby si oblečenie prezrel, dozvedel sa viac a nakúpil.



Táto reklama získala **viac než 100k označení “páči sa mi to”**, vďaka čomu je Fabletics jednou z najvýkonnejších športových značiek na Instagrame.

Cieľom tejto reklamy bolo získanie čo najviac kliknutí, ktoré potenciálnych zákazníkov viedli na web, kde bolo následne cieľom získať čo najviac predajov.

Možno toho dosiahnuť práve prostredníctvom inšpiratívneho predajného textu a obrázku.

Tip#3: Vytvorte pútavý príbeh, ktorý vyvolá interakciu



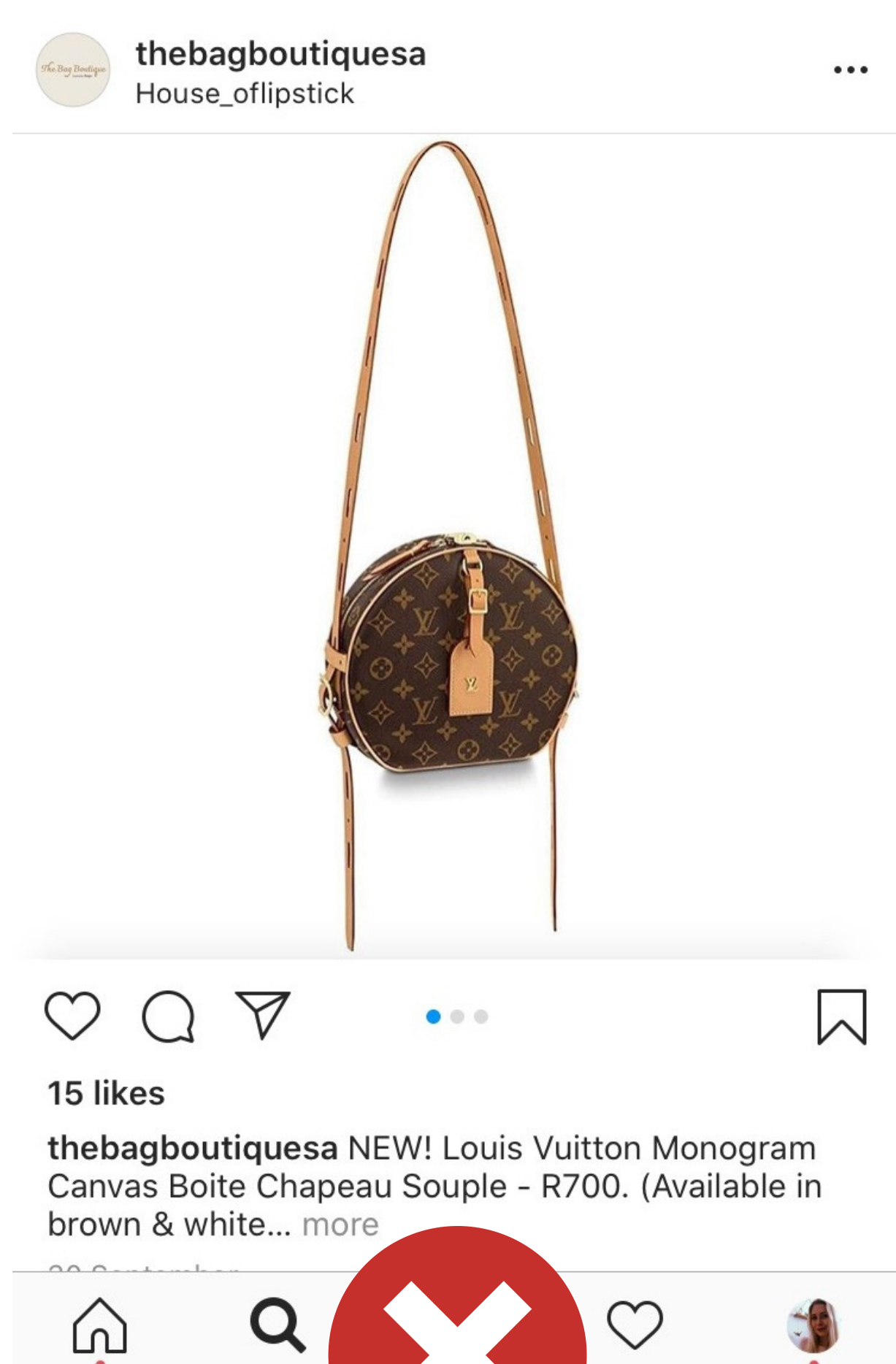
Pamätajte si, že nikto nechce vidieť vtieravé predajné fotografie.

