



Tomasz M. Pietrzak

ALGORYTM

INSTAGRAMA

Złota Trójka
Jakość Bije Ilość
Angażujące Typy Postów
Pora Dnia
Wideo
Cross Post
Hasztagi
Udostępnianie Treści
Promowanie Postów
Instagram Stories
Grupa Wsparcia
S4S
Atrybut ALT

Co wpływa na algorytm Instagrama? Co możesz zrobić, by dotrzeć do większej grupy odbiorców i jak uzyskać maksymalną widoczność? Zasięg Twoich postów jest w 100% zależny od algorytmu Instagrama, więc bardzo ważne jest, byś wiedział jak on działa. Algorytm Instagrama dyktuje, gdzie, kiedy i u kogo pojawią się Twoje posty. Jeśli publikujesz coś, co mu się nie podoba, to mało kto to zobaczy. Dlatego istnieje szereg sygnałów wpływających na umiejscowienie Twojego wpisu przez algorytm, ale są trzy najistotniejsze czynniki...

Tomasz M. Pietrzak
www.tegonieuczawszkole.pl

Złota Trójka

ZAANGAŻOWANIE. Oznacza liczbę osób, które miały kontakt z Twoim postem, zapisując, komentując, udostępniając i lajkując. Im wyższe zaangażowanie, tym wyższa ranga i większa szansa na pojawienie się na stronie głównej.

SZYBKOŚĆ ZAANGAŻOWANIA. Posiadanie wysokiego zaangażowania (około 10% lajków w stosunku do obserwujących) na swoich wpisach jest pierwszą oznaką sukcesu, ale jeśli otrzymasz zaangażowanie szybciej, uzyskasz wyższą pozycję i znacznie więcej wyświetleń.

NOWOŚĆ. Nowe posty mają wyższą rangę niż stare.

Istnieją oczywiście inne czynniki, które indeksuje algorytm, w tym czas spędzany przez użytkowników na przeglądaniu posta, jak często użytkownik angażuje się w Twoje posty i lokalizacja, jeśli jest oznaczona. Na początek przemyśl, jak możesz przygotować swoje posty w odniesieniu do pierwszej trójki...

Jakość Biję Ilość

Publikowanie nadmiaru treści jest często popełnianym błędem. Wiele marek zakłada, że im więcej postów, tym większy będzie zasięg. Algorytm Instagrama działa na podstawie określonych czynników, więc jeśli publikujesz tony materiałów, Twoje posty konkurują na wewnętrznym rynku same z sobą. A to z kolei powoduje niskie zaangażowanie na poszczególnych wpisach.

Jeśli kiedykolwiek obserwowałeś markę, która codziennie publikuje dużą ilość postów, a następnie odklikałeś obserwowanie, to rozumiesz, co było tego przyczyną. Tworzenie dużej ilości treści wymaga czasu, więc jeśli używasz tej strategii - poświęć czas na tworzenie wysokiej jakości treści.

Przeanalizuj swoje posty, zanim je opublikujesz. Czy pasują do Twojej marki? Czy są wystarczająco dobre? Czy wygenerują zaangażowanie? Jeśli chodzi o treść - jakość zawsze bije ilość. Nie publikuj ze względu na zapychanie dziury i nie publikuj niczego, co jest poniżej normy. Stwórz coś, co będzie godne uwagi!

Angażujące Typy Postów

KONKURSY. Znane marki często organizują konkursy i jako wymóg wejścia, użytkownicy muszą komentować, lajkować i udostępniać. Ten typ wpisu to prośba o zaangażowanie, a jeśli stworzysz dobry konkurs/rozdzanie, masz gwarancję osiągnięcia wysokiego współczynnika zaangażowania.

PYTANIA. Zadawanie pytań powoduje, że obserwujący odpowiadają w komentarzach. Możesz także użyć dzielonych obrazów (z opcjami) z prośbą o wyrażenie opinii. Pytanie ma swoistą psychologiczną zależność – w wielu przypadkach pobudza do udzielenia odpowiedzi, czyli napisania komentarza.

Gdy użytkownik IG spędza czas na jednym z tych typów postów, Twój następny post będzie zajmował wyższe pozycje w kanale informacyjnych tej osoby, ponieważ algorytm Instagrama uważa, że ta osoba lubi Twoje wpisy.

