

*Стрельцова Маргарита Эдуардовна*

*Студент*

*2 курс, направление «нефтегазовое дело»*

*Астраханский государственный*

*технический университет*

*Россия, г. Астрахань*

*Немчинова Анна Леонидовна*

*Кандидат философских наук*

*Астраханский государственный*

*технический университет*

*Россия, г. Астрахань*

## **БИЗНЕС В INSTAGRAM. ЯРКИЕ ПРИМЕРЫ И ПРИЧИНЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА**

*Аннотация:* В данной статье мы рассматриваем такие понятия как реклама в Instagram, таргетированная реклама, развитие бизнеса и развитие личный страницы и последующий заработок на это. Примером развития личного бренда является никто иная как Александра Митрошина - одна из самых первых блогеров российского Instagram. В статье описан путь развития Александры и виды ее заработка. Так же мы рассмотрели понятие таргета на примере танцевальной студии «Inside you». Мы предоставили данные по покупаемой рекламе у Instagram, проанализировали их, выявили стоимость какого покупателя и высчитали один из важнейших показателей - конверсию. Было проведено личное исследование между студентами Астраханского государственного технического университета: ведут ли студенты страницы в Instagram, связывают ли они это с бизнесом и хотели бы они получать прибыли от Instagram.

**Ключевые слова:** *Instagram, таргет, блог, реклама, Александра Митрошина, продвижение, вебинар, гив.*

**Annotation:** *In this article, we will look at such concepts as advertising on Instagram, targeted advertising, business development and personal page development and subsequent earnings for this. An example of the development of a personal brand is none other than Alexandra Mitroshina, one of the very first bloggers of Russian Instagram. The article describes the development path of Alexandra and the types of her earnings. We also considered the concept of target on the example of the dance studio "Inside you". We provided data on purchased ads from Instagram, analyzed them, identified the cost of which buyer, and calculated one of the most important indicators - conversion. Instagram Instagram was a personal study conducted between students of the Astrakhan State Technical University: whether the students of the village are on Instagram, whether they associate it with business and whether they would like to make a profit from Instagram.*

**Keywords:** *Instagram, target, blog, advertising, Alexandra Mitroshina, promotion, webinar, giv.*

Бизнес (англ. business — дело, занятие, предприятие) — деятельность, направленная на систематическое получение прибыли. Начиная с 2010 года, в жизни людей появилась такая социальная сеть, как Instagram, в которой можно было делиться только фотографиями с подписчиками. К 2021 году Instagram стал одной из самых популярных социальных сетей, и самой прибыльной социальной сетью. Instagram за 2017 год получил от глобальной рекламы около \$2,8 млрд. На данный момент через Instagram создается и работает огромное количество бизнесов. Одна из самых распространенных моделей бизнеса в Instagram – это блогерство. Блогер – человек, ведущий свой блог, выкладывающий посты и фотографии, делящийся своей жизнью. На данный момент в мире более 2 млрд. блогеров, мы рассмотрим одного из

самых ярких и успешных блогеров русскоязычного Instagram – Александра Митрошина.

В середине 2017 года совместно со своей коллегой, Александра Митрошина, запустила проект «Инсталогия». Инсталогия - это онлайн-школа, которая обучает правильному ведению Instagram, с целью увеличения числа подписчиков и прибыли. Цена за курс тогда составляла 2 000 рублей. В первой обучающейся группе было 60-70 человек. В итоге заработок составил - 120 000-140 000 рублей. В дальнейшем цена за курсы только повышалась. В проект внедрили вебинары, улучшали лекции, ввели разборы профилей учеников. Спустя некоторое время количество подписчиков возросло до 200.000. На данном этапе заработок Александры составлял - 150 000 тыс. рублей с Instagram и 150 000 тыс. рублей с Инсталогии.

Весна 2018 года, Александра начала проводить вебинары по рекламе в Instagram. До этого она делала личные консультации за 4 000-5 000 тыс. рублей, но это занимало много сил и времени. Стоимость вебинара у Александры составляла - 1 000 рублей, 300 человек оплатили участие. Заработано было - 300 000 тыс. рублей.

Одновременно с вебинарами росла и цена за посты и сториз в Instagram. Сейчас цена за рекламный пост в Instagram у Митрошиной составляет от 200 000 тыс. рублей, а сториз – от 50 000 тыс. рублей.

Летом 2018 год Александра начинает проводить гивы и марафоны для своего канала. За проведения первого гива было заработано 500 000 тыс. рублей. Потом юная блогерша начала проводить гивы для других блогеров, что значительно увеличило доход. В самые прибыльные месяцы выходило до 2 000 000 млн. рублей.

На данный момент самым успешным и прибыльным проектом Митрошиной является Инсталогия 2.0 – этот проект принес ей и ее партнерам с вычетом возвратов и комиссий 110.903.084 рублей, расходы составили 21.485.081 рублей, итого чистой прибыли мы получаем 89.418.003 рублей.