Je preto veľmi dôležité vyhýbať sa neustálemu zdieľaniu obrázkov vašej značky a produktov bez akéhokoľvek príbehu, ktorým by ste ich podporili.

Najlepší spôsob, akým môžete zvýšiť interakciu a ktorý pomôže vášmu Instagramovému účtu vybudovať spoľahlivú reputáciu je rozprávať príbeh a vytvárať obsah podobný tomu, ako ho generujú bežní užívatelia tejto platformy.

Na príklade reklamy nižšie od spoločnosti The Bag Boutique môžete vidieť, že ide o čisto produktovú fotografiu. Obrázok samotnej tašky nebude fungovať tak dobre ako obrázok ženy, ktorá kabelku drží.

Druhý obrázok vykresľuje príbeh, ktorý pomáha zvyšovať interakciu, zatiaľ čo prvý obrázok je jednoducho nudný záber produktu.



Myšlienkou je, aby bola vaša značka, produkty a služby súčasťou obrázku.

Takéto reklamné fotografie majú, čo sa týka Instagramu, najlepšie výsledky a vedú k vyššej miere interakcie.

Ďalšia dobrá rada je držať sa rovnakej palety farieb. Vytvoríte tak celkový dojem vašej značky a stanete sa jednoduchšie rozpoznateľným a zapamätateľným.



*"Vytvorte spojovacie prvky
vo svojich obrázkoch a
videách - napríklad
identifikovateľnú paletu
farieb, štýl kompozície alebo
fotografie- aby bolo vaše
podnikanie rozpoznateľné."
- Instagram*

Tip#4: Pracujte s funkciami zacielenia a vytvárajte podobné publiká



Instagram spadá pod vlastníctvo Facebooku, čo znamená, že funkcie zacielenia a algoritmy predchádzali dlhým rokom výskumu, vďaka čomu sú dnes jedny z najlepších v odvetví.

Keď sa naučíte, ako tieto funkcie využiť vo váš prospech, vaša reklama bude viditeľná vo feede tých užívateľov, ktorým prinesie skutočný úžitok a vyvolá v nich záujem kúpiť si váš produkt.



Možnosti zacielenia budú závisieť od vašej značky a publika. Dobrý spôsob, ako začať, je zúženie :

- Lokality vášho publika
- Záujmov publika
- Akcií, ktoré vaše publikum pravdepodobne podnikne
- Potrieb a prání vášho publika

Keď sa naučíte, ako tieto faktory týkajúce sa publika správne určiť, môžete začať experimentovať s možnosťami zacielenia, ktoré Instagram ponúka.

Instagram vám tiež umožňuje zobrazovať vaše reklamy **podobnému publiku**, ktoré môžete vytvoriť načítaním vlastnej databázy zákazníkov (emaily alebo tel. čísla) alebo podľa návštevníkov vášho webu.

Ako to môžete dosiahnuť? Je to jednoduché! Nahrajte svoju databázu zákazníkov alebo návštevníkov webu na Instagram a následne si vytvorte podobné publikum ľudí, ktorí zodpovedajú rovnakým kritériám.

Vďaka tomu budete schopní osloviť priamo to publikum, na ktorom vašej značke záleží najviac a ktoré zároveň limituje množstvo pokusov a omylov.

