

OTA INSTAGRAM HALTUUN

JOHDATUS INSTAGRAMIN OMINAISUUKSIIN



PROFIILI KUNTOON!



PROFIILISI

Instagram-tilisi on osa brändi-ilmettäsi ja yksi tärkeistä käyntikorteistasi. Varmista siis, että profiilisi on houkutteleva, informatiivinen ja tärkeimmät yhteystietosi helposti havaittavissa.

KÄYTTÄJÄKUVAKE

Käyttäjäkuvakkeen on hyvä olla mahdollisimman selkeä, helposti erottuva ja mieleenpainuva. Suosi korkeapikselistä kuvaa. Kuvakoko 110x110px.

KÄYTTÄJÄTUNNUS

Käyttäjätunnukseksi on hakukonenäkyvyyden kannalta hyvä valita yrityksesi toimialaa tai tarjoamaasi palvelua kuvaava sana. Käyttäjätunnukseksi on SEO-kelpoinen eli Instagramin haku tunnistaa sen. Mieti, millaisin hakusanoin saattaa potentiaalinen asiakas etsiä tarjoamaasi palvelua tai tuotteita.

Jos yrityksesi nimi on esimerkiksi GEO-Kolmio ja toimit maaperätutkimuksen kentällä, kannattaa käyttäjätunnukseksi valita Geologinen maaperätutkimus, ei toistaa yrityksen nimeä.

PROFIILI KUNTOON!



KÄYTTÄJÄNIMI

Käyttäjänimesi näkyy profiilissasi lihavoituna. Kun kommentoit muiden julkaisuja tai vastaat kommenttiin omissa kuvissasi, näkyy käyttäjänimesi tällöin kommentoijana.

BIOGRAFIA

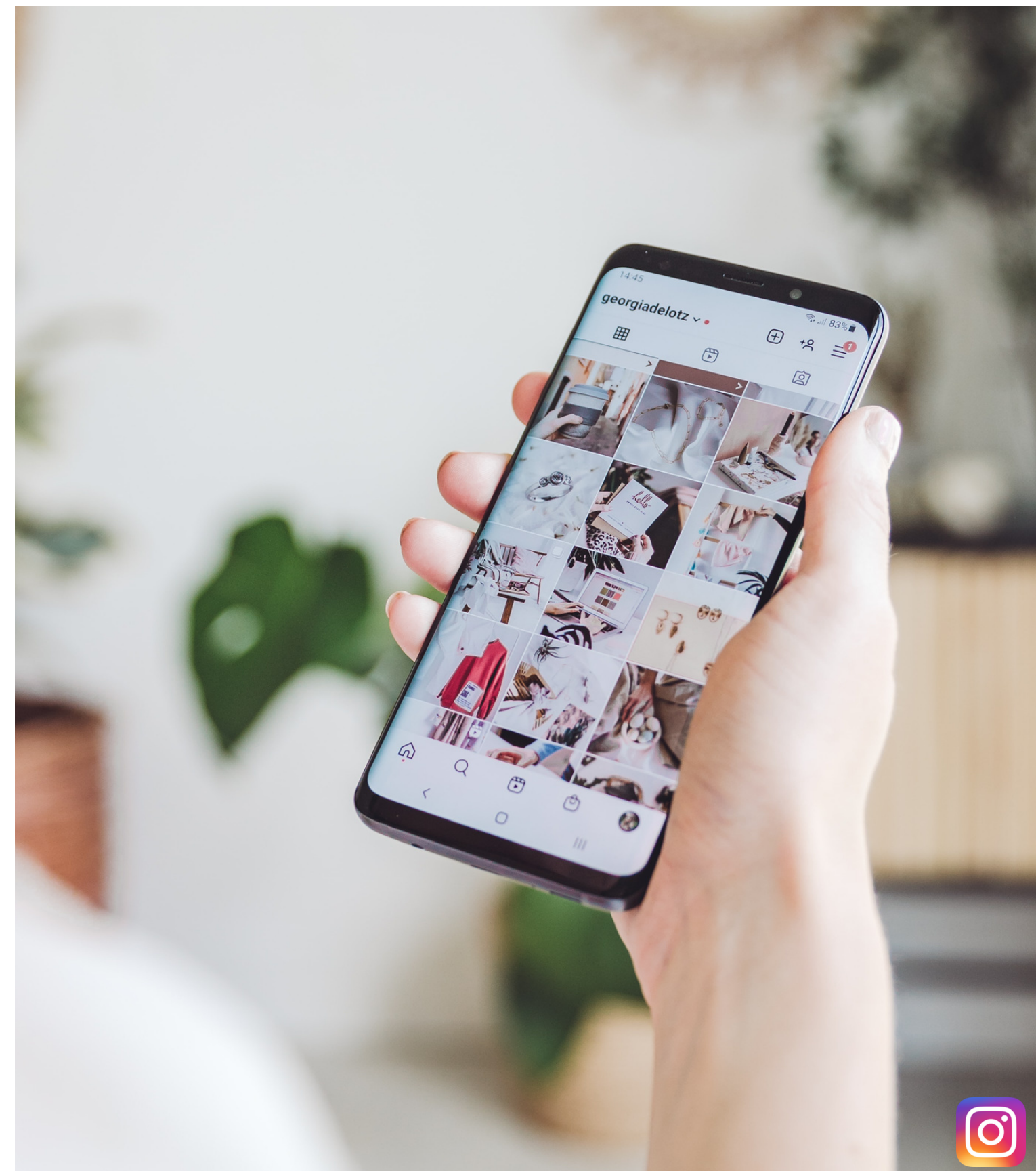
Tärkeät tietosi. Voit käyttää myös aihetunnisteita eli hästägejä. Muista **CTA** (call to action). Yritysprofiilissa tälle löytyy oma kohtansa sivustolinkeille. Linkitä siis kotisivusi tai verkkokaupiasi.

