12. Ukraine’s Tourism Industry is Showing Rapid Growth: Budget Revenues Increased by 61%. URL: https://visitukraine.today/blog/4027/ukraines-tourism-industry-is-showing-rapid-growth-budget-revenues-increased-by-61 (дата звернення: 04.03.2025).

13. Ukraine's Hotel Market: adapting to the realities of today and looking for new opportunities. URL: https://www.hospitalitynet.org/news/4122551.html (дата звернення: 04.03.2025).

Д. В. Майстренко,
здобувачка вищої освіти ОС «бакалавр», ФТМ;
Т. С. Чуніхіна,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу;
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ

INSTAGRAM STORIES В МАРКЕТИНГОВІЙ ВОРОНЦІ ПРОДАЖУ

Ви, ймовірно, розглядали використання Instagram для просування потенційних клієнтів у воронці продажів [1]. Завдяки інтерактивному формату, короткому терміну дії та широким можливостям персоналізації бренди можуть ефективно привертати увагу, взаємодіяти з аудиторією та стимулювати покупки [2].

Вирва продажів в Instagram – різновид традиційного маршруту користувача, де взаємодія з потенційним клієнтом відбувається через облікові записи в соціальній мережі. Візуально вона нагадує пісочний годинник: після здійснення покупки компанія продовжує взаємодію з клієнтом, залучаючи його до повторних придбань і зміцнюючи лояльність до бренду. Вирва складається з етапів: проінформованість, розгляд, дія, залучення та лояльність. На останніх етапах компанія стимулює відгуки й коментарі, що сприяє повторним продажам – мета полягає в залученні до наступної покупки 20% аудиторії [2].

Instagram Stories важливо для бізнесу. Функція Stories відкриває широкі можливості, що сприяють формуванню рішення покупців [1]. Історії можуть бути як інформативними, так і розважальними, дозволяючи компаніям залучати клієнтів, підвищувати впізнаваність бренду, зміцнювати довіру та зрештою збільшувати продажі [3].

В умовах зростання конкуренції в соціальних мережах ефективне використання Stories може стати справжньою конкурентною перевагою. Вони надають можливість швидко доносити ключову інформацію, демонструвати продукти та послуги, розповідати історію бренду та навіть ділитися закулісними моментами [3].

Налаштування воронки продажів в Instagram. Щоб збільшити охоплення в Instagram, важливо правильно оформити профіль, адже саме сюди заходять потенційні клієнти, щоб дізнатися більше про компанію. Опис має бути коротким, інформативним і містити заклик до дії. Варто додати брендові гештеги, контактні дані та актуальні сториз, що знайомлять із товарами чи послугами. Якщо бізнес представлений на кількох платформах, зручним рішенням стане мультипосилання [2].

Акаунт має виглядати гармонійно. Тобто, логін і назва повинні доповнювати одне одного, а аватар відповідати стилю сторінки. Для особистого блогу доречним буде портрет на світлому фоні, а для компанії – чіткий логотип. Актуальні сториз варто використовувати як візуальний архів, де можна розмістити інформацію про продукцію, відгуки, процес роботи, умови доставки й повернення, а також акції [2].

Контент має вибудовувати логічну воронку продажів, а саме залучати увагу, знайомити з пропозиціями та мотивувати до покупки. Для цього потрібно грамотно чергувати інформаційні та рекламні публікації [2].

Після підготовки профілю необхідно залучити цільову аудиторію, яка може стати потенційними клієнтами. Один із найефективніших методів – таргетована реклама в Instagram або через рекламний кабінет Meta, що дозволяє налаштувати показ оголошень саме для зацікавлених користувачів. Особливо добре працює відеоформат у стрічці, сториз та Reels [2].

Ще один спосіб – співпраця з блогерами. Важливо орієнтуватися не лише на кількість підписників, а й на рівень залученості їхньої аудиторії. Спільні проєкти, конкурси та активна взаємодія в коментарях допоможуть залучити нових користувачів [2].

Варто уникати штучних методів, таких як масфоловінг і маслайкінг, адже це може негативно вплинути на охоплення або призвести до блокування акаунту [2].

Щоб підштовхнути аудиторію до покупки, важливо зміцнити довіру та показати цінність продукту. Для цього варто розповісти про бренд, команду та унікальність товару, продемонструвати успішні кейси, публікувати реальні відгуки клієнтів і ділитися корисними порадами. [2]

Також ефективно працюють лід-магніти – безкоштовний корисний контент, як-от чеклісти чи майстер-класи. Головне – не тиснути на клієнта, а надати достатньо інформації, щоб він сам переконався у якості товару [2].

Перед запуском продажів слід перевірити, чи зручний шлях покупця: контактні дані мають бути доступними, кнопки для замовлення – помітними, а опис товару – зрозумілим. Також варто протестувати процес оформлення замовлення, щоб переконатися, що клієнтам легко здійснити покупку [2].

