

**КАК ЭТО
РАБОТАЕТ
В РОССИИ**

ПЕТР ПЛОСКОВ

СИЛА INSTAGRAM

ПРОСТОЙ ПУТЬ К МИЛЛИОНУ ПОДПИСЧИКОВ

БОМБОРА™

Москва 2018

УДК 004.738.5
ББК 32.973.202
ПЗ9

Плосков, Петр Андреевич.

ПЗ9 **Сила Instagram. Простой путь к миллиону подписчиков / Петр Плосков.** — Москва : Эксмо, 2018. — 240 с. — (Бизнес. Как это работает в России).

ISBN 978-5-04-090485-3

Instagram сегодня — самая популярная и удобная площадка, с помощью которой можно стать действительно знаменитым. Петр Плосков — Instagram-продюсер № 1 в России, занимающийся продвижением Дмитрия Маликова, Натальи Рудовой, Марии Миногаровой, Иды Галич, Ольги Медынич, Ники Вайпер и других знаменитостей с миллионными аудиториями. В своей книге Петр рассказывает обо всем, что необходимо знать, чтобы стать следующей звездой.

УДК 004.738.5
ББК 32.973.202

ISBN 978-5-04-090485-3

© Текст. Плосков П., 2018
© Оформление. ООО «Издательство
«Эксмо», 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	7
-------------------	---

Часть первая НАЧАЛО РАБОТЫ

Глава 1. Прежде чем стартовать	13
Глава 2. Почему вы должны быть активны в Instagram прямо сейчас	26
Глава 3. Каким нужно быть, чтобы стать популярным в Instagram	34
Глава 4. На старт!	62

Часть вторая ЧТО НУЖНО ДЕЛАТЬ

Глава 5. Частые ошибки на старте	75
Глава 6. Оформление аккаунта	79
Глава 7. Видеоэра в Instagram	92
Глава 8. Что еще постить в ленте?	115
Глава 9. Stories и все, что с ними связано	134
Глава 10. Ваш инструментарий	149

Часть третья
ПРОДВИЖЕНИЕ

Глава 11. Варианты продвижения	169
Глава 12. Как не слить бюджет.	198
Глава 13. Instagram как источник дохода.	203
Заключение	235
Благодарности	236

ПРЕДИСЛОВИЕ

Я до сих пор помню первые фотографии, загруженные в мой Instagram. Это была съемка Настасьи Самбурской для журнала — не скажу уже для какого. Настасья просто сидит на мейк апе, и я делаю фото. Она все время повторяла: «Зачем мне это надо? Петя, отстань, у меня хорошо прокачанная страница «ВКонтакте», группа подписчиков».

«Не единственным «ВКонтакте» живы! Давай попробуем новую историю — Instagram!» И интуиция меня не подвела.

Почему эта книга про Instagram? Эта площадка еще развивается, идет только вверх и максимально адаптируется под свою аудиторию, под своих подписчиков, ловит момент. Аналитики Instagram очень четко следят за интересом к приложению. На начало 2018 года количество пользователей Instagram составляет больше 1 миллиарда человек, из которых 25 миллионов — в России, и эта цифра непрерывно растет. Сегодня Instagram максимально адаптируется под интересы пользователей. Когда разработчики видят, что к чему-то тухнет интерес — например, к фотографиям, — они сразу же запускают возможность выложить видео дли-

ной 15 секунд. Когда понимают, что такие видео изжили себя, — запускают видео на минуту, Stories, прямые эфиры. Сейчас Stories — это более 50% всего контента Instagram (это, опять же, данные за 2018 год официального сообщества Instagram). То есть они настолько круто подогревают интерес, что Instagram сейчас — это площадка номер один среди мобильных приложений, как минимум — в России, как максимум — в мире!

И вот однажды мне позвонил издатель и предложил написать книгу. Это важный момент: не я пришел к издателю, а издатель ко мне! Я согласился, потому что даю мастер-классы по всей стране и мне есть что рассказать. Хотя моя основная деятельность — это все-таки продвижение и руководство крупным продюсерским центром, о котором расскажу позже.

Но мои мастер-классы проходят не так часто и рассчитаны на ограниченное число слушателей. За десяток мастер-классов и встреч с ребятами, которые интересуются площадкой Instagram, жизнью продакшена или созданием персонального бренда, мне задали огромное количество вопросов. В этой книге хотелось бы ответить сразу на все. Сделать такой Q&A — Question and Answer («Вопрос — ответ»), или, как еще говорят, FAQ — Frequently Asked Questions («Часто задаваемые вопросы»). У нас в стране практически нет профессиональной литературы на эту тему. Есть, конечно, единичные исследователи или бизнесмены, пишущие об этом, но это взгляд со стороны. У меня есть результаты, и они говорят сами за себя. Каждый десятый популярный пост в российском Instagram так или иначе связан с моим продакшеном.