TILIKESKUS

Yhdistä Instagram-tilisi Facebook-tiliisi. Yhdistämällä tilit saat käyttöösi Metan tarjoamat kohdennukset maksulliselle mainonnalle sekä helposti silmäiltävää dataa, julkaisujen ajastustoiminnot yms.

MIKSI PANOSTAISIN INSTAGRAMIIN?

- Instagramissa postaukset saavat noin 23 % enemmän reaktioita kuin vastaavat Facebookissa
- Yrityksien sitoutuminen on Facebookia kymmenen kertaa suurempi
- 60 % Instagram-käyttäjistä on löytänyt tuotteita tai palveluita Instagramin kautta
- Joka kolmas käyttäjä on ostanut tuotteita Instagramin kautta
- Aikuisten käyttäjien määrä kasvaa tasaisesti, jo yli 16 % käyttäjistä ovat iältään 35 - 44-vuotiaita
- Suuri osa yritysten kohderyhmistä on tavoitettavissa Instagramin kautta

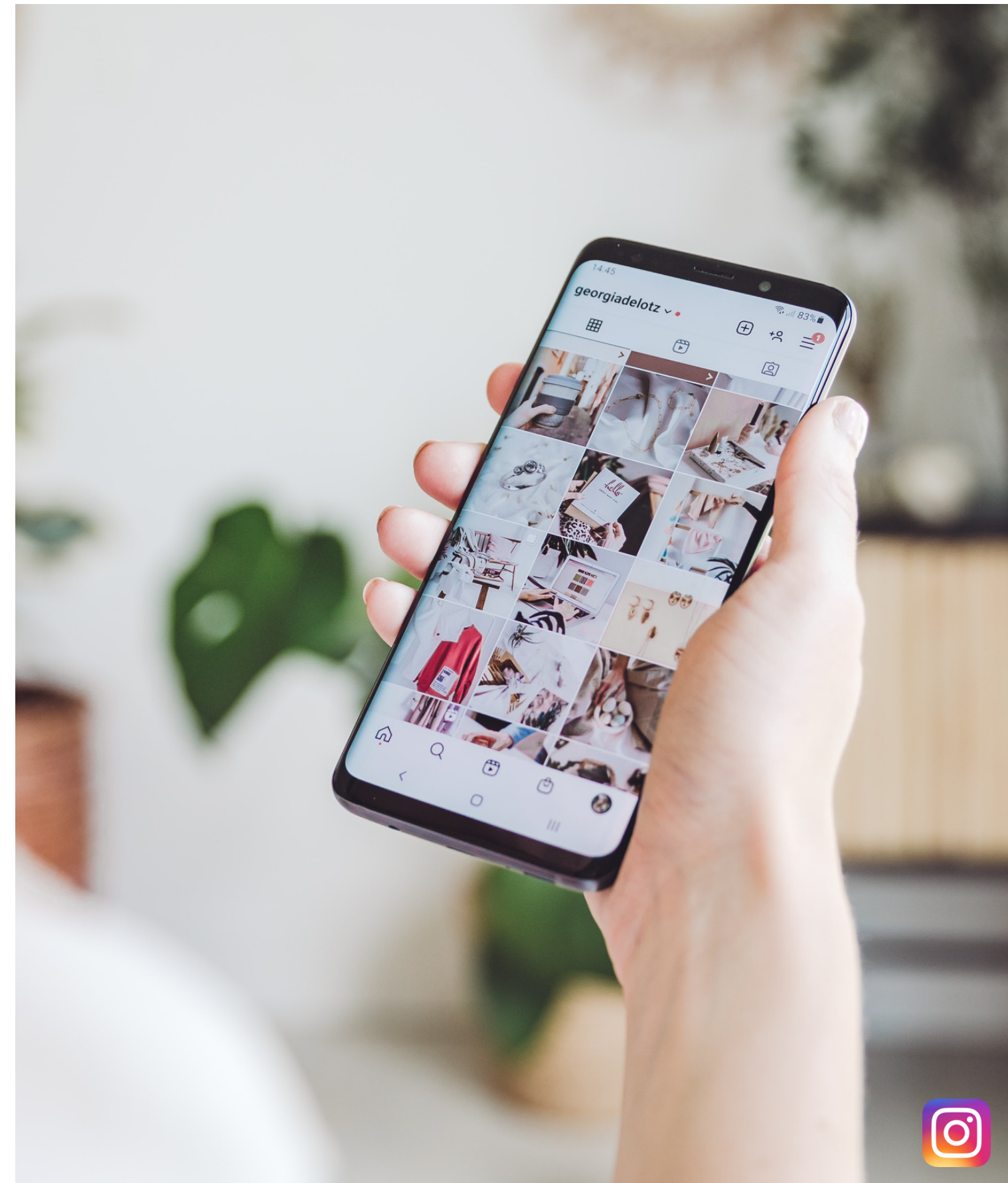


SISÄLLÖNTUOTANTO

Sisällöntuotanto ei ole itseisarvo Instagramissakaan, vaan se pitää nähdä välineenä markkinoinnin tavoitteiden saavuttamiseksi.

Profiilisi toimii kuitenkin aina osana brändi-ilmettäsi ja se on väylä tunnettuuden lisäämiseen niin alueellisesti kuin vaikka globaalistikin. Perustana sisällön tuottamisessa toimii aitous, jonka taustalta yrityksen arvot heijastuvat.

On hyvä pohtia, ketä sisällöllä halutaan puhutella ja säilyttää julkaisussa yhtenäinen linja. Vaikka Instagram perustuu visuaaliseen inspiroimiseen, on yhtä tärkeää kiinnittää huomiota siihen mitä ilmaistaan sanallisesti.



SISÄLLÖNTUOTANTO

