

RUOKAKETJU
NÄKYVÄKSI



Instagramin mahdollisuudet

Nina Patriikka | OAMK 2023

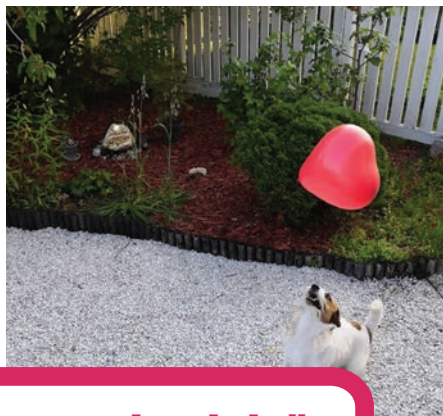
Instagram 2010 >

- *Jo suosituampi kuin Facebook*
- *Hastagit ovat tärkeitä!*
- *Mobiiliapp, jota voi myös käyttää tietokoneella ja selaimella (esim. Safarilla)*
- *Postausmuodot: julkaisu, tarina, kela ja live*
- *Inspiraation hakeminen, viihde ja tuotteiden markkinointi*
- *Sitouttaa enemmän kuin muut somekanavat!*
- *Mainonnan kohdentaminen on kustannustehdokkaasta*
- *67 % suurimmista brändeistä käyttää instaa*



Muutamia lisäfaktoja Instasta

Sosiaalisen median alusta kuvien ja videoiden jakamiseen



Suomessa on noin 3 miljoonaa käyttäjää



4. suurin yleisö kaikista some-alustoista



Ydinkäyttäjäkuntaa ovat 18-34-vuotiaat

**47,2 % on naisia
52,8 % on miehiä***

*vuonna 2022
miehiä 50,7 % ja
naisia 49,3 %
(maailmanlaajuisesti)

#hashtagit

- *Avainsanat auttaa ihmisiä löytämään mielenkiintoisia aiheita ja julkaisuja*
- *Mitä enemmän hastagejä, sitä paremmin julkaisu löytyy*
- *Suositus noin. 5-11 kpl*
- *Tallenna itse seuraamasi avainsanat*
- *Tutki mitä avainsanoja muut käyttävät*
- *Analysoi omien julkaisujen tilastodataa*

Instagram vinkkejä:

- *Seuraa itse relevantteja sivuja*
- *Kommentit nostavat postauksen näkyvyyttä*
- *Vuorovaikuta ja osallistu keskusteluun*
- *Postaa säännöllisesti iltaisin klo 18-21 välillä*
- *Järjestä kilpailuja*
- *Ristiin postaa*
- *Myy tuotteita suoraan Instassa*
- *Kokeile videopostauksia ja eri postausmuotoja*
- *Käytä emojiä ja vähintään viittä eri hastagiä*
- *Muista myös @tägit (henkilöt ja paikkakunnat yms.) postauksiin*

Miksi käyttäisin Instagramia?

- *Instagramin käyttäminen viestinnässä ja mainonnassa lisää tunnettuutta ja vaikuttavuutta ja tarvittaessa myyntiä*
- *Henkilöbrändin rakentamiseen*
- *Some on tasa-arvoinen alusta*
- *Monimediallisuus*
- *Vuorovaikutus*
- *Henkilökohtaisuus*
- *Jos haluat inspiroida tai viihdyttää muita*
- *Haluat jakaa tietoa*
- *Saada seuraajia*
- *Tiedottaa tapahtumista*

