

CRESCERE SU INSTAGRAM

OTTIMIZZA OGGI IL TUO PROFILO



Web al Volo



INDICE

INTRODUZIONE	Pag. 3
PRESENTAZIONE.....	Pag. 5
ELEMENTI DI OTTIMIZZAZIONE.....	Pag. 6
NOME UTENTE	Pag. 8
NOME	Pag. 11
FOTO PROFILO.....	Pag. 14
BIOGRAFIA	Pag. 16
LINK IN BIO.....	Pag. 21
STORIE IN EVIDENZA.....	Pag. 23
ASPETTO DEI DUE FEED.....	Pag. 26
CONCLUSIONE.....	Pag. 30

INTRODUZIONE

Sono anni che studio la crescita su Instagram. Ti dico la verità: penso sia una vera e propria passione.

Ho aiutato moltissime persone in questi anni, conscio del loro principale interesse: incrementare il numero di follower.

Con questo freebie ho pensato di andare in contro alle esigenze di questa fetta di pubblico: ho pensato ad un documento per crescere su Instagram.

Ti aspetterai trucchetti da grande guru, soluzioni mirabolanti o incredibili magie per impressionare i tuoi futuri follower... Nulla di tutto ciò.

Questo documento ti servirà per ottimizzare il tuo profilo, il primo degli step ESSENZIALI per pensare di crescere su Instagram.

Devi sapere che per crescere su questo social bisogna creare traffico in entrata sul profilo; tali utenti, una volta finiti sul tuo profilo hanno due opzioni: seguirti o fuggire.

Lo scopo di questo PDF sarà far sì che scelgano la prima opzione: seguirti.

Di conseguenza, non troverai strategie o tecniche per incrementare il traffico organico ma piuttosto lo

step che dovrebbe anticipare tali attività:
l'ottimizzazione del profilo.

Una volta seguite le indicazioni di questo documento (e quindi dopo aver ottimizzato il profilo) sarai pront* ad avviare la tua crescita organica - e non - su Instagram.

Che dire, buona crescita e buona lettura.

Carlo

CHI SONO?



CARLO

*INSTAGRAM COACH
E FORMATORE*



*Specializzato in massimizzazione
dei profitti di business attraverso
strategie di digital marketing e
tramite l'utilizzo di Instagram.*



ELEMENTI DI OTTIMIZZAZIONE

Qual è il primo pensiero che elabora il tuo cervello non appena visiti un profilo Instagram?

Anche se non te ne accorgi, il tuo cervello cercherà immediatamente di far ricadere il tuo profilo in una delle due scatole:

- "Questo profilo mi piace!"
- "Questo profilo non mi piace!"

Per arrivare a tale scelta prenderemo in considerazione diversi criteri di giudizio.

Penserai che quindi il nostro cervello impiegherà ore e ore ad arrivare alla soluzione del quesito.

No, sceglieremo una delle due opzioni in pochissimi secondi.

Per decretare se seguire quel profilo oppure fuggire a gambe levate, prenderemo in considerazione alcuni elementi cardine del profilo Instagram: quelli che in questo documento chiameremo "Elementi di ottimizzazione".

Il mio scopo sarà quello di passare in rassegna di tutti gli elementi di un profilo Instagram ottimizzato e permetterti di replicare tale obiettivo.

Una volta raggiunta la meta potrai ufficialmente pensare alle tecniche di ottenimento del traffico sul profilo Instagram; potrai stare cert* che la conversione da "Visitatore" a "Follower" sarà una passeggiata!

Quali sono gli elementi di ottimizzazione che vedremo?

1. Nome Utente (username)
2. Nome (name)
3. Foto profilo
4. Biografia
5. Link in Bio
6. Storie in evidenza (highlights)
7. Aspetto dei diversi Feed



NOME UTENTE

Il nome utente è il nome con il quale sarai riconosciuto*. Si tratta del nome più importante del tuo profilo (perché, come ben saprai, ci sono due nomi all'interno dei profili Instagram).

Il nome utente è quello che in genere viene mostrato a seguito della chiocciola (esempio: @webalvolo).