70 % JULKAISEMASTASI SISÄLLÖSTÄ ON HYVÄ TOIMIA STRATEGISESTI NÄKYVYYDEN TAKAAMISEEN, SEURAAJIEN HANKKIMISEKSI JA VIHHDYTTÄVÄKSI, VISUAALISEKSI SISÄLLÖKSI YRITYSTÄSI JO SEURAAVILLE KÄYTTÄJILLE.

Sisältö voi olla yrityksesi normaalin arjen kuvausta. Tilannekuvia ja videoita siitä autenttisimmasta arjesta yrityksessäsi. Keitä yrityksessäsi työskentelee, millaisia tilanteita ja toimintoja heidän työpäiviinsä kuuluu.

20 % SISÄLLÖSTÄ SUUNNATAAN SITOUTTAMAAN JO OLEMASSA OLEVIA SEURAAJIA, RAKENTAMAAN LUOTTAMUSTA JA LISÄÄMÄÄN AKTIIVISUUTTA.

Tällaisten postausten aiheena voi olla mm. referenssit ja asiakaskertomukset.

10 % JULKAISUSTA VOI OLLA SUORAAN KAUPALLISIA.

Suoraan kaupallinen julkaisu voi sisältää kauppaominaisuuden, yhtä hyvin se voi kertoa myytävästä tuotteesta ja palvelusta, sisältäen kuitenkin CTA:n (linkki tuotteeseen kauppasi sivulla tai linkin yhteydenottolomakkeeseen.)



SISÄLTÖÄ SOMEEN

MÄÄRITÄ INSTAGRAM -TILISI SISÄLLÖNTUOTANNON TAVOITTEET

Instagram-sisällöntuotantosi tulee olla linjassa markkinoinnin tavoitteiden kanssa - kanava markkinoinnin tavoitteiden saavuttamiseksi.

Yritysprofiilisi Instagramissa on oltava yhdenmukainen muun yritysilmeen kanssa, ei kilpailla brändi-ilmeesi kanssa, vaan mukailla sitä.

Läsnäolosi sosiaalisilla alustoilla ja digikanavissa on hyvä tähdätä ainakin tunnettuuden lisäämiseen ja luottamuksen kasvattamiseen.

Parhaimmillaan sisällöntuotantosi Instagramissa on tuottava liidimagneetti, joka johdattaa sivustollesi uusia asiakkaita konvertoitavaksi.



