

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Іващук Антоніна Анатоліївна

«__» _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

СТВОРЕННЯ І ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ «ІНСТАГРАМ»
ВОРКБУКІВ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Виконавець: Кирієнко Юлія Вадимівна

Керівник: канд. іст. наук

Кулинич Олександра Іванівна

Нормоконтролер: канд. іст. наук

Кулинич Олександра Іванівна

Київ - 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ІНСТАГРАМ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ.....	7
1.1 SMM як не від’ємна частина для просування товару в мережі Інстаграм: підготовка сторінки, стратегії та рубрика тори.....	7
1.2. Інструменти, які необхідні для просування в обраній соціальній мережі.....	14
1.3. Просування Інстаграм-магазину за допомогою реклами, хештегів, геолокації та інших видів задля залучення аудиторії.....	16
Висновок до розділу 1.....	22
РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ ВОРКБУКІВ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....	26
2.1. Вивчення та аналіз матеріалів з яких створюватимуться воркбуки.....	26
2.2. Аналіз конкурентів цього продукту.....	29
2.3. Поетапний план створення навчальних матеріалів.....	37
Висновок до розділу 2.....	40
РОЗДІЛ 3. РОЗМІЩЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ВОРКБУКІВ В ІНСТАГРАМ.....	44

3.1. Створення сторінки з нуля до бізнес-акаунту.....	44
3.2. Оформлення й розміщення публікацій та історій, як візуальна складова для заохочення аудиторії.....	47
3.3. Організація заходів для залучення потенційних клієнтів	50
3.4. Аналіз отриманих результатів.....	52
Висновок до розділу 3.....	54
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	66
ДОДАТКИ.....	69

ВСТУП

Актуальність теми. Вивчення іноземних мов є важливою складовою культури та освіти кожної людини. Знання англійської мови є надзвичайно корисним для особистого та професійного розвитку, оскільки це міжнародна мова, що використовується для спілкування у різних галузях та країнах. Однак, у сучасному світі багато людей мають занадто зайнятий графік, що ускладнює можливість відвідування традиційних курсів англійської мови.

Таким чином, проєкт створення та просування воркбуків для вивчення англійської мови в Інстаграм є актуальним та важливим кроком у забезпеченні доступності та ефективності вивчення мови для широкої аудиторії. Інстаграм є однією з найпопулярніших соціальних мереж у світі, що забезпечує широку аудиторію для розповсюдження воркбуків. Крім того, вони можуть бути доступними для використання в будь-який час та в будь-якому місці, що дозволяє користувачам вчитися на власний розсуд.

У даній роботі буде розглянуто процес розробки воркбуків з англійської мови, що базуються на платформі Інстаграм, включаючи в себе розробку контенту, дизайну та функціональності. Крім того, буде проаналізовано ефективність проєкту та аналіз конкурентних пропозицій на ринку.

Метою дослідження є вивчення Інстаграму, як соціальна мережа, яка є ефективною для просування воркбуків для вивчення англійської мови, дослідження конкурентів у даній ніші, поетапний план створення робочих матеріалів та аналіз отриманих результатів.

Визначена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

1. Дослідити інструменти для просування товарів в Інстаграм.
2. Розробити поетапний план створення воркбуків по англомовним фільмам.
3. Проаналізувати конкурентне середовище та розробити стратегію просування воркбуків на платформі Інстаграм
4. Оцінити задоволеність та вподобання користувачів щодо воркбуків на основі збору й аналізу зворотнього зв'язку.

Об'єкт дослідження – просування освітніх товарів через соціальну мережу «Інстаграм».

Предметом дослідження є просування англомовних воркбуків, як додатковий освітній матеріал через соціальну мережу.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження становлять: системний аналіз щодо структури оформлення воркбуків для вивчення англійської мови, оформлення Інстаграму з нуля до бізнес-акаунту; порівняльний – щодо акантів, які просувають подібну нішу та створеної сторінки щодо візуального оформлення. Також були використані методи спостереження та індукції. Окрім цього, застосовувались спеціальні методи дослідження, такі як: контент-аналіз, контент-моніторинг тощо.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в розкритті покрокової інструкції щодо створення воркбуків по фільмам, які допоможуть вивчити англійську мову та розгляд процесу створення сторінки в Інстаграм з нуля, її просування безкоштовними методами.

Практичне значення одержаних результатів роботи полягає в тому, що результати дослідження можна використовувати в діяльності з створення воркбуків по фільмах для вивчення англійської мови та використання поетапного

плану створення сторінки в Інстаграм з нуля, шляхи привернення та залучення нової та нинішньої аудиторії.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлюються в Conference materials, the XVI Annual Scientific Student Conference – «Linguistic aspects of translation»; X Всесвітній конгрес «Авіація в XXI столітті – Безпека в авіації та космічні технології» - «Просування освітніх проєктів в Instagram»; XXII Міжнародна науково-практична конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки» - «Таргет в Tik Tok: особливості та тенденції».

Публікації. Основні положення дипломної роботи було викладено в публікаціях:

- Кириєнко Ю. В.Таргет в Tik Tok: особливості та тенденції // XXII Міжнародна науково-практична конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки».
- Kiriienko Yulia. Linguistic aspects of translation // Conference materials, the XVI Annual Scientific Student Conference.

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається із вступу, 3 розділів (10 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел – 32 і додатків. Загальний обсяг роботи становить 87сторінок, основний текст на 59 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ІНСТАГРАМ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ

1.1. SMM як не від’ємна частина для просування товару в мережі Інстаграм: підготовка сторінки, стратегії та рубрикатори

Інстаграм - це соціальна мережа, яка дозволяє користувачам ділитися фотографіями та відео, створювати і редагувати зображення, взаємодіяти з іншими користувачами та використовувати хештеги для пошуку та знаходження контенту. Історія заснування Інстаграму сягає 2010 року, коли Кевін Сістром та Майк Крігер створили додаток для обміну фотографіями між користувачами. Вже в наступному році він отримав понад мільйон завантажень і став доступним для користувачів iOS. Згодом Інстаграм став доступним на Android і веб-версії. [31, 7,101-105]

Сьогодні Інстаграм є однією з найпопулярніших соціальних мереж, з більш ніж мільярдом активних користувачів щомісяця. Під час реєстрації користувачі створюють свій профіль, де можуть додавати фотографії, відео, опис про себе та іншу інформацію. Крім того, користувачі можуть створювати "Історії", що є відео або фотографії, які зникають після 24 годин. Інстаграм також надає можливість взаємодії з іншими користувачами шляхом лайків, коментарів, приватних повідомлень і взаємопідписок. Крім того, використовуючи хештеги, користувачі можуть знайти контент на певну тему або приєднатися до групи за інтересами. Ще однією можливістю цієї соціальної мережі є бізнес-просування своїх продуктів та послуг за допомогою бізнес-акаунтів та інструментів, які дозволяють створювати таргетовану рекламу та відстежувати результати рекламної кампанії. Крім того, бізнес-акаунти мають можливість додавати контактні дані, розміщувати

відеоогляди та пропонувати продукти для покупки безпосередньо на платформі.[25]

Однією з найпопулярніших функцій є можливість редагувати фотографії та відео, додавати фільтри, налаштовувати кольорову гаму та розмір зображення. Це дозволяє користувачам створювати дивовижні та професійні зображення зі своїх мобільних пристроїв. Незважаючи на популярність Інстаграм, платформа має свої недоліки. Один з найбільших недоліків полягає в тому, що вона стала місцем для поширення фейків, міфів та неперевіреної інформації. Також відомо, що деякі користувачі використовують Інстаграм для булінгу, кіберзлочинності та інших злочинів. [5, 114-120]

Усе ж, Інстаграм залишається популярним серед користувачів, особливо серед молоді. Багато компаній та брендів також використовують Інстаграм для просування своїх продуктів та послуг. Платформа продовжує розвиватися та додавати нові функції, щоб задовольняти потреби своїх користувачів та партнерів.

Соціальні медіа стали одним із найбільш ефективних інструментів для просування товарів і послуг в Інтернеті. Інстаграм є однією з найпопулярніших платформ соціальних медіа з мільярдами користувачів по всьому світу. Один з найважливіших аспектів просування товарів на Інстаграм - це створення якісного контенту. Користувачі Інстаграм швидко переглядають фотографії та відео, тому їхня якість повинна бути максимально високою. Фотографії товарів мають бути привабливими та якісними, щоб зацікавити потенційних покупців. Також варто звернути увагу на рекламу в Інстаграм. Рекламні оголошення можуть бути спрямовані на певних користувачів, що дозволяє залучати нових клієнтів. Крім того, використання Інстаграм для просування товарів може допомогти зі збільшенням усвідомленості бренду. Розміщення фотографій та відео від імені бренду, рекламні кампанії та інші заходи можуть допомогти залучити нових

підписників та клієнтів. Ще одним важливим аспектом є аналіз результатів кампанії SMM. Інстаграм надає користувачам можливість переглядати статистику своєї сторінки, де можна побачити, скільки людей переглянули ваш контент, скільки нових підписників з'явилося та інші важливі показники. Аналіз цих даних може допомогти зрозуміти, що працює добре та що потребує покращення. [19, 20-22]

Наприкінці варто зазначити, що SMM - це важлива частина просування товарів в Інтернеті. Інстаграм може бути потужним інструментом для просування бренду та збільшення продажів, якщо використовувати його правильно. Варто пам'ятати, що успіх SMM залежить від багатьох факторів, таких як якість контенту, взаємодія з підписниками та аналіз результатів кампанії. Знаючи ці аспекти, компанії можуть створювати успішні кампанії SMM в Інстаграм та залучати нових клієнтів.

Одним з головних переваг SMM в Інстаграм є можливість залучення до бренду молоді аудиторії. Більшість користувачів цієї соціальної мережі - це молоді люди віком до 35 років. Тому, якщо ваш товар або послуга спрямовані на молодих людей, Інстаграм може бути ідеальною платформою для просування. Проте варто пам'ятати, що SMM на Інстаграм - це не швидкий спосіб залучення нових клієнтів. Це процес, який вимагає часу та зусиль для створення якісного контенту та взаємодії з аудиторією. Тому важливо мати терпіння та не очікувати миттєвих результатів. Нарешті, необхідною умовою успішного SMM на Інстаграм є постійний моніторинг результатів та аналіз ефективності стратегії. Важливо використовувати аналітичні інструменти для вимірювання показників ефективності, таких як кількість лайків, коментарів та підписників, та корегувати стратегію відповідно до отриманих даних. [14, 42-45]

Отже, SMM на Інстаграм є важливою частиною просування товару в мережі Інтернет. Використання правильної стратегії SMM на Інстаграм допомагає залучити нових клієнтів, збільшити залученість до бренду та підвищити продажі. Важливо мати на увазі, що успіх SMM в Інстаграм залежить від якості контенту, взаємодії з підписниками, використання правильних хештегів та проведення рекламних кампаній.

Інстаграм є однією з найпопулярніших соціальних мереж в світі, і він є потужним інструментом для розвитку бізнесу в онлайн-середовищі. За допомогою Інстаграму, підприємці можуть просувати свої товари та послуги, залучати нових клієнтів та розширювати своє підприємство. Отже, як підготувати сторінку в Інстаграм з нуля до бізнес-акаунту?

1. Реєстрація та налаштування профілю

Почати потрібно з реєстрації облікового запису в Інстаграм та налаштування профілю. При створенні профілю важливо вказати ім'я компанії або бренду, який ви представляєте, а також додати фотографію профілю, що відображає ваш бізнес. [1, 342-343]

2. Опис профілю

В описі профілю потрібно надати коротку інформацію про ваш бізнес, його пропозицію та унікальність. Також можна додати посилання на ваш веб-сайт або інші соціальні мережі, де ви присутні. [1, 342-343]

3. Контент

Для початку потрібно додати якнайбільше якісного контенту, що буде цікавим та корисним для вашої аудиторії. Візуальний контент має бути зрозумілим, зрізаним та звернутим до вашої цільової аудиторії. [1, 342-343]

4. Співпраця з іншими користувачами

Одним із способів залучення нових підписників є співпраця з іншими користувачами. Наприклад, ви можете проводити конкурси з іншими компаніями, залучати інфлюенсерів до свого бізнесу або проводити спільні акції з іншими брендами. [1, 342-343]

5. Використання хештегів

Хештеги - це ключові слова, які допомагають вам знайти цільову аудиторію та зробити ваш контент більш доступним для користувачів. Додавайте до своїх публікацій релевантні хештеги, які описують ваш бізнес та ваш контент. [1, 342-343]

6. Аналіз аудиторії та контенту

Важливо розуміти, яка аудиторія зацікавлена в вашому контенті та який контент найбільше працює для вашого бізнесу. Для цього можна використовувати інструменти аналізу аудиторії та статистики в Інстаграм, які допоможуть вам оптимізувати вашу стратегію в Інстаграм. [1, 342-343]

7. Використання інструментів для бізнесу

Інстаграм надає безліч інструментів для підприємців та брендів, які допомагають розширювати ваш бізнес. Наприклад, ви можете створювати рекламні кампанії, використовувати інструменти для продажів та моніторингу підписників, а також використовувати інструменти аналізу даних, щоб відстежувати ваш прогрес та розвиток в Інстаграм. [1, 342-343]

8. Розробка стратегії

Останнім етапом є розробка стратегії в Інстаграм. Ви повинні визначити свої мету та цілі в Інстаграм, а також встановити ключові метрики та показники

успішності. Наприклад, якщо ваша мета полягає в збільшенні продажів, ви можете встановити ціль на збільшення конверсії або збільшення кількості кліків на посилання до вашого веб-сайту. [1, 342-343]

Узагалі, підготовка сторінки в Інстаграм з нуля до бізнес-акаунту вимагає відповідальної роботи та великої уваги до деталей. Це може бути довгим та складним процесом, але він може значно поліпшити вашу присутність в Інстаграм та допомогти залучити нових клієнтів до вашого бізнесу. Підсумовуючи, основні кроки для підготовки сторінки в Інстаграм з нуля до бізнес-акаунту включають:

- вибір теми та стилю;
- створення привабливого контенту;
- регулярне публікування та взаємодія з аудиторією;
- використання хештегів
- аналіз аудиторії та контенту;
- використання інструментів для бізнесу;
- розробка стратегії.

