



РАЗБОР

С

РЕКОМЕНДАЦИЯМИ

АВТОР: ПЕЧЁРСКАЯ НАТАЛЬЯ
АККАУНТ INSTAGRAM CANDY.SOAP.38



ШАПКА ПРОФИЛЯ

Нет уникального торгового предложения. Устаревшее слово «**кладезь**» лучше убрать.

Слово **сувенир** ассоциируется с музеем.

Если цель - работа с физ. и юр. лицами, нужен баланс между серьезностью и простотой.

Моя рекомендация в приложении (стр. 5,6)

Сделайте упор на уникальности продукта. У вас действительно реалистичные работы, мыльные сладости на фото не отличить от настоящих.

Не зацикливайтесь на том, что это только сувенир.

Нужно добавить список полезных свойств товара, актуальный для основной целевой аудитории и в конце оставить акцент на работе с юр.лицами

- Нет кнопки «заказать». Вариант писать только в директ не лучшая идея потому, что он часто теряет сообщения (технический баг, характерный для инстаграм: человек пишет, а сообщение до вас не доходит) + не у всех включены уведомления от инстаграм, а постоянно проверять директ в ожидании ответа утомительно.
- Мессенджеры привычнее и эффективнее.
- Ссылку на группу в Вайбере лучше поменять на таплинк, хотя бы на бесплатный вариант. А в нем уже разместить ссылку на Вотсап или Вайбер. Или просто ссылку на вотсап. По статистике вотсап популярнее Вайбера на 10% + в этом году появилась бизнес версия.

Человек за 4 секунды решает интересен ему аккаунт, или нет. Когда видишь ссылку на группу в Вайбере, а заказы в Директ, напрашивается вопрос - что это за группа и зачем мне вообще заморачиваться с Вайбером.

ВИЗУАЛ

Отличные, яркие фотографии мыла и только одно фото автора.

Рекомендация: Нужно больше личных фото.

Покупателям всегда интересно знать:

1. Как выглядит создатель продукта.
2. Как создаётся продукт.

Лента привлекательная, но смотрится тяжело. Не хватает разбивки постами с фотографиями героя (автора, или клиента).

ТЕКСТЫ

Хорошо, что под фотографиями ёмкие тексты, которые содержат описание товара и цены.

Рекомендации:

- «Прошу обратить внимание» - ненужный канцеляризм. Перегружает текст, делает сложным для восприятия. Уберите его, и смысл останется прежним.
- «... индивидуальны, точная цена может меняться». Размытая формулировка. Человек, который это прочитает, подумает, что ему точно продадут не за 2 тысячи, а за 3.
- Чтобы развеять сомнения, напишите как есть: цена зависит от сложности работы/ от размера композиции/ стоимости материалов/ количества предметов/ упаковки.

«Индивидуальность» общее понятие. Размер/объём /количество конкретнее. Сразу понятно : закажу больше - будет дороже. Меньше - дешевле. И нет ощущения, что тебя вводят в заблуждение.

КОНТЕНТ

В сторис нет личности автора, а ведь это главный инструмент, продвижения личного бренда.

Сторис обеспечивают показы в аккаунтах подписчиков.

В Рилс будет неплохо периодически добавлять видео создания мыла. Когда ты знаешь как создаётся продукт, повышается доверие к бренду.

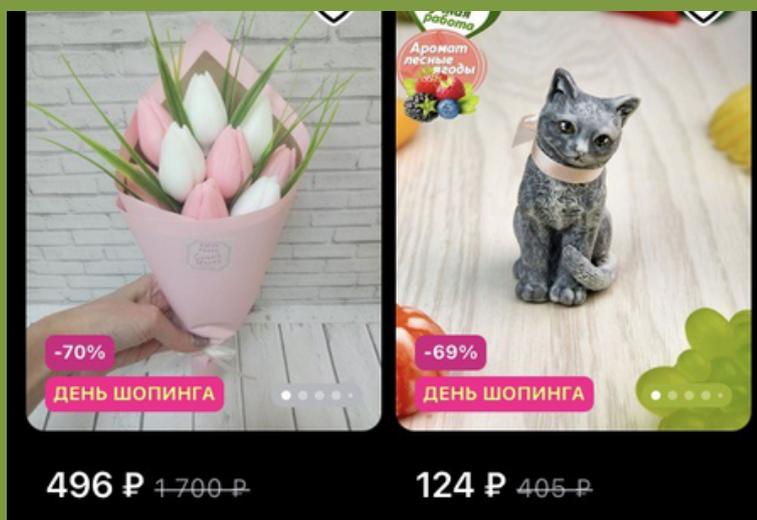
ПРОДАЖИ

Если цель - продажи весь год, то сувениры на день рождения и другие праздники - это узкий круг интересов.

Потребуется добавить в ассортимент продукт для ежедневного использования.

Целевая аудитория **юридические лица** слишком широкая.

