

שבוע היזמות אינסטגרם עסקי

אלכס בונר
נובמבר 2018

קצת היסטוריה

- אינסטגרם הושקה לציבור באוקטובר 2010
- בהתחלה האפליקציה הושקה ל-iOS בלבד, ולאחר חצי שנה הושקה גם לאנדרואיד.
- בהתחלה ניתן היה להעלות רק תמונות מהפלאפון ומכאן השם – Gram-1 Insta.
- באפריל 2012 רכשה פייסבוק את אינסטגרם במיליארד דולר.



מי קהל היעד באינסטגרם?

- עד לא מזמן, קהל היעד העיקרי היה – ילדים ונוער..
- למה זה?

מי קהל היעד באינסטגרם?

והיום...

- 68% מהמשתמשים באינסטגרם הן נשים ו-32% הם גברים.
- נכון להיום יש קרוב למיליארד משתמשי אינסטגרם בעולם!
- ובישראל, הגיל הממוצע של קהל היעד הולך ועולה, ונכון להיום החדירה של האינסטגרם לשוק היא מאוד גבוהה.

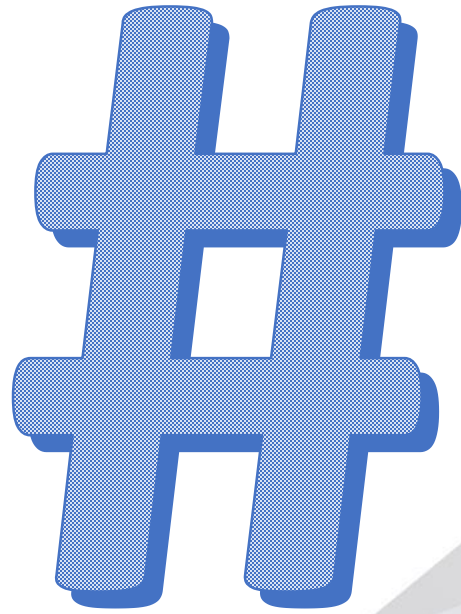
פיד (Feed) וסטוריס (Stories)

- עד לא מזמן האינסטגרם הכיל רק את הפיד.
- הפיד הוא אוסף החדשות של הפוסטים שאנחנו רואים מפרופילים והאשטאגים שאנחנו עוקבים אחריהם ומפרסמים.
- (על האשטאגים ומפרסמים – בהמשך ההרצאה)
- לאחרונה התווסף לאינסטגרם סיפור מיוחד – הסטורי.

פיד (Feed) וסטוריס (Stories)

- סטורי הוא המענה של אינסטגרם לסנאפצ'אט.
- סטוריס שמפורסמים בדף עולים ונמחקים לאחר 24 שעות, אלא אם כן אנחנו בוחרים לשמור אותם בארכיון.
- סטוריס יכול להיות תמונה, סרטון, סרטון תמונות.
- הפורמט הוא לאורך המסך של הפלאפון.
- ניתן להוסיף כיתוב, תיוג, ולחצנים מיוחדים.

מה זה ההאשטאג הזה?



- בפייסבוק אפשר לפעול בקבוצות.
- באינסטגרם – האשטאג.
- חיפוש האשטאגים.
- כתיבת האשטאג.
- מעקב אחרי האשטאגים.
- פרסום וצבירת עוקבים באמצעות האשטאג.

פרופיל פרטי באינסטגרם

- פרופיל פרטי מיועד לפרסומים אישיים.
- בפייסבוק יש איסור על פרסומים ממומנים בפרופיל הפרטי.
- באינסטגרם אין עם זה בעיה.
- אז למה צריך פרופיל עסקי?



פרופיל עסקי באינסטגרם

- פרופיל עסקי מאפשר לנו לפרסם באופן ממומן באינסטגרם.
- הוא מאפשר לנו לקבל נתוני שימוש מתקדמים וסטטיסטיקות.
- אפשרות להוספת כפתור התקשרות, אתר אינטרנט ומייל.
- אפשר גם להגדיר פרסום אוטומטי של הפוסטים באינסטגרם בתוך הדף העסקי – על ידי חיבור בין השניים.
- אפשר להחליף מפרופיל אישי לעסקי, ולהיפך בכל עת.

פרסום ממומן באינסטגרם

- ממש כמו בפייסבוק, כך גם באינסטגרם, ניתן להגיע לקהלים שלא עוקבים אחרינו על ידי בחירה של פילוח.
- אפשר ליצור פוסט ולפרסם ללקוחות את הפוסט בצורה ממומנת.
- הפרסום עצמו נעשה דרך מערכת ה-Ads Manager של פייסבוק.



יצירת חומרים ויזואליים

ומקומו של הטקסט באינסטגרם

- גודל תמונה לפיד – 1024 X 1024 פיקסלים.
- גודל תמונה לסטוריס – 1080 X 1920 פיקסלים.
- לחומרים הויזואליים יש חשיבות עליונה באינסטגרם, במיוחד בפיד, בעוד שבסטוריס, אפשר לפרסם "מה שבא לנו".
- הטקסט – זניח, אלא אם כן הוא בא על התמונה.

איך ניצור חומרים ויזואליים?

לא חייב להיות מעצב
על!

- [Canva](#)
- Boomerang
- [Little Moments](#)
- [Videohance](#)
- [Flipagram](#)



תודה רבה!

שיהיה לכולנו בהצלחה