Якщо дотримуватись цих кроків та стежитимете за успіхами вашої сторінки в Інстаграмі, то ви зможете залучити нових клієнтів до вашого бізнесу та збільшити його дохід.

Для того, щоб досягти успіху в Інстаграмі, компаніям потрібно мати ефективну стратегію, в якій використовуються різноманітні рубрикатори:

1. Історії (Stories)

Історії на Instagram можуть бути використані для показування за кадром моментів вашого бізнесу. Вони можуть містити фотографії та відео, які демонструють ваші продукти та послуги, а також процес їх створення. Крім того,

Історії можуть бути використані для проведення конкурсів та розіграшів, що допоможе залучити більше підписників. [18, 183-188]

2. Інфографіки (Infographics)

Інфографіки можуть бути використані для відображення статистики, даних та інформації про ваш бізнес. Вони можуть бути дуже корисними для вашої аудиторії, оскільки допомагають перетворити складну інформацію в просту та зрозумілу форму. Крім того, використання інфографік може підвищити взаємодію з вашим контентом, оскільки користувачі більше схильні поділитися та лайкати інформацію, яка їм подобається. [18, 183-188]

3. Контент-маркетинг (Content marketing)

Використання контент-маркетингу може бути ефективним способом просування бізнесу в Інстаграм. Це означає створення та публікацію вмісту, який не тільки рекламує ваші продукти та послуги, але і надає користувачам корисну інформацію. Наприклад, ви можете публікувати пости про вирішення проблем, з якими зіткнулися ваші клієнти, або про новітні тренди у вашій галузі. [18, 183-188]

4. Впливові особистості (Influencers)

Співпраця з впливовими особистостями може бути важливим інструментом для просування бізнесу в Інстаграм. Впливові особистості мають велику аудиторію, і їх рекомендації можуть допомогти привернути нових клієнтів до вашого бізнесу. Це може бути використано для проведення спільних конкурсів, публікації рекомендацій від впливових особистостей та інших спільних проєктів. [18, 183-188]

Отже, Інстаграм є ефективним інструментом для просування бізнесу в онлайн-середовищі, і використання різноманітних рубрикаторів може допомогти

підвищити ефективність вашої стратегії просування. Хештеги, історії, інфографіки, контент-маркетинг та співпраця з впливовими особистостями можуть допомогти збільшити свою аудиторію, підвищити взаємодію зі своїми підписниками та залучити нових клієнтів.

Однак, для досягнення успіху у просуванні вашого бізнесу в Інстаграм, важливо не тільки знати про різні рубрикатори, але й правильно їх використовувати. Наприклад, використання надто багатьох хештегів або публікація однотипного контенту може відлякувати ваших підписників. Тому, перед тим, як почати використовувати будь-який з рубрикаторів, важливо зробити дослідження та розробити стратегію просування, щоб максимально ефективно використовувати різні інструменти.

У цілому, використання різноманітних рубрикаторів для просування бізнесу в Інстаграм може бути ефективним способом залучення нових клієнтів та підвищення взаємодії з вашою аудиторією. Необхідно пам'ятати про правильне використання рубрикаторів та розроблення ефективної стратегії просування, щоб досягнути успіху у просуванні вашого бізнесу в Інстаграм.

1.2. Інструменти, які необхідні для просування в обраній соціальній мережі

Інстаграм - це одна з найпопулярніших соціальних мереж, яка має великий потенціал для бізнесу та особистого бренду. Але щоб ефективно використовувати цей ресурс, необхідно мати певні інструменти, які допоможуть досягти успіху:

1. Аналітика Інстаграму. Це офіційний інструмент, який надає корисну інформацію про ваші публікації, аудиторію та взаємодію з нею. Ви можете використовувати ці дані для покращення вашого контенту та стратегії;

2. Стеження за конкурентами. Щоб бути успішним в Інстаграм, вам потрібно знати, що роблять ваші конкуренти. Інструменти, такі як SEMrush та Social Blade, допоможуть вам відстежувати їх активність, зростання аудиторії та інші параметри;
3. Планувальник публікацій. Щоб зберегти час та забезпечити регулярність публікацій, вам потрібно мати інструмент, який дозволить вам планувати та автоматично публікувати ваш контент. Такі інструменти, як Later та Hootsuite, надають ці можливості;
4. Редагування фото та відео. Якщо ви хочете створювати якісний та привабливий контент, вам потрібно вміти редагувати фото та відео. Інструменти, такі як Adobe Photoshop, Canva та InShot, допоможуть вам зробити це;
5. Хештеги. Це інструмент, який допомагає вам знайти вашу цільову аудиторію. Ви можете використовувати дослідження ключових слів, щоб знайти найбільш ефективні хештеги для вашого контенту;
6. Інстаграм-використання інфлюенсерів. Інфлюенсер-маркетинг може бути дуже ефективним способом просування в Instagram. Інструменти, такі як Heepsy та Influencer.co, допоможуть вам знайти та співпрацювати з інфлюенсерами, які підходять для вашого бренду;
7. Використання реклами в Інстаграм. Реклама в Інстаграм може допомогти вам залучити нову аудиторію та збільшити свої продажі. Інструменти, такі як Facebook Ads Manager та Adspresso, допоможуть вам створити та запуснути ефективну рекламну кампанію в Інстаграм;
8. Конкурси та розіграші є чудовим способом залучити увагу до вашого бренду та збільшити взаємодію з вашою аудиторією. Інструменти, такі як Gleam та Rafflecopter, допоможуть вам створити та провести ефективний конкурс або розіграш;

9. Контент-планування. - це ключовий елемент ефективної стратегії просування в Інстаграм. Інструменти, такі як Trello та Asana, допоможуть вам створити та організувати ваш контент-план, щоб забезпечити його регулярність та якість. [11, 2-9]

Інстаграм - це потужний ресурс для бізнесу та особистого бренду, але щоб використовувати його ефективно, вам потрібно мати певні інструменти та знання. Використовуючи зазначені вище інструменти, ви можете покращити свій контент, залучити більше аудиторії та збільшити свій бренд в Instagram. Незалежно від того, який інструмент ви використовуєте, важливо пам'ятати про кілька критеріїв успіху в Інстаграм. Перш за все, важливо мати чітку стратегію та мету, що допоможе вам створити значущий та відмінний від інших контент. Друге, важливо мати сталу взаємодію з вашою аудиторією, відповідати на їхні запитання та коментарі, використовувати інструменти взаємодії, такі як опитування та запитання. Нарешті, важливо стежити за аналітикою, щоб оцінити ефективність вашого контенту та стратегії та змінювати їх при потребі.

В Інстаграм безперервно з'являється новий функціонал та інструменти, тому важливо стежити за оновленнями та експериментувати з новими можливостями. Це допоможе вам зберігати свій контент свіжим та відмінним від інших, а також привертати нову аудиторію. Попри те, які інструменти ви використовуєте, важливо залишатись творчим та автентичним, щоб ваш контент був цікавим та корисним для вашої аудиторії.

1.3. Просування Інстаграм-магазину за допомогою реклами, хештегів, геолокації та інших видів задля залучення аудиторії

У світі сучасних технологій та швидкого розвитку Інтернету, соціальні мережі стають все більш важливими для підприємств, які хочуть залучити нових клієнтів

та підтримувати старих. Однією з найпопулярніших соціальних мереж у світі є Instagram, де люди діляться фотографіями, відео та інформацією про своє життя та інтереси. Instagram також є чудовим інструментом для підприємств, які хочуть рекламувати свої товари та послуги, зокрема для магазинів, які хочуть залучити нових клієнтів та збільшити продажі. Просування Інстаграм-магазину за допомогою реклами - це важливий етап в розвитку будь-якого бізнесу в соціальній мережі. Для початку, магазин повинен мати профіль в Інстаграм зі створеним каталогом товарів, який дозволить клієнтам легко знайти та купити товари безпосередньо в соціальній мережі. Далі, магазин повинен використовувати ефективні методи реклами, які допоможуть залучити нових клієнтів та збільшити продажі.

Одним з найпоширеніших методів реклами в Інстаграм є створення рекламних постів на сторінці магазину. Рекламні пости повинні бути яскравими та привабливими, щоб залучити увагу клієнтів. Вони можуть містити зображення товарів, відео з оглядами товарів або зображення знаменитостей, які використовують товари магазину. [29]

В інструментарії Інстаграм є можливість налаштування таргетованої реклами, яка дозволяє показувати рекламні пости тільки тій аудиторії, яка має специфічні інтереси та поведінку. Наприклад, якщо магазин продає спортивне спорядження, рекламні пости можуть бути показані людям, які часто відвідують спортивні зали, займаються спортом, дивляться спортивні трансляції тощо. [28]

Крім таргетованої реклами, магазин також може використовувати інші інструменти реклами, такі як Інстаграм-сторіз та інстаграм-трансляції. Інстаграм-сторіз - це короткі відео або зображення, які з'являються зверху сторінки Instagram протягом 24 годин. Магазин може додавати історії, які показують нові товари, промоакції або захоплюючі інформаційні матеріали про свій бренд. Інстаграм-

трансляції - це відеострімінговий сервіс в Instagram, який дозволяє магазину зв'язуватися зі своїми клієнтами в реальному часі. Магазин може проводити трансляції, які показують процес створення товару, демонстрацію нових колекцій або відповіді на запитання клієнтів. [27]

Поміж інструментів реклами в Instagram є також і спеціальні формати оголошень, які дозволяють рекламодавцям використовувати більш креативні підходи до просування свого бізнесу. Наприклад, колажі, каруселі, відео-оголошення та інші формати. Використовуючи такі формати, магазин може створити привабливіші та більш цікаві оголошення, які легше привернуть увагу потенційних клієнтів.

Також, щоб дізнатися про ефективність рекламних кампаній, Інстаграм надає інструменти аналізу, які дозволяють рекламодавцям детально вивчати поведінку своєї цільової аудиторії, ефективність рекламних постів та кампаній, а також дізнатися про їх вплив на продажі та заробіток. За допомогою таких інструментів, магазин може відстежувати тенденції та реагувати на них, щоб покращувати свої рекламні кампанії та привертати більше клієнтів. [28]

Окрім цього, Інстаграм є платформою для співпраці з іншими брендами та впливовими особистостями. Інстаграм-магазин може використовувати спільні рекламні кампанії з іншими брендами або співпрацювати з впливовими особистостями, які мають велику аудиторію на платформі. Це може допомогти магазину залучити нових клієнтів та підвищити свою популярність серед цільової аудиторії.[28]

Запуск таргетованої реклами є ефективним інструментом для просування Інстаграм-сторінки та залучення нових підписників та клієнтів. Таргетована реклама дозволяє магазину зосередитися на своїй цільовій аудиторії та показувати рекламу лише тим користувачам, які можуть бути зацікавлені в їх продукції.

Першим кроком для запуску таргетованої реклами є визначення цільової аудиторії. Магазин повинен зрозуміти, хто є його потенційними клієнтами, вік, стать, інтереси, місце розташування та інші фактори, що впливають на їх поведінку в Instagramd. Це допоможе магазину показувати рекламу тільки тим користувачам, які можуть бути зацікавлені в їх продукції та послугах.

Другим кроком є створення рекламного контенту. Це може бути фото, відео, карусель чи інші формати. Важливо, щоб контент був привабливим та цікавим для цільової аудиторії. Магазин може використовувати свій власний контент або замовити його у професійного фотографа чи дизайнера.

Після створення рекламного контенту магазин може розпочати налаштування рекламної кампанії. Для цього потрібно обрати тип реклами, визначити бюджет, обрати час та період показу реклами. Також важливо вибрати формат реклами - фото, відео, карусель чи інші, залежно від типу продукції та інтересів цільової аудиторії. Для таргетування реклами в Інстаграм можна використовувати різні інструменти, наприклад, інструмент "Цільова аудиторія", який дозволяє вибрати аудиторію на основі різних критеріїв, таких як вік, стать, інтереси, місце розташування та інші. Також можна використовувати інструмент "Подібні аудиторії", який дозволяє залучити нових підписників та клієнтів на основі подібності їх інтересів з аудиторією магазину, яка вже існує. Для ефективної таргетованої реклами важливо враховувати розмір бюджету, який магазин готовий витратити на рекламу, та розмір цільової аудиторії. Наприклад, якщо магазин має обмежений бюджет, він може встановити максимальний розмір аудиторії для максимальної ефективності. Крім того, важливо вести моніторинг та аналізувати результати рекламної кампанії. Магазин може використовувати аналітичні інструменти Instagram для вивчення ефективності своєї реклами та визначення, що працює краще - тип контенту, тип реклами, цільова аудиторія та інші фактори.