Pora Dnia

Jak wspomniałem wcześniej, szybkość zaangażowania i nowość to dwa bardzo ważne sygnały rankingowe. Najlepszym sposobem na zoptymalizowanie postów pod kątem tych czynników jest publikacja o odpowiedniej porze dnia.

W przeciwieństwie do przekonań wielu osób, najlepszy czas na publikowanie nie jest wtedy, gdy znajdziesz czas na wrzucenie czegośkolwiek. Musisz dostosować swój czas publikacji do odbiorców. Zamiast publikowania wtedy, gdy masz ochotę, powinieneś publikować, gdy Twoja grupa docelowa jest online (jest gotowa do zaangażowania).

Pierwszą rzeczą do rozważenia jest to, jak dobrze znasz swoich odbiorców. Początek działań marketingowych zawsze rozpoczyna się od stworzenia obrazu idealnego klienta. Idealny klient, to nie są tylko dane demograficzne typu: wiek, płeć itp. To osoba, z którą klienci utożsamiają się.

Kiedy znasz swoją grupę docelową, czas przetestować, przeanalizować i zoptymalizować działania. Rozłóż test na minimum 3 tygodnie, zmieniając czas publikacji i częstotliwość (od 1 do 4 wpisów plus od 4 do 24 migawek na InstaStory).

Jeśli na początek chcesz polegać na uśrednionych danych statystycznych, to wrzucaj 2 zdjęcia dziennie: jedno rano (pomiędzy 7-9) i jedno wieczorem (pomiędzy 19-21). Podstawowa zasada brzmi: gdy ostatni wpis otrzymał średnią liczbę reakcji z ostatnich 10 postów, to jest to sygnał, że fani gotowi są na nowy wpis.

Wideo

Wideo obecnie to najszybciej rozwijające się medium, a jego popularność z roku na rok rośnie. Zdjęcia otrzymują więcej lajków, ponieważ pozwalają użytkownikom szybciej klikać w przycisk serduszka, ale filmy mają więcej komentarzy! A komentarze, to prawdziwe zaangażowanie...

Kolejnym czynnikiem związanym z wideo jest spędzanie więcej czasu na oglądaniu wpisu. Np. jeśli zobaczysz zdjęcie, możesz poświęcić mu kilka sekund, ale jeśli masz do czynienia z 1-minutowym filmem, który przyciągnie Twoją uwagę, będziesz musiał poświęcić więcej czasu na jego obejrzenie.

Im dłużej wpis na Instagramie zatrzymuje użytkownika w obrębie serwisu, tym bardziej algorytm preferuje taką treść, która generuje pozostawanie i pokazuje je większej liczbie osób.

Jeśli natomiast nie kręcisz wideo, to przynajmniej zamieniaj zdjęcia na wideo wykorzystując portal [canva.com](https://www.canva.com) lub aplikację: prequel, inshot. W tym przypadku chodzi o techniczną zmianę pliku jpg lub png na mp4.

Cross Post

Ta taktyka jest bardzo prosta! Gdy publikujesz na Instagramie, powinieneś także opublikować to samo zdjęcie/film w innych sieciach społecznościowych. Instagram pozwala automatycznie robić to na Twitter, Tumblr i Facebook.

Zdecydowanie polecam, ale zamieszczenie swoich najlepszych treści! Nie polecam natomiast wrzucania mechanicznie wszystkich wpisów z prostej przyczyny. Każda z sieci społecznościowych chce wyróżnić się i z założenia udostępnianie treści z innych portali nie jest działaniem pierwszoplanowym.

Ponadto polecam Ci wrzucać zdjęcia (i linki do wpisów z tymi zdjęciami) na Pinterest, ponieważ jest to portal wizualny i dzięki temu daje możliwość ściągnięcia stamtąd targetowanego ruchu.

Gdzie jeszcze udostępniać? Siadasz przed kompem i kopiujesz link do wpisu na IG. Następnie na Facebooku w polu „Co słychać?” piszesz jedno zdanie, które zachęca do kliknięcia, a następnie wklejasz skopiowany link do wpisu na IG. Zaznaczasz opcję „Twoja relacja” i klikasz opublikuj! W ten oto sposób masz na Facebookowej relacji klikalny link umożliwiający przejście na Twój Instagramowy wpis...