Il nome utente è il nome che troverai sempre nella parte più alta di ogni profilo.

Se ancora non hai definito con precisione il tuo nome utente, devi sapere che accedendo al tuo profilo avrai la possibilità di modificarlo.

Prima di modificarlo, però, segui i miei consigli.

Essendo il nome con il quale sarai ricordato*, ti consiglio di pensarci a lungo.

Per essere sicuro* di non sbagliare, prendi carta e penna e dai libero sfogo alla fantasia.

Segna ogni tipo di parola ti passi per la testa, partendo dalle tue passioni e dalle parole che, a parer tuo (ma anche dei tuoi amici e dei parenti), ti rappresentano al 100%.

Una volta raggiunto un risultato soddisfacente,

prova ad unire in maniera casuale o artistica le parole che hai scritto sul tuo foglio.

Dovrai provare a dar vita ad almeno 5 username che creano gioia. A questo punto, il consiglio, è di farti dare una mano.

Chiedi ad amici, parenti e follower quali di queste opzioni rappresenta maggiormente te e il tuo modo di comunicare online.

I feedback ricevuti ti aiuteranno a prendere la decisione finale.

Come fare, però, a mettere nero su bianco ben 5 nomi utenti?

Prova a seguire queste facili regole che ti serviranno per produrre nomi di qualità e soprattutto funzionali per la tua presenza online futura:

- deve essere facile da ricordare (non nomi troppo elaborati, difficili da pronunciare e che magari suonino pure male);
- deve essere il più corto possibile (perché se no diventerebbe complesso ricordare il tuo nome);
- deve far capire immediatamente di che cosa tratta il tuo profilo (o almeno dovrai provarci);
- dovrà essere originale;

- non deve contenere numeri e underscore (sarebbe la situazione ideale, capisco che a volte diventa impossibile in quanto già presente).

Tra i nomi utenti meno creativi ma che comunque vanno bene troviamo:

- nome + cognome
- cognome + nome
- nome + keyword che rappresenta a pieno il tuo settore di riferimento.

Queste sono le uniche opzioni che, a discapito della creatività, prediligono la facilità di essere trovati tramite la barra di ricerca di Instagram e che, di conseguenza, risultano essere un'ottima alternativa.



NOME

Anche il nome ricopre un ruolo fondamentale per un profilo Instagram ottimizzato.

Grazie al nome (che ricordiamo, è diverso dal nome utente) possiamo:

- essere trovati facilmente da chi è alla ricerca di un profilo come il nostro;
- far capire immediatamente cosa troveranno all'interno del nostro profilo;
- distinguerci dalla massa e dimostrare che si tratta di un profilo professionale (o che mira a raggiungere una certa professionalità tramite l'online).

Per riassumere: il nome dovrebbe raccontare in maniera diretta CHI SIAMO e CHE COSA FACCIAMO SU INSTAGRAM.

La creatività è ben accetta!

Fino ad alcuni mesi fa vi era un limite nel numero dei caratteri. Tale limite non permetteva di esprimere al meglio il proprio essere: ad oggi questo limite è stato superato, garantendo la massima espressività ai creator. Oggi è addirittura permesso estendere il proprio nome su due righe.

Cosa dovrebbe includere?

Nome Proprio (si può evitare solamente se già incluso nel nome utente) + keyword della nicchia di riferimento.

Alcuni esempi pratici:

- Se desideri essere trovat* in veste di travel blogger, dovrai inserire travel blogger all'interno del Nome.
- Se desideri essere trovat* da appassionati di cucina, il tuo Nome dovrà includere una delle seguenti parole chiave: "cucina", "food", "ricette" o simili.
- Se sei un* expert* di fisica, è chiaro che la parola chiave "Fisica" dovrà comparire nella tua sezione dedicata al Nome.

Il Nome ha il grande vantaggio, come per l'username, di far sì che il tuo profilo sia "scovato" tramite le ricerche che si fanno dalla barra di ricerca.

Inoltre, le parole chiave che userai, permetteranno all'algoritmo di categorizzare più facilmente il tuo profilo (la categorizzazione apporta solo grandi vantaggi al profilo).

