

Оксана Євчун

КОУЧ ВЛАСНИКІВ БІЗНЕСУ ТА
ЕКСПЕРТІВ

A portrait of a woman with long, dark, curly hair, wearing a light-colored trench coat and a patterned scarf. She is looking over her shoulder towards the camera. The background is a blurred stone wall.

**СЕКРЕТИ
REELS, ЯКІ
ПРОДАЮТЬ**

- ❖ ЧОМУ В КОГОСЬ REELS «ЗАЛІТАЮТЬ», А У ВАС- НІ?
- ❖ ЧОМУ В КОГОСЬ ВОНИ ПРОДАЮТЬ, А У ВАС- НІ?
- ❖ ЧОМУ В КОГОСЬ Є БАГАТО КОМЕНТАРІВ, А У ВАС- НІ?

ПРИЧИНА В ПРАВИЛЬНІЙ ПОДАЧІ: ФОРМАТ, ЧАС, ТРИВАЛІСТЬ ТА ТЕКСТ

ГОЛОВНІ ПРАВИЛА REELS, ЯКІ ДОПОМОЖУТЬ ВАМ ПРОДАТИ ТОВАР/ПОСЛУГУ/ЕКСПЕРТНІСТЬ

- *Правило 3-ох секунд:*

Ми живемо в час, коли інформація оточує нас абсолютно скрізь і всюди. Яскраві картинки, які борються за увагу клієнта- скрізь: на вулицях, в телеекранах, в телефонах... Люди настільки перенасичуються інформацією, що дедалі складніше втримати їх увагу. Виграє той, хто встигає потрапити в біль свого читача/слухача в перші 3 секунди.

**ЯКЩО ВИ НЕ ЗАЧЕПИЛИ СВОГО ПОТЕНЦІЙНОГО КЛІЄНТА В ПЕРШІ
3 СЕКУНДИ- ВІН ПІШОВ ГЕТЬ!**

Тому найцінніша інформація має міститись в перших 3-ох секундах reels, в ідеалі це має бути біль вашої цільової аудиторії.

(Про те, як знайти саме вашу цільову аудиторію, поділити її на сегменти та зрозуміти її болі- в гайді «Хто моя ЦА?»
Деталі в кінці цього гайду)

- *Тривалість 3-15 секунд.*

На ранжирування інстаграмом відео, як reels, так і сторіс впливає процент додивленості цього відео читачами до кінця. Тобто, чим частіше читачі додивляються ваше відео до кінця, тим більше ймовірності, що інстаграм сприйме цей контент, як актуальний та цікавий для аудиторії і буде піднімати його в рейтингу, а отже і показувати більш широкій аудиторії.

При цьому, абсолютно не важливо, скільки часу триває відео: чи 3 секунди чи 60 секунд. І тут дозвольте нагадати, що увагу сучасної людини втримати дуже важко. Тому не ризикуйте довгими reels.

- *Обирайте популярну музику, або коментуйте відео своїм голосом.*

Чим популярніша музика на даний момент в соцмережі, тим більше ймовірності, що відео з нею стане вірусним.

Ваш голос- це також хороший варіант, адже він пробивається оригінальністю серед інформаційного шуму і привертає увагу слухача.

- *Викладайте відео регулярно.*

Так, reels, як і пости люблять регулярність. Оберіть комфортний для вас ритм: це може бути і раз в день, і 3 рази/тиждень, але регулярно.

Для експертів: не перевантажуйте себе щоденними рілс. По-перше, для їх якісної зйомки та монтажу потрібно доволі багато часу і це вас відволікатиме від основної роботи. Є ризик, що закинете тоді reels взагалі. Крім того, генерувати якісний експертний контент так часто- доволі важко, є ризик, що будуть страждати сенси і це набридне вашій аудиторії

- *Знімайте себе без масок!*

По-перше, банально, страждає якість відео. По-друге, вилікуйте всі буби в своїй голові (якщо не вдається, то я допоможу), сприйміть себе таким/такою/, як ви є і не міняйте собі форму носа/ока/губів і т.д. Більш цікавим своїй аудиторії ви від цього не станете!