Bierzesz do ręki komórkę! Piszesz post na FB i wklejasz link do wpisu z IG, a gdy Facebook zaciągnie foto - usuwasz link. W ten oto sposób, gdy ktoś kliknie w foto to jest przenoszony do wpisu z IG. Kiedy robić takie manewry? Najlepiej w weekend! Sobota i niedziela to dni o podniesionym poziomie luzu, więc promuj wtedy siebie, a nie biznes...

Zrób skrynia 12 najnowszych fotek z Instagrama i wrzucić go w piątek (po południu) na FB z informacją, że tak mija Ci tydzień na IG. Oczywiście dodaj link do profilu...

Umieszczaj linki do wszystkich wpisów z Instagrama na zszywka.pl. Wystarczy kliknąć plus i dodać link do wpisu, a portal zaciągnie foto. Do foto dodajesz tytuł i tagi. Na koniec klikasz publikuj - GOTOWE! Chwila roboty, a Twój Instagram fajnie zwiększa zasięgi...

Na koniec... Wykorzystaj agregator promujbloga.pl do umieszczenia linka do swojego profilu IG, gdzie będą automatycznie zaciągane Twoje wpisy. Raz robisz robotę!

Hasztagi

Treści oznaczone hasztagami docierają do większej liczby osób, a Instagram umożliwia dodanie do 30 hasztagów na post. Ważne jest, byś używał co najmniej 10, koncentrując się na trzech typach hasztagów.

NAJPOPULARNIEJSZE HASZTAGI W SWOJEJ NISZY. W tym celu użyj narzędzia, tj. all-hashtag.com, by zidentyfikować najlepsze hasztagi w swojej branży. Mają one największą liczbę obserwujących i zasięgi, ale są konkurencyjne.

ODPOWIEDNIE TRENDY! Trendy są krótkotrwałe, ale otrzymują wysoki poziom zaangażowania i zdecydowanie zwiększą zasięgi. Użyj sekcji **NA ŻYWO** na all-hashtag.com, by znaleźć najgorętsze hasztagi.

HASZTAGI MARKOWE są to tagi związane z Twoją marką, produktem lub oznaczeniem treści. Kiedy po raz pierwszy zaczniesz pisać z markowymi hasztagami będą one miały niewielki lub żaden wpływ na Twój zasięg, ale w miarę rozwijania społeczności mogą pomóc zbudować bardzo lojalny klan zagorzałych zwolenników.

Ponadto możesz używać hasztagów w swoich relacjach - po prostu dodaj 3 hasztagi jako zwykły tekst do swojego obrazu. Zwiększy to Twoją szansę na zobaczenie migawki przez większą liczbę osób.

Udostępnianie Treści

Publikując najlepsze treści swoich obserwujących, natychmiast zwiększasz szansę na zaangażowanie. Gdy publikujesz treść innych osób chociażby udostępniając na InstaStories tworzysz silną więź, dowodząc zaufania, wiarygodności i relacji. Pokazujesz, że jesteś marką, która naprawdę dba o swoich odbiorców, a to może mieć potężny wpływ na Twój zasięg.

Pisząc opis do zdjęcia, napisz pod główną treścią, że przeglądałeś ostatnio profile i trafiłeś na 3 ciekawe. Wpisując ich nazwę użytkownika po @ ta wiadomość dotrze do nich – dostaną informację, że wspominasz o nich, a to miły gest. Co któryś wpis zrób taką akcją, a z pewnością zyskasz przychylność tych osób. Modyfikacją tej metody jest wspomnianie innych profil w komentarzach – pod swoim wpisem, a wtedy osoby te również otrzymają powiadomienie.

Promowanie Postów

Reklama na Instagramie umieszcza Twój post w kanale informacyjnym osób, które nie miały okazji nawiązać z Tobą jakiegokolwiek relacji. Zwiększenie liczby wyświetleń automatycznie zwiększa zaangażowanie, a także organiczny zasięg wpisu i szanse na pojawienie się na stronie EKSPLORUJ.

Istnieją dwa sposoby uruchomienia reklamy! Kliknięcie przycisku PROMUJ pod postem lub z poziomu MENADŻERA REKLAM FACEBOOKA. Każda z tych opcji zwiększa Twój zasięg, a jeśli korzystasz z Facebooka, możesz bardziej ukierunkować strumień odbiorców.