[30]

У сучасному світі соціальних мереж, Інстаграм є однією з найпопулярніших та найбільш використовуваних платформ. Для бізнесу, що продає товари або послуги, Інстаграм може бути важливим інструментом для просування та залучення нових клієнтів. Один з найпотужніших інструментів просування Instagram - це хештеги. Хештеги є словами або фразами, які позначаються символом решітки (#) та використовуються для позначення теми або тематики контенту. Вони дозволяють збільшити охоплення вашого контенту, допомагають іншим користувачам знайти ваші пости та привертають увагу до вашого бренду. Для просування Інстаграм-магазину за допомогою хештегів, необхідно виконати кілька кроків. Першим кроком є підбір відповідних хештегів. Це можна зробити за допомогою різних інструментів, таких як розширення для браузера, які допомагають знайти найбільш популярні хештеги, що відповідають тематиці вашого магазину. Другим кроком є включення хештегів у пости. Кожен пост повинен містити декілька хештегів, які позначають тему вашого контенту. Це допомагає залучити увагу до вашого контенту та збільшити його охоплення. Третім кроком є використання хештегів у Stories та Reels. Ці функції дозволяють використовувати хештеги для просування вашого контенту та залучення нових клієнтів.

Крім цього, важливо створювати унікальні хештеги, які відображають ваш бренд та продукти. Це допоможе створити більш глибокий зв'язок між вашим брендом та користувачами. Окрім підбору та використання хештегів у ваших постах, також можна використовувати інші методи просування вашого Інстаграм-магазину. Наприклад, взаємодія зі своїми підписниками, співпраця з іншими брендами та блогерами, проведення конкурсів та акцій, оновлення сторінки магазину тощо. [28]

Важливо пам'ятати, що використання хештегів є лише однією зі складових успішного просування вашого Інстаграм -магазину. Необхідно також розробити

стратегію контенту, забезпечити якісне фото та відео, підбирати належні фільтри та ефекти, а також підтримувати активну взаємодію зі своїми клієнтами.

У підсумку, хештеги є потужним інструментом просування вашого Інстаграм-магазину. Правильний вибір та використання хештегів допоможе залучити увагу до вашого контенту та збільшити його охоплення, а також сприятиме підвищенню продажів та розширенню вашої аудиторії.

Геолокації на Інстаграм - це інструмент, який дозволяє додавати місцезнаходження до постів, історій та інших контенту, що ділиться користувачами. Користувачі можуть також переглядати контент, який був опублікований в певному місці, натиснувши на відповідну геомітку. Використання геолокацій дозволяє Інстаграм-магазинам залучати нових клієнтів та збільшувати продажі, оскільки користувачі можуть легко знайти магазин або бренд у своєму регіоні. Instagram дозволяє створювати геомітки для вашого бізнесу, які можуть бути використані у постах та історіях. Геомітка - це мітка, яка вказує на конкретне місце на карті та дозволяє користувачам знаходити контент, який був опублікований в цьому місці. Якщо ваш Інстаграм-магазин має фізичне місцезнаходження, створення геомітки може бути дуже корисним, оскільки користувачі можуть легко знайти ваш магазин на карті та отримати інформацію про його розташування та години роботи. [28]

Крім того, можна використовувати геолокації для співпраці з місцевими бізнесами та партнерами. Наприклад, якщо ваш Інстаграм-магазин продає продукти місцевих виробників, ви можете відмічати геолокацією місцезнаходження виробника, що дозволить користувачам легко знайти інші магазини та підтримати місцеві підприємства.

Узагалі, використання геолокацій на Інстаграм може бути дуже ефективним методом просування вашого Інстаграм -магазину. Цей інструмент дозволяє вам

залучати нових клієнтів та збільшувати продажі, а також сприяє підвищенню свідомості про ваш бренд у вашому регіоні. Не забувайте використовувати геомітки та хештеги, пов'язані з місцем вашого бізнесу, та співпрацювати зі впливовими особистостями, щоб максимально використати можливості, які надає Instagram.

Отже, просування Інстаграм -магазину може бути викликом для бізнесів у будь-якій сфері, але правильне використання різних інструментів мережі дозволяє залучати нових клієнтів та збільшувати продажі. Одним з ефективних методів є використання реклами на Інстаграмі, яка дозволяє вам докладно налаштувати таргетування своєї аудиторії та отримувати кращі результати від рекламних кампаній. Хештеги - це ще один важливий інструмент, який допомагає користувачам знайти ваш магазин за певною темою або ключовим словом. Крім того, використання геолокації дозволяє залучати нових клієнтів з вашого регіону, а також сприяє збільшенню свідомості про ваш бренд у вашому місцезнаходженні.

Правильне використання всіх цих інструментів може допомогти вам залучати нових клієнтів, підвищувати свідомість про ваш бренд та збільшувати продажі. Не забувайте, що важливо докладати зусиль та знайомитися з новими інструментами та технологіями, щоб залишатися конкурентоспроможними в інтернет-ринку.

Висновок до розділу 1

З огляду на те, що соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя багатьох людей, використання соціальних мереж для просування товарів є необхідним. Серед соціальних мереж, Інстаграм є однією з найбільш популярних, що дає можливість просувати товари на широку аудиторію. Для успішного просування товару на Інстаграм, необхідно підготувати сторінку з якісним

контентом, який приверне увагу потенційних клієнтів. Особлива увага повинна бути приділена фотографіям та відео, які повинні бути привабливими та відображати переваги товару.

Для досягнення успіху в просуванні товарів на Інстаграм, також необхідно розробити стратегію. Вона повинна включати в себе визначення цілей, аудиторії, формату контенту, розкладу публікацій та способів просування сторінки. Окрім цього, використання рубрикаторів може сприяти збільшенню ефективності просування товару на Інстаграм. Рубрикатори дають змогу класифікувати контент та спростити його пошук користувачами.

Просування в соціальних мережах є важливим елементом маркетингової стратегії бізнесу. Якщо плануєте просувати свій бізнес в обраній соціальній мережі, необхідно ознайомитися з найважливішими інструментами, які зможуть вам допомогти:

- аналітичні інструменти - для успішного просування у соціальних мережах необхідно знати свою аудиторію;
- контент-план - він дозволяє вам організувати свій контент та забезпечити постійне оновлення вашої сторінки;
- креативність та дизайн;
- взаємодія з аудиторією – для цього потрібно відповідати на запитання та коментарі, проводити опитування та забезпечувати взаємодію з вашими підписниками;
- рекламні інструменти;
- інструменти для аналізу конкурентів - допоможуть вам збирати інформацію про їхні публікації, аудиторію та рекламні кампанії;

- інструменти для автоматизації - допоможуть вам автоматизувати деякі процеси, такі як розклад публікацій, відповіді на коментарі та повідомлення, що збереже час та зробить просування більш ефективним.

Також варто зазначити, що успіх у соціальних мережах не досягається однією рекламною кампанією чи публікацією. Продуктивне просування в соціальних мережах вимагає постійної роботи над контентом, аналізу даних та взаємодії з аудиторією. Усі ці інструменти можна використовувати для просування товару на різних соціальних мережах, таких як «Instagram», «Facebook», «Twitter», «LinkedIn» та інші. Проте, кожна з цих платформ має свої особливості та формати контенту, тому варто розробляти індивідуальну стратегію просування для кожної з них.

Інстаграм-магазин став досить популярним інструментом для онлайн-продажів. Однак, щоб залучити до нього більше аудиторії та збільшити продажі, необхідно ефективно використовувати рекламу, хештеги, геолокацію та інші види просування. Реклама в Інстаграм може бути дуже ефективним інструментом для залучення нової аудиторії. Для цього необхідно створювати якісний контент та точно визначати цільову аудиторію. Реклама на Інстаграм має багато форматів, наприклад, фото, відео, карусель, історії, та інші. Також варто використовувати рекламні пікселі, які допоможуть відстежувати ефективність рекламної кампанії та оптимізувати її.

Хештеги можуть бути використані для залучення нової аудиторії до вашого магазину. Для цього необхідно використовувати хештеги, які відповідають тематиці вашого магазину та продукту. Важливо вибирати хештеги, які мають популярність у вашій цільовій аудиторії та є актуальними. Також можна використовувати власний хештег магазину, який допоможе зібрати усі публікації, пов'язані з вашим брендом, в одному місці.

Геолокація може бути використана для залучення аудиторії з конкретного регіону або міста. Це особливо корисно для локальних бізнесів, які хочуть залучати клієнтів з конкретного регіону. Для цього необхідно вказати геолокацію у своїх публікаціях та використовувати геофільтри в історіях, щоб залучити увагу користувачів, які перебувають у даній локації.

Додатковою можливістю для просування Instagram-магазину є використання впливових осіб та співпраці з ними. Впливові особи, які мають велику аудиторію та довіру своїх фоловерів, можуть рекомендувати ваші продукти та привернути нову аудиторію до вашого магазину. Важливо вибрати впливових осіб, які мають аудиторію, що відповідає вашій цільовій аудиторії.

Також важливо мати якісний контент у своєму магазині, який буде приваблювати аудиторію та залишати позитивне враження про ваш бренд. Використовуйте креативні зображення та відео, які демонструють ваші продукти та їх переваги. Додатково, можна використовувати історії та прямі ефіри для більш особистого спілкування з вашою аудиторією та взаємодії з нею.

Узагалі, просування Instagram-магазину вимагає комплексного підходу та використання різних інструментів та стратегій. Варто зосередитися на створенні якісного контенту, використанні реклами та хештегів, взаємодії з аудиторією та співпраці з впливовими особами. Важливо також визначити свою цільову аудиторію та взаємодіяти з нею, щоб збільшити продажі та залучити нову аудиторію до вашого бренду.

РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ ВОРКБУКІВ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

2.1. Вивчення та аналіз матеріалів з яких створюватимуться воркбуки

Воркбук - це зошит або підручник, який містить вправи та завдання для самостійного вивчення англійської мови. [32] Воркбуки є корисним інструментом для студентів, які хочуть покращити свої навички читання, письма, граматики та лексики. Воркбуки для вивчення англійської мови мають різноманітні завдання та вправи, які допомагають удосконалювати різні аспекти мови. Наприклад, у воркбуках можуть бути вправи на підвищення словникового запасу, на вивчення нових граматичних правил, на удосконалення навичок читання та розуміння аудіотекстів.

Окрім цього, воркбуки для вивчення англійської мови можуть містити ігри та тести, які допомагають виявити слабкі місця в знаннях мови та покращити їх. Наприклад, зошити можуть містити завдання з вибором правильної форми дієслова, заповнення пропусків в реченнях, читання текстів та відповіді на запитання до них. Воркбуки для вивчення англійської мови можуть бути використані як у класі під керівництвом вчителя, так і для самостійного вивчення. У класі вчителі можуть використовувати їх як додатковий матеріал для вивчення мови, а також як засіб контролю знань учнів. Для самостійного вивчення воркбуки можуть бути корисним інструментом для підтримки мотивації та допомоги учням вивчати мову у своєму темпі. [26]

Воркбуки для вивчення англійської мови можуть бути доступні як в друкованому вигляді, так і в електронному форматі. Електронні формати можуть

бути особливо корисними, оскільки вони дають можливість студентам працювати з ними на своєму комп'ютері, планшеті або смартфоні. Найбільш ефективно використання воркбуків полягає в тому, щоб використовувати їх регулярно і систематично. Студентам рекомендується працювати з зошитами протягом 20-30 хвилин щодня, щоб зміцнити свої знання та навички мови. Також важливо враховувати рівень воркбука, щоб вибрати той, який відповідає вашому рівню знань та може допомогти вам досягти певних цілей вивчення мови.

Паперові воркбуки можуть бути корисними для студентів, які бажають мати фізичний об'єкт для працювання, та для вчителів, які хочуть використовувати їх в класі для групової або індивідуальної роботи. Вони можуть мати різні формати, від стандартних зошитів до більш складних книг із завданнями різної складності.

Отже, воркбуки для вивчення англійської мови - це важливий інструмент для студентів, які хочуть покращити свої навички мови. Вони допомагають удосконалювати різні аспекти мови, включаючи граматику, лексику та навички читання та писання. Воркбуки можуть бути як паперові, так і електронні, і мають різноманітні завдання та вправи для покращення навичок мовлення, слухання, читання та письма.