- *Використовуйте не більше 2-ох шрифтів*

Підберіть 2 шрифти, які гарно поєднуються між собою і використовуйте завжди одні і ті ж. Це буде частиною вашого стилю і ваша аудиторія буде пов'язувати їх візуально з вами.

Крім того, у вкладці reels в інстаграмі вони дивитимуться максимально гармонійно в одній стрічці.

Шрифти можна використовувати інстаграмні, або заморочитись і підібрати щось цікаве в зовнішніх додатках. Додайте напівпрозорі підкладки, наприклад, щоб текст був максимально читабельним.

- *Не викидайте двічі той самий reels*

Інстаграм цього не любить.

- *Будь ласка, без банальщини в текстах!*

Типу, «добрий ранок», «доброї ночі», «гарних вихідних» і т.д.

- *Додавайте динаміки (особливо стосується товарки)*

Нагадую, що ваші читачі прийшли в соцмережу відпочивати, і довга (навіть 5-6 секунд) монотонна картинка їм набридає. Ну нічого вже з тим не зробиш. Треба клієнта розважати.

Додавайте динаміки у відео, міняйте ракурси, кожні кілька секунд змінюйте картинку, щоб втримати увагу читача.

- *Викладайте reels в піковий час*

Якщо ви знаєте свою ЦА і орієнтуєтесь, коли саме ваш клієнт заходить в інстаграм- ідеально. Саме за 30-60 хв до цього викладайте відео. Наприклад, молоді мами, в яких дуже маленькі дітки до соцмереж добираються орієнтовно 23:00 або й пізніше. Це можна відстежити по тому, в який час до вас найчастіше поступають замовлення або вам клієнти пишуть в дірект.

Якщо такі дані вам невідомі- орієнтуйтеся на 8-12-17-20 год. Експериментуйте і відстежуйте статистику у своєму аккаунті

- *На обкладинці reels повинен бути текст!*

Не всі користувачі соцмереж гортають їх з ввімкненим звуком. Щоб ваш потенційний клієнт зрозумів, що йому варто переглянути відео, він повинен зацікавитись його темою. Цю роль виконає правильний текст на обкладинці.

- *Який це «правильний» текст на обкладинці reels?*

Це те, що повинно зачепити людину: те, що її болить, цікава пропозиція (т.зв. оффер/акція) + заклик до дії типу «читай опис», якщо головна інформація в тексті під reels

- *Якщо ви знімаєте експертне розмовне відео на певну тему, то воно обов'язково повинно супроводжуватись титрами.*

При чому, титри повинні не мигати по 1-2 слова кожної 10-ї долі секунди, а містити короткі фрази по 4-6 слів максимум в одному кадрі

- *Стежте, аби текст на відео не попадав у «мертву зону»*

В reels існує т.зв. «мертва зона» в нижній частині відео. Якщо ви розмістите текст там, то його перекриє інстаграмна шапка тексту і читач не зможе побачити ваш

текст. Ідеальне розміщення для тексту: розділіть візуально кадр на половину, і поміщайте текст по центру нижньої (!) половини.

- *Правила написання тексту під reels за AIDA:*

A- attantion- заголовок, який чіпляє за живе вашу ЦА. Це біль/проблема клієнтів

I- interest- зацікавлюємо клієнта, пропонуючи спосіб вирішення цієї проблеми

D- desire- бажання: розкриваємо користь продукту/товару під призмою проблеми. Тут же залишаємо характеристики товару/послуги

A- action- дія: заклик до дії. Що повинен тепер зробити читач: підписатись, прокоментувати, написати в дірект, перейти на хайлатс...

- *На статистику показів дуже добре впливають коментарі під reels, як, зрештою, і будь-якого іншого контенту в інстаграм.*

Що може спонукати читачів коментувати?