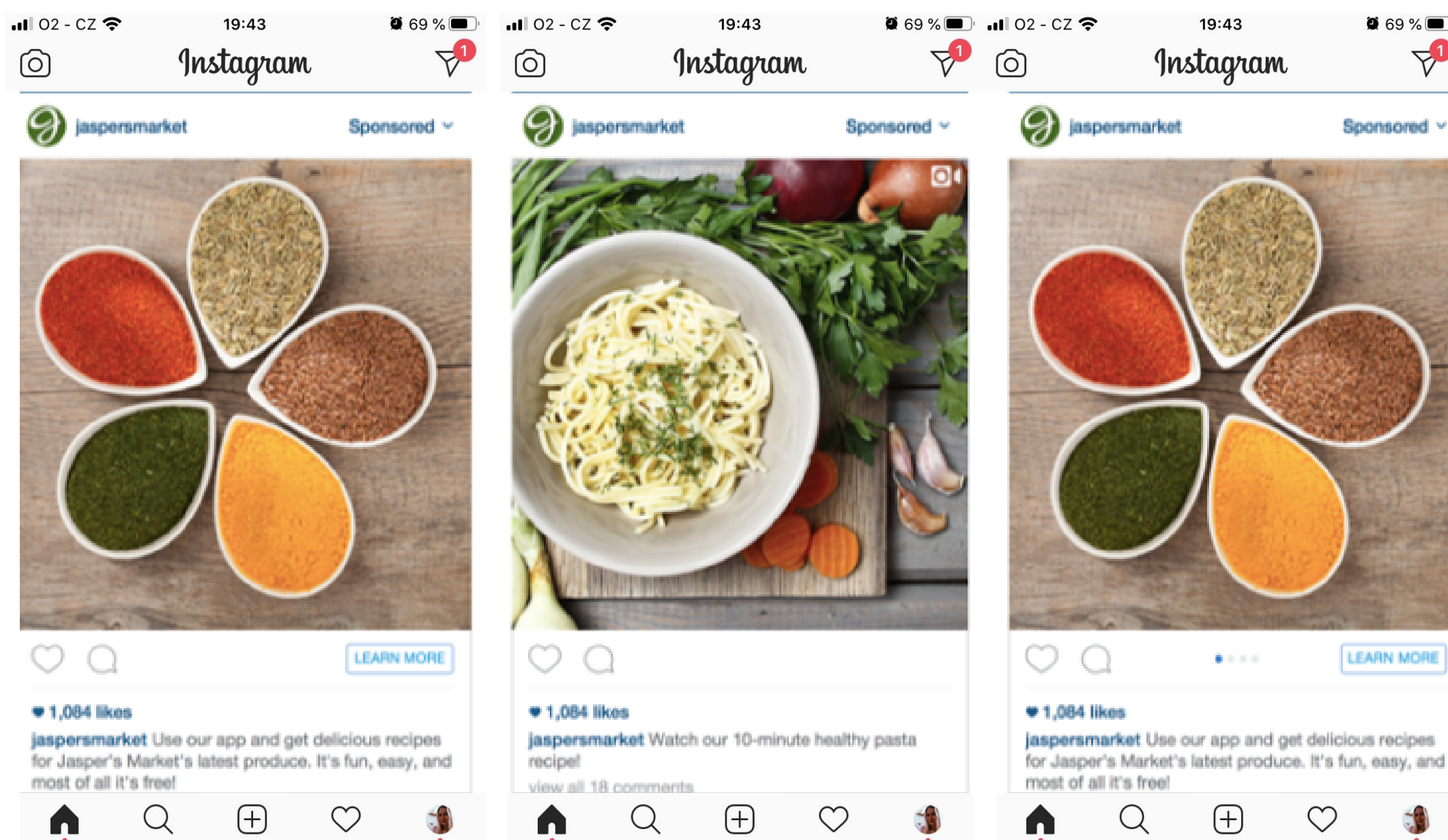
„Reklamy dosahujú najlepšie výsledky, keď sú dobre nasnímané, zaujímavé na pohľad a umelecké. To, čo vytvoríte, by malo ľudí zaujať a vyvolať v nich pocit, že chcú viac.“ - Instagram

Tip#5: Maximalizujte svoj cieľ použitím najvhodnejších reklamných formátov



Instagram v súčasnosti ponúka tri rôzne formáty reklamy:

- 1. Foto reklamy:** umožňujú podnikom rozprávať svoj príbeh pomocou nádherného obrázku s použitím filtrov
- 2. Video Reklamy:** môžu byť až 30 sekúnd dlhé a orientované na šírku alebo na výšku
- 3. Carousel reklamy:** môžu obsahovať až 10 obrázkov alebo videí): používateľom umožňujú vidieť viac ako jeden obrázok/video v sérii



Všetky tieto reklamné formáty majú svoje výhody.