Altro elemento che ti consiglio di inserire all'interno della stringa del Nome è un'emoji.

Non troppe, se no il rischio è di creare troppa confusione.

Una, ben selezionata, magari anche attinente alla tua nicchia o che presenti i colori della palette prescelta per il tuo profilo.



Carlo | Instagram Specialist 🚀

*vorrei tanto cambiare in "Instagram Coach" ma un bug al profilo mi impedisce di farlo.

FOTO PROFILO

Vuoi sapere qual è il primo elemento che noterà un utente che entrerà sul tuo profilo?

Ebbene sì, la foto profilo.

Questa guida è diretta a migliorare la crescita di brand personali (non aziende): i consigli che ti sto per condividere saranno diretti a liberi professionisti o privati che hanno deciso di accrescere la propria passione e renderla sempre più professionale.

La foto profilo deve:

- mostrare un volto ben illuminato; non sono accettate foto buie o con strani filtri sul viso;
- mostrare una figura in formato "ritratto", ti consiglieri di evitare foto a figura intera o particolari zoom alla foto (a meno che la tua nicchia non lo richieda per mettere in risalto un dato oggetto o un particolare di rilievo);
- mostrare allegria; il viso deve essere sorridente; come pensi di accogliere un utente se si troverà di fronte una faccia imbronciata?
- se possibile, includere i colori della palette prescelta per la gestione ottimale della tua presenza social.

Se possibile, sono da escludere:

- foto con loghi (anche se rappresenta il tuo brand personale);
- foto ad oggetti;
- foto con più persone (a meno che la gestione del profilo non sia condivisa tra più persone);
- foto poco nitide;
- foto di bassa qualità.

Sono stato troppo duro? (:P)

Ora che la foto profilo è stata impostata, passiamo all'argomento più tosto: il setting della biografia.



CHE NE DICI DI CREARE UNA STORIA SU IG?



- **FAI UNA FOTO AL FREEBIE**
- **CONDIVIDI UNA STORIA SU IG E TAGGAMI (@WEBALVOLO)**
- **SARAI RICONDIVIS***

BIOGRAFIA

Ti dirò la verità: non sempre un nuovo utente si fermerà a leggere la tua biografia.

Questo non significa che possa essere trascurata.

Abbiamo poco spazio a disposizione per presentare noi e il nostro profilo nel migliore dei modi.

Anche grazie alla biografia l'utente in questione potrebbe decidere di prendere la faticosa decisione: "L* seguirò" oppure "Non l* seguirò".

Come fare?

Ho pensato ad una struttura che faticherai a dimenticare: si chiama CIRC.

Ogni lettera corrisponde ad una riga della biografia (ti consiglio quindi di strutturare la tua bio su quattro righe):

- C (CHI SEI)

Nella prima riga devi immediatamente far capire chi sei e quali argomenti saranno trattati all'interno del tuo profilo. Questo passaggio diventerà facoltativo se sarai riuscit* ad includere tutte le info all'interno del Name. Ti consiglio di evitare ripetizioni (hai a disposizione troppi pochi caratteri, non puoi permettertelo).

- I (INTERESSE)

Dopo aver detto che cosa troveranno sul tuo profilo, devi dare una motivazione VALIDA per il quale dovrebbero seguirti.

"Impara a monetizzare il tuo profilo Instagram" è la riga che ho dedicato all'interesse della mia biografia. Se pensi che monetizzare un profilo sia importante, allora dovresti seguire il mio profilo. Qual è il reale vantaggio che avranno i tuoi futuri follower? Pensaci e poi inseriscilo in bio.

- R (RIPROVA SOCIALE)

Questa riga diventerà facoltativa se non hai ancora sviluppato un'esperienza tale da indicare ciò che sto per consigliarti.

La riga di riprova sociale dovrebbe includere un'informazione che convincerà realmente l'utente a seguirti. Ok che mi hai detto che con te potrò monetizzare il profilo, ma... Tu chi sei per dirmi questo?

Potrei dirti che ho gestito la presenza online di oltre XYZ aziende, potrei dirti che ho ottenuto oltre XTZ Euro grazie al profilo o che la mia newsletter conta XTZ iscritti fedeli.