Після старту продажів необхідно аналізувати результати: оцінювати ефективність реклами, рівень конверсії та поведінку аудиторії. Якщо певні етапи працюють недостатньо добре, слід коригувати опис продукту, спрощувати процес купівлі, змінювати рекламні креативи та тестувати нові канали залучення клієнтів. Регулярна оптимізація допоможе збільшити ефективність продажів [2].

Основні підходи та правила ефективної взаємодії з аудиторією в Instagram Stories.

1. *Зосередьтеся на зрілих перспективах.* Instagram Stories найкраще підходять для залучення потенційних клієнтів у середині вашої воронки продажів [1]. Тобто, історії найкраще використовувати для націлювання на підписників, а не на нових користувачів, які не знайомі з вашим брендом. Історії зацікавлюють користувачів, які вже підписалися на вас, уважніше переглядати ваш контент і взаємодіяти з ним [4].

Щоб повноцінно впливати на цільову аудиторію, використовуйте чіткі повідомлення та прості приклади. Ваші читачі надаватимуть перевагу історіям, у яких інформація швидко та легко засвоюється [1].

2. *Регулярно створюйте нові історії для потенційних клієнтів.* Ви можете публікувати нові історії щодня або навіть кілька разів на день. Оскільки вони зникають через 24 години, вони не набриднуть вашим підписникам. Однак, завжди віддавайте перевагу якості, а не кількості. Не змушуйте себе публікувати історії, тому що кожна історія має додавати цінність. Пам'ятайте, що ваша аудиторія запам'ятає історії, які допомагають їм у повсякденному житті або викликають емоції [1].

3. *Пропонуйте навчальний контент.* Історії з порадами та хитрощами сприймаються краще. Вони найбільш ефективні, коли ви використовуєте чіткі, прості повідомлення та приклади [4]. Щоб просувати ваших потенційних клієнтів через послідовність купівлі, познайомте їх із новими способами використання ваших продуктів або послуг [1].

4. *Поєднайте свої історії в Instagram зі своїми маркетинговими кампаніями.* Ваші Instagram Stories мають відповідати розкладу вашої маркетингової кампанії. Щойно ви плануєте конкретну подію чи комунікацію (для запуску нової пропозиції чи просування нового продукту), ваші історії повинні наслідувати цей приклад. Стандартизуючи своє спілкування, ви доносите своє повідомлення до аудиторії [1].

5. *Закріпіть важливу інформацію з купівлі в актуальних сторіс.* Ваші історії можуть мати довгострокову маркетингову цінність. З метою просування ваших потенційних клієнтів через послідовність купівлі, не забудьте зберегти та закріпити вміст для підтримки прийняття рішень. Ці історії, заархівовані у верхній частині вашого профілю, привертають увагу ваших підписників [1].

6. *Відстежуйте вплив своїх історій.* Перевірте чи впливають ваші історії на продажі. *Час від часу перевіряйте, чи просуваєте потенційних клієнтів, які переглядають ваші історії, за допомогою різних технік:*

– Проаналізуйте відвідуваність із Instagram. Чи зросла вона після регулярного публікування історій для потенційних клієнтів?

– Перевірте кліки на історіях. Якщо у вас понад 10 000 підписників і доступна функція «свайпа», скільки людей переходить за посиланнями?

– Оцініть приватні повідомлення. Чи збільшилася їх кількість після публікації історій? Чи запитують клієнти додаткову інформацію про ваші продукти?

– Організуйте вебінар в Instagram. Анонсуйте його в історіях і проаналізуйте кількість глядачів у прямому ефірі [1].

Незалежно від типу і розміру бізнесу без Stories просування в Instagram буде менш ефективним. *Ідеї контенту для Instagram.*

1. Закулісся – показуйте процес створення товару чи надання послуг, демонструючи відкритість і людяність бренду.
2. Анонси – використовуйте Instagram для просування подій, запуску продуктів та акцій через афіші, відеозвернення або серії коротких роликів.
3. Новинки – демонструйте нові продукти через унікальну подачу: розпакування, тестування, ключові особливості.
4. Відгуки – діліться відгуками клієнтів або результатами «до/після», що підвищує довіру до бренду.
5. Розіграші – робіть процес вибору переможців прозорим, використовуючи відео та сервіси-рандомайзери.
6. Рішення проблем – показуйте, як ви реагуєте на запити клієнтів і покращуєте сервіс.
7. Опитування – залучайте аудиторію, дізнаючись їхні вподобання та тренди.
8. Запитання-відповідь – організовуйте інтерактиви для підвищення довіри та взаємодії.
9. Практичне використання – демонструйте, як ваш продукт змінює простір чи покращує життя клієнтів [5].