Foto reklamy sú vynikajúce na propagáciu výrobkov, súťaží a predvádzanie nových produktov, zatiaľ čo video reklama je skvelá na zobrazenie vášho produktu alebo služby v akcii. Použitie carousel reklamy je účinné pri rozprávaní príbehu alebo pri zobrazovaní rozličných verzií toho istého produktu alebo produktovej rady.

Nech si zvolíte akýkoľvek formát, všetky umožňujú pridať tlačidlo výzvy k akcii, ktoré používateľom umožňuje buď: nakupovať, inštalovať, zaregistrovať sa alebo dozvedieť sa viac.

Keď používatelia na túto výzvu k akcii kliknú, budú presmerovaní na vstupnú stránku v rámci prehliadača Instagramu. To v používateľovi vzbudzuje dojem, že nebol vyrušený alebo presunutý z platformy.

Z marketingového hľadiska to tiež znamená, že je veľmi jednoduché sledovať proces interakcií a vidieť ako je vaša reklama kvalitná.

Tip#6: Používajte hashtagy a zvýšte mieru prekliku (CTR)



Hashtagy (označenia) umožňujú užívateľom nájsť vaše obrázky a interagovať s vašimi reklamami.

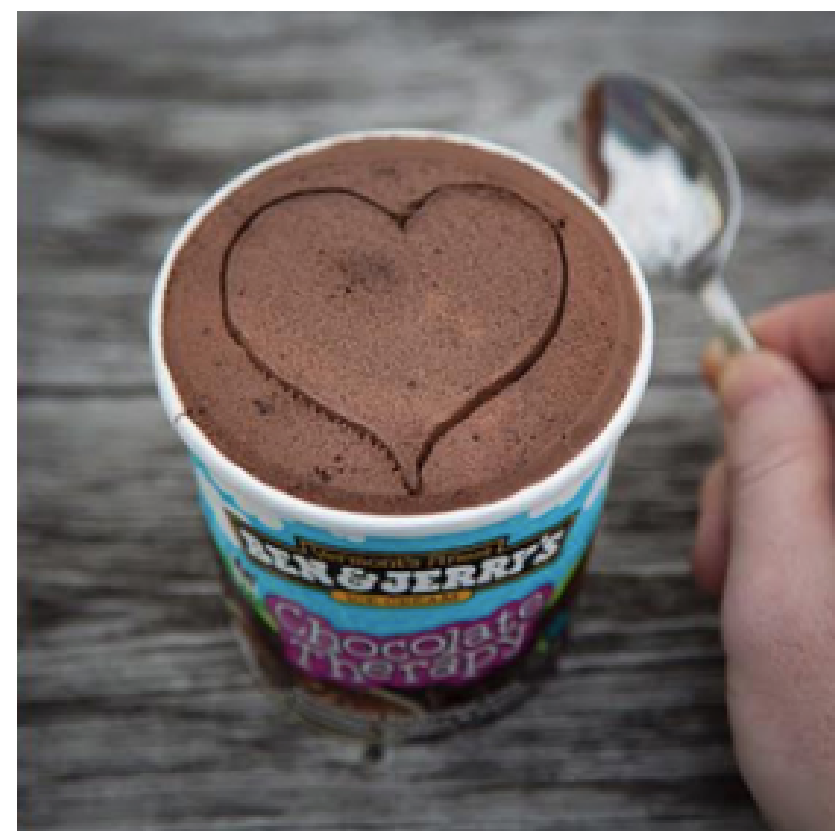
Nebojte sa používať populárne hashtagy. Ponúkajú totiž skvelý spôsob, akým možno zvýšiť viditeľnosť na Instagrame.

Jedna štúdia zistila, že najlukratívnejšie hashtagy, ktoré by ste mali zahrnúť do popisku svojej foto reklamy na Instagrame sú:

- Oči
- Úsmev
- Makeup
- Slnko
- Žena
- Voda
- Vlasy
- Cestovanie

Štúdia tiež tvrdí, že u obrázkov z prostredia e-commerce, ktoré použili tieto označenia sa preukázali vyššie výnosy na impresiu.