- Або дуже болюча тема, яку ви зачепили (щоб її зачепити, треба знати, що болить саме вашу ЦА);
- Або провокація;
- Або заклик до коментаря типу «поставте плюс», «напишіть слово.... І отримайте...» Це вже добре використовувати, коли якісно пропрацьована воронка продажів.

- Використовуйте reels, як один з етапів воронки продажів

В ідеалі reels мав би старому клієнту сказати купити, а новому- підписатись, написати в дірект, переглянути збережені хайлатс, де ви вже доведете клієнта до покупки і т.д.

- Залишайте заклик до дії для ваших читачів.

І якщо це заклик підписатись, то що корисного отримає читач, підписавшись на вас

- В аакаунті має бути цінна інформація для вашої аудиторії

Цінність видно одразу по упаковці профілю: що корисного клієнт знайде в шапці, що в свіжих хайлатс, чи reels та чи пости відповідають темі блогу (Як правильно упакувати профіль, щоб у читача з'явилося бажання підписатись - у гайді «Упаковка профілю, яка продає»)

- Цільова аудиторія приходить лише на цільовий блог

Тема reels має відповідати темі блогу. Якщо у відеокотики, а ви продаєте шини, то навряд чи аудиторія, яка зацінила котиків, це ваші потенційні клієнти. Тут важливо пам'ятати, що перегляди не дорівнює підписки, і тим паче- продажі. Щоб читач вирішив підписатись чи купити, профіль повинен бути відповідно упакований!

- *Актуально експертам:*

Якщо для вас обтяжливо знімати довші рілси з експертними темами, є також варіант зняти коротке відео і на ньому залишити тему та заклик до дії читати в описі

- *Актуально для продажу товарів:*

Знімайте процеси виготовлення, упаковки, розпаковки, відправки, відеоогляди товарів, новинок, отримання товару на пошті та ін.

- *Експерементуйте.*

Шукайте комфортний собі формат, щоб не вигоряти і такий, який заходить саме вашій аудиторії. Тестіть тривалість, тексти, формати зйомки та монтажу і аналізуйте результати: перегляди, підписки, коменти, продажі.

- *Якщо рілс залітає- ставимо на нього рекламу навіть через кнопку «Просувати»*

Досвід на моїх особистих 3-ох бізнес аккаунтах показує, що ціна за клік з такого просування reels може виходити навіть 0,01-0,02\$. Далі- питання готовності вашого профілю приймати гостей)

ОТЖЕ, ДЛЯ ТОГО, ЩОБ REELS ПРАЦЮВАЛИ ВАЖЛИВІ:

- ❖ Якість контенту
- ❖ Гармонія в оформленнях
- ❖ Розуміння своє ЦА і її болей
- ❖ Регулярний аналіз ринку
- ❖ Естетика та ракурс в рілс

Помилковим буде сприймати reels, як єдиний варіант просування блогу, без інвестування в рекламу. На даний момент reels:

- вже не мають пріоритету у видачі в Інстаграм
- не завжди вистрілюють
- не завжди приносять цільову аудиторію
- на придумування концепції, зйомки та монтаж потрібно немало часу

Тим не менше, рілс- це такий же інструмент, як і пости та сторіс. Чим більше форматів для дотику до аудиторії, тим краще для алгоритмів і статистики. Ефективність цього інструменту повністю залежатиме від вміння використосувати цей інструмент, чого вам навчитись і бажаю!

ДОДАТОК

Варіанти тем для reels

- огляд товару
- експертні поради
- упаковка/розпаковка/відправка/доставка
- швидкі рекомендації по вирішенню болі клієнта
- помилку, яку допускають представники вашої ЦА
- лайфхак, як за 15 сек... вирішити проблему
- що сталось, коли ви впровадили... це-то
- 5 кроків до... 10 правил.. 6....того-то...
- як за 3 хв отримати...
- найчастіше запитання аудиторії
- показати процес роботи/виготовлення
- гумор, але в тему блогу
- як було 3 роки тому/ що є зараз
- після перегляду такого-то фільму ти... почнеш стильно одягатись/вирішиш свою проблему...
- розвіяти міф у своїй ніші
- розказати про себе

ТЕ, ЩО МОЖЕ ДОПОМОГТИ ВАМ ВИРОСТИ В БЛОЗІ:

ГАЙД «ХТО МОЯ ЦА?»