Перед тим, як почати працювати з воркбуками, потрібно зрозуміти навіщо вивчати англійську в сучасному світі. Англійська мова є однією з найбільш поширених мов світу і має ключове значення в багатьох сферах життя. Ось декілька причин, чому вивчення англійської мови є важливим:

- кар'єрні можливості: знання англійської мови може допомогти знайти роботу в багатьох індустріях, особливо тих, що мають міжнародний аспект. Багато компаній вимагають знання англійської мови як обов'язкової вимоги для кандидатів на посади;

- комунікація: англійська мова є мовою міжнародного спілкування, що робить її незамінною для людей, які подорожують або працюють з міжнародними колегами, партнерами та клієнтами. Знання англійської мови може допомогти в ефективному спілкуванні та збільшенні можливостей для взаємодії з людьми з інших країн;
- навчання: більшість наукових досліджень та літератури написані англійською мовою, тому знання англійської мови може допомогти в здобутті нових знань та інформації;
- культура: багато культурних ресурсів, таких як книги, фільми, музика та телебачення, доступні англійською мовою. Знання англійської мови може допомогти краще розуміти та насолоджуватися цими ресурсами;
- особистість: вивчення англійської мови може допомогти розвивати мовленнєві та комунікативні навички, а також сприяти розумінню інших культур та підвищити рівень знань;
- можливості подорожувати: англійська мова є міжнародною мовою, що допомагає спілкуватися з людьми в будь-якій країні світу. Знання англійської мови може допомогти під час подорожей, зокрема при бронюванні готелів, купівлі квитків та спілкуванні з місцевими жителями. [26]

Воркбуки, які становлять основу магазину, який просуваємо, в основному складаються з лексичного матеріалу. Тобто він зосереджений на вивченні великої кількості слів. Розуміння лексики є важливим елементом комунікації, оскільки вона дозволяє розуміти та використовувати різні терміни та вислови в різних ситуаціях. Без достатнього словникового запасу, людина може мати труднощі з розумінням того, що говорять англомовні співрозмовники, та не зможе ефективно спілкуватися з ними.

Навчання лексики англійської мови допоможе покращити рівень розуміння мови та підвищити ефективність комунікації з англомовними співрозмовниками. Однак, важливо не забувати, що вивчення лексики повинно бути супроводжується вивченням інших аспектів англійської мови, таких як граматики та вимова. Тільки в такий спосіб можна досягти повної володіння англійською мовою. Саме тому окрім словникового запасу, за допомогою воркбуків можна вивчити або «підтягнути» граматику.

Отже, воркбуки для вивчення англійської мови є корисним інструментом для збільшення словникового запасу, покращення граматики та практикування навичок мовлення. Один із популярних підходів до створення воркбуків - використання фільмів. Це ефективний спосіб вивчення англійської мови, оскільки фільми не тільки допомагають розширити словниковий запас та покращити граматику, але й допомагають відчувати мову та культуру країни, де вона вживається.

Під час створення воркбуків на основі фільмів можна використовувати різні завдання, що допомагають закріпити знання та покращити навички. Ці завдання можуть бути включені в воркбук у вигляді запитань на розуміння діалогів, перекладу слів та фраз, практики прононсування та ін. Воркбуки можуть бути використані для самостійної роботи, або використовуватися в рамках групових занять з вивчення англійської мови. Використання воркбуків на основі фільмів може бути цікавим та ефективним способом вивчення англійської мови, який зробить процес навчання більш цікавим та захоплюючим.

2.2. Аналіз конкурентів цього продукту

В Інстаграм є безліч сторінок, які займаються продажем воркбуків по фільмах для вивчення англійської мови. Для успішного просування своєї сторінки

необхідно проаналізувати своїх конкурентів. Для цього ми відібрали три сторінки в Інстаграм для аналізу, але вони зовсім різні. Одна з них уже давно почала свою роботу і над нею працюють досі. Друга – на жаль, уже закинута сторінка. І третя – як на початковому етапі просування своєї продукції.

Для аналізу конкуруючих магазинів потрібно виконати такі кроки, як:

- активність їхніх підписників. Тобто слід подивитися публікації та вияснити, як часто вони коментують та лайкають фотографії, скільки людей взаємодіє з їх контентом та наскільки це є активним;
- дослідити їхні пости, та вияснити як часто вони їх поширюють, які теми обговорюють, які хештеги використовують та чи вживають їх взагалі. Також потрібно проаналізувати сам контент. Тобто які фотографії чи відео використовують, який там текст та які публікації найбільш є популярними (який використано текст, хештеги тощо);
- аналіз просування теж є важливим. Тобто слід вияснити який з підходів вони використовують, наприклад: знижки, конкурси, акції, подарунки;
- візуальна складова. Який дизайн у конкурентів на сторінці, який головний колір, якщо є;
- оцінити їхній бренд й унікальність. Як конкуренти представляють свій бренд в Інстаграм, як вони розрізняються від інших магазинів, що продають воркбуки. Якщо вони мають якусь унікальну особливість, таку як ексклюзивний контент або спеціальні пропозиції, то це може бути їхніми конкурентними перевагами.
- слабкі сторони. Тут потрібно оцініть, які проблеми в управлінні магазином у них є.

Перша сторінка, яку проаналізували – це @langlover.ua. Ім'я цього профілю є відповідним до того, що розміщено на цьому акаунті – «English Workbooks». В описі під цією сторінкою написано: «Вивчай англійську мову за фільмами з LangLover». А також там вказані посилання на сторінку засновниці та онлайн-школу.

Тематика: @langlover.ua – Інстаграм-магазин, в якому просуваються воркбуки для вивчення англійської мови. Робочі зошити створення для засвоєння як граматичного, так і лексичного матеріалу. Більшість цих матеріалів на основі різних фільмів.

Ідея: поширення воркбуків, які допоможуть легше та швидше засвоїти матеріал за допомогою різноманітних вправ.

Головним завданням @langlover.ua є донести аудиторії, що англійська мова не складна, особливо якщо її вивчати по їхнім воркбукам.

Візуальна концепція: відкривши їхню сторінку, одразу помічаєш, що головний колір їхнього магазину – блакитний. Він використаний на головному зображенні, в хайлайтсах та в публікаціях. (Додаток А) Ми вважаємо, це досить вдалий вибір, адже такий колір «не ріже» око. Він навпаки є заспокійливим. Зайшовши на сторінку, відразу розумієш, що тут вивчиш англійську мову спокійно, без переживань та клопоту.

Контент: публікації постяться доволі часто. Переглядаючи акаунт, помітила, що спершу кілька днів поспіль, потім приблизно днів чотири немає, далі публікації дві за тиждень і знову все спочатку. Вони не просто виставляють зображення воркбука, а й фотографують його з різних ракурсів і в різних місцях, а також є фото з засновницею школи та їхньої команди, що дає більше довіри, що сторінка не фейк і воркбуки дійсно існують уже виготовлені, але при цьому публікації не виглядають наляписто, а досить привабливо з основним кольором –

білий (Додаток Б). Середня кількість лайків 50-100 штук. Щодо коментарів, то під деякими постами їх немає, під іншими від 7 до 100. Також переглянула опис постів і дійшла висновку, що вони коротко і лаканічно пишуть опис до публікацій та зовсім не використовують хештеги. Щодо історій, то вони з'являються рідко, тоді, коли просувають новий товар.

Періодичність: публікації постяться доволі часто. Переглядаючи акаунт, помітила, що спершу кілька днів поспіль, потім приблизно днів чотири немає, далі публікації дві за тиждень і знову все спочатку.

Highlights: у них закріплені відгуки, асортимент збірників, які пропонують, співпраця з ними (тобто шукають викладачів для своєї школи, менеджерів), настільні ігри та наліпки (окрім воркбуків виготовляють такі цікаві методи для вивчення англійської мови), умови марафону та спосіб доставки. (Рис. 2.1)



Рис. 2.1. Закріплені highlights @langlover.ua

Про сторінку: цей акаунт має понад 26 тисяч підписників та 215 публікацій. Сторінку ведуть виключно українською мовою. Про своїх конкурентів дізналися завдяки своїм знайомим. Тобто сарафанне радіо також відіграє свою роль на збільшення аудиторії. Ніколи не помічали, щоб у них була запуснена таргетована реклама. Досить давно за ними слідкуємо і конкурсів не помічали. Зате під

публікаціями є знижки на їхню продукцію та іноді подарунки, в залежності від свята.

Отже, Інстаграм-магазин @langlover.ua – вдалий проєкт, який може успішно розвиватися і надалі, якщо дотримуватися візуального насичення сторінки, постити актуальні теми у публікаціях. Більшість акаунтів, які продають воркбуки для вивчення англійської мови по фільмах – створюють їх на основі лексичного матеріалу, то @langlover.ua розроблюють і граматичні робочі зошити. Це і є однією з унікальностей цієї сторінки. Також сюди можна віднести ще розробку настояних ігор та наліпок для вивчення англійської мови.

Наступний Інстаграм-магазин для аналізу обрали той, який на початкових етапах просування - @anglivos. Вони для свого магазину використали довге ім'я, але воно відповідає дійсності – «ВОРКБУКИ | англійська | РОЗРОБКИ для ВЧИТЕЛІВ». Відразу по самій назві можна зрозуміти цільову аудиторію – викладач, вчителі та репетитори. Щодо опису, то його ніби багато і є кілька рядків, які можна було не писати. Він звучить так: «З ANGLIVOS заговори як нейтів!», «Воркбуки, з якими не потрібний репетитор», «Гортай хайлайтс, щоб дізнатись більше», «приєднуйся до FREE челенджу».

Тематика: просування воркбуків для покращення англійської мови по різних темах, такі як: харчування, подорожі, дім.

Ідея: поширення воркбуків, які полегшать вивчення англійської мови за певними темами.

Завдання сторінки – це допомогти людям з вивченням англійської мови. Роблять вони це не лише завдяки контенту, який продають, а й виставляють різні відео, де можна вивчати слова.

Візуальна концепція: Щодо головно фото, то там зображено розгорнуту книгу, великими літерами написана назва сторінки і меншими «English workbooks». Highlights у них в синіх та білих кольорах. (Додаток В) Але вони оформлені не правильно. Якщо на іконці хайлайтсу написано відгук, то там де назва не потрібно писати це ж слово. Там є такі назви, які не поміщаються і їхню назву перебивають три крапки. (Рис. 2.2) Слід писати коротко. Краще, якщо назва довга, то розмістити її на зображенні іконки Highlights, а в назві написати щось інше, або якийсь смайлик. Публікації майже в одному поєднанні кольорів – синій з бежевим. (Додаток Г)



Рис. 2.2. Highlights @anglivos

Контент: ця сторінка створює воркбуки не по фільмах, а на теми, такі як: подорож, дім, їжа. Робочі зошити спрямовані для вивчення лексики. Це можна зрозуміти по опису під публікаціями. Також там вони розміщують хештеги, деякі з них повторюються під кожною публікацією, на якій зображений товар: «englishteacher», «workbook», «worksheet», «anglivos». Присутній не тільки контент, який продає, а й навчальний. Але аудиторію потрібно постійно «підігрівати», щоб вони не відписалися від вас. Зробити це можна завдяки новим публікаціям в історіях.

Періодичність: за спостереженнями, пости на сторінці з'являються приблизно один раз на тиждень.

Highlights: переглянувши їх, помітили такі рубрики, як: «відгуки», «в наявності», де зображені воркбуки, які в них є зараз, «WB подорожі» - воркбук

присвячений саме цій тематиці, «WB їжа», «знижки», «кооперації», «WB дім», «кому придбати».

Про сторінку: на даний період в @anglivos 147 підписників, хоч перша публікація розміщена 31 січня 2023 року. Загальна кількість постів становить цифру 15. Сторінку ведуть українською мовою, але деякі пости, там де нові слова, з'являються 50/50% з англійською.

Отже, Інстаграм-магазин @anglivos – є успішним проектом, якщо його розвивати і надалі. Єдине, що слід змінити, це опис Highlights та постійно постити нові історії, аби «підігрівати» аудиторію, щоб вони не відписалися.

Наступна сторінка в Інстаграмі, яку проаналізуємо – це закинута на цей момент - @your.english.workbooks. Ім'я профілю цього магазину відповідає дійсності – «Воркбуки до фільмів» і додали ще американський та британський прапори. Опис сторінки у них такий: «Дивимось улюблені фільми в оригіналі», «Вивчаємо англійську не напружуючись», «Знижка -10% на наступне замовлення за відмітку в stories». Перед цими фразами стоїть прапор Британії, що виглядає не наляписто. А також є їхня геолокаційна відмітка – «Odesa, UA».

Тематика: просування воркбуків по яким можна вивчати англійську мову та переглядати фрагменти з фільмів до відповідних вправ.

Ідея: поширення робочих зошитів, які покращують знання іноземною мовою.

Головна задача сторінки: залучити аудиторію вивчати англійську мову.

Візуальна концепція: головне зображення та Highlights розміщені за білому фоні, на якому ніби маркером м'ятого кольору замальовано трохи фон. І на цьому зображенні великими літерами із красивим шрифтом написані певні назви.(Додаток Д). Але щодо оформлення Highlights є зауваження. Їхня назва

надто велика і її частково перекривають три крапки (Рис. 2.3). Потрібно написати стисліше назву, або не писати її взагалі, оскільки це ж дублюється на зображенні Highlights, тільки англійською мовою. Щодо оформлення контенту, то тут не має конкретної кольорової гами. Але при цьому публікації виглядають гармонічно (Додаток Е)). У них на сторінці в постах не просто зображення з фільму чи мультфільму. По фото видно, що примірники роздруковані та в них всередині є вправи, адже є публікації воркбуків у розгорнутому вигляді.