Но это лишь один из способов заработка на Instagram. Еще одним вариантом является продвижение своей страницы через рекламу у блогеров и таргет, тем самым увеличивая свою аудиторию, привлекая новых клиентов.

Таргетированная реклама - один из видов онлайн рекламы, который нацелен на показ предложения, с учётом конкретной целевой аудитории (возраст, пол, место проживания, сходим интересы и запросы в интернете).

Для меня, как для постоянного и регулярного пользователя данной соц. сети, таргетированная реклама – один из способов узнать что-то новое, узнать об актуальных акциях и новостях, а также найти новые аккаунты, которые были бы мне интересны. В Instagram такая реклама представлена двумя типами: реклама в сторис, которая всплывает между историями аккаунтов, на которые вы подписаны, и реклама в самой ленте, где так же между постов от тех, за кем вы следите, возникают рекламные посты, которые подбираются под ваши запросы. В основном составляется из последних 20-30 запросов в интернете.

Примером данного способа продвижения может служить рекламная кампания школы танцев «Inside You». Данная школа запустила таргетированную рекламу, для привлечения новых клиентов и специалистов.

**Таблица 1**

**Данные о таргетированной рекламе студии «Inside You»**

|            | Рекламный бюджет (руб) | Клики (ВСЕ) | Стоимость клики (ВСЕ), руб. | Клики по ссылке | Стоимость клики по ссылке (руб) | CV стр | Количество ЛИДОВ | Цена за ЛИД (руб) |
|------------|------------------------|-------------|-----------------------------|-----------------|---------------------------------|--------|------------------|-------------------|
| 30.03.2021 | 2449,2                 | 53          | р.46,21                     | 32              | р.76,54                         | 43,75% | 14               | р.174,9           |
| 31.03.2021 | р.2 102                | 84          | р.25,02                     | 63              | р.33,36                         | 41,27% | 26               | р.80,8            |
| 01.04.2021 | р.3 397                | 102         | р.33,30                     | 56              | р.60,66                         | 37,50% | 21               | р.161,8           |
| 07.04.2021 | р.1 152                | 60          | р.19,19                     | 43              | р.26,78                         | 55,81% | 24               | р.48,0            |
| 08.04.2021 | р.1 330                | 107         | р.12,43                     | 71              | р.18,74                         | 61,97% | 44               | р.30,2            |
| 09.04.2021 | р.2 455                | 234         | р.10,49                     | 149             | р.16,48                         | 57,72% | 86               | р.28,5            |
| 10.04.2021 | р.4 091                | 444         | р.9,21                      | 265             | р.15,44                         | 50,57% | 134              | р.30,5            |
| 11.04.2021 | р.4 815                | 577         | р.8,34                      | 319             | р.15,09                         | 44,83% | 143              | р.33,7            |
| 12.04.2021 | р.5 576                | 524         | р.10,64                     | 286             | р.19,50                         | 49,65% | 142              | р.39,3            |
| 13.04.2021 | р.6 688                | 600         | р.11,15                     | 313             | р.21,37                         | 54,63% | 171              | р.39,1            |

Из таблицы мы можем увидеть: бюджет, количество переходов по

рекламе, количество купивших людей и самый важный показатель – конверсию (соотношение перешедших по рекламе к купившим продукт). Показатель конверсии и цена за ЛИД (цена, за одного покупателя) являются важнейшими в продвижении услуг какой-либо компании. За 10 дней рекламы было привлечено 805 клиентов, а общая конверсия составила 49,77% (среднеарифметическая конверсия за все дни). Таким образом, студия привлекла новых клиентов, повысив прибыли и конверсию в несколько раз.

Что же думают студенты Астраханского государственного технического университета о развитии бизнеса через Instagram? Был проведен опрос студентов в возрасте от 18 до 23 лет. Статистика показывает, что у 100% студентов есть личная страница в Instagram, но только 58,3% хотели бы зарабатывать в данной социальной сети, 66,7% опрошенных знают о такой возможности, однако именно бизнес свой хотят открыть и развивать 75% студентов университета и 91,7% утверждают, что развивали бы его через Instagram.

Для себя, я понимаю, что такая платформа, как Instagram, может принести большую прибыль, повысить доход в несколько раз, а также сделать человека известным. Так же через Instagram я смогу найти не только клиентов, но и сотрудников, как для офлайн, так и для онлайн бизнеса.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что Instagram является одной из самых популярных и выгодных площадок для продвижения и привлечения новых клиентов, хоть и требует для этого не малого бюджета.

#### **Использованные источники:**

1. Абдульманов С. Евангелист бизнеса. Рассказы о контент- маркетинге и бренд-журналистике. – М.: Манн, Иванов и Фербер – 2017. С 198 – 216.
2. Баксанский О.Е. Технологии манипуляции массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М. Ленанд – 2017. С 180 – 224.