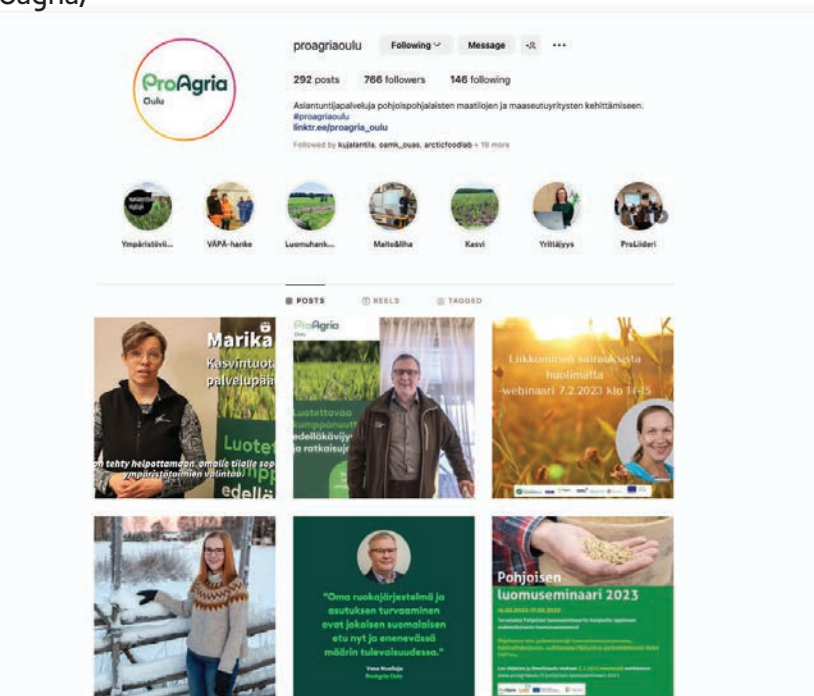
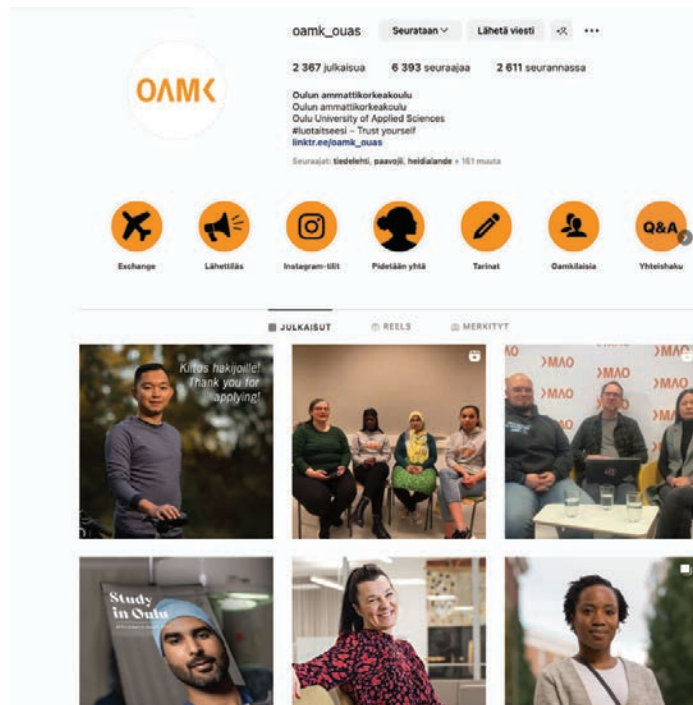
Oma profiili

- Profiiliin on tärkeää muotoilla oma esittelyteksti (bio), sekä linkittää oma sivusto.
- Jos linkkejä on useita voit apuna käyttää Linktree -lisäisivua.
- Profiilissa näkyvät kaikki käyttäjän julkaisut, sekä tarinan kohokohdat.
- Käyttäjän kaikkien julkaisujen kokonaisuutta kutsutaan feediksi.

Instagram käyttäjän voi vaihtaa myös yritystiliksi. Yritystili profiiliin saa "Ota yhteyttä" painikkeeseen, sekä sijaintitiedot. Lisäksi yritystilillä saa tarkempaa statistiikkaa seuraajista ja julkaisujen tavoittavuudesta.

Lähde: <https://www.kupli.fi/instagram-opas-aloittelijoille/>

Kuvat: https://www.instagram.com/oamk_ouas ja <https://www.instagram.com/proagria/>



Keinoja, joilla voi lisätä näkyvyyttä

- *Tarinallisuus ja tunteiden herättäminen*
- *Visuaalisuus*
- *Vuorovaikutus*
- *Seuraa analytiikkaa ja tee optimointia*
- *Säännöllinen ja suhteellisen tiheä julkaisutahti (5-7 kertaa viikossa ja jopa useampi julkaisu päivässä)*
- *Hyödylliset sisällöt*

believe in yourself

Tarinallisuus ja tunteiden herättäminen



Koskettavat kuvat:

Luomalla kokemuksista kertomuksia synnytetään tunteita.

Tunteita luomalla sitoutetaan yleisö.

Emotionaalisten julkaisujen jakaminen on todennäköisempää.

- *Ihmiset ja eläimet kuvissa*
- *Inhimillisuus ja aitous*
- *Avoimuus ja helposti lähestyttävä sekä samaistuttava*
- *Normipäivän pienet hetket*

Kuvien ja videoiden editointi

- *Käytä vain suosituimpia filttareita tai ei filttareita ollenkaan*
- *Kuvien peruskorjaukset, esim. kontrasti, horisontti, vinjetointi jne. onnistuu joko kameran omassa ohjelmassa tai ulkoisessa appissä esim. Snapseed*
- *Vältä kuvien ylimanipulointia!*
- *Voit kuvata kuvia ja videoita myös suoraan Instagramissa*
- *Kuvan muoto on feedissä neliö 1080 x 1080 px*
- *Videon pituus voi olla 60 min (syöte: max 15 sek), kuvasuhteen on oltava vähintään 4:5 ja enintään 9:16. Videon editointiin sopii esim. VN app*
- *Instagram Tarina ja Kela -mainosten kuvakoko tulisi olla 1080 x 1920 px*