ALGORITMI

- Suosii tasaista postaustahtia (suositus pienille, muutaman tuhannen seuraajan tileille 1 postaus / päivä)
- Algoritmit **mikrotestaavat** julkaisusi "laadukkuutta" julkaisun jälkeisten ensimmäisten tuntien aikana. Mitä enemmän julkaisusi saa reaktioita, sitä korkeammalle algoritmi arvottaa julkaisusi ja jatkaa julkaisusi orgaanista näkyvyyttä
- Algoritmi tunnistaa reaktioiksi kommenttien ja tykkäysten lisäksi julkaisuun pysähtymisen, tekstin lukemiseksi avatun julkaisusisällön, julkaisusta profiiliin siirtymisen (käyttäjätunnusta klikkaamalla) ja julkaisun tallentamisen sekä karusellijulkaisun swaippaukset ja julkaisun uudelleenjaot
- Suhteuttaa postaustesi sitoutuneisuutta seuraajamäärääsi. Mitä enemmän seuraajia tililläsi on, sitä enemmän reaktioita julkaisusi on saatava, jotta sen orgaaninen näkyvyys jatkuisi
- Arvostaa aktiivista, moniväyläistä kanssakäymistä muiden tilien kanssa. Tykkää muiden käyttäjätilien julkaisuista, kommentoi niitä ja tallenna julkaisuja. Muista viettää aikaa Storyjä katsellen ja tykkää ja kommunikoi ahkerasti myös Storyissä. Vastaa aina sinulle tulleisiin reaktioihin ja viesteihin!

Algoritmi eli Instagramin keinoäly on erillisten koodinpätkien muodostama kokonaisuus, joka seikkailee sovelluksessa.

ORGAANISEN KASVUN AVAIMET

#HÄSTÄGS

Maksimoidaksesi orgaanisten julkaisujesi näkyvyyden ja tavoittaaksesi kohdeyleisösi ota käyttöösi hästägit.

Instagram sallii julkaisussa käytettävän kerrallaan 30 tägiä.

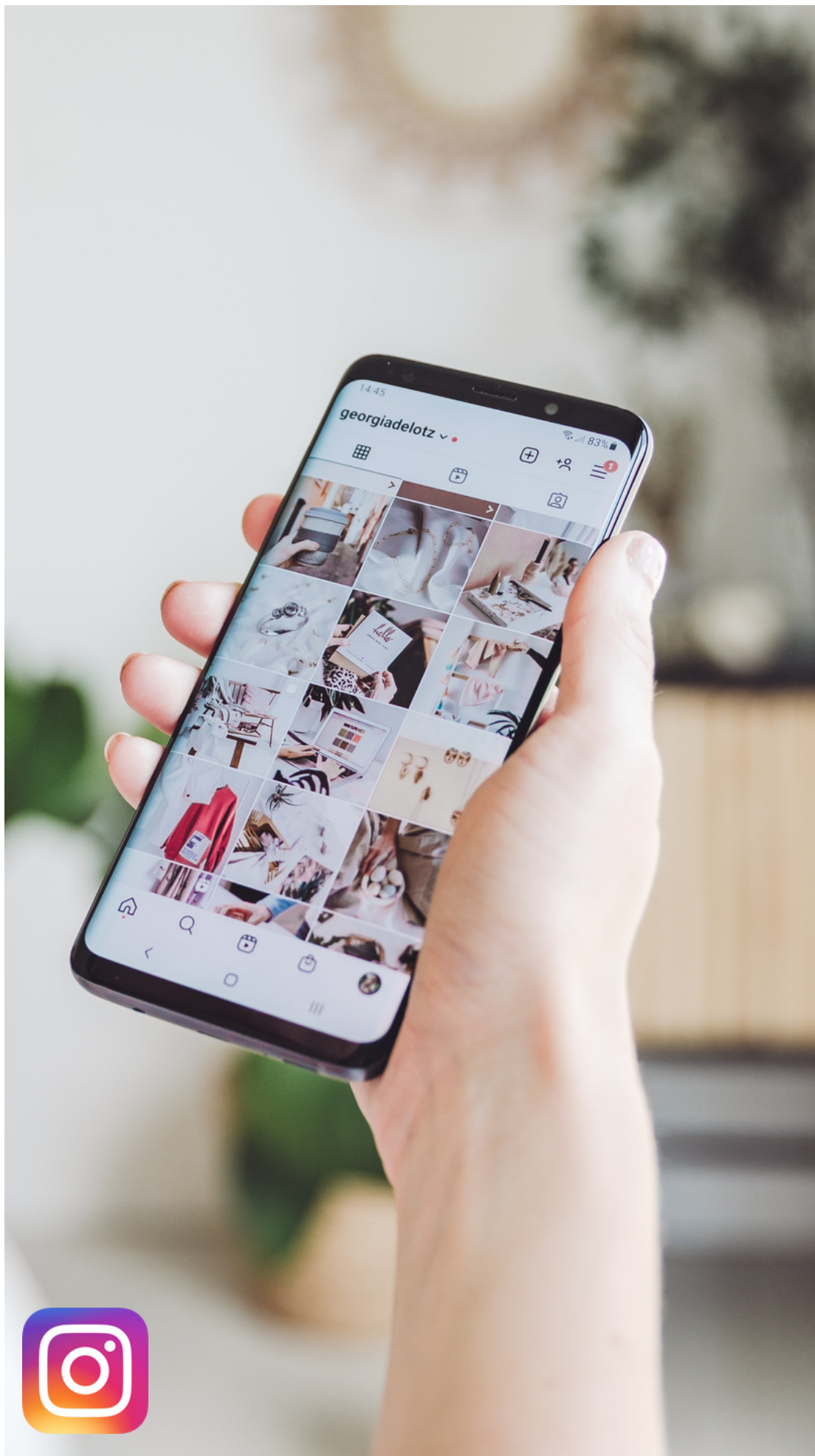
Jos tunnet tärkeimmät avainsanasi, voit hyödyntää näitä hästägeinä Instagramjulkaisuissasi. Hästägeillä saavutat näkyvyyttä tilisi seuraajien ulkopuolelta ja voit tavoittaa uusia seuraajia.