Jeśli chcesz natomiast zwiększyć swoją ekspozycję z poziomu Instagrama, polecam wybranie postów z najwyższym zaangażowaniem w ciągu ostatnich 3 dni, tak by promować, np. 2 posty tygodniowo.

System reklamowy jaki stworzono na Instagramie jest dziecinnie prosty... Po pierwsze wybierasz gdzie chcesz skierować użytkowników (profil, witryna, sklep, wiadomość). Po drugie wybierasz grupę docelową (automatycznie, z utworzonych, utwórz grupę). Tworząc nową grupę nadajesz jej nazwę, ustalasz lokalizację, określasz zainteresowania i wiek. Trzeci krok, to określenie budżetu (4-2000 zł/dziennie) i czas trwania promocji (1-30 dni). W czwartym kroku podpinasz ekspresowo kartę płatniczą i na koniec klikasz - utwórz promocję. Cały zabieg trwa dosłownie kilka minut!

Instagram Stories

Relacje pojawiają się na górnej belce aplikacji i są obecnie najbardziej popularną funkcją na Instagramie. Utrzymują wysoki poziom oglądalności i mogą być wykorzystywane do wzrostu zaangażowania w odniesieniu do Twojej marki. Historie znikają po 24 godzinach, ale można zapisać je profilu jako wyróżnione, co daje możliwość tworzenia mini odcinków. Warto również w ramach InstaStory udostępniać wpisy, tym bardziej, że możesz dodać naklejki i tekst zachęcający do wejścia na post...

Grupa Wsparcia

Po pierwsze załóż grupę na messengerze z kilkoma podobnymi do Ciebie profilami tematycznymi (około 10 osób). Gdy ktoś wrzuci post, to kopiuje link do niego i wrzuca go na grupę. Każdy wchodzi i lajkuje wpis oraz dodaje komentarz. Proste i bardzo skuteczne rozwiązanie zwiększające na starcie zasięgi organiczne.

Drugie rozwiązanie, to grupa tygodniowa. Dogadujesz się z 7 podobnymi tematycznie profilami, a następnie codziennie promujecie inną osobę, np. udostępniając jej post z oznaczeniem takiej osoby na relacji. Jest to świetna metoda, ponieważ daje przepływ realnych fanów.

S4S

Na początek namierzasz konto, które ma podobną liczbę serduszek pod wpisami! By znaleźć kolejne konta, z którymi możesz prowadzić S4S wyszukujesz przynajmniej jedno konto z Twojej branży, a w profilu tego konta możesz znaleźć podobne - rozwijając strzałką, wyświetlą Ci się podobne profile.

Ale... Niektóre konta mają po 10k obserwujących, a pod wpisami po 100 serduszek - lipa jak cholera! Dlatego uczulam Cię, by nie podniecać się ilością obserwujących, a aktywnością. Aktywne konto to takie, które ma zaangażowanie na poziomie powyżej 5% (optimum 10%), czyli na każde 1000 fanów jest pod wpisem powyżej 50 reakcji.

Kolejny krok to wysłanie wiadomości z pytaniem, czy administrator konta jest zainteresowany wzajemną promocją. Jeśli tak, to przechodzisz do kroku numer trzy - działania...

Wybieracie posty do wzajemnej promocji poprzez udostępnienie ich na swoich relacjach z użyciem naklejki WSPOMNIENIE. Plus... WEZWANIE do obserwacji w najnowszym poście - podwójne uderzenie! Wezwanie oczywiście zamieszczacie na początku wpisu, by zwiększyć aktywność w zakresie promocji.

Atrybut ALT

Ma on duże znaczenie pod względem SEO! Atrybut ALT oznacza tekst alternatywny i zastępuje zdjęcie, gdy nie można go załadować np. ze względu na słabe połączenie internetowe. Ta funkcja nie jest nowością dla blogerów, ponieważ atrybut ALT jest częścią zestawu danych, który jest wykorzystywany w SEO podczas tworzenia wpisów na blogu. Użyj więc jednego słowa kluczowego, na które pozycjonowałbyś ten wpis – gdyby był to wpis na blogu.