Qual è l'elemento di riprova sociale che convincerà il tuo pubblico a convertirsi da visualizzatore a follower?

- C (CALL TO ACTION)

Cosa dovrebbe fare l'utente una volta terminata la lettura della tua biografia. Raccontalo con pochissime parole.

Se hai un link da includere alla tua biografia (ricordo che esiste l'apposita sezione), la riga di biografia dovrebbe includere un motivo per il quale l'utente deve toccare quel link.

Conta che l'utente non ha voglia di uscire da Instagram: dovrai quindi fornire una motivazione VALIDA per compiere tale sforzo (anche se poi in realtà si tratta di un semplice tocco).

Anche la biografia può includere emoji. Anche qui ti consiglio di non esagerare.

Al massimo un'emoji per riga. Inseriscila all'inizio della riga.

L'emoji dovrebbe essere strettamente legata alla riga corrispondente (esempio: se parlo di crescita, ha senso inserire come emoji una freccia verso l'alto o un oggetto che vira verso l'alto).

Prima di concludere il discorso biografia ci tengo a raccontarti un aspetto che sarà utile per il futuro del tuo profilo.

Devi sapere che potrai modificare la biografia in ogni momento. Cosa significa?

Significa che potrai fare tutti i test che vorrai.
Prova una biografia per un mese. Dopo un mese prova a cambiare uno o massimo due concetti.
Prova per un altro mese la nuova biografia.
Dopo due mesi avrai constatato quale delle due biografie ti permette di convertire il maggior numero di visitatori in follower.
Ti basterà analizzare, ogni fine mese, il numero di nuovi follower del mese. Nello stesso momento dovrai prendere in considerazione il numero di utenti che hanno visualizzato il profilo.
Rapporta questi due dati e poi moltiplica per 100 per avere un dato percentuale degli utenti che da visitatori si sono convertiti in follower.
Continua così ogni mese (o ogni 90 giorni) per perfezionare sempre di più la tua biografia.

Carlo | Instagram Specialist 🚀

Creator digitale

🚀 Impara a crescere e monetizzare su Instagram

📊 Grazie ai miei Coaching e Mentoring

✈️ Tips che ti faranno volare

👉 Prenota ora la tua coaching

bit.ly/webalvolo

PRIMA DI CONTINUARE...

Conosci già **Follower Boom**?

Si tratta del mio personale percorso che include le principali tecniche che ho elaborato per la crescita su Instagram.

Sono le stesse tecniche che ho consigliato ai miei clienti e che hanno letteralmente fatto il BOOM di follower.



Solamente per te che hai ottenuto questo Freebie, il corso sarà disponibile ad un prezzo speciale che ti permetterà di risparmiare oltre 50 Euro.

Tocca il pulsante qui sopra e scrivi il **codice sconto FOLLOWER** in fase di acquisto. Ti aspetto in Follower Boom, il corso che ti permetterà di far esplodere il tuo profilo Instagram.

LINK IN BIO

Prima di procedere oltre volevo darti alcuni consigli per il link in bio.

Arriverai al punto di voler rimandare gli utenti su un altro sito. Poi su un altro sito ancora. Poi ancora un altro.

Come fare, visto che Instagram consente di inserire un solo link?

Esistono tanti siti e applicazioni che ti consentono di creare una sorta di landing page (pagina di atterraggio) che fungono da raccoglitori di link. Piuttosto che consigliarti tante app, preferisco soffermarmi su un solo sito (che io trovo perfetto, oltre che super editabile).

Sto parlando di Beacons.ai.

