Instagram report, cosa devi sapere per il prossimo 2019!

di Paolo Franzese

INSTAGRAM ENGAGEMENT REPORT, 48 milioni di post analizzati.

Mai sottovalutare **Instagram**, ormai dal 2010 ha superato tutti, 1 miliardo di utenti mensili attivi nel 2018!

Ed ecco in questo articolo le più recenti tendenze e approfondimenti su Instagram, traduzione di un rapporto creato analizzando 48 milioni di post di Instagram e 306.278 dei suoi migliori utenti.

Alcuni punti fermi:

- I post video ricevono più di 2 volte di più commenti rispetto ad altri tipi di post.
- Taggare più di 5 utenti in un post non aumenta i tassi di coinvolgimento.
- In media un post di Instagram contiene almeno 1 hashtag.
- Il 46.6% di utenti Instagram ha meno di 1000 followers.
- Oltre l'80% delle aziende considerano l'engagement come metrica più importante

Instagram Engagement Rate

Se hai tanti followers e poche interazioni con i tuoi post forse non hai costruito il pubblico giusto. L' **Engagement Rate** ti permette di stabilire se il tuo pubblico è giusto e se il tuo il contenuto è pertinente per loro.

Ma cosa significa esattamente?

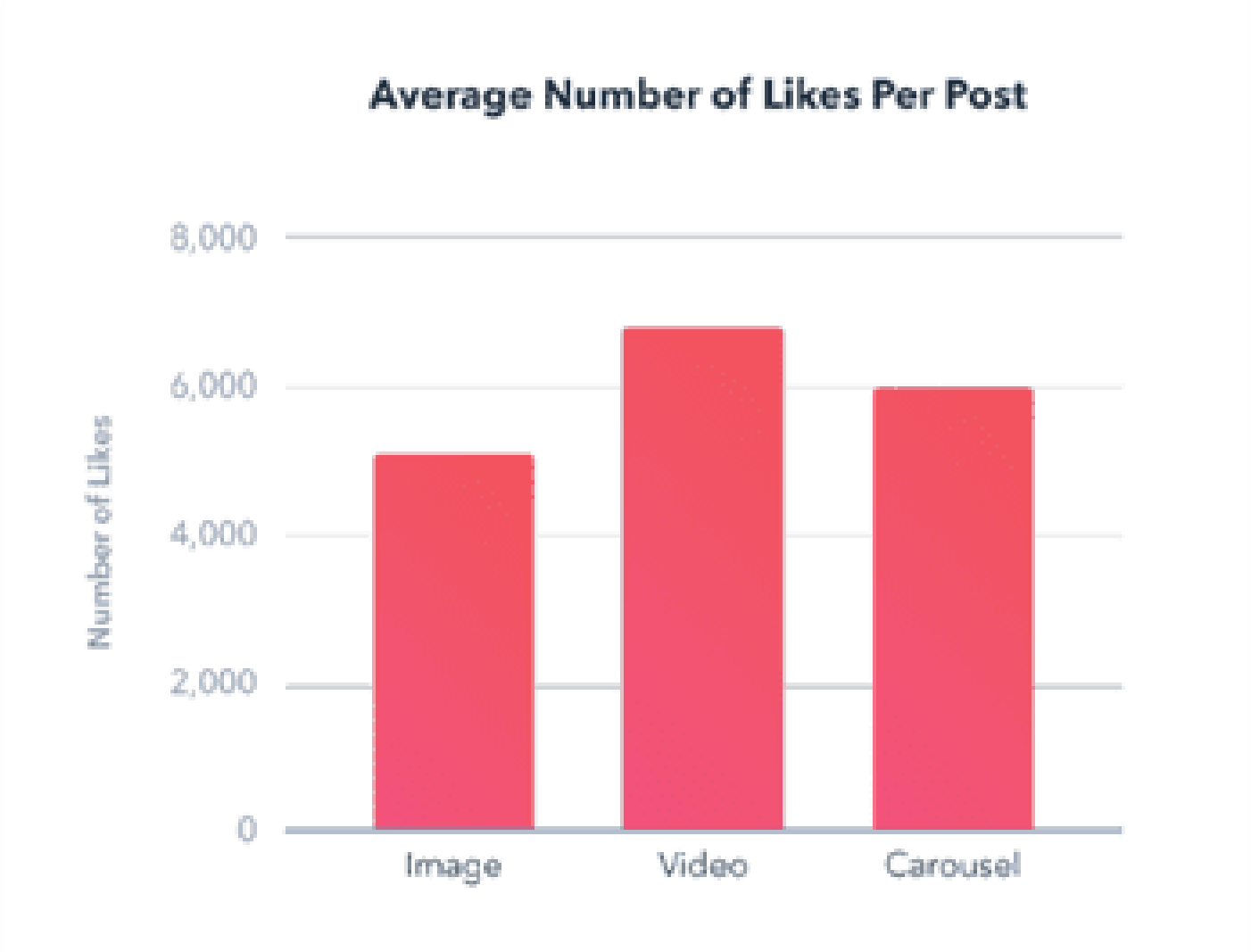
Numero di interazioni che un utente ha con il tuo contenuto sotto forma di "Mi piace" e "commenti" e per i nuovi prodotti quali Storie e IGTV, numero di visualizzazioni, condivisioni e messaggi diretti.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Ciò che conta di più è che i tuoi clienti e follower siano coinvolti con il tuo business su Instagram.
TAYLOR LOREN, HEAD OF MARKETING AT LATER

Quale tipologia di post riceve più like?