В первую очередь, моя книга поможет читателям определиться, надо им это вообще или нет, будут ли они в этот ад влезать. На первый взгляд, все выглядит очень просто, поэтому многие сейчас мечтают стать популярными блогерами: каждое второе письмо на мою почту или комментарий — именно об этом. В школах проводятся опросы «Кем вы хотите стать?», и молодое поколение дружно отвечает: «Блогером!». Я расскажу вам подробнее об этом мире:



кто такой блогер в Instagram, зачем это надо, как к этому прийти, как построить свой персональный бренд, привлечь внимание, открыть свой Instagram-магазин. Главное, помните: если захотеть, то возможно все!

В наше время нельзя стать популярным, не будучи при этом на виду. Так что смелее входите в эту сеть! Если вам есть что сказать — вас услышат. Если есть что показать — вас увидят. Эта книга поможет добиться результата, избавит от множества ошибок и предостережет от подводных камней. Читайте и занимайте свое место под солнцем, имя которому Instagram.

ЧАСТЬ ПЕРВАЯ
НАЧАЛО РАБОТЫ

ГЛАВА 1

ПРЕЖДЕ ЧЕМ СТАРТОВАТЬ

Моя история

Прежде чем перейти к основной части книги, расскажу немного о себе. Это поможет вам лучше понять, почему в тех или иных ситуациях я принимал определенные решения. Начну с самого начала: откуда я, мои корни, как вообще началась эта история. Я родился в Тюмени и горжусь тем, что я сибиряк. Мое первое образование — специализация в различных сферах межгосударственных связей (международные отношения), это в дальнейшем мне помогло. Я очень рано начал работать — лет с четырнадцати, пытался быть максимально независимым от своей семьи, от родителей.

После школы я поступил «на бюджет» и сразу выделился среди однокурсников. Курсе на втором меня пригласили в Торгово-промышленную палату Тюменской области, потому что я всегда был парнем, который всех выручает: нужно было встретить в аэропорту какую-нибудь иностранную делегацию — я тут же несся, благо хорошо владею английским языком. Всегда помогал руководству вуза, и в благодарность

ректорат дал мне хорошую характеристику. По запросу Торгово-промышленной палаты Тюменской области: «Мы хотим человека, который будет заниматься международными отношениями!». Так я поступил на должность менеджера отдела внешних связей.

Мы занимались международной деятельностью в регионе: государственные контракты, выставки, ярмарки — фронт работ огромный! Но я справлялся и хорошо проявил себя в ТПП. Уже на третьем курсе стал начальником отдела внешних связей, у меня был целый штат сотрудников. А на четвертом возглавил департамент внешнеэкономической деятельности, состоявший из двух отделов: внешних связей и выставочно-ярмарочной деятельности.

Мы ездили по всему миру и принимали международные делегации, устраивали огромные выставки, инициировали подписание соглашений о сотрудничестве. В общем, я вел очень активную профессиональную деятельность, за что получил от правительства области грамоту за вклад в международные отношения и инвестиционный потенциал региона. Все это, естественно, не прошло незамеченным для руководства области, и мне предложили стать консультантом по международным отношениям при директоре департамента инвестиционной политики и государственной поддержки предпринимательства Тюменской области.

В 2008 году я переехал в Черногорию. У меня всегда была мечта пожить на море. Пять инвесторов решили открыть строительную компанию на побережье Средиземного моря, а меня пригласили на должность исполнительного

директора. В компании я работал два с половиной года. После этого был еще год в правительстве Республики Сербия. Там я поступил «на бюджет» в Британскую школу экономики (London School of Commerce) на специальность «международное управление бизнесом». В процессе обучения во мне зародились первые ростки продюсерского мышления. На одном из курсов по маркетингу, помимо рассмотрения крупнейших брендов (таких, как Apple и Coca-Cola), мы углубились в разбор кейса поп-певицы Мадонны. У меня это вызвало дикий интерес, пришло осознание, что из человека также можно сделать бренд, сильный бренд на многие годы.

Каким образом я оказался в Москве? Мне поступило предложение возглавить департамент маркетинга международного логистического холдинга AsstrA с главным офисом в Москве. Так я перебрался в столицу.

Я давно знал Настасью Самбурскую @samburskaya и, переехав в Москву, решил сделать из нее бренд, как учили в Британской школе. Я хотел попробовать что-то новое для собственного развития, не погрязнуть в бумажках и, наконец, помочь Настасье встать на ноги. Мне было дико интересно, смогу ли я так же, как рассказывали тогда в Британской школе, сделать бренд из персоны. Это был 2013 год, и Настасью уже утвердили на главную роль второго сезона популярного в стране сериала «Универ» на канале ТНТ. Несмотря на то что Настасья идеально подходила на роль Кристины, ей пришлось столкнуться с огромными трудностями. Она проходила кастинг за кастингом, но ее не хотели утверждать, потому