Kuvien ja video sisältöteemat:

- *Ihmiset ja eläimet*
 - *Hetket arjessa*
 - *“Kulissien takana”*
- *Ajankohtaiset teemat*
 - *Luotokuvat*
- *Tapahtumat ja juhlat*
 - *Ennen ja jälkeen*
 - *Vuodenajat*
- *Työvaiheen esittely*

Sisältövaihtoehdot:

<i>Julkaisu</i>	<i>Tarina</i>	<i>Kela</i>	<i>Live</i>
<ul style="list-style-type: none">▪ <i>Kuvat</i>▪ <i>Videot</i>▪ <i>Mainokset</i>▪ <i>Panoramakuvat</i>▪ <i>Kuvakarusellit</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ <i>Kuvat ja videot (max 15 sek)</i>▪ <i>Tekstit, tarrat ja tägit</i>▪ <i>Näkyvissä 24 h</i>▪ <i>Voi tallentaa omiin kohokohtiin</i>▪ <i>Mainokset</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ <i>Videot (max 90 sek)</i>▪ <i>Suosittelun pituus 3-10 sek</i>▪ <i>Tekstit, tarrat ja tägit</i>▪ <i>Voi liittää ostomahdollisuuden</i>▪ <i>Sopii tarinankerrontaan</i>▪ <i>Mainokset</i>▪ <i>Musiikki (ei yritystilit)</i>▪ <i>Filtterit</i>▪ <i>Videota voi hidastaa tai nopeuttaa</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ <i>Promot</i>▪ <i>Lanseeraukset</i>▪ <i>Esiintymiset</i>▪ <i>Uutiset</i>▪ <i>Max pituus 4 h</i>▪ <i>Voit tallentaa kohokohtiin</i>▪ <i>Livessä on kommentointi mahdollisuus</i>

Instagram for business

- *Mainosformaatit on samat kuin Instan sisältömuodot*
- *Mainonnan tavoite ohjaa valitsemaan oikean mainosmuodon*

Objective	Feed	Stories	Explore	In-Stream video	Reels	Shop
Brand awareness	✓	✓	✓	✓	✓	
Reach	✓	✓	✓	✓	✓	
Traffic	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Engagement	✓		✓			
App installs	✓	✓	✓		✓	
Video views	✓	✓	✓	✓	✓	
Lead generation	✓	✓	✓			
Messages	✓	✓	✓			
Conversions	✓	✓	✓		✓	✓
Catalog sales	✓	✓	✓			✓
Store traffic	✓	✓				

Kuva: <https://www.meltwater.com/fi/blog/kuinka-instagramin-mainokset-toimivat>

CTA (Call to action)

- *Hae nyt*
- *Varaa nyt*
- *Soita nyt*
- *Ota yhteyttä*
- *Lahjoita*
- *Lataa*
- *Asenna nyt*
- *Lue lisää*
- *Kuuntele nyt*
- *Tilaa nyt*
- *Katso valikko*
- *Lähetä viesti*
- *Osta nyt*
- *Rekisteröidy*
- *Tilaa*
- *Käytä sovellusta*
- *Katso lisää*



<https://www.meltwater.com/en/blog/instagram-ads-a-guide-for-marketers>

Julkaisumainos

Kuvamainoksen tekniset tiedot:

- *Kuvat (Neliö | Maisema | Pysty)*
- *Kuvan muoto: JPG tai PNG*
- *Vähimmäisresoluutio: 1080 x 1080 px*
- *Suurin resoluutio: 1936 x 1936 | 1936 x 1936 | 1936 x 1936 px (maisema)*
- *Kuvasuhde: 1:1 | 1,91:1 | 4:5*
- *Kuvan enimmäiskoko: 30 MB*
- *Kuvatekstin enimmäispituus: 2 200 merkkiä (Suositus: 125 merkkiä, ei linkkejä)*
- *Kuvateksti: 2 riviä tekstiä näytetään*

Karuselli kuvamainos

- *Karusellin kuvat (neliö)*
- *Kuvan muoto: JPG tai PNG*
- *Kuvien vähimmäismäärä: 2*
- *Enimmäismäärä: 10*
- *Vähimmäisresoluutio: 1080 x 1080 px*
- *Kuvasuhde: 1:1*
- *Kuvan enimmäiskoko: 30 MB*
- *Suosittelava kuvatekstin pituus: 125 merkkiä*
- *Hashtagien enimmäismäärä: 30*
- *Laskeutumissivun URL-osoite: Pakollinen*

