

Jak wykorzystać Instagram do promocji obiektu noclegowego?

2017-03-27

W ubiegłym roku liczba użytkowników Instagrama na świecie przekroczyła pół miliarda. W Polsce popularność serwisu również ciągle rośnie. Jak wykorzystać go do promocji obiektu turystycznego?

Zakładamy, że Instagram jest wam znany, może macie zainstalowaną na telefonie aplikację i może nawet wrzucacie okazjonalnie jakieś zdjęcia tylko... nie wykorzystujecie tego do promocji swego turystycznego biznesu. To błąd! Poniżej niezbędni, który pomoże wam zacząć.

Tuning

Tym, co na początku działalności Instagrama zadecydowało o jego popularności, były głównie filtry. Nie bójcie się ich używać. Filtry nadają zdjęciom zupełnie innego wyrazu, z wielu zwykłych fotek pozwalają zrobić coś znacznie więcej. Niektóre z filtrów czynią zdjęcie bardziej tajemniczym, inne nadają mu senny, bajkowy wygląd, a jeszcze inne pozwalają wydobyć i wyostrzyć kolory. Możliwości edycji zdjęć Instagram ma całkiem spore - poza wymienionymi filtrami możemy kadrować, ustawiać balans kolorów, jasność, ostrość, rozmycie i wiele innych. Oczywiście, żadna przesada nie jest dobra, więc używajcie z umiarem. Ale używajcie!

Hashtagi

Symbol # to w mediach społecznościowych jeden z najbardziej znanych i najlepiej rozpoznawalnych znaków. Stosujemy hashtagi przed zdjęciami. Jak? Po prostu przed słowem lub wyrażeniem wstawiamy symbol #. W przypadku Instagrama stosujemy hashtagi przed opublikowaniem zdjęcia, w jego opisie. Po co? Żeby zdjęcie było bardziej widoczne i więcej osób mogło go znaleźć. Szukać zdjęć w Instagramie możemy poprzez osoby, miejsca czy znaczniki. Im lepiej zdjęcie opisane, tym łatwiej na nie trafić, a w końcu o to nam chodzi. Umiar i tu jest złotą zasadą - lepiej kilka lub kilkanaście niż kilkadziesiąt. Przykład: #podlasie #złotajesien #grzybobranie #nazwa_waszego_miejsca itp.