Mitä käytetympiä tægisi ovat, sitä vaikeampi on nousta avainsanahaussa suosituimmat-kategoriaan. Hetkellisesti julkaisusi on kuitenkin tavoitettavissa "viimeaikainen"-välilehdellä avainsanahaussa.

Parhaimmat tiliisi/alaasi liittyvät avainsanat Instagramissa tunnistat ajan kanssa. Kilpailuimmissa näkyvyyttä on vaikea saada, mutta synonyymisanoista voi löytyä joku, jonka käyttöaste on pienempi, mutta sillä tehdään kuitenkin hakuja.

Muodosta siis hästägejä laajasti käyttäen palveluasi, tuotteitasi tai alaasi kuvaavia termejä ja tutki muodostamiesi hästägien tuloksia ja käyttömääriä.

Voit käyttää oleellisempia avainsanoja tägeinä myös biotekstissäsi ja varmistaa näin tilisi näkyvyyttä hakutuloksissa.



ORGAANISEN KASVUN AVAIMET

SITOUTTAMINEN

Saavuttaaksesi sitoutunutta yleisöä ota käyttöön keinot, joilla saat julkaisusi tavoittaneet käyttäjät reagoimaan.

Algoritmi arvostaa **tallenna**-toimintoa hieman muita reagoititapoja korkeammalle. Muodosta siis sisältöä, jonka tallentamiseen käyttäjälle on luonnollinen syy; julkaisun tarjoama **hyötyarvo**.

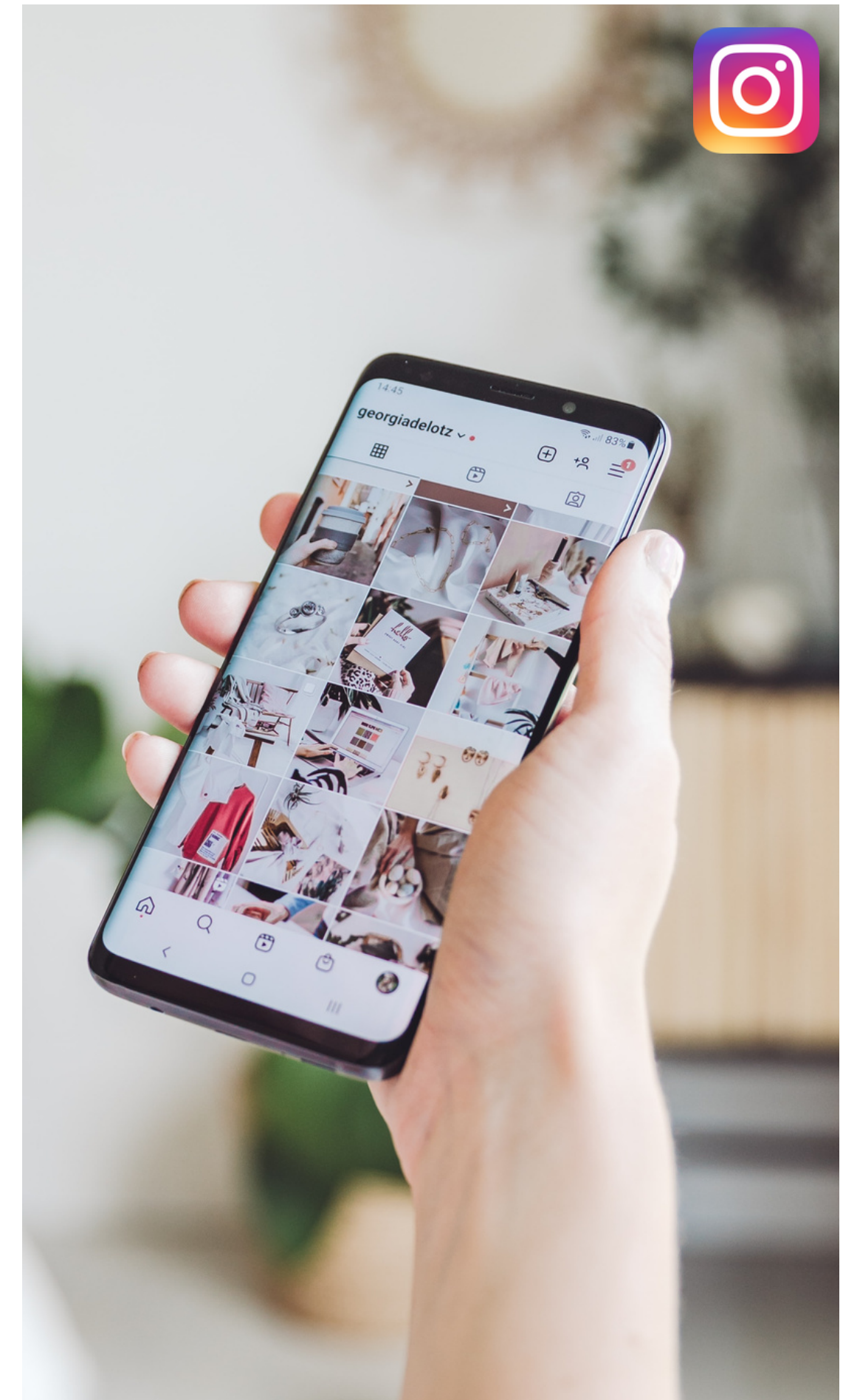
Toimintakehoittella (CTA) ohjaat yleisöä toimimaan haluamallasi tavoin.