Videomainos

- Videot (Neliö | Maisema | Pysty)
- Videoformaatti: MP4 tai MOV suositellaan, muutkin hyväksytään.
- Videon enimmäispituus: 120 sek
- Suositeltu resoluutio: Lataa korkeimman saatavilla olevan resoluution omaava video, joka täyttää tiedostokoko- ja suhdelukurajoitukset.
- Vähimmäisleveys: 500 px
- Suositeltava kuvasuhde: 1,91:1 - 4:5
- Videon enimmäiskoko: 4 Gt
- Ensisijainen teksti: 125 merkkiä
- Otsikko: 40 merkkiä
- Kuvaus: 30 merkkiä

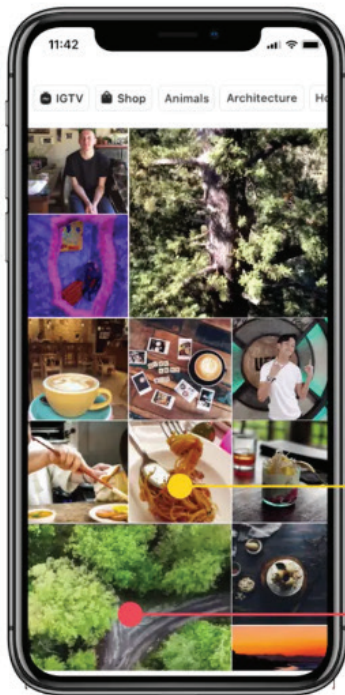
Karusellivideot (neliö)

- *Videoformaatti: MP4 tai MOV suositellaan, muutkin hyväksytään*
- *Videon enimmäispituus: 60 sek*
- *Vähimmäiskuvat: 2 kpl*
- *Enimmäismäärä: 10 kpl*
- *Suositteltu resoluutio: vähintään 1080 x 1080 px*
- *Kuvasuhde: 1:1*
- *Videon enimmäiskoko: 4 Gt*
- *Suositteltava kuvatekstin pituus: 125 merkkiä*
- *Hashtagien enimmäismäärä: 30*