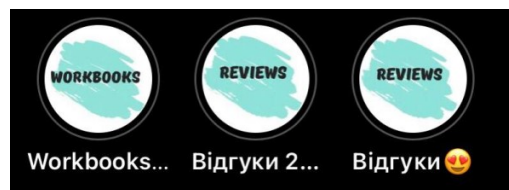


Рис. 2.3. Highlights @your.english.workbooks

Контент, який продає – саме такий опубліковано в @your.english.workbooks. Кількість лайків під публікаціями скрізь різна: на одних приблизно 100, на інших – 200. Коментарі присутні під кожною публікацією, приблизно – 10-20 штук. Хештегів під постами немає.

Періодичність: воркбуки на сторінці публікувалися спершу два рази на місяць: на початку та в кінці. Потім була пауза з 17 грудня 2021 року до 17 жовтня 2022 року. Після неї продовжили публікувати щотижня. 11 листопада 2021 року був поширений останній товар.

Highlights: на сторінці @your.english.workbooks їх всього три: «workbooks» - де зняті відео роздрукованих робочих зошитів; «Відгук» та «Відгук 2».

Про сторінку: вся сторінка велася українською мовою. Кількість підписників становить – 2231, а публікацій – 24.

Отже, обрана сторінка з воркбуками була успішним проектом, який на жаль, припинив свою роботу. Якщо далі її розвивати та наповнювати відповідним

контентом, то вона досягне успіху і далі. Аудиторія ще досі підписана на цей магазин, хоч вона і не актуальна уже два роки.

Проаналізувавши три сторінки конкурентів, а саме: @langlover.ua, @anglivos, @your.english.workbooks, можу дійти висновку, що найбільш розвиненою є перший акант, який має ім'я «English Workbooks». Вони досить часто публікують контент, давно займаються просуванням своєї продукції і можна помітити, що успішно. Другий магазин з ім'ям «ВОРКБУКИ | англійська | РОЗРОБКИ для ВЧИТЕЛІВ» - є вдалим проєктом, хоч зараз і розвивається. Якщо сторінкою займатися правильно і не запускати її, то вона досягне успіху. Третій акаунт з ім'ям «Воркбуки до фільмів» теж є вдалим проєктом, який закинули. Можливо причина в тому, що робочі зошити не купували чи припинили їх виготовляти. Але задумка ведення сторінки досить правильна.

2.3. Поетапний план створення навчальних матеріалів

Фільми виконують важливу роль у нашому житті. Завдяки ним ми: розвиваємося, дізнаємося щось нове та цікаве, спостерігаємо за різними ситуаціями чи просто відпочиваємо під час перегляду. Але їх можна використовувати для вивчення англійської мови. Одним з ефективних методів, які допоможуть подолати мовний бар'єр – це використання воркбуків. Цей особистий зошит допомагає освоїти нову лексику чи граматику завдяки різноманітним вправам.

Для того, щоб створити воркбук, потрібно спершу розглянути поетапний план, а потім уже починати працювати над його розробкою.

Етап 1. Вибір фільму, по якому пізніше буде вивчатися англійська мова. Його можна обрати за різними категоріями, такі як: жанр, рік випуску, сюжет,

акторський склад тощо. Важливо вибрати саме той, який цікавить вас та вашу аудиторію.

Етап 2. Уважний перегляд фільму. Під час цього, слід робити помітки, відмічати цікаві моменти, виписувати слова та фрази. Потрібно зосереджувати увагу на сюжет, діалоги, фрази, пісні, адже на основі цього і будуватимуться завдання у воркбук.

Етап 3. Придумати завдання з яких буде складатися робочий зошит. Важливо у воркбуці розміщувати не тільки вправи, а й кросворди, нові слова та вирази, тексти для читання.

Етап 4. Заповнення та оформлення воркбуку. Потрібно, щоб все виглядало візуально-привабливо, але при цьому було навчальним матеріалом.

Етап 5. Пошук та додавання додаткових матеріалів. Сюди відносяться допоміжні джерела, тексти, статті, інтерв'ю щодо обраного фільму. Це допомагає більш детально ознайомитися з фільмом англійською мовою також.

Етап 6. Перевірка та вчитка на помилки. Адже важливо, щоб люди, які будуть навчатися по воркбукам – вчили правильну інформацію та вірний матеріал. Наприклад, якщо у робочому зошиті написати не правильно слово, то той, хто вчитиме, запам'ятає не правильно. То тоді навіщо такі неправильні воркбуки?!

Цей поетапний план можна використовувати для створення воркбуків по будь-яким фільмам. Навіть поки придумається воркбук та наповнюється різними словами, текстами, вправами тощо, в голові відкладаються певні знання. За таким планом створювали воркбуки, які пізніше просували в Інстаграм (Додатки Ж, З).

Воркбуки по фільмах можуть бути відмінним засобом для вивчення англійської мови, оскільки вони дозволяють поєднувати розваги під час перегляду фільму, але при цьому активно вивчати лексику та тренувати граматику. Є кілька

кроків, які допоможуть виконувати по воркбуках завдання ще більш ефективно, які покращать знання англійської мови:

1. Відстеження нових слів та виразів. Під час перегляду фільму, слід звертати увагу на нові слова та вирази, які почули в діалогах або прочитали за допомогою субтитрів субтитрах. Запишіть їх у воркбук, по якому вивчаєте англійську мову, їх значенням та прикладами використання. Після завершення вивчення іноземної мови по робочому зошити, колись відкриєте і переглянете не лише матеріал, який розміщений у воркбуці, а й ваші нотатки;
2. Виконання вправ на відпрацювання мовних навичок. Використовуйте воркбук для виконання вправ, які допоможуть відпрацювати різні мовні навички, такі як читання, аудіювання, граматики, лексика тощо. У робочих зошитах є вправи на доповнення речення новими словами, складання запитань до прочитаного тексту чи персонажів. Все це можна не просто записувати, а й промовляти в голос, що покращить мовні навички та стимулюватиме звукову пам'ять;
3. Аналіз діалогів та виразів. Занотуйте цікаві слова чи словосполучення з них. Розглядайте їхню структуру, граматичні особливості, інтонацію та способи використання. Спробуйте використовувати ці вирази у власному мовленні для вдосконалення своєї мовної компетенції;
4. Висловлення власних думок щодо фільму. Після перегляду та вивчення матеріалу по воркбуку, для закріплення знань, можна в усній та навіть в письмовій формі висловити власну думку щодо фільму, персонажів. Спробуйте коротко описати сюжет, улюблені моменти, як емоції виникли під час перегляду. Це допоможе повторити вивчені слова, попрактикувати граматичні аспекти;

5. Відпрацювання вимови. Використовуйте фрази з фільму для вдосконалення своєї дикції та правильної вимови. Відтворюйте діалоги власним голосом, спробуйте наслідувати акцент та інтонацію акторів. Записуйте власні відтворення та порівнюйте їх з оригіналом для вдосконалення своєї вимови. [18]

Використання фільмів для вивчення англійської мови може бути ефективним та захопливим підходом, який дозволяє покращити розуміння на слух, вимову, граматику та збагатити словниковий запас. Використовуйте різноманітні вправи, методи та ресурси, щоб забезпечити цілеспрямоване та систематичне вивчення мови з використанням фільмів.

Висновок до розділу 2

Воркбуки для вивчення англійської мови є корисним інструментом для студентів, які хочуть покращити свої навички читання, письма, граматики та лексики. Їхні завдання та вправи допомагають удосконалювати різні аспекти мови, включаючи словниковий запас та навички читання та розуміння аудіотекстів. Воркбуки можуть містити ігри та тести, які допомагають виявити слабкі місця в знаннях мови та покращити їх. Вони можуть бути використані як у класі, так і для самостійного вивчення. Рекомендується працювати з воркбуками регулярно і систематично, протягом 20-30 хвилин щодня, щоб зміцнити свої знання та навички мови. Важливо враховувати рівень воркбука, щоб вибрати той, який відповідає вашому рівню знань та може допомогти вам досягти певних цілей вивчення мови. Електронні воркбуки можуть бути особливо корисними, оскільки дають можливість працювати з ними на своєму комп'ютері, планшеті або смартфоні. Воркбуки на папері можуть бути корисними для студентів, які

бажають мати фізичний об'єкт для працювання, та для вчителів, які хочуть використовувати їх у класі.

Знання англійської мови є необхідним для розвитку кар'єри, комунікації з іноземцями, навчання, культури та подорожей. Воркбуки, що пропонуються, містять лексичний матеріал, який дозволяє розвивати навички розуміння та використання слів у комунікації. Отже, вивчення англійської мови є важливим для різноманітних аспектів життя та воркбуки можуть стати корисним інструментом для розвитку мовних навичок.

Для успішного просування своєї сторінки в Instagram, слід проаналізувати активність підписників конкурентів, вивчити їхні пости та контент, проаналізувати їхні стратегії просування, визначити їх візуальну складову, оцінити їхній бренд та унікальність, а також виявити їхні слабкі сторони. Ці кроки допоможуть збільшити шанси на успішне просування своєї сторінки в конкурентному середовищі Інстаграм.

@langlover.ua - інстаграм-магазин, який пропонує воркбуки для вивчення англійської мови. Головною метою профілю є донесення аудиторії, що я мова не є складною, особливо якщо вивчати її за допомогою розроблених воркбуків. Візуальна концепція базується на блакитному кольорі, що є заспокійливим та приємним для ока. Контент профілю публікується доволі часто, фотографії воркбуків показують їх з різних ракурсів та місць, а також є фото з засновницею та командою магазину. Пости не виглядають наляписто та мають короткий та лаконічний опис. Хештеги не використовуються, а коментарі під постами є, але їх кількість не завжди велика. Історії з'являються рідко та стосуються просування нового товару. Частота публікацій є різною, але в цілому профіль виглядає активним.

Instagram-магазин @anglivos є успішним прикладом просування воркбуків для вивчення англійської мови за різними темами. Завдання сторінки полягає в допомозі людям з вивченням англійської мови. Головне зображення сторінки передбачає картинку розгорнутої книги, на якій великими літерами написана назва сторінки, меншими - "English workbooks", а хайлайтси виконані у синьому та білому кольорах. У сторінки є правильне спрямування на цільову аудиторію - викладачів, вчителів та репетиторів, тому назва магазину відповідає його функціональному призначенню. Вміст сторінки містить воркбуки на різні теми, які полегшують вивчення англійської мови. Крім того, сторінка розміщує навчальний контент та використовує відповідні хештеги.

Однак, для покращення візуальної концепції, рекомендується уникати повторення слів в описі та коротше писати назви хайлайтів, використовуючи замість цього смайлики або скорочення. Також можна розглянути варіанти зміни комбінації кольорів, щоб зробити сторінку більш цікавою та привабливою для аудиторії.

@your.english.workbooks є сторінкою, присвяченою просуванню воркбуків, які допомагають покращити знання англійської мови через перегляд фільмів та виконання вправ. Головною метою сторінки є залучення аудиторії до вивчення англійської мови. Оформлення хайлайтів могло б бути кращим, адже назви деяких з них перекриваються три крапки.

Стратегія контенту на сторінці успішно передає основну ідею продукту, оскільки більшість постів містять зображення воркбуків у розгорнутому вигляді з відповідними вправами. Стратегія відсутності хештегів може стати чинником, який обмежує просування сторінки в Інстаграм. Однак наявність коментарів та певної кількості лайків під публікаціями свідчить про наявність цільової аудиторії та успішність стратегії залучення її уваги. За періодичністю публікацій можна

зазначити, що воркбуки на сторінці публікувалися рідше, ніж можна було б очікувати, з невеликою кількістю публікацій на місяць. Після паузи в роботі з 17 грудня 2021 року до 17 жовтня 2022 року було зроблено більше публікацій.

Воркбуки по фільмах можуть бути відмінним засобом для вивчення англійської мови, оскільки вони поєднують розваги під час перегляду фільму з активним вивченням лексики та граматики. Для ефективного використання воркбуків можна виконувати кілька кроків. Спочатку варто відстежувати нові слова та вирази, які почули в фільмі, записувати їх у воркбук разом з їх значенням та прикладами використання. Далі можна використовувати воркбук для виконання вправ на відпрацювання різних мовних навичок, таких як читання, аудіювання, грамика та лексика. Аналіз діалогів та виразів з фільму також може бути корисним, допоможе розібратись з граматичними особливостями та способами використання слів у реальних контекстах. Висловлення власних думок щодо фільму та персонажів допоможе відпрацювати вивчені слова та попрактикувати граматику в письмовій та усній формі. Нарешті, використання фраз з фільму для вдосконалення вимови дозволить відпрацювати правильну вимову, акцент та інтонацію. Загалом, використання воркбуків по фільмах може бути цікавим та ефективним способом вивчення англійської мови, дозволяючи поєднувати розваги з покращенням мовних навичок.