Muista että Instagram on sosiaalisen median alusta. Sen tarkoitus on interaktiivinen kanssakäyminen. Vaikutusta on siis myös sillä, kuinka vuorovaikutteista toiminta käyttäjättililläsi on. Vastaa aina kommenteihin niin Feedissä, Reelseissä kuin Storyssäkin.

Kommentoi, tykkäile, jaa uudelleen ja tallentele muiden julkaisuja.

Vuorovaikutteisuuden käyttäjättililläsi vaikuttaa tietysti toimialasi. Mieti, millaisten käyttäjätilien seuraaminen, kommentoiminen yms. toimii hyvin yritysprofiilisi näkökulmasta.

Tilisi sitoutumisprosentti kertoo julkaisuidesi todellisen tehon!



ORGAANISEN KASVUN AVAIMET

STORYT ELI INSTAGRAMTARINAT

Story tarjoaa yleisön sitouttamiseen tehokkaita keinoja.

Voit julkaista Storyinä videoita (maks.15 sekuntia) kuvia, lisätä niihin vaihtuvia tehosteita, musiikkia, tekstejä ja kyselyjä.

Kyselyt ja "kysy minulta" -tarrat toimivat hyvin yleisön sitouttamiseen ja saat niillä aikaan matalan kynnyksen reaktioita.

Storyissä saat julkaisuihin lisättyä myös linkkejä. Tätä ominaisuutta on hyvä käyttää hyväksi, voit linkittää jokaiselle erilliselle storylle eri laskeutumissivun.

Verkkokaupoille ominaisuus on mainio, sillä voit linkittää suoraan mainostamaasi tuotteeseen verkkosivullasi ja lyhentää konversiopolkua näin huomattavasti.

Storyyn lisäämäsi klipit ovat näkyvillä 24 tuntia. Voit nostaa niitä kiinteiksi korostamalla ne profiiliisi ja muodostaa klipeistä omia kokonaisuuksiaan osaksi profiiliiasi.



ORGAANISEN KASVUN AVAIMET

REELS

Instagram on ilmoittanut olevansa video- ja kuvasisältöön painottuva alusta entisen kuvaan painottuvan sijasta.

Reels-ominaisuus on siis entistä tärkeämpi.

Algoritmi arvostaa aina uusien ominaisuuksien haltuunottoa. Reels-ominaisuus on nyt se, joka tulee ottaa haltuun sisällöntuotannossa.

Nyt on korkea aika miettiä, millä tavoin voit tuottaa videomateriaalia osana sisällöntuotantoasi.

Jos itsekuvattua materiaalia on hankala tuottaa, voit julkaista reelsinä myös kuvista koottuja videoklippejä tai käyttää hyödyksesi erilaisten suunnittelualustojen tarjoamia videoita tai luoda graafisia videoita.



ORGAANISEN KASVUN AVAIMET

ALT-TEKSTIT

Alt-tekstien lisääminen kuviin Instagramissa miellyttää algoritmejä, mutta edesauttaa myös yrityksesi löydettävyyttä hakukoneissa.

Saavutettavuusdirektiivit vaativat julkishallinnollisten tahojen sisällön olevan saavutettavaa jo sosiaalisen median alustoillakin. Saavutettavuusdirektiivin vaatimukset tulemaan myöhemmin koskettamaan myös muiden verkkopalvelujen sisältöjä, ja yritysten on hyvä harjoitella tuottamaan saavutettavaa kuvasisältöä jo nyt.

Pääset lisäämään alt-tekstin kuvaan ennen julkaisua klikkaamalla näkymän alalaidasta Lisäasetukset-Esteettömyys-Lisää vaihtoehtoinen teksti.