Mainokset Explore syöteessä

INSTAGRAM EXPLORE

Grid of photos and videos



AD IN EXPLORE FEED AD

Scrollable feed of photos and videos

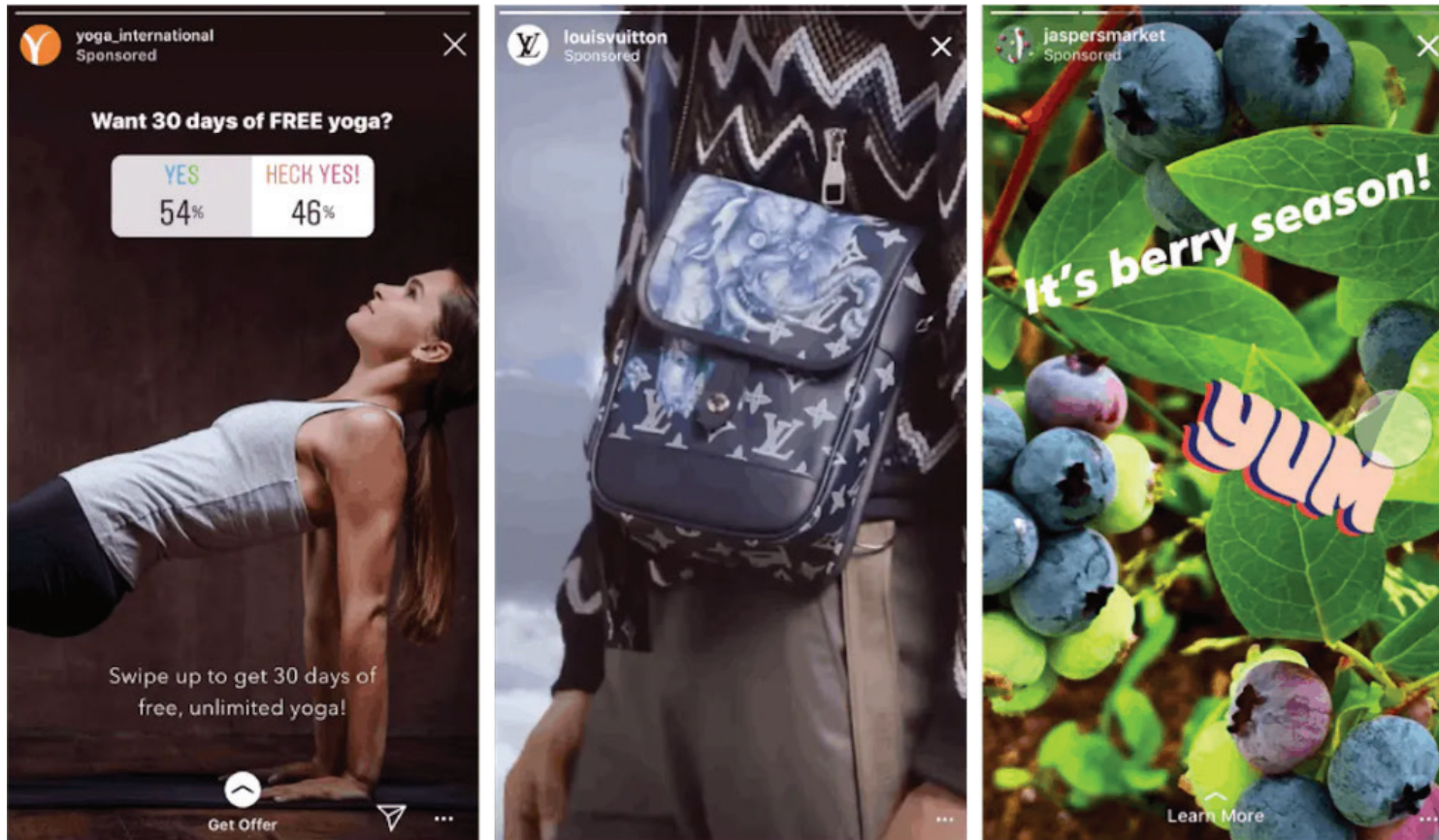


AD IN EXPLORE VIDEO

Scrollable feed of videos



Tarina mainokset



- *Tarinat tarjoavat kuva-, video- ja karusellimainosvaihtoehtoja. Instagram Story -mainokset näkyvät pystysuuntaisina koko näytön kokoisina kuvina tai videoina*

Tarina mainosten tekniset vaatimukset

Kuvat (pystysuora)

- Kuvan muoto: JPG tai PNG
- Vähimmäisleveys: 500 px
- Suositeltu resoluutio: vähintään 1080 x 1080 px
- Kuvasuhde: 9:16 ja 4:5-1,91:1.
- Kuvan enimmäiskoko: 30 Mt
- Kyselytarra ja muut luovat työkalut käytettävissä.
- On suositeltavaa jättää 250 pikseliä kuvan ylä- ja alapuolelle vapaaksi logoista, tekstistä tai keskeisistä luovista elementeistä - jos kuvasi on esimerkiksi 1080 x 1920 pikseliä, varmista, että keskeiset elementit näkyvät 1080 x 1420 otsikolle varatulla alueella.

Videot (pystysuora)

- Videoformaatti: MP4, GIF tai MOV
- Videon enimmäispituus: 60 sekuntia
- Vähimmäisleveys: 500 pikseliä
- Suositeltu resoluutio: vähintään 1080 x 1080 p
- Kuvasuhde: 9:16, 16:9-4:5
- Videon enimmäiskoko: 4 Gt
- Kyselytarra ja muita luovia työkaluja käytettävissä
- On suositeltavaa jättää 250 pikseliä kuvan ylä- ja alapuolelle vapaaksi logoista, tekstistä tai keskeisistä luovista elementeistä - jos kuvasi on esimerkiksi 1080 x 1920 pikseliä, varmista, että keskeiset elementit näkyvät 1080 x 1420 otsikolle varatulla alueella.

Karusellitarinat

Karuselli kuvat (pystysuora)

