**Точки касания с клиентом и результаты продвижения**

Без определенного взаимодействия с клиентом невозможны успешные продвижения и продажи. У различных компаний взаимодействие с потенциальным покупателем происходит на разных уровнях: от телевизионной рекламы до наружной, от еженедельной рассылки до упаковки продукции. Все это называется точками касания с клиентом.

Для компаний, работающих онлайн, одна из ключевых точек касания — это социальные сети. Сегодня недостаточно просто создать привлекательный сайт, запустить мощную рекламную компанию и ждать потока клиентов. Чтобы привлечь и удержать аудиторию, необходимо постоянно работать с ней, используя любые формы и ситуации: от фирменного стиля до вежливого и участливого общения сотрудников. Успешное взаимодействие — это не только разовая покупка, но и повышение репутации бренда, дальнейшее сотрудничество, положительный отзыв о компании и рекомендации знакомым.

Точки касания в Инстаграм

Взаимодействие с потенциальными клиентами в социальной сети Инстаграм — это подписка, лайки, комментарии, рассылка в директ. В зависимости от эмоций, которые точки касания вызывают, они делятся на положительные, нейтральные и отрицательные. Наша задача — нейтрализовать все отрицательные (например, клиент разочарован медленной доставкой товара и пишет гневный отзыв в комментариях) и вызвать как можно больше положительных (клиенту нравится, он заметил, отреагировал в позитивном ключе). Нейтральные реакции не вредят бизнесу (пользователь не заметил точку касания, прошел мимо), но и не улучшают его.

Рассмотрим каждую из точек касания с клиентом в Инстаграм подробнее.

Массфолловинг и масслайкинг

Массовый лайкинг и массовая подписка на пользователей (массфолловинг) были и остаются одними из эффективных и бюджетных инструментов. Подписываясь на пользователя, вы заставляете его обратить внимание на ваш профиль, на вашу продукцию или предложение. Он может не подписаться в ответ, но запомнить название бренда или даже приобрести продукцию. Подписываясь и лайкая посты пользователя, вы продолжаете ненавязчиво напоминать о себе.

Тут есть свои тонкости: подписываться на всех подряд бессмысленно и чревато блокировкой со стороны Инстаграма. Тратить время и силы впустую совершенно не оправданно, поэтому важно определиться с целевой аудиторией и выбирать в качестве подписок тех людей, кто действительно является потенциальными покупателями.

Пример неразборчивого массфолловинга: среди подписок аккаунта бара в Санкт-Петербурге пользователи из Испании, Голландии и т.д.

Комментарии

Оставлять комментарии в профили других пользователей, а также оперативно отвечать на их комментарии в своем — очень действенный способ завоевать положительную репутацию. Как ни странно, его часто игнорируют, в результате чего компании теряют значительную часть своей аудитории. Приветливый, вежливый ответ сразу делает вас ближе к пользователю и создает приятное впечатление о всей компании. Развернутый ответ заставляет поверить: обо мне тут действительно заботятся, мое мнение или вопрос важен, этой компании можно доверять. Правильный комментарий даже на негативный отзыв может значительно улучшить впечатление недовольного клиента.

Рассылки в директ

Все еще один из самых действенных инструментов продвижения, о котором часто забывают. Отправка приветственных сообщений, рассылка сообщений об актуальных акциях и распродажах не всегда приводит к дальнейшим заказам и покупкам из Инстаграм, но приближает вас к потенциальному покупателю, помогает заявить или напомнить о себе.

Сервисы для продвижения аккаунта

Использовать все вышеперечисленные инструменты крайне важно для успешного продвижения и вовлечения клиентов. Но заниматься этим вручную действительно довольно сложно и трудозатратно. Поэтому выгодно использовать специализированные сервисы и программы для масслайкинга, массфолловинга и других способов продвижения своего аккаунта Инстаграм. Рассмотрим подробнее один из наиболее популярных сервисов — Зенграм.

Взаимодействие с подписчиками с помощью Зенграм

Зенграм выгодно отличается от многих похожих сервисов тем, что «работает» только с настоящими пользователями. Если раньше все гнались за количеством подписчиков, то теперь больше интересуются качеством. Понятно, что боты и другие «мертвые» аккаунты не только не принесут никакой пользы вашей компании, но могут негативно повлиять на ранжирование ваших постов. Таким образом взаимодействие происходит только с живыми и платежеспособными пользователями, что в итоге дает хорошую вовлеченность.

Что предлагает сервис:

* подписка на пользователей строго из вашей целевой аудитории (она может определяться полом, возрастом, геолокацией, хештегам и т.д.);
* комментарии и лайки к постам ваших подписчиков;
* ответы на комментарии к вашим постам;
* рассылка сообщений в директе новым или старым подписчикам;
* автоматическая отписка от неактивных аккаунтов.

Все инструменты можно настроить по собственному желанию. Например, ставить взаимные лайки или лайки только к последнему посту, отключить автоматическую отписку или внести важные аккаунты в белый список. Можно использовать уже готовый текст сообщения для директа (есть несколько шаблонов) и комментариев или составить свой. Также есть возможность установите фильтр по языку, количеству постов или количеству подписок.

Когда будет результат

Первые результаты использования сервиса можно увидеть уже в первые пару недель продвижения, иногда — раньше, уже в течение бесплатного тестового 7-дневного периода.

Для начала разработчики не рекомендует ставить слишком высокую скорость работы, особенно, если у вас новый аккаунт. Это необходимо, чтобы избежать санкций со стороны Instagram в виде блокировки за чрезмерную активность в профиле.

Тем не менее добившись определенных результатов продвижения, не стоит пускать аккаунт на самотек. Интерес и активность подписчиков необходимо регулярно поддерживать. Для этого используются не только комментарии и лайки, но другие важные способы продвижения: конкурсы, розыгрыши, марафоны, прямые эфиры.

Не ждите, когда клиент сам напишет или сделает заказ. Работайте с лидами: отправляйте ненавязчивые рассылки с рассказом об интересных предложениях, акциях, скидках. Будьте не слишком формальны, добавьте немного чувства, чтобы расположить человека к себе и сделать его более лояльным. Заинтересовывайте и продавайте, пока это раньше вас не сделали конкуренты.

https://zengram.ru/blog/post/tochki-kasanija-s-klientom-i-rezultati-prodvizhenija