Questo sito ti consentirà di:

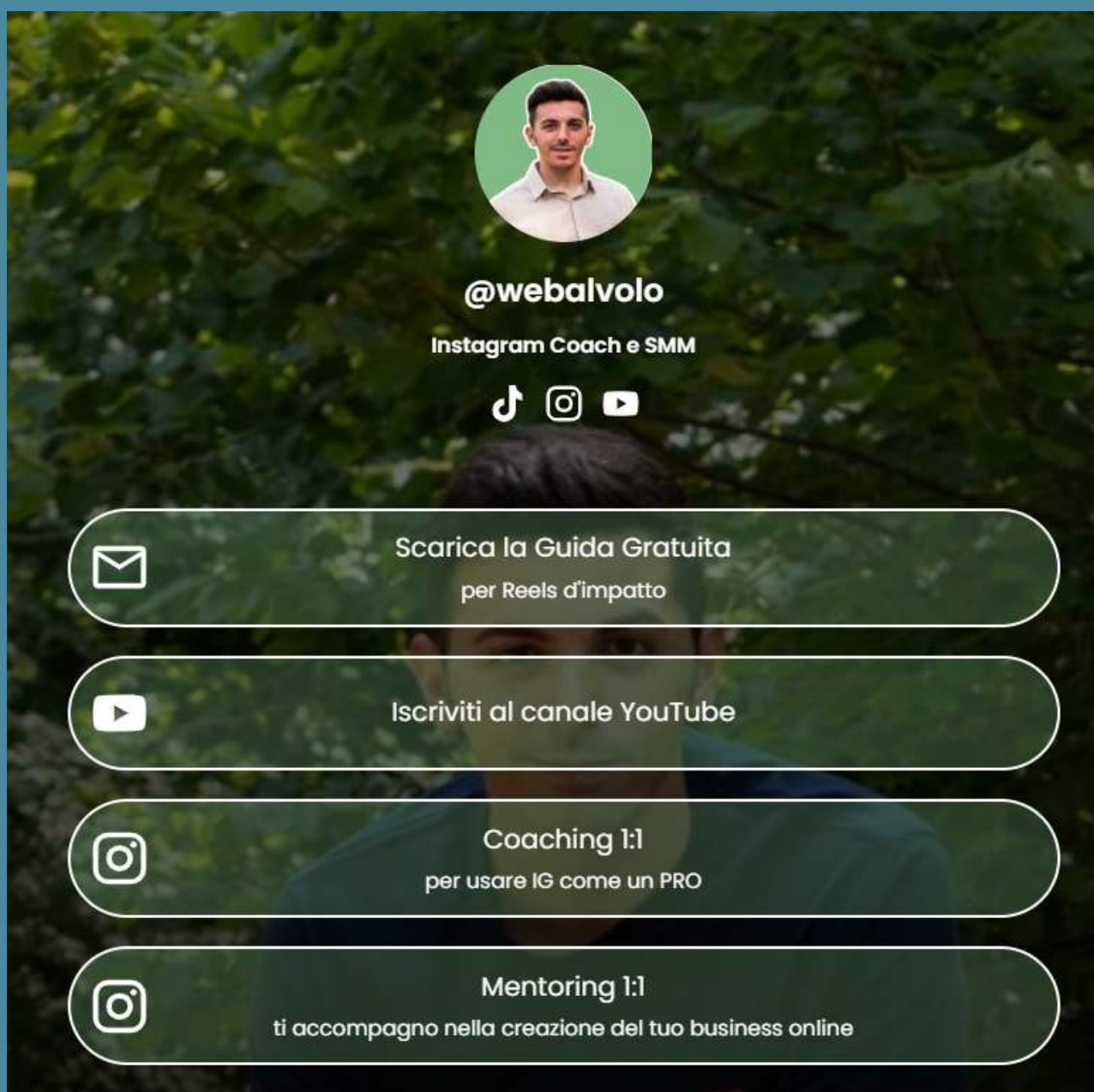
- editare il background della tua landing page;
- inserire un'immagine del profilo (metti la stessa del tuo Instagram) e una veloce descrizione (simile alla sezione Nome di Instagram);
- inserire i pulsanti che mirano agli altri social di tua proprietà;
- una serie di pulsantoni che ti consentiranno di direzionare gli utenti su diversi siti.

I pulsanti potranno avere i colori e i font che preferisci.

Ogni pulsante potrà contenere:

- una piccola immagine
- un titolo
- una descrizione.

Ti consiglio di sfruttare questi 3 elementi per rendere i tuoi link "facilmente" cliccabili.