РОЗДІЛ 3. РОЗМІЩЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ВОРКБУКІВ В ІНСТАГРАМ

3.1. Створення сторінки з нуля до бізнес-акаунту

На сьогодні Інстаграм є однією з найбільш популярних соціальних мереж у всьому світі. Вона залучає мільйони користувачів з усіх країн. Зі створеним профілем в Інстаграм, люди можуть легко знайомитися з новими людьми, знаходити нові товари та послуги, а також розповідати про свої досягнення та успіхи у бізнесі. Для того, щоб успішно просувати свої товари чи послуги, без сторінки в цій соціальній мережі не обійтися. Для поширення воркбуків для вивчення англійської мови, ми з нуля створили сторінку, оформили її та за допомогою налаштувань зробили з неї бізнес-акаунт.

Крок 1. Створення облікового запису в Інстаграм. Сюди відноситься реєстрація, яка відбувається за допомогою електронної пошти чи номера телефону. Потім придумується пароль та ім'я профілю, який пізніше можна буде змінити.

Крок 2. Оформлення шапки профілю:

- Спершу думали над оригінальним нікнеймом. Він має бути коротким, зрозумілим, логічним та містити одне або максимум два слова. Так важливо не ставити цифри на початку нікнейму, адже під час пошуку сторінки, люди пишуть у пошуковій стрічці слова, які запам'ятали, але ніяк не цифри. І якщо не згадати ці математичні знаки, які стоять на початку назви - Інстаграм не знайде цього акаунту. Оскільки

майбутній на той час Інстаграм-магазин складається з воркбуків для вивчення англійської мови, то після кількох запропонованих ідей, обрали – «izi.english05», що означає: «англійська просто».

- Наступний етап – це придумати ім'я, яке відповідало б самому магазину та його нікнейму. При цьому воно теж має бути не довгим. Для @izi.english05 створили ім'я українською мовою – «воркбуки по фільмам». Така назва коротко описує, що буде на нашій сторінці.
- Далі потрібно вказати особисту інформацію про створений акаунт. Тут важливо вказати хто ми та чим займаємося. На нашій сторінці опис ми почали з фрази-заклику до дії: «почни зараз», яка виділена caps lock. Оскільки ім'я сторінки вже вказує, що розміщуватиметься на цьому акаунті, то ми написали короткий опис, в якому міститься запитання, над яким можна подумати: «Як тобі ідея: вивчити англійську разом з улюбленими героями продуктивно? Тоді let`s go з нами і воркбуками. І багато корисного в history». Спосіб доставки не вказували, адже воркбуки продаються як в електронному форматі, так і в друкованому. Якщо клієнт обере другий варіант – то це вже обговориться в особистих повідомленнях, завдяки кільком питаннями з нашої сторони.

Крок 3 - аватарка. Вона повинна відрізнятися від інших, але відповідати тематиці, складатися з якісного фото, яке має бути у великому плані. Також ці зображення не повинні містити інших людей чи елементи, які привертають до себе увагу. Щодо тексту, то він має бути не маленьким, а шрифт зрозумілим. Для своєї сторінки відразу вирішили, що головне зображення буде пов'язане із назвою акаунту. За допомогою Figma створили логотип. Він був світлий із коричневим шрифтом. Перша буква слова «english» - «E» знаходиться в центрі кола, а замість

кола: ліворуч по його контуру йде обідок з орнаментом рослини, а праворуч – повна назва сторінки (Рис. 3.1).



Рис. 3.1. Перший логотип

Пізніше оформлення самої сторінки змінилося і за головні кольори було обрано – темні. Довелося придумати новий логотип, але вирішено було залишити коло з доповненням навколо великих букв, з якими ми теж погралися і використали дві перші букви назви сторінки «І» та «Е». Але внизу написали повну назву нашого Інстаграму.(Рис. 3.2)



Рис. 3.2. Остаточний логотип

Початкова основа сторінки створена. Але перед тим як почати шукати аудиторію та публікувати пости, потрібно із звичайної сторінки зробити бізнес-акаунт. Для цього потрібно зайти на свій профіль і у верхньому правому куті натиснути три горизонтальні лінії. Після цього клацнути на «Налаштування», далі - «Обліковий запис», «Перемикання на бізнес-акаунт». Потім просто вести свої контактні дані, налаштувати доступ до свого профілю для інших користувачів.

Після цього сторінка стала бізнес-акаунтом і тепер можна користуватися всіма функціями для просування свого бізнесу, включаючи налаштування реклами та аналітику.

Отже, для тих, хто створює сторінку з нуля потрібно: зареєструватися в Instagram, придумати оригінальний нікнейм та ім'я акаунту, написати опис короткий та чіткий, створити впізнавану аватарку та за допомогою налаштувань перейти на бізнес-сторінку.

3.2. Оформлення й розміщення публікацій та історій, як візуальна складова для заохочення аудиторії

Публікування постів та історій в Інстаграм є важливою складовою просування бізнесу та збільшення його популярності серед цільової аудиторії. Ось кілька причин, чому поширення контенту є важливим:

- залучення уваги аудиторії. Контент, який публікується, може привернути потенційних клієнтів та збільшити їх інтерес до товарів чи послуг, що просуваються.
- підвищення впізнаваності бренду. Публікування постів та історій дозволяє збільшити свідомість про товар чи послуги серед аудиторії.
- збільшення кількості підписників. Регулярне поширення цікавого та корисного контенту може залучити нових підписників та збільшити кількість людей, які знаходять ваш бренд в Інстаграм.
- взаємодія зі своєю аудиторією. Публікація історій та постів дозволяє взаємодіяти із підписниками та отримувати відгуки, коментарі та запитання від своїх клієнтів.

- створення іміджу експерта. Регулярна публікація корисного та цікавого контенту може допомогти стати експертом серед аудиторії у своїй галузі та залучити більше клієнтів.

Загалом, публікація постів та історій в Інстаграм є важливим інструментом для просування бізнесу та збільшення його популярності. Однак, важливо дотримуватись стратегії та планувати свій контент, щоб забезпечити максимальний ефект.

Для створення постів використовувались програми: Figma та Canva. Спершу публікували не лише нові воркбуки, які вже створили, а й пости з новими словами. Тобто був не тільки контент, який продає, а ще й інформаційний. Але переглянувши загальну візуальну «картину», яка виходила на сторінці, дійшли висновку, що робочі зошити губляться серед них (Додаток І). Тому було вирішено розміщати воркбуки, як основний контент. Але, коли поширювали їх на сторінці, то це виглядало різнокольорово, оскільки основний колір на той момент ще не обрали (Додаток К). Тому пізніше, обравши кольорову гаму (темну) – візуальна картинка покращилась. Окрім воркбуків ще публікували кілька додаткових постів з порадами, які фільми можна переглядати для певних рівнів знання англійської мови. Також був створений Reels, в якому розповідається про важливість воркбуків для вивчення мови.

Оскільки основний колір був обраний темний, то далі почали розробляти публікації в такому стилі. А також вирішили змінити оформлення постів і показувати не лише картинку фільма, за яким був розроблений воркбук, а й одну з сторінок зошита, і де видно вправи, кросворди тощо (Додаток Л).

В історіях розміщували різні вправи, де підписники могли попрактикувати свої лексичні знання; пісні англійською мовою з субтитрами української; граматичні пояснення; нові слова та відгуки.

Для підігріву аудиторії, публікували історії через день, іноді – щодня. Для цього склали такий контент-план (Рис. 3.3):

ДЕНЬ	ВМІСТ публікації
Понеділок	Англ. пісня з українськими субтитрами
Вівторок	Нові слова (публ. 4-6)
Середа	
Четвер	Нагадати про воркбуки + відгук (за наявності)
П'ятниця	Інтерактивні вправи
Субота	
Неділя	Нові слова

Рис. 3.3. Контент-план історій на тиждень

Ці історії ми зберегли в Highlights, іконки який створили в Canva, дотримуючись основного кольору. Але щоб все не виглядало однотипно, то взяли два кольори: білий та чорний, які використовуємо методом «через один». Тобто одна темна, одна світла. Щоб назва Highlights не повторювала на їх зображенні і не було такого, що їх назва не поміщається в рядку і її перекривають три крапки, вирішили назву писати на зображенні, а в описі ставити смайли, які відповідають їм (Додаток М).

Публікації розміщували не щодня. Спершу, коли створилася сторінка, то завантажили кілька постів, щоб вона не була пустою. Потім поширювали їх відповідно до того, як з'являвся новий воркбук. Коли розробляли серію робочих зошитів по фільму «Гаррі Поттер», то щоб не втратити аудиторію – регулярно оприлюднювали історії та пости з рекомендаціями фільмів до певних рівнів знань англійської мови та відео-Reels. Контент-план, який склали, намагалися дотримуватись, щоб аудиторія не забула про нас (Рис. 3.4).

День	Вміст публікацій
Понеділок	Пісня в ІСТОРІЮ
Вівторок	ІСТОРІЯ
Середа	Новий воркбук (ПОСТ)
Четвер	Поширити в ІСТОРІЮ воркбук + цікавинку
П'ятниця	Інтерактиви ІСТОРІЯ
Субота	
Неділя	ІСТОРІЯ

Рис. 3.4. Контент-план публікацій та історій на тиждень

Отже, для створення постів та історій ми користувалися додатками Figma та Canva. Для підігріву аудиторії, регулярно поширювали історії, які потім закріплювали в Highlights. Візуальне оформлення сторінки вдосконалювалось поступово і зараз вже публікуються в одному стилі: з урахуванням темного кольору та однією сторінкою із воркбука де видно різні вправи, аби викликати більшу довіру аудиторії.

3.3. Організація заходів для залучення потенційних клієнтів

Організація заходів задля збільшення аудиторії є дуже важливою для просування сторінки, й таким чином товарів чи послуг. Оскільки Інстаграм найбільш популярна соціальна мережа, то вона є дуже ефективною платформою для залучення нових клієнтів. Завдяки різним заходам, можна показати аудиторії, що ми добре знаємося на обраному товарі, який пропонуємо. Цим самим збільшимо кількість продажів продукту та підвищимо лояльність клієнтів щодо наших воркбуків.

Для залучення потенційних клієнтів в Інстаграм ми застосували такі заходи:

- інтерактивні пости. Створили історії, в яких підписники могли перевірити свої знання щодо лексики. Після того, як вони обирали правильну на їхню думку відповідь, в Інстаграм показувала зеленим, якщо правильно, червоним, якщо ні (Додаток Н);
- організували акцію. Для тих, хто підпишеться на нас та зарепостить вказану публікацію, отримає воркбук безкоштовно (Додаток О). Таким чином, ми заохотили не лише наших підписників, а й тих, хто підписаний на людей, які поширили нашу публікацію собі в історію;
- відео-контент. Не просто публікували пости, а й створили відео-Reels, в якому розповіли про важливість вивчення англійської мови по воркбукам за фільмами. А також дали рекомендації, які допоможуть полегшити вивчення, ефективні способи та наголосили, що відпочинок теж важливий етап (Додаток П);
- використали хештеги, які підходять до нашої ніші. Для того, щоб вони працювали більш ефективно, потрібно не ставити однакові до всіх публікацій. З найпопулярніших використали: #language, #englishlearning, #workbook, #englishtips, #languagelearning;
- вебінар. Вирішили запропонувати студентам першого курсу Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського провести міні-лекцію, яка пов'язана з англійською мовою та нашими воркбуками. На цьому занятті ми читали, виконували вправи по робочому зошиті, дивились фрагменти з фільмів, які опрацювали перед цим. Для уроку обрали воркбук за фільмом «Пірати карибського моря. Прокляття Чорної Перлини».за допомогою демонстрації екрана, показували презентацію, яку підготували заздалегідь. Запросили спікера, який вестиме заняття – Савченко Анну, яка допомагала нам у створення воркбуків по

фільмах для вивчення англійської мови. Вебінар провели в Zoom (Додаток Р);

Отже, для залучення нових клієнтів, ми організували кілька заходів, які допомогли нам збільшити аудиторію, а саме: використовували інтерактивні пости в історіях; організували акцію, в якій можна отримати воркбук безкоштовно; опублікували інформативне відео-Reels; застосовували хештеги до постів та провели вебінар з студентами Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

3.4. Аналіз отриманих результатів

Ми створили сторінку в Інстаграм – @izi.english05, в якій просували воркбуки по фільмах для вивчення англійської мови. На початку вирішили, що будемо використовувати усі можливі безкоштовні методи для просування товару. Для цього ми оформили візуально привабливу сторінку, написали до неї опис та поширювали регулярно пости та історії. Для тих, хто приєднався до нас недавно, може ознайомитися з інформацією в Highlights, які поділені та такі групи: «Слова», «Пісні», «Вправи», «Граматика» та «Відгуки».

