

НАЗВАНИЕ АККАУНТА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ: ЦЕЛЬ ИЛИ СРЕДСТВО?

Для исследования была выбрана социальная сеть Инстаграм, где пользователи делятся фото- и видеоконтентом. Данная социальная сеть позволяет не только обмениваться информацией между физическими лицами, но и решать бизнес-задачи, в частности, продавать товары и услуги, продвигать компанию, развивать персональный бренд.

При создании профиля будущий пользователь заполняет ряд обязательных полей. Одним из них является название аккаунта. Название аккаунта и шапка профиля представляют аккаунт пользователю. Эти элементы подчеркивают индивидуальность и своеобразный виртуальный стиль. Если страница направлена на привлечение аудитории, название аккаунта должно быть подходящим. В противном случае потенциальные подписчики могут обойти аккаунт стороной, посчитав, что не найдут в профиле интересного контента. Анализ существующих страниц в сети Инстаграм позволяет сформулировать определенные требования, которые предъявляются к удачному названию аккаунта. К ним относятся легкое запоминание, написание без трудных элементов, описание вашего рода деятельности, употребление минимального количества символов, оказание положительного впечатления на пользователя.

В качестве примеров удачных названий аккаунтов можно отнести следующие: *torba.bel*, *ami_mebel*, *flowers4you*, *house.cosmetic.by*. Эти названия дают информацию о деятельности аккаунтов, не содержат сложных элементов и привлекают потенциальных клиентов. Вместе с тем в сети встречаются и неудачные названия аккаунтов, такие как *tspetrovich5*, *tanusha.tv*, *bestap_by*, *ashkomgrupp*. Названия этих профилей сложно произносятся, у других пользователей могут возникнуть трудности с их воспроизведением, как устным, так и письменным. Кроме того, эти названия не только не предоставляют информации о роде деятельности аккаунтов, но в случае *tanusha.tv* вводят в заблуждение. Следовательно, магазины теряют потенциальных клиентов.

Следует помнить о том, что имя пользователя (первая строчка в шапке профиля) индексируется поисковиком, следовательно, поставив в строку «имя» ключевое слово, соответствующее интересам целевой аудитории, есть возможность получить больше подписчиков и больше шансов на раскрутку. Instagram по своему потенциалу имеет множество различных возможностей как для B2C-брендов (нацеленных на конечного потребителя), так и для компаний, ориентированных на бизнес-аудиторию (при грамотно выстроенной бизнес-стратегии).

Таким образом, при создании аккаунта с целью привлечения аудитории важно выбрать название, которое будет выделяться из общей массы, а также давать информацию о роде деятельности аккаунта и его владельце.