INSTAGRAM-FILTTERIT

Algoritmi arvostaa Instagramin omien kuvankäsittelymahdollisuuksien käyttöä. Filterit ovat kuitenkin heikkolaatuisia ja julkiastessasi itse kuvaamaasi materiaalia, kannattaa kuvat käsitellä muilla tavoin.

Lisätessäsi kuvaa, voit kuitenkin käyttää hyvin pieniä säätöjä alustan omalla kuvankäsittelymahdollisuudella, varmistaaksesi ettei algoritmi rajoita näkyvyyttäsi käytettävien ominaisuuksien ohittamisen vuoksi.



MAKSULLINEN MARKKINOINTI

MITÄ SUUREMMAKSI SEURAAJAMÄÄRÄSI KASVAA, SITÄ VAIKEAMPI ON SAADA ORGAANISTA NÄKYVYYTTÄ JULKAISUILLESI

Instagram on Metan voittoa tuottava kanava ja sen tarkoituksena on saada käyttäjät viihtymään ja viettämään yhä enemmän aikaa sovelluksen parissa. Mitä enemmän yleisöä kanavassa on, sitä suuremmaksi maksullisen mainonnan alustaksi sillä on mahdollisuus kasvaa omaa liikevoittoaan kasvattaen. Instagram haluaa sinun käyttäjänä pysyvän yhä kauemmin aktiivisena selaajana alustalla ja yritystilinä se haluaa sinun maksavan näkyvyydestäsi.

Yritystilisi on siis paljon vaikeampi saada orgaanista näkyvyyttä kuin tavallisen, avoimen käyttäjätilin.

On hyvin todennäköistä, että pahimmat kilpailijasi käyttävät maksullisen mainonnan keinoja Instagramissakin. Varmista siis kilpailuasemasi säilyminen ja mahdollista kasvusi markkinoinnin keinoin Instagramissakin.

Voit asettaa maksullisen mainonnan tavoitteeksi vaikka vain tilisi kasvattamisen. Muodosta tällöin sisältöä, jolla herätät luottamusta ja vahvistat asiantuntija-asemaasi.

Maksullisen mainonnan tavoitteeksi kannattaa kuitenkin aina asettaa muitakin tavoitteita kuin vain suora konversio, mitattiin sitä sitten liideissä, yhteydenotoissa tai ostotapahtumissa (verkkokaupat).

Muista aina seurata markkinointisi tehokkuutta! Älä ota tavaksesi maksaa tyhjästä!

MAKSULLINEN MARKKINOINTI

MAINONNAN KOHDENTAMINEN

Asetettuasi tavoitteen maksulliselle mainonnalle Instagramissa, täytyy kohdentamisen olla linjassa tavoitteeseen nähden.

Ota huomioon kohderyhmäsi keski-ikä. Globaalisti Instagram-käyttäjien suurin ikäryhmä on 13 - 34-vuotiaat (n. 71 %), joista 18 - 34-vuotiaiden osuus on n. 64 %.

Reilusti yli miljoona suomalaista käyttää Instagramia, ja ajan kuluessa Instagramissa on mahdollista tavoittaa enemmän jo korkeampien ikäluokkien yleisöä.

Vielä kohdennusta ei kuitenkaan kannata tehdä yli 50-vuotiaille.

Mainonta kannattaa tehdä Metan mainostyökaluja käyttäen. Facebookissa dataa on kerääntynyt käyttäjistä jo parikymmentä vuotta, ja kohdentaminen voidaan suorittaa hyvin tarkasti.

Jos mainonnalle asettamasi tavoite on tunnettuuden lisääminen tai uusasiakashankinta, käytä kohdentamiseen demograafisia tietoja, eli ikää, paikkakuntaa, sukupuolta, tehtävänimikettä ja kiinnostuksen kohteita.

Voit kohdentaa mainontaa myös samankaltaisuuden perusteella, tällöin algoritmi määrittää asiakaskunnastasi vakion, jonka kaltaisiin käyttäjiin mainos kohdistuu. Algoritmi tunnistaa myös kilpailijoidesi asiakkaat ja poimii heitäkin mukaan kohdennukseen.

Muista aina seurata markkinointisi tehokkuutta! Älä ota tavaksesi maksaa tyhjästä!

ACCD-MALLINNUS

Käytä mallinnusta hyväksesi miettiessäsi yksittäisen mainoksen tavoitetta ja miten sen voit saavuttaa.

Etusivun markkinointia tehokkaampaa on markkinoida tiettyä palvelua tai tuotetta. Ohjaa liidi palvelun sivulle tai tuotteen omalle kortille, jossa on mahdollisuus joko lisätä ostoskoriin (tuote), ottaa yhteyttä (yhteydenottolomake) tai mahdollisuus suorittaa joku muu toimenpide, jonka saavuttaaksesi markkinoit.