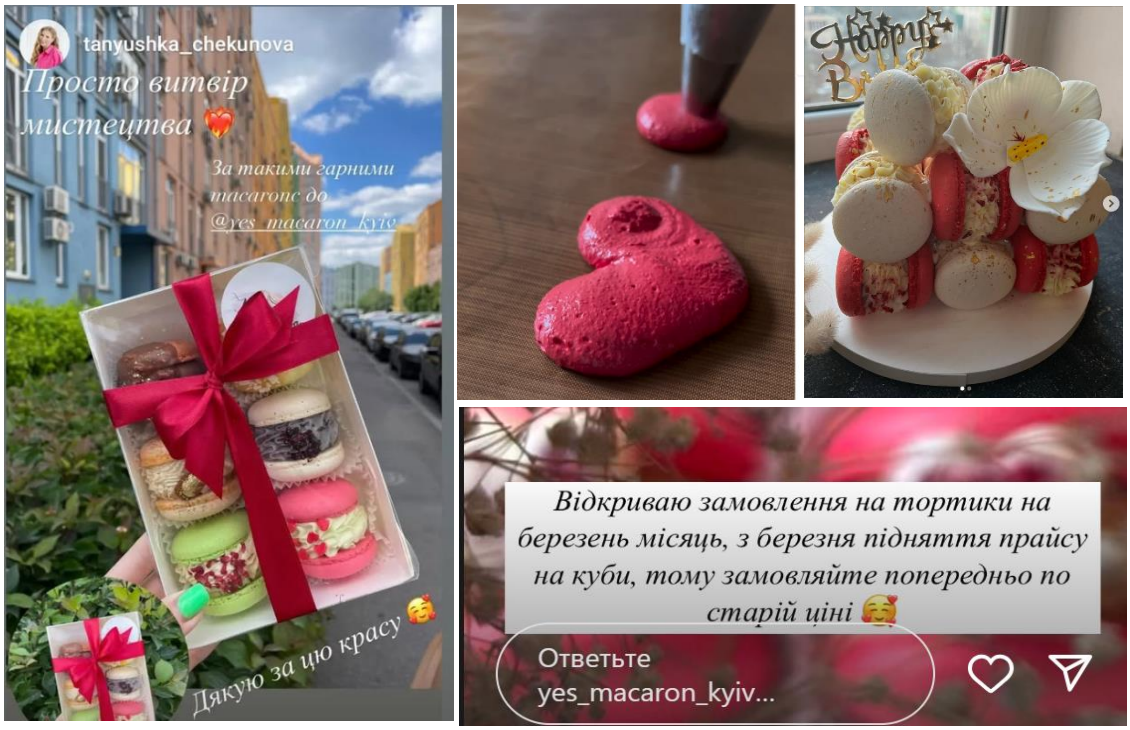


Рис.1 Приклад Stories в Instagram

Stories в Instagram – це потужний інструмент взаємодії, який не лише підвищує охоплення, а й безпосередньо впливає на конверсію. Завдяки короткому формату та інтерактивним можливостям, таким як опитування,

питання та посилання, Stories утримують увагу аудиторії та спонукають її до дії. Досвід глобальних брендів, зокрема LG, NASA та Huffington Post, підтверджує ефективність цього формату як у залученні нових клієнтів, так і в підтримці лояльності існуючих. Ба більше, органічне використання Stories мінімізує витрати, що робить їх доступним і вигідним інструментом у вирві продажів для бізнесів будь-якого масштабу [5].

Список використаних джерел

1. Benoit S. Comment intégrer les stories Instagram dans le parcours d'achat? URL: https://www.tobecommarketing.com/post/comment-integrer-les-stories-instagram -dans-le-parcours-d-achat (дата звернення: 17.03.2025).

2. Гузенко С., Майорова Н. Як налаштувати воронку продажів в Інстаграм у 2025 році. URL: https://elit-web.ua/blog/kak-nastroit-voronku-prodazh-v-instagram (дата звернення: 17.03.2025).

3. Dali-win. Stories в соціальних мережах: чому вони так важливі для бізнесу? URL: https://dalistrategies.com/ua/stories-v-soczialnyh-setyah-pochemu-oni-tak-vazhny-dlya-biznesa (дата звернення: 17.03.2025).

4. Futureinapps. Як використовувати історії Instagram у своїй воронці продажів. URL: https://futureinapps.com/en/blog/how-to-use-instagram-stories-in-your-sales-funnel (дата звернення: 17.03.2025).

5. AG. Marketing. Як використовувати Instagram Stories для просування бізнесу. URL: https://ag.marketing/blog/instagram-stories-dlya-prosuvannya-biznesu (дата звернення: 17.03.2025).