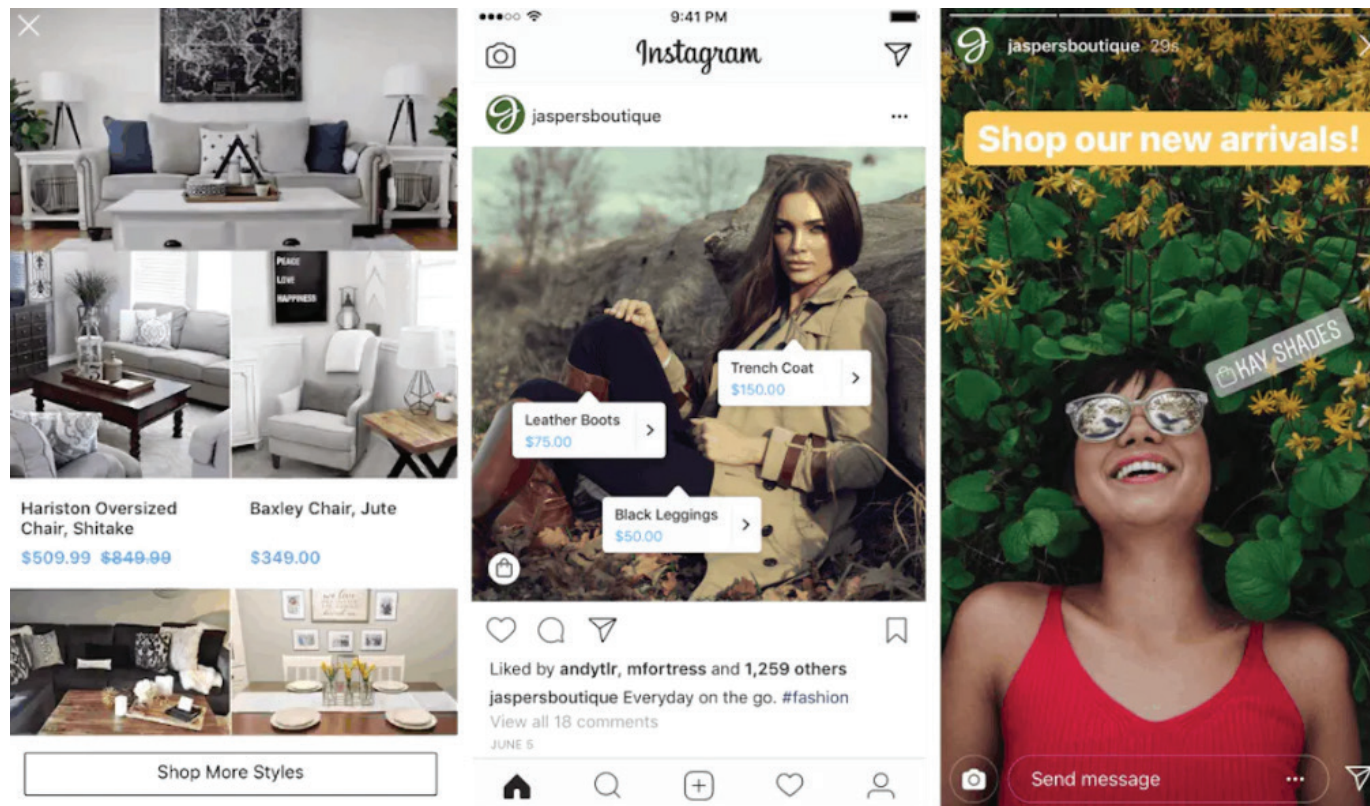
- *Kuvan muoto: JPG tai PNG*
- *Suositteltu resoluutio: 1080 x 1920 px*
- *Vähimmäiskortit: 2 kpl*
- *Enimmäiskortit: 10 kpl*
- *Kuvasuhde: 1:1, 9:16, 16:9-4:5*
- *On suositeltavaa jättää 250 px mainoksen ylä- ja alareunaan vapaaksi logoista, tekstistä tai keskeisistä luovista elementeistä - jos kuvasi on esimerkiksi 1080 x 1920 px, varmista, että keskeiset elementit näkyvät 1080 x 1420 otsikkoturvallisen alueen sisällä.*

Videot (pystysuora)

- *Videoformaatti: MP4, GIF tai MOV*
- *Videon enimmäispituus: 15 sek per kortti, yhteensä 120 sek*
- *Korttien vähimmäismäärä: 2 kpl*
- *Enimmäiskortit: 10 kpl*
- *Suositteltu resoluutio: vähintään 1080 x 1920 px*
- *Kuvasuhde: 1:1, 9:16, 16:9-4:5*
- *Suositteltavaa on jättää 250 px mainoksen ylä- ja alapuolelle vapaaksi logoista, tekstistä tai keskeisistä luovista elementeistä - jos videosi on esimerkiksi 1080 x 1920 px, varmista, että keskeiset elementit näkyvät 1080x1420 otsikolle varatulla alueella.*

Verkkokauppakohtaiset mainostyypit

Instagram tukee myös useita muita mainostyyppejä, jotka on omistettu Instagram-myyntille ja tuotteiden myynninedistämiseksi. Näihin kuuluvat Collection- ja Shopping-mainokset. Toisin kuin feed- tai Stories-mainokset, nämä julkaisut kehottavat ihmisiä ostamaan merkattujen tuotteiden kautta. Tuotteet voidaan linkittää suoraan Instagramin "Instant Storefront"- tai Checkout-toimintoihin.