Naučte sa integrovať hashtagy do vašich reklám, môže vám to pomôcť zvýšiť mieru interakcie a prilákať viac používateľov, ktorí vykonajú vami požadovanú akciu.



Predajca zmrzliny, Ben & Jerry's, je ďalšou značkou, ktorá to s reklamami na Instagrame skutočne vie.

Ich Instagramové kampane im pomohli získať viac ako 10 miliónov sledovateľov a viedli k 33-percentnému zvýšeniu zapamätania reklamy.



Ben & Jerry's často používa hashtagy v popiskoch svojich obrázkov. Inšpirujú tak svoje publikum k propagácii značky zdieľaním svojich vlastných fotografií označených daným hashtagom.

Používajte hashtagy. Vaša reklama bude schopná nielen osloviť viac ľudí, ale pomôže aj získať nových fanúšikov zaujímajúcich sa o vaše produkty alebo služby.

Používanie týchto šiestich tipov vám určite popomôže pri vytváraní instagramových reklám, ktoré sú nielen účinné, ale tiež ponúkajú pozitívnu návratnosť vašich investícií.

**Ďalšie top tipy, ako začať, ak
sa chcete stať majstrom
Instagramových reklám:**

1. Nazvite svoj účet spôsobom, ktorý odráža vašu značku a typ podnikania názov spoločnosti zvyčajne funguje najlepšie).
2. Vyberte úžasnú profilovú fotografiu, ktorá je buď logom vašej spoločnosti, alebo je jednoduchá a efektívna. Pamätajte si, že vaše logo bude orezané do kruhu a bude sa zobrazovať vo veľkosti 150 x 150 pixelov.
3. Zdieľajte obrázky, ktoré vyjadrujú nielen kvalitu vašich výrobkov a služieb, ale aj pocit, ktorý vám používanie vášho produktu prinesie.
4. Experimentujte s rôznymi dĺžkami titulkov a výzvami k akcii. Niektoré publikum reaguje na dlhé titulky a iné zas na krátke. Experimentujte s predajnými textami a hashtagmi a naučte sa, čo funguje pre vašu cieľovú skupinu najlepšie.
5. Hrajte aktívnu rolu vo svojej komunite prostredníctvom označovania “páči sa mi to”, komentovania a zdieľania príspevkov druhých.
6. Upravujte obrázky reklám pomocou filtrov a iných kreatívnych nástrojov, ako je napríklad Hyperlapse, Layout a Boomerang (k dispozícii v aplikácii Instagram).
7. Vyhýbajte sa nekvalitným obrázkom a predajným textom, ktoré sú irelevantné pre vašu výzvu k akcii.
8. Pridávajte fotografie, ktoré dodávajú vašej značke identitu a zachytávajú poslanie firmy. Vyhnite sa dotieravým a príliš predajným príspevkom.
9. Snažte sa udržiavať silnú konzistenciu v rámci kampaní, aby ste vytvorili celkový vzhľad a dojem vašej značky.
10. Udržujte svoje reklamné obrázky autentické a bezprostredné.
11. Dajte si záležať na pravidelnom pridávaní príspevkov a uľahčite si tak sledovanie rastu a interakcií.
12. Propagujte vaše instagramové reklamy súčasne s reklamami na iných sociálnych sieťach a email marketingom (omnichannel).
13. Sledujte ľudí vo vašom odbore a inšpirujte sa typom príspevkom, ktoré pridávajú. Zistíte, v čom sa vaša značka líši alebo ako robiť veci inak.
14. Inzerujte svoje reklamy rôznym cieľovým skupinám a zistite, ktoré je to správne a relevantné pre vašu značku.
15. Požiadajte vaše publikum o vytváranie a zdieľanie obsahu súvisiaceho s vašou značkou, používanie hashtagov alebo o zapojenie sa do súťaží. Docieľte, aby sa vaše publikum aktívne podieľalo na vašej značke.

*„Firmám sa na
Instagrame darí najlepšie,
keď vytvárajú dobre
spracovaný obsah
zameraný na značku s
jasným cieľom.“*

Instagram