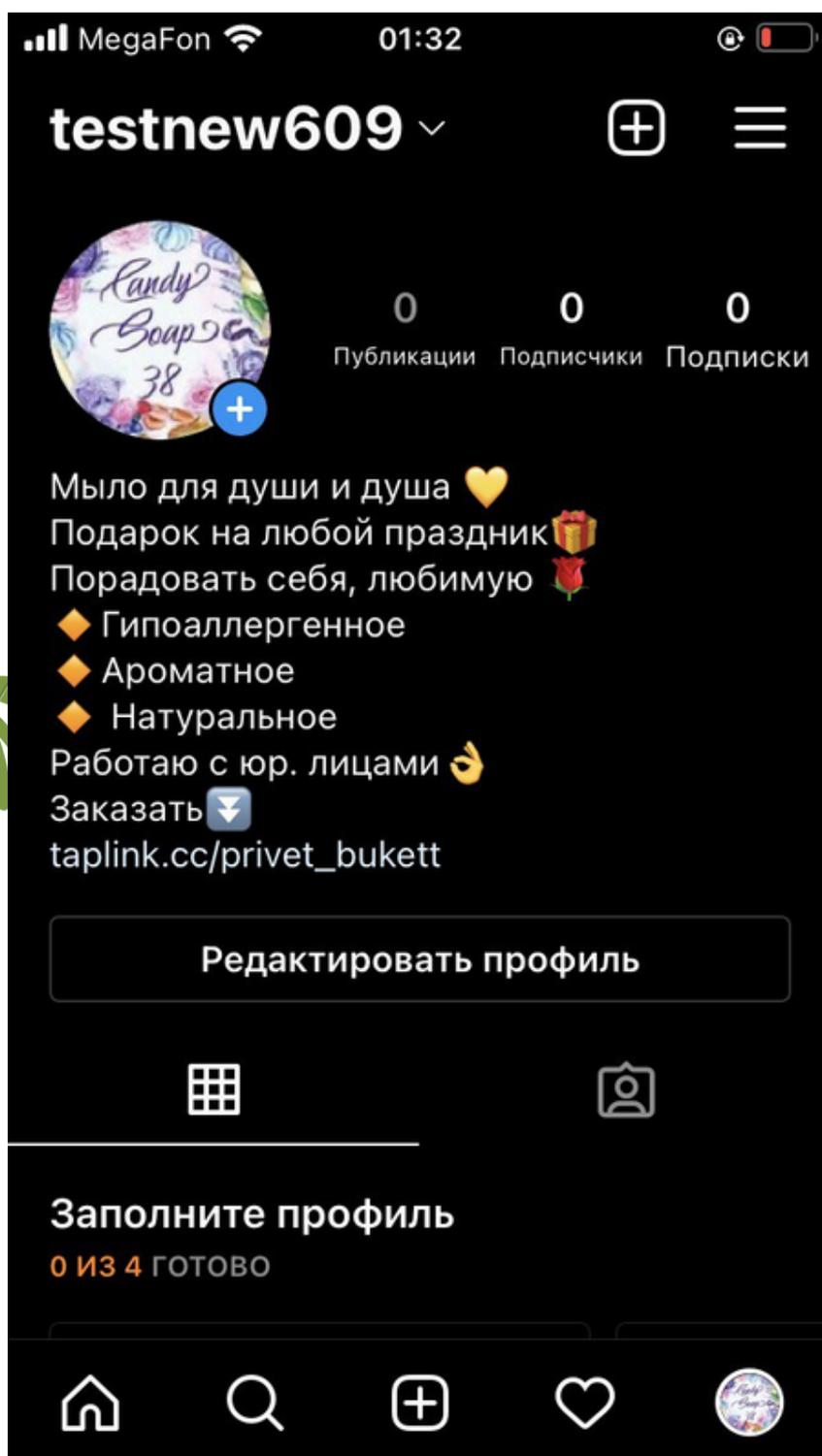
- Если вектор -образовательные учреждения, то да, родители есть в инстаграм, и можно запускать таргет и рассылки в директ с акцентом на подарок преподавателю, или учащимся.
- Если вектор - предприятия, то эффективнее будет рекламная рассылка по электронной почте. Акцент - подарки руководителям и коллегам.
- У вас классные работы, продажи поднимутся если подготовить аккаунт и запустить таргет и / или рекламу в местных пабликах. Но без подготовки аккаунта, это будет слив бюджета.
- Также, присмотритесь к маркетплейсам. Там тоже можно реализовать ваши работы.



Напишите мне, если возникнут вопросы. Чем смогу, помогу :)

Также, напишите, мне в сообщения, пожалуйста отзыв о разборе. Я недавно отучилась, отзывы очень важны!

ПРИЛОЖЕНИЕ. ВАРИАНТ ШАПКИ ПРОФИЛЯ 1



ПРИЛОЖЕНИЕ. ВАРИАНТ ШАПКИ ПРОФИЛЯ 2