STORIE IN EVIDENZA

Subito sotto la biografia, abbiamo lo spazio dedicato alle storie in evidenza.

Fin quando non creerai la tua prima storia in evidenza (highlight), l'intera sezione sarà oscurata sul tuo profilo.

Ti basterà toccare sul + presente sotto la biografia per la creazione delle tue storie in evidenza.

Cosa sono e soprattutto perché dovresti creare delle storie in evidenza.

Le storie in evidenza sono dei contenitori di storie (che hai già pubblicato sul tuo profilo in passato).

Le storie che condividerai rimarranno sul tuo profilo per sole 24h. Se desideri tenere sempre attive le tue storie, dovrai includerle tra le storie in evidenza.

Hai quindi capito che è fondamentale attivare delle storie in evidenza (ti consiglio massimo 5 o 6 raccoglitori perché in genere nessun utente sfoglia così tante storie in evidenza, il rischio è di fare tanto lavoro per nulla).

Ogni storia in evidenza può accogliere fino ad un massimo di 100 storie. Se andrai ad aggiungere la

101esima, Instagram automaticamente andrà ad eliminare la prima storia inserita.

Oltre al fatto di averle sempre a portata di mano, le storie in evidenza ti aiuteranno a raccontare molti più aspetti di te e del tuo lavoro.

Avranno un gran successo, in particolar modo se riuscirai a mantenere un filo logico tra le tue storie in evidenza.

Provo a spiegarmi meglio.

La prima storia in evidenza, in genere, è intitolata "Chi sono" o "About me" o similari.

Questo perché, come abbiamo visto, lo spazio a disposizione per raccontare chi siamo e cosa facciamo è veramente poco.

Ti consiglio, quindi, di utilizzare il primo blocco di storie in evidenza per fare una grande presentazione del motivo della tua presenza online. Sii convincente e mostra il tuo viso per risultare ancor più professionale.

Dopo aver inserito un blocco su di te, includi curiosità sul tuo lavoro e brevi tips (così da far immediatamente appassionare l'utente al tuo profilo).

Solo a questo punto inserisci i tuoi prodotti o i tuoi servizi. Ricorda di descrivere i vantaggi dell'utente, piuttosto che le funzionalità del prodotto/servizio.

Solamente l'ultimo blocco dovrà includere delle call to action che rimandino al tuo sito o al sito dedicato ai tuoi prodotti/servizi.

Altro aspetto fondamentale delle storie in evidenza sono:

- copertina;
- titolo.

Per quanto riguarda la copertina, è importante preparare con largo anticipo delle immagini/foto che si abbinino alla perfezione all'aspetto visual che hai scelto per il tuo profilo.

Se il tuo profilo segue una palette colori prestabilita, ti consiglio di creare delle grafiche che includano i medesimi colori.

Se il tuo profilo include elementi grafici ricorrenti, anche le copertine delle storie in evidenza potranno accogliere tali elementi.

Per quanto riguarda il titolo, l'unico aspetto che mi sento di consigliarti è la lunghezza.

Non scrivere titoli troppo lunghi: il rischio è che Instagram finisca per troncare la tua parola, il tuo titolo risulterà illeggibile e quindi gli utenti non toccheranno sulle tue storie in evidenza.

ASPETTO DEI DUE FEED

Tra gli elementi di ottimizzazione del profilo, il più impattante è senza ombra di dubbio il feed (con feed si intende l'aspetto che sarà mostrato ai visitatori dato dalla griglia dei tuoi post).

Avrai notato che il titolo recita "due feed". Sì, perché in realtà bisognerà curare al meglio non solo il feed che si presenta non appena si entra in un profilo ma anche il feed dei Reels.