Від моменту створення сторінки, зараз у нас п'ятсот три підписники та двадцять публікацій, серед них шістнадцять постів про воркбуки чотири інформативних, із яких три присвячені фільмам для перегляду англійською мовою для певних рівнів знань та один відео-Reels, в якому розповідається про воркбуки, чим вони корисні, як вчитися по ним та додаткова інформація, яка полегшить отримувати знання. Найбільше лайків отримала публікація, в якій поширюється воркбук до мультфільму «В пошуках Немо» - двадцять лайків, дев'яносто вісім заохочених акаунтів та на наш профіль перейшло двадцять дві людини, а також один репост та двоє підписників зберегли собі (Додаток С). До цієї публікації

використані такі хештеги, як: #немо, #learnenglish, #englishlanguage, #languagelearning, #englishtips, #englishvocabulary. Найменшу кількість лайків отримав пост в якому опублікований воркбук до фільму «Гаррі Поттер і дари смерті. Частина 2» - десять лайків, заохочених акаунтів – тридцять п'ять. (Додаток Т). Взагалі, за час ведення сторінки, ми поширили такі воркбуки для вивчення англійської мови до фільмів, як: «Король Лев», «Пірати Карибського моря. Прокляття Чорної перлини», «В пошуках Немо», «До зустрічі з тобою», «Енн із зелених дахів», «Хід королеви», «Пірати Карибського моря. На краю світу», «Пірати Карибського моря. Скриня мерця», «Гаррі Поттер і таємна кімната», «Гаррі Поттер і в'язень Азкабану», «Гаррі Поттер і ордер фенікса», «Гаррі Поттер і келих вогню», «Гаррі Поттер і напівкровний принц», «Гаррі Поттер та смертельні реліквії. Частина 1» та «Гаррі Поттері смертельні реліквії. Частина 2».

Історії публікували часто. Середня кількість переглядів під ними становить п'ятдесят. Переглядаючи інтерактивні публікації, які поширили ми, проаналізували, що їх дивиться двадцять вісім – сорок сім осіб, з них один – три людини не є нашими підписниками, а брали участь у перевірці своїх знань вісім – десять людей.

Також переглянули статистику нашого Instagram, проаналізувавши, дійшли висновку, що за останні тридцять днів ми заохотили сто дев'яносто сім людей, з них сімдесят два не є нашими підписниками. Найбільше заохочених акаунтів було на проміжку з дев'ятого по двадцять друге квітня. За цей час було опубліковано дев'ять публікацій, п'ятдесят дві історії та один Reels.

Отже, за увесь період ведення сторінки ми опублікували шістнадцять постів, серед яких не лише воркбуки для вивчення англійської мови, а й три присвячені фільмам для певних рівнів знань мови та один відео-Reels. Під час роботи на

сторінці, змогли зацікавити п'ятсот три підписники. Створили Highlights, які поділили на кілька груп: «Слова», «Пісні», «Вправи», «Граматика» та «Відгуки». Найбільшу кількість людей змогли заохотити на проміжку з дев'ятого по двадцять друге квітня.

Висновок до розділу 3

Інстаграм є однією з найпопулярніших соціальних мереж у світі, яка залучає мільйони користувачів з усіх країн. Ця платформа надає можливість знайомитися з новими людьми, знаходити нові товари та послуги та розповідати про свої досягнення та успіхи у бізнесі. Для успішного просування товарів і послуг важливо мати сторінку в Instagram.

Створення облікового запису в Інстаграм є досить простим процесом, який може здійснити будь-хто з доступом до електронної пошти або номеру телефону. Після реєстрації необхідно вибрати короткий та зрозумілий нікнейм, щоб легко знайти профіль в пошуку, а також оформити профіль, використовуючи відповідні зображення та інформацію, щоб залучити аудиторію та збільшити кількість підписників.

Оформлення профілю в Інстаграм складається з кількох кроків, включаючи створення нікнейму та відповідної назви, написання короткого опису та вибір відповідного аватара. Нікнейм має бути легким та запам'ятовуваним, зрозумілим для потенційних підписників. Назва повинна відображати тематику сторінки та бути короткою та зрозумілою. Опис профілю має бути відповідним до тематики та орієнтованим на привернення уваги аудиторії. Аватар має бути чітким, відповідати тематиці та бути легко розпізнаваним, щоб залучити увагу аудиторії та збільшити кількість підписників.

У ході створення сторінки в Instagram ми ознайомились з основними принципами її функціонування та просування, а також зі специфікою бізнес-акаунтів. Завдяки цьому ми змогли створити власну сторінку та перетворити її в бізнес-акаунт, що надало нам можливість користуватися всіма інструментами для ефективного просування нашого бренду.

Ми навчились використовувати візуальні елементи, щоб привернути увагу наших підписників та створити впізнаваний бренд. Також було розглянуто питання створення змісту для сторінки та взаємодії з аудиторією. Ми дізнались, як вимірювати ефективність наших дій на Instagram, використовуючи аналітичні інструменти, які надаються бізнес-акаунтами. Це дає нам змогу зрозуміти, які типи змісту працюють найкраще, яку аудиторію ми привертаємо та як можна покращити нашу стратегію.

Завдяки розвитку соціальних мереж та особливо Instagram, з'явилася можливість ефективно просувати свій бізнес та залучати цільову аудиторію. Публікування постів та історій в Instagram є необхідною складовою просування бізнесу та збільшення його популярності серед цільової аудиторії. Залучення уваги аудиторії, підвищення впізнаваності бренду, збільшення кількості підписників, взаємодія зі своєю аудиторією та створення іміджу експерта - ось ті основні переваги, які надає Instagram для бізнесу.

Регулярне публікування цікавого та корисного контенту може залучити нових підписників та збільшити кількість людей, які знаходять ваш бренд в Instagram. Також це дозволяє взаємодіяти із підписниками та отримувати відгуки, коментарі та запитання від своїх клієнтів, що є важливим для побудови довіри та розуміння потреб клієнтів. Однак, щоб використовувати всі можливості Інстаграм для просування бізнесу, потрібно створити бізнес-акаунт та налаштувати доступ до свого профілю для інших користувачів. Також необхідно регулярно

оновлювати контент та вести аналітику для того, щоб визначити ефективність своїх постів та історій.

В процесі створення контенту для публікацій використовувалися різні програми, такі як Figma та Canva. На початку публікувалися як нові воркбуки, так і пости з словами, що забезпечувало наявність як контенту, що продає, так і інформаційного контенту. Однак, з часом з'явився висновок, що робочі зошити загублюються серед інших публікацій, тому було вирішено зосередитися на розміщенні воркбуків, як основного контенту, і кількох додаткових постів з порадами, які фільми можна переглядати для певних рівнів знання англійської мови. Крім того, був створений Reels, в якому розповідається про важливість воркбуків для вивчення мови.

Основний колір був обраний темний, і на цій основі було розроблено публікації в такому стилі. Оформлення постів було змінено, і показувалися не лише картинки фільмів, а й одна з сторінок зошита з вправами, кросвордами тощо. Також було вирішено закріпити три публікації, на яких розміщені рекомендації для перегляду фільмів за відповідним рівнем знання мови зверху. Крім того, в історіях розміщувалися різні вправи, пісні англійською мовою з субтитрами української, граматичні пояснення, нові слова та відгуки, що дозволяло підписникам практикувати свої лексичні знання.

Для підігріву аудиторії було використано різноманітні методи, такі як регулярне публікування історій та постів на сторінці, складання контент-плану та зберігання історій у хайлайтах з використанням відповідного візуального оформлення. Крім того, створили серію робочих зошитів по фільму "Гаррі Поттер", щоб привернути увагу аудиторії та розширити свій контент. Регулярні публікації та дотримання контент-плану допомогли підтримувати інтерес до сторінки.

Використання безкоштовних методів просування (візуально приваблива сторінка, регулярні пости та історії, закріплені хайлайтси поділені за групами: «Слова», «Пісні», «Вправи», «Граматика» та «Відгуки») дозволили залучити понад п'ятсот підписників, з яких більшість зацікавлені в отриманні знань з англійської мови. За час ведення сторінки було опубліковано двадцять постів, серед яких було шістнадцять про воркбуки, три рекомендаційні публікації та один відео-Reels. Найбільшу кількість лайків отримала публікація про воркбук до мультфільму «В пошуках Немо» (двадцять лайків), найменшу - про воркбук до фільму «Гаррі Поттер і дари смерті. Частина 2» (десять лайків). Усі пости поширювалися з використанням хештегів, що допомогло залучити увагу більш широкої аудиторії. Таким чином, сторінка в Інстаграм дозволила ефективно просувати воркбуки по фільмах для вивчення англійської мови та залучати нових користувачів до отримання знань. За увечсь час ведення сторінки, нам написали чотири людини, які пізніше купили наш воркбук.

Загалом, можна зробити висновок, що наш контент добре сприймається нашою аудиторією. Хоча кількість переглядів історій менша, ніж у звичайних публікацій, але інтерактивний контент активно використовують наші підписники. За останні тридцять днів ми змогли охопити значну кількість людей, включаючи тих, хто не є нашими підписниками. Важливо продовжувати створювати цікавий та змістовний контент, щоб збільшувати нашу аудиторію та залучати нових підписників.

Провівши аналіз стосовно створення та ведення сторінки в Інстаграм, дійшли висновку, що вона є ефективним інструментом для просування воркбуків для вивчення англійської мови. На підставі аналізу статистики за останні тридцять днів було виявлено, що підписники сторінки найактивніше переглядали її з дев'ятого по двадцять друге квітня.

ВИСНОВКИ

Отже, Інстаграм є однією з найпопулярніших соціальних мереж з великою активною користувацькою базою. Сервіс надає користувачам широкі можливості для взаємодії та самовираження, зокрема створенням профілів з фотографіями, відео та особистою інформацією.

Для успішного використання Інстаграм необхідні певні інструменти. Аналітика Instagram надає корисну інформацію про публікації та аудиторію, SEMrush та Social Blade відстежують активність конкурентів, а Later та Hootsuite допомагають планувати публікації. Adobe Photoshop, Canva та InShot використовуються для редагування фото та відео. Хештеги та платформи, такі як Canva, Unfold, Heepsy та Influencer.co, підвищують просування. Рекламу в Instagram можна використовувати через Facebook Ads Manager та Adspresso. Конкурси та розіграші залучають увагу аудиторії за допомогою Gleam та Rafflecopter. Контент-план можна створити з використанням Trello та Asana. Вивчення англійської мови важливо і воркбуки є корисним інструментом для цього. Регулярне використання воркбуків допомагає зміцнити знання та навички. Знання англійської мови відкривають багато можливостей у кар'єрі та особистому розвитку.

Воркбуки з лексичним матеріалом є корисними інструментами для вивчення англійської мови, оскільки допомагають зосередитися на вивченні слів і покращити словниковий запас. Розуміння та використання різних слів та висловів є важливим для ефективної комунікації. Проте, важливо також враховувати інші

аспекти мови, такі як граматики та вимова, для досягнення повного володіння англійською. Тому воркбуки можуть бути використані для вивчення і покращення граматики разом із лексикою. Регулярне використання воркбуків сприяє розвитку мовленнєвих навичок та підвищує рівень комунікації з англомовними співрозмовниками.

Створення воркбуку для вивчення англійської мови на основі фільму вимагає поетапного планування. Перш за все, необхідно обрати фільм за різними критеріями, такими як жанр, рік випуску, сюжет, акторський склад. Важливо вибрати фільм, який цікавить як вас, так і вашу аудиторію. Після вибору фільму слід уважно його переглянути, роблячи помітки, виписуючи цікаві слова, фрази та визначаючи ключові моменти. На основі цих спостережень будуть розроблятися завдання для воркбуку. Воркбук повинен містити різноманітні завдання, включаючи вправи, кросворди, нові слова та вирази, а також тексти для читання. Важливо дбати про оформлення воркбуку, щоб він був як візуально привабливим, так і функціональним для навчання. Додаткові матеріали, такі як статті, інтерв'ю та тексти, пов'язані з обраним фільмом, можуть бути додані для більш детального ознайомлення з мовою. Необхідно також здійснити перевірку та вичитку воркбуку, щоб упевнитися у правильності інформації та матеріалів, які навчаються люди.

Для успішного просування сторінки в Інстаграм, яка продає воркбуки по фільмах для вивчення англійської мови, важливо провести аналіз конкурентів. Цей аналіз включає оцінку активності підписників конкурентних сторінок, дослідження їхніх постів та виявлення популярних тем і хештегів, аналіз методів просування та вивчення візуальної складової.

Профіль Інстаграм -магазину @anglivos спеціалізується на продажі воркбуків для вивчення англійської мови, заснованих на різних фільмах. Головна

мета профілю - показати, що вивчення англійської мови не є складним за допомогою воркбуків, які містять різноманітні вправи. Візуальний дизайн профілю привабливий, з використанням блакитного кольору, що надає відчуття спокою і довіри. Публікації часті, з фотографіями воркбуків та засновниці. Середня кількість лайків під постом - 50-100, коментарі різняться в залежності від публікації. Акаунт не використовує багато хештегів, а описи постів є короткими. Важливо покращити оформлення хайлайтів та гармонію кольорової гами публікацій. Контент пропонує воркбуки для вивчення англійської мови з різних тем і підкреслює важливість вивчення лексики. Наявність безкоштовного навчального контенту сприяє залученню аудиторії, а використання хештегів допомагає залучити нових підписників.