- Що таке «цільова аудиторія»?
- Навіщо вам знати свою ЦА?
- Як сегментувати ЦА?
- Як виявити болі та проблеми ЦА?
- Як знання про болі ЦА використати у написанні текстів, при зйомці reels, сторіс, упаковці профілю, в переписках та, врешті, в продажах?

РЕЗУЛЬТАТ:

- Ви зрозумієте, врешті, чому у інших купують, а у вас ні і як змінити ситуацію
- У вас зникне вічне запитання «про що писати та що знімати?»
- Ви зрозумієте основи правильної упаковки блогу під запит саме своїх клієнтів
- Ви зможете побудувати свою стратегію спілкування в переписках, щоб довести клієнта до покупки
- Ви зможете готувати контент для реклами так, що на нього точно прийде саме ваша аудиторія та принесе вам бажаний дохід.

Ціна гайду лише 350 грн

Щоб отримати- [пиши в direct](#) «Гайд «Хто моя ЦА?»

ГАЙД «УПАКОВКА ПРОФІЛЮ, ЯКА ПРОДАЄ»

- Головні правила упаковки аккаунту для бізнесу та експертів
- Про що говорить назва?
- Яким повинен бути логотип для різних видів бізнесу?
- Про що шапка? І це точно не про «накладний платіж/обмін/повернення» чи «мене звати Марися»!
- Що має бути в хайлатс, щоб вони продавали?
- Головні принципи візуалу, який продає
- Про що знімати reels та сторіс?
- Що та головне «ЯК» писати в постах?
- Як підготувати аккаунт до запуску реклами, щоб не злити бюджет?

РЕЗУЛЬТАТ:

- Ви зрозумієте, врешті, головні принципи упаковки блогу, в якому новим читачам захочеться залишитись та підписатись
- Зможете підготувати блог так, щоб на нього йшла саме ваша цільова аудиторія, яка купує
- Ваш аккаунт тепер завжди буде, як цукерочка, і готовий приймати нових читачів чи то з рекламою, чи без
- Ви будете з гордістю давати посилання на свій профіль своїм знайомим, а не соромитись признатись, чим займаєтесь!
- Ви почнете розуміти психологію клієнта, що допоможе вам будувати подальші стратегії просування блогу

Ціна гайду лише 350 грн

Щоб отримати- [пиши в direct](#) «Гайд «Упаковка профілю»

ПРО АВТОРА

ОКСАНА ЄВЧУН



- ❖ Коуч власників бізнесу
- ❖ НЛП практик
- ❖ Таргетолог
- ❖ Автор мотиваційного курсу «Квантовий стрибок»
- ❖ Ментор платформи [Women in Business](#)
- ❖ Власник он-лайн [магазину](#) 10 років
- ❖ Власник [студії](#) декору 6 років
- ❖ 30 000+ закритих замовлень в бізнесі

З ЧИМ Я МОЖУ ДОПОМОГТИ:

- стратегічне планування
- вихід на стабільний дохід
- виведення офлайн бізнесу в онлайн
- розвиток акаунту в інстаграм і заробітку на цьому
- збільшення доходу
- масштабування існуючого бізнесу

- оптимізація бізнес процесів
- управління часом
- прокачка впевненості та робота з самооцінкою
- баланс між роботою та «просто жити»
- упаковка експерності в особистий бренд
- мотивація та самоконтроль

Запрошую на БЕЗКОШТОВНУ 20-хвилинну зустріч для розбору вашого запиту. Щоб обрати зручний вам час, напишіть в [direct](#) «Хочу діагностику»

ПІДПИШІТЬСЯ

І ЗРОСТАЙТЕ В ДОХОДІ ЕФЕКТИВНО