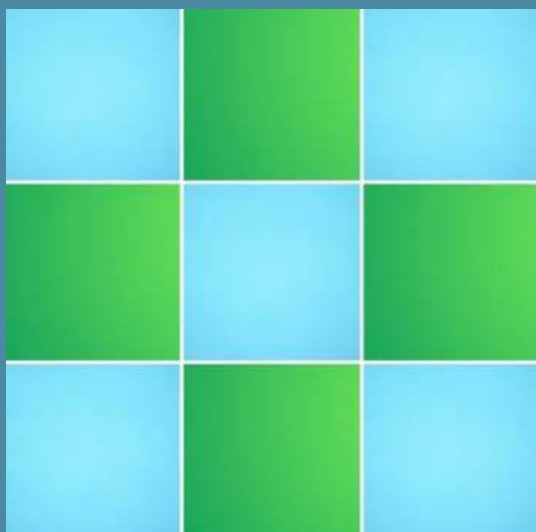
Al giorno d'oggi i personal brand vogliono essere presenti nella mente delle persone e grazie ad un buon feed Instagram è possibile raggiungere tale obiettivo. Il feed ci aiuta a generare coinvolgimento con gli utenti, oltre a generare una connessione duratura. Ovviamente, non si tratta di caricare belle foto o grafiche interessanti, ma è molto di più.

Prima di tutto, ti consiglieri di scegliere il design più adatto al tuo profilo (e alla tua comunicazione).

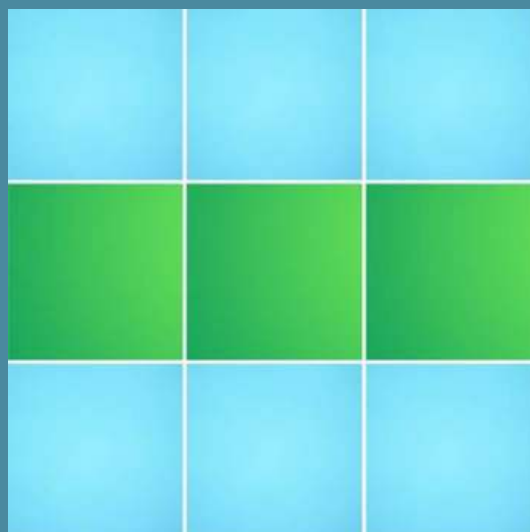
Tra i più usati troviamo: scacchiera, orizzontale, verticale, puzzle, monocromatico e arcobaleno.

Per ottenere questi layout avremo bisogno di sfruttare al meglio l'uso dei colori e degli elementi grafici (usati con ricorrenza).