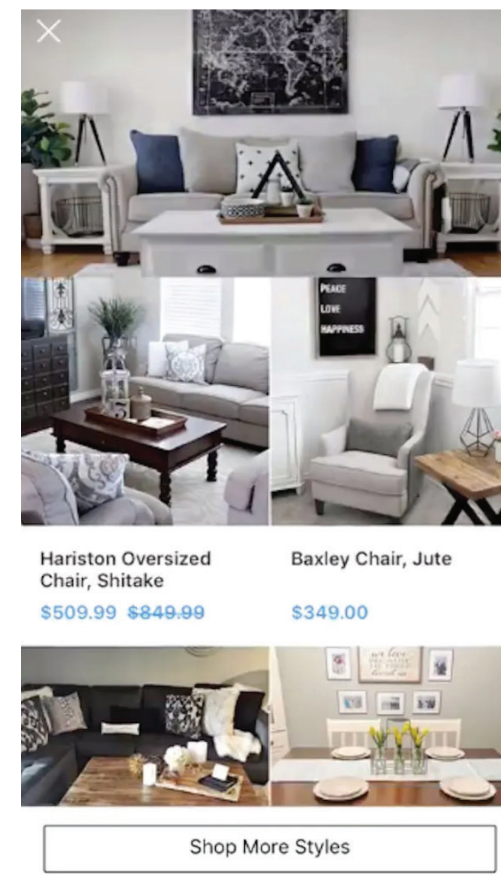


Kokoelmamainokset

Kokoelmamainokset on omistettu avoimesti Instagram-myyntille, ja niissä näytetään pääkuva tai -video sekä useita tuotteita sisältävä ruudukko. Kun käyttäjä klikkaa mainosta, hänet ohjataan tuoteluetteloon, joka linkittää suoraan tuotemerkin tuotesivuille tai sovellukseen. Näin brändit voivat myydä tuotteitaan suoraan mainoksen kautta. Tällä hetkellä kokoelmamainokset ovat käytettävissä vain, kun brändit luovat uuden postauksen tai kampanjan, eikä niitä voi luoda olemassa olevista postauksista.

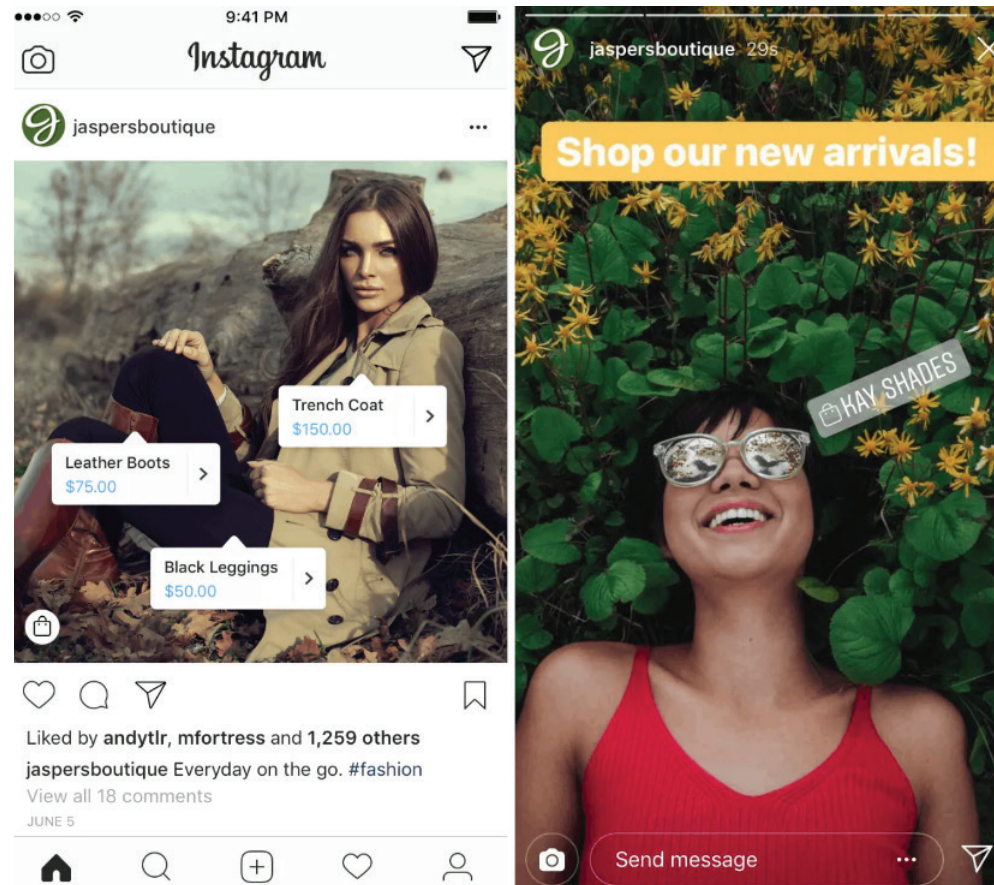
Kokoelmamainoksen tekniset tiedot

- Kuvasuhde: 1.91:1 - 1:1
- Vähimmäisleveys: 500 px
- Vähimmäiskorkeus: 500 px



Shoppable -tägit

Shoppable-postausten avulla käyttäjät voivat löytää tuotteita orgaanisten postausten ja Stories-tarinoiden kautta. Brändit voivat lisätä tuotetunnisteita sekä uusiin että olemassa oleviin viesteihin. Nämä mainosmäärittelyt ovat samat kuin edellä mainitut tavalliset syöte-julkaisut ja tarina-mainokset.