ATTRACT

Mainoksesi tulee olla houkutteleva ja kiinnittää sen saavuttaneen yleisön huomio! Käytä aina laadukkaita kuvia ja käytä A/B-testausta tekstisisällöissä!

CONVERT

Mihin haluat mainostasi klikanneen vierailijan sivustovierailijan laskeutuvan? Mitä toimintoja haluat hänen suorittavan?

CLOSE

Miten haluat konvertoida yleisön? Onko tavoitteenasi liidata verkkosivuillesi kävijöitä, saada yhteydenottoja, kasvattaa seuraajien määrää tilillesi tai lisätä myyntiä verkkokaupassasi.

DELIGHT

Mitä lisäarvoa mainoksesi sisältää? Jos mainostat tuotetta tai palvelua ja tavoitteesi on puhtaasti kaupallinen, hyötyykö mainoksen konvertoima asiakas alennusprosentilla ostaessaan nyt?

MAKSULLINEN MARKKINOINTI

FEEDMAINOS

Feedmainoksessa toimivat sekä pysty- että neliökuvat.

Voit käyttää yhtä kuvaa tai kuvakarusellia (vain neliökuvat, korkeintaan 10 kuvaa) tai vaikka lyhyttä videota (60 sekuntia), mutta mainostekstin on hyvä olla ytimekäs ja lyhyt.

Kuvamainoksen yhteydessä korkein merkkipituus tekstile on 40 merkkiä otsikoineen.

Videomainoksessa sallittu merkkimäärä on niin ikään 40 merkkiä, videon päällä olevat mahdolliset sloganit tulee lisätä videoon jo ennen sen lataamista Metan julkaisujärjestelmään.

Kuvakarusellissa jokainen kuva voi sisältää oman linkityksensä. Kun konversiotavoite on tuotteiden/tuoteryhmien myyntitapahtumat, kuvakaruselli onkin tehokas vaihtoehto.



MAKSULLINEN MARKKINOINTI

STORIES - ETUNA 60 % ALHAISEMPI HINTA!

Stories-mainoksen eli tarinamainoksen maksimipituus on 15 sekuntia, ominaisuuden tukiessa kaikkia kuvakokoja. Neliön muotoisilla kuvilla mainokseen saadaan kuitenkin mahtumaan korkeintaan 190 merkin mainosteksti.

Ominaisuuden hyöty jää minimaaliseksi, sillä viidessä sekunnissa harva pystyy edes lukemaan tekstiä.

Tarinamainoksessa voit käyttää kolmen kuvan sarjaa, kunkin näkyessä 5 sekuntia ruudulla. Video voi olla 15 sekunnin mittainen.

Tarinamainoksissa korostuukin visuaalisuus, kuva- tai videomainoksen täyttäessä koko ruudun. Pidä siis teksti lyhyenä ja ytimekkäänä, suosi linkitystä näkyvällä CTA:lla.



MAKSULLINEN MARKKINOINTI

TEHOKEINOT

Korosta yleisön saamaa **hyötyä/arvoa**. Tällaisia tehokeinoja voivat olla mm. alennuskuponki tai etukoodi.

Tarjota **ongelmanratkaisua**. Mieti, millaiseen pulmaan tai ongelmaan tarjoamasi tuote tai palvelu vastaa.

SEURANTA

Muista seurata julkaistun mainoksen toimimista. **Hyödynnä A/B-testausta**. Mikäli mainos tai versio ei ota tuulta alleen, siihen on turha käyttää markkinointibudjettiin varattua rahaa. Mainoksen levittäminen kannattaa keskeyttää.

Toimivaa mainosta voit helposti boostata lisämaksulla. Älä kuitenkaan korota mainosrahaa yhteen julkaisuun yli 20 % Metan alustalla. Tehokkaampaa on luoda sama mainos uudelleen, kohdentaen laajemmin.

Muista, että maksullinen mainostaminen on aina testaamista - tilastoi mainoksesi toimiminen oppiaksesi ja kehittyäksesi yleisösi ymmärtämisessä. Mitä paremmin tiedät mikä tehoaa kohdeyleisösi, sitä paremmin opit keinot konvertoimaan kohderyhmääsi.



KIITOS!

Toivottavasti sait oppaastamme käytännön hyötyä ja vinkkejä sovelluksen tehokkaaseen haltuunottoon!



ARTIO OY

- WEBDESIGN
- VERKKOSIVUT
- VERKKOKAUPAT
- HAKUKONEOPTIMOINTI
- SAAVUTETTAVUUS
- WEBHOTELLIPALVELUT
- DOMAINIT
- DIGIMARKKINOINTI JA -MAINONTA

ANNA MEIDÄN AUTTAA

Jos kaipaat apua sisällöntuotannossa ja maksullisessa mainonnassa Metan alustoilla, ota yhteyttä. Katsotaan, miten voisimme parhaiten auttaa juuri sinua!

OTA YHTEYTTÄ!

Siprina Ahola

siprina.ahola@artio.fi
+358 40 524 7177