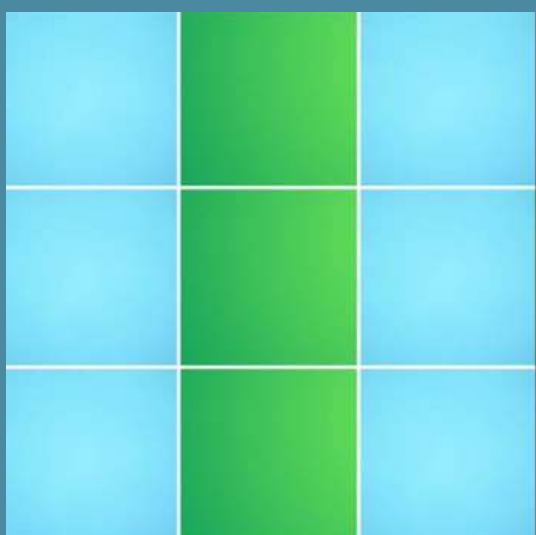
SCACCHIERA



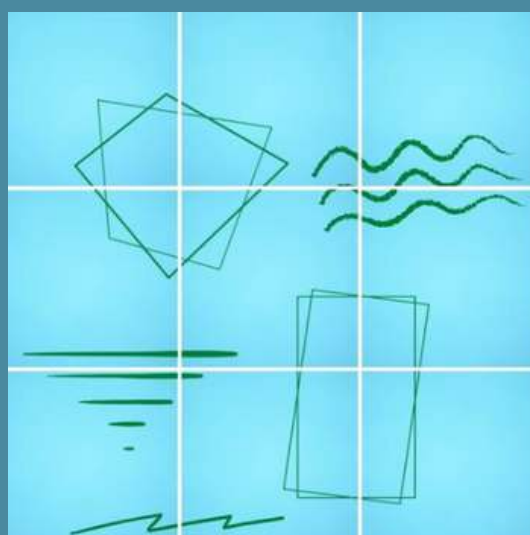
ORIZZONTALE



VERTICALE



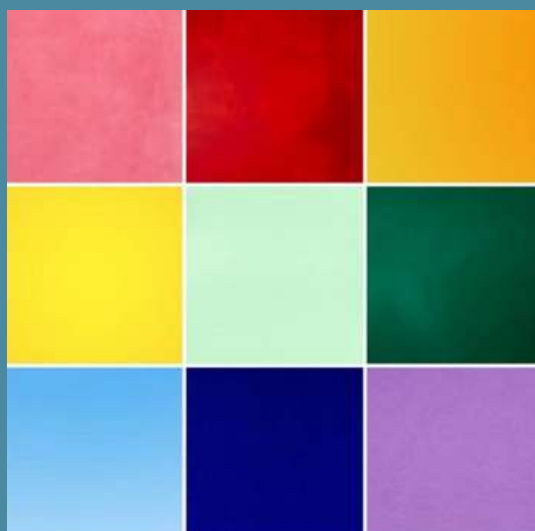
PUZZLE



MONOCROMATICO/MONOTEMATICO



ARCOBALENO



Nessuno impone questi modelli. Anzi...

La tendenza degli ultimi anni tende a penalizzare leggermente questi layout.

Le nuove generazioni preferiscono feed meno impostati, premiando maggiormente la libertà.

La parola d'ordine, però, rimane "armonia". Un feed armonico è quel feed che non crea disturbi di colori o forme al primo sguardo. In genere basta utilizzare "preview", ossia un'app che ti permette di studiare e migliorare il tuo feed ancor prima di condividere i tuoi scatti (e le tue grafiche) sul feed di Instagram effettivo.

Quando condividi un reel, oltre a poter condividere anche nel feed principale, la copertina del reel andrà a comporre un pezzettino del feed dei Reels. Il feed dei Reels è più complesso da gestire perché la copertina è in formato "Instagram Stories" (1080x1920).

Il lavoro è quindi diventato doppio: oltre a dover tenere ordinato il feed principale, bisognerà far combaciare gli scatti anche all'interno del feed dei Reels.

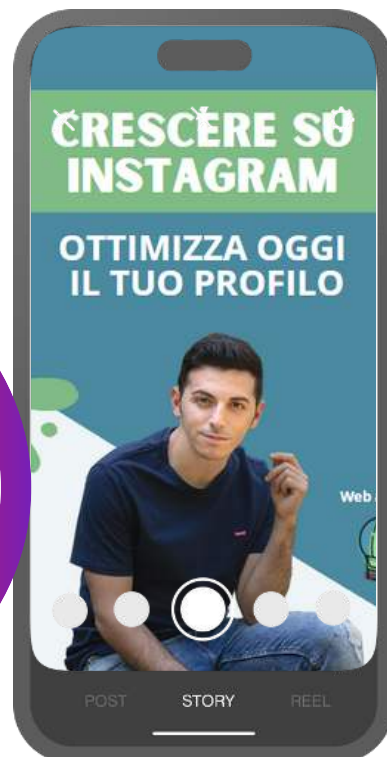
Prima di terminare ci tengo a dirti che...

Quando un utente visualizza un tuo reel e poi decide di analizzare il tuo profilo, toccando il tuo

username quell'utente finirà immediatamente nel feed dei Reels.

Il feed dei Reels, al giorno d'oggi, ricopre un ruolo fondamentale, da curare con precisione se si desidera convertire il maggior numero di visitatori in follower.

CHE NE DICI DI CREARE UNA STORIA SU IG?



- **FAI UNA FOTO AL FREEBIE**
- **CONDIVIDI UNA STORIA SU IG E TAGGAMI (@WEBALVOLO)**
- **SARAI RICONDIVIS***



*Richiedi i miei percorsi di Coaching e Mentoring (maggiori info tra le storie in evidenza del mio profilo).
Scrivi un'email a carlolongo@gmail.com oppure in DM su Instagram.*

*Spero che questa mini guida sia stata di tuo gradimento.
A presto!*

