

Анализ целевой аудитории

- Ваша основная целевая аудитория: женщины и мужчины в возрасте от 35 до 44 лет, также страница может быть интересна женщинам и мужчинам в возрасте от 25 до 34 лет.
- Семейное положение: не женат/не замужем, встречаюсь, помолвлен (а), влюблен(а), женат/замужем, все сложно, в активном поиске.
- Основной регион: г. Мелитополь, Запорожская обл.
- Интересы: активный образ жизни, активный отдых, спорт, велоспорт, экстрим, велосипеды, велоэкипировка, аксессуары и комплектующие для велосипедов.
- Целевое предназначение покупки: на подарок, для себя.
- Боли Вашей ЦА: наличие товара, скорость доставки, качество обслуживания.
- Потребности Вашей ЦА: гарантия, возврат, не завышенная стоимость, безопасность, удобство и внешний вид товара.

Анализ подписчиков

- Количество подписчиков на сегодняшний день: 88,4к.
- Подписчикам практически не видны публикации в ленте.
- Активность поклонников очень низкая:
 - показатель уровня вовлеченности аудитории (ER) в день на один пост 0,53%;
 - уровень привлекательности (LR) - количество лайков в пересчете на размер аудитории 0,54%;
 - уровень общительности (TR) - количество комментариев в пересчете на размер аудитории 0,01%.

Есть 2 главных фактора снижения вовлеченности в профилях Instagram:

- Снижение качества аудитории профиля (например, накрутка ботов, большое количество массфоловеров, которые попросту не видят ваш контент).
- Ваш контент стал хуже по качеству или приелся подписчикам.






В Вашем случае это первый вариант. Рекомендую для поднятия вовлеченности и общего показа Ваших постов в ленте пользователей почистить аккаунт от ботов, массфоловеров и коммерческих аккаунтов. Для этого нужно блокировать пользователей, у которых большое количество подписок.

Анализ оформления

- На главном фото страницы чётко видно название и логотип.
- Имя пользователя соответствует названию магазина, поэтому его легко найти.
- В имени используется ключевой запрос, что однозначно плюс.
- Категория страницы на данный момент выбрана очень обобщенная «Спорт и досуг». Рекомендую указать «Магазин велосипедов».
- В описании используется лишь пара ключевых слов «веломагазин» и «Сервисный центр». Второй же не активен, так как он написан слитно со смайлом.
- Номер телефона в описании не поместился, лучше убрать. Тем более при нажатии кнопки «Позвонить» каждый может его посмотреть.
- В графу сайт рекомендую добавить ссылку на Ваш интернет-магазин.
- Очень много Stories Highlights, однотипные и не привлекательные обложки. Рекомендую фирменные обложки и несколько тем для Highlights, к примеру: «О нас», «Отзывы», «Скидки/Акции», «Велосипеды» «Комплекующие», «Аксессуары».

Рекомендуемое описание аккаунта:

Специализированный веломагазин 🚲

 Сервисный центр
 Велоаксессуары
 Велокомплектующие
 Велозапчасти
 Велозекипировка

Доставка по Украине 🇺🇦

Анализ публикаций

- Все типы контента присутствуют (коммерческий, вовлекающий, информационный и развлекательный).
- Фотокарточки к публикациям не всегда качественные и прямоугольные, а для Instagram стоит использовать квадратные.
- В одной публикации затрагивается более чем одна тема.
- Хэштеги присутствуют. Есть несколько фирменных хэштегов.
- Наиболее интересующие ваших подписчиков хэштеги, из тех, что вы употребляете: #подборвелосипеда, #лыжныеочки, #VELOочки, #детскийфэтбайк, #VELOотдых, #велорюкзак, #VELOпробег, #рюкзак, #VELOаксессуарымелитополь, #детскийшлем, #велоремонтмелитополь.
- В качестве геолокации к постам выбран Ваш магазин, что не позволяет охватить более широкую аудиторию.

Рекомендации к публикациям

- Количество публикаций для возобновления активности стоит чередовать (1-3 в день), чтобы подобрать оптимальный вариант.
- В каждой публикации необходимо использовать ключевые хэштеги (желательно разные, подходящие под тему поста): #купитьвелосипед, #велосипедмелитополь, #VELOмагазин, #велосипеды, #детскийвелосипед, #велосипедвналичи, #VELOаксессуары, #VELOкомплектующие, #VELOэкипировка, #VELOзапчасти, #VELOруль, #VELOочки, #VELOседло, #городскойвелосипед и др., также обязательно использование фирменного хэштега (одного достаточно), к примеру #VELOmaster.
- Хэштеги типа #поход #путешествие #доставкановойпочтой #смазка и др. лучше не использовать.
 - «поход» и «путешествие» являются примером популярных и обобщенных хэштегов. Пользователь переходящий по нему, не увидит Ваш пост, также он скорее всего не является Вашим потенциальным клиентом.
 - «доставкановойпочтой» не стоит употреблять, т.к. пользователи не ищут товары таким образом. Лучше использовать что-то вроде «купитьвелосипед» или «горныйвелосипед».
 - «смазка» не понятно для чего, таким образом Вы охватываете слишком большую аудиторию, которая не является для Вас целевой.
- Рекомендую в качестве геолокации к публикациям использовать популярные, возможно, тематические точки в вашем городе, и Мелитополь в целом.

- Тексты должны быть написаны доступным для пользователя языком, по возможности стоит избегать специфических терминов;
- Рекомендуемые рубрики для публикаций: товар недели, лайфхаки для велосипедистов, велоновости/новости велоспорта, акция/спец предложение, советы покупателю, удивительные факты.
- В одном посте раскрывать один вопрос. Слишком большие публикации лучше разделить.
- Задавая вопрос пользователю, давайте ему варианты ответов на выбор или упростите вопрос. К примеру, вместо «А Вы помните свой первый велосипед?», спросите «А в каком возрасте Вы впервые сели на велосипед?».
- Рекомендуемый фото/картинки: 1080×1080 px и соотношение 1:1.
- Для узнаваемости рекомендую создать индивидуальный дизайн или использовать брендинг фото.
- Оптимальная длина, дни и время для публикаций с учетом активности Ваших подписчиков:
 - длинные посты наиболее популярны, они пользуются спросом в ВТ и ПТ, а также ПН, СБ и ВС, лучшее время для их публикации 17 часов вечера, а также 15, 19 и 21.
 - средние посты менее популярны, они пользуются спросом в ПН, а также ВС, лучшее время для их публикации 19 часов вечера.
 - короткие посты не популярны.