Miten IG mainoksia tehdään?

On kolme tapaa, joiden kautta voi ostaa Instagram-mainoksia. Nämä ovat:

- Itse Instagram-sovellus (mainostetaan olemassa olevia postauksia)*
- Facebook Ads Manager*
- Instagram-kumppanit (ulkoistaminen kolmannen osapuolen ammattilaisille)*

Huomio: Mainosten käyttäminen edellyttää, että käyttäjillä on Facebook-sivu ja että he luovat Instagramissa ilmaisen yritysprofiilin.

Mainos julkaisusta

- *Valitse Instagram-julkaisu, joka resonoi parhaiten yleisöösi (VINKKI: valitse julkaisu, joka vastaa brändiäsi ja tyyliäsi!)*
- *Määritä liiketoiminnan tavoite: Hanki käyntejä profiiliisi, Hanki käyntejä verkkosivustollesi tai hanki viestejä käyttäjiltä.*
- *Valitse yleisö: Automaattinen (voit kohdentaa yleisön, joka on samankaltainen kuin seuraajat) tai Manuaalinen yleisö (voit luoda oman yleisön demografisten tietojen, kiinnostuksen kohteiden tai sijainnin perusteella).*
- *Aseta budjetti ja mainoksen kesto.*
- *Testaa tuloksia: Seuraa Instagram-mainoskampanjan tuloksia. Käytä yllä olevia parametreja testataksesi, miten viestisi toimii, ja säädä niitä seuraavaa kampanjaa varten.*

Mainoksen lähettäminen Facebookin mainostenhallinnan kautta

Create New Ad Set | Ad Set Name | Menlo Park - 13+ | Start from an existing Ad Set

Exclude | Create New

Locations | Everyone in this location

United States

Menlo Park, California +10mi

Age | 13 - 65+

Gender | All

Languages | English

Audience Definition

Your audience is defined.

Specific | Broad

- Location:
 - United States: Menlo Park (+10 mi) California
- Age:
 - 13 - 65+
- People Who Match:
 - Interests: Ice cream, Soft serve, Frozen dessert, Frozen yogurt, Cake, Cupcake, Gelato or Desserts
 - Behaviors: Cookies
- Placements:
 - Facebook Feeds and Facebook Right Column

Potential Reach: 120,000 people

Estimated Daily Reach

Facebook: 1,300 - 3,300 people on Facebook (of 74,000)

Instagram: 640 - 1,700 people on Instagram (of 55,000)

This is only an estimate. Numbers shown are based on the average performance of ads

Instagram post: tastycreamery, 1,084 likes

- Mene Ads Manageriin ja napsauta 'Luo'
- Valitse avattavasta valikosta tavoite
- Lisää tai valitse kampanjan nimi
- Valitse yleisö
- Aseta budjetti ja mainoksen kesto
- Valinnainen: optimoi mainoksesi (esim. klikkauskertojen tai vaikutuskohtaisten maksujen perusteella) tai lisää manuaalinen tarjoussumma (esim. kustannus per klikkaus) yllä olevaan budjettiin.
- Valitse Facebook-sivu edustamaan yritystäsi ja valitse liitetty Instagram-tilisi, jos sinulla on sellainen.
- Täytä mainoksen otsikko, teksti ja CTA (call to action)
- Valitse mainoksen sijoitus (vain Instagram)
- Julkaise mainoksesi
- Tarkastele tuloksia Ads Managerin kautta

Mainosten suunnittelun vinkkilista:

- *Huomio että millenniaaleille kohdennetut IG mainokset maksavat eniten*
 - *Tunne ja tunnista oma yleisösi hyvin*
- *Testaa erilaisia mainosformaatteja ja tutki olemassa olevia mainoksia*
 - *Muista vuorovaikutus myös mainoksissa*
 - *Panosta laadukkaisiin sisältöihin*
 - *Älä tyrkytä, pyri ensisijaisesti hyvään orgaaniseen näkyvyyteen*
- *Tuota ensisijaisesti hyöty ja vinkki -julkaisuja ja toisijaisesti myyntiin tähtääviä julkaisuja*