Під час аналізу Інстаграм-сторінки @your.english.workbooks було виявлено, що вона спеціалізується на просуванні воркбуків для вивчення англійської мови та використанні фрагментів фільмів для вправ. Головна мета сторінки - залучити аудиторію до вивчення англійської. Візуальний дизайн сторінки має білий фон з хайлайтсами та основним зображенням, де використовується привабливий шрифт та м'ятний колір для привернення уваги. Хоча хайлайти мають довгі назви, загальна концепція є гармонійною. Стосовно контенту, публікуються фотографії воркбуків з вправами, що дозволяє користувачам оцінити їх зміст. Кількість лайків та коментарів варіюється, що свідчить про інтерес аудиторії. Відсутність хештегів може обмежувати залучення нових підписників. Раніше нові воркбуки публікувалися двічі на місяць, але згодом сталося щотижневе розміщення після паузи. Останній товар був поширений 11 листопада 2021 року.

Використання фільмів для вивчення англійської мови може бути ефективним та захопливим підходом, який покращує розуміння на слух, вимову, граматику та збагачує словниковий запас. Використовуйте різноманітні вправи,

методи та ресурси, щоб забезпечити систематичне та цілеспрямоване вивчення мови з використанням фільмів.

Процес створення облікового запису в Instagram включає реєстрацію за допомогою електронної пошти або номера телефону, вибір пароля і імені профілю, яке можна змінити в майбутньому. Для нашого проєкту було створено нікнейм «izi.english05» і вибрано ім'я «воркбуки по фільмам», що коротко описує зміст сторінки. Аватарка була створена з використанням Figma і містила логотип з світло-коричневим шрифтом, який відображав назву сторінки. Створення профілю в Інстаграм і на подальших етапах оформлення шапки профілю в Інстаграм було вказано особисту інформацію про створений акаунт. В описі сторінки було використано фразу-заклик до дії: «почни зараз» і короткий опис, що містив запитання, що зацікавило б потенційних клієнтів: «Як тобі ідея: вивчити англійську разом з улюбленими героями продуктивно? Тоді let's go з нами і воркбуками. І багато корисного в history». Деталі щодо способу доставки не були вказані, оскільки воркбуки продаються як у електронному, так і в друкованому форматі, і умови доставки обговорюються в особистих повідомленнях.

Згодом було внесено зміни в оформлення сторінки, при цьому обрано темні кольори в якості основних. Нам довелося створити новий логотип, але ми вирішили залишити коло з додатком навколо великих літер. Ми також поекспериментували з першими буквами назви сторінки "I" та "E" для логотипа, при цьому у нижній частині картинки було написано повну назву нашого Instagram.

Основну структуру сторінки ми вже створили. Але перед тим, як почали шукати аудиторію та публікувати пости, потрібно було переконвертувати нашу звичайну сторінку в бізнес-акаунт. Для цього зайшли на свій профіль і у верхньому правому куті натиснули на три горизонтальні лінії. Потім перейшли у

розділ "Налаштування", обрали «Обліковий запис» і «Перемикання на бізнес-акаунт». Після цього просто ввели свої контактні дані й налаштували доступ до профілю для інших користувачів. Після цього сторінка стала бізнес-акаунтом, і змогли використовувати всі функції для просування бізнесу, включаючи рекламу та аналітику.

Публікація постів та історій в Інстаграм відіграє важливу роль у просуванні бізнесу та збільшенні його популярності серед цільової аудиторії. Це ефективний спосіб залучення уваги, підвищення впізнаваності бренду, збільшення кількості підписників, взаємодії з аудиторією та створення іміджу експерта. Публікація цікавого та корисного контенту привертає увагу потенційних клієнтів і підвищує їх інтерес до пропонованих товарів або послуг. Вона також сприяє збільшенню свідомості про бренд серед аудиторії. Регулярне публікування контенту допомагає залучити нових підписників і збільшити кількість людей, які знаходять ваш бренд в Інстаграм.

Крім того, публікація постів та історій дозволяє взаємодіяти з підписниками, отримувати відгуки, коментарі та відповідати на запитання своїх клієнтів. Це сприяє побудові взаємовідносин із аудиторією та підвищує рівень задоволеності клієнтів. Нарешті, регулярна публікація корисного та цікавого контенту допомагає створити імідж експерта у своїй галузі. Це дозволяє здобути довіру аудиторії, стати авторитетом та привернути більше клієнтів.

При створенні постів в Інстаграм використовувались програми Figma та Canva. Спочатку було опубліковано як воркбуки, так і пости з новими словами, що мали інформаційний характер, а не лише просували продукт. Однак, при перегляді загальної візуальної «картини» сторінки, зрозуміло, що воркбуки губляться серед інших постів. Тому було вирішено зосередитись на розміщенні воркбуків як основного контенту, а також додати кілька постів з порадами про фільми для

різних рівнів знання англійської мови. Крім того, було створено Reels, який пояснює важливість воркбуків у вивченні мови.

Оскільки було обрано темний основний колір, розробка постів відповідала цьому стилю. Також було вирішено змінити оформлення постів, щоб показувати не тільки зображення фільму, для якого створений воркбук, але й сторінку зі змістом зошита, де можна бачити вправи, кросворди та інше. Деякі пости, що містять рекомендації щодо фільмів для перегляду за рівнем вивчення мови, були закріплені у верхній частині сторінки.

В історіях були розміщені різні вправи, що допомагали підписникам вдосконалити свої лексичні навички, пісні англійською мовою з українськими субтитрами, граматичні пояснення, нові слова та відгуки. Для підігріву аудиторії регулярно публікували історії на сторінці Інстаграм, дотримуючись розкладу через день або щодня. Був складений контент-план, який враховував різноманітні теми і матеріали Ці історії зберігалися в Highlights, іконки для яких були створені в Canva, враховуючи основний колір. Щоб уникнути монотонності, використовували два кольори - білий та чорний - за принципом «через один». Назву Highlights розміщували безпосередньо на зображенні, а в описі ставили відповідні смайли.

Публікації на основній сторінці не розміщували щодня. Спочатку завантажили кілька постів для заповнення сторінки. Потім додавали нові пости згідно з появою нових воркбуків. Під час розробки серії робочих зошитів за мотивами фільму «Гаррі Поттер», щоб утримати аудиторію, регулярно публікували історії, пости з рекомендаціями фільмів для різних рівнів знання мови та відео-ролики Reels. Контент-план допомагав зберігати активність аудиторії й нагадувати про сторінку.

На початковому етапі сторінка мала різноманітне візуальне оформлення, з постами в різних кольорах і різними представленнями воркбуків. Зараз, після визначення основного кольору та стилю публікацій, всі пости мають однаковий і привабливий вигляд.

Організація заходів для збільшення аудиторії є важливою стратегією для просування сторінки та продуктів або послуг. Інстаграм, як найпопулярніша соціальна мережа, є ефективною платформою для залучення нових клієнтів. Застосування різних заходів дозволяє показати аудиторії експертність і знання про продукт, який пропонується, тим самим збільшуючи продажі та лояльність клієнтів щодо воркбуків.

Для залучення потенційних клієнтів в Інстаграм були використані наступні заходи:

1. Інтерактивні пости, які дозволяли підписникам перевірити свої знання з лексики. Шляхом обрання відповіді, правильна відповідь показувалась зеленим кольором, а неправильна - червоним.
2. Організація акцій, де підписники, які підписались та зробили репост вказаної публікації, отримували воркбук безкоштовно. Це стимулювало не тільки власних підписників, але й тих, хто підписаний на людей, які поширили публікацію у своїх історіях.
3. Використання відео-контенту, зокрема відео-Reels, де розповідали про важливість вивчення англійської мови через воркбуки за фільмами. Давали рекомендації щодо полегшення процесу вивчення та наголошували на важливості відпочинку.
4. Використання відповідних хештегів, які відповідали ніші сторінки. Для більшої ефективності, хештеги не були однаковими для всіх публікацій, а

використовувалися популярні хештеги, такі як #language, #englishlearning, #workbook, #englishtips, #languagelearning.

5. Організація вебінару для студентів першого курсу Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. На ньому проводились міні-лекції, пов'язані з англійською мовою та воркбуками, зокрема за фільмом «Пірати карибського моря. Прокляття Чорної Перлини». Використовувалися презентації та демонстрація екрана, щоб виконувати вправи з робочого зошита та демонструвати фрагменти з фільмів. Для вебінару використовувалась платформа Zoom. Після завершення вебінару студентам було запропоновано заповнити міні-опитування у Google Forms.

Ці заходи допомогли залучити увагу та зацікавленість потенційних клієнтів. Вони сприяли підвищенню впізнаваності бренду та розповсюдженню інформації про воркбуки серед широкої аудиторії. Комбінація інтерактивного контенту, акцій, відео-контенту та вебінару дозволила залучити нових клієнтів, збільшити продажі та підвищити лояльність клієнтів до продукту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ажнюк Я.В. «Що таке соціальні медіа і хто такі SMM-менеджери». URL: <http://bit.do/eL3Rs> (дата звернення: 03.03.2023).
2. Андрушкевич З. М. «Актуальність застосування інструментів smm у маркетинговій діяльності підприємств. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : збірник наукових праць за матеріалами II Міжнародної науковопрактичної». 2016. С. 20-22
3. Артюхіна М. В., Попова Г. В. «Соціальний потенціал організації: сутність та управління інструментами SMM-маркетингу. Маркетинг і менеджмент інновацій». 2017. № 1. С. 52-61
4. Бобошко, О. М. «Використання воркбуків як ефективного засобу навчання англійської мови у школі. Інноваційна педагогіка» 2017. С. 7, 45-49.
5. Бондаренко, О. «Вплив соціальних мереж на молодь: позитиви та негативи." Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України». 2018, С. 184, 114-120.
6. Герус, О. М. «Англійська мова як важливий інструмент комунікації у сучасному світі. Інформаційні технології в освіті». 2013. С. 18, 163-166.
7. Гуцал, Н. М. «Використання воркбуків у процесі вивчення англійської мови. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Педагогіка». 2018, С. 2(48), 96-99.
8. Давиденко В. С., Подольна В. В. «SMM як інструмент просування в маркетингу». Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVIII Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів (18-19 квітня 2019 р., Київ). КНУТД, 2019. Т. 3 : Економіка інноваційної діяльності підприємств. С. 342-343.
9. Добржанський, Ю. «Важливість вивчення англійської мови для майбутніх фахівців». Видавництво Логос.2013
10. Кертіс Д. «Instagram Marketing: Практичні поради для підприємців»
11. Кудіна А. В. «Дієві інструменти просування fashion-брендів через соціальну мережу Instagram». 2020 С.2-9

12. Литвиненко, О. «Воркбуки в системі вивчення іноземних мов». Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 13: Проблеми методики та психології виховання. 2016 С. 27, 101-105
13. МакДональд Д. «Social Media Marketing: Стратегії та практичні поради для бізнесу в Instagram»
14. Міценко, В. «Соціальні мережі в бізнесі: особливості використання та переваги». Економічний часопис-XXI. 2018, С. 167(9-10), 42-45.
15. Онищенко О.С., Горовий В.М., Попик В.І. та ін. «Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : монографія». Київ : НАН України, Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського, 2013, С. 220
16. Пархоменко, Г. «Вплив англійської мови на сучасне суспільство». Видавництво Університету «Україна». 2010
17. Рейчел Р. «Instagram для бізнесу: Як просувати свій бренд в соціальних мережах»
18. Романишин С. Б., Греськів І. Р. «Особливості маркетингової діяльності в соціальних мережах». Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2015. № 819. С. 183-188
19. Савченко, Є. «Використання Instagram як інструменту маркетингу». Соціально-економічні проблеми і держава, 2019, С. 20(1), 206-212.
20. Семенюк О. «Англійська мова як фактор успіху в сучасному світі». Видавництво Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2012
21. «Соцмережі як джерело інформації». Research & Branding Group : URL: <http://rb.com.ua/uk/blog-uk/omnibus-uk/socmerezhi-jak-dzhereloinformacii/> (дата звернення: 04.03.2023).
22. Таухт Д. та Бенчлі Р. «Instagram. Соціальна мережа для бізнесу»
23. Томенчук Г. «Розкрутка та просування Інстаграм» 2023 URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/prodvizhenie-v-instagram> (Дата звернення: 07.04.2023)
24. Херрінгтон Д. «Instagram для бізнесу: Крок за кроком посібник з просування в соціальних мережах»
25. Gillespie, T. «Algorithm." In Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society». 2016 pp. 167-194. MIT Press.
26. Blair A., Ewart J., Lutz P. «The English Language Learning Workbox: A Resource Book for Teachers»

27. Jones D. «Instagram for Business: Everything You Need to Know to Grow Your Brand Successfully on Instagram»
28. Joshi V. "Instagram Ads Made Easy: Step-By-Step Guide to Advertising on Instagram"
29. Kovacs K. «Using Films to Learn English: A Resource Book for Teachers and Learners»
30. Lane N. «The 2021 Guide to Instagram Advertising: The Complete Handbook for Instagram Ads Success»
31. O'Brien, S. «Instagram: A Short History of the Photo App That Reimagined Social Media». Mashable. Retrieved from 2018 URL: <https://mashable.com/2018/05/02/instagram-history/> (Дата звернення: 01.03.2023)
32. «The Workbox Book: A Guide to Creating and Sustaining a Successful English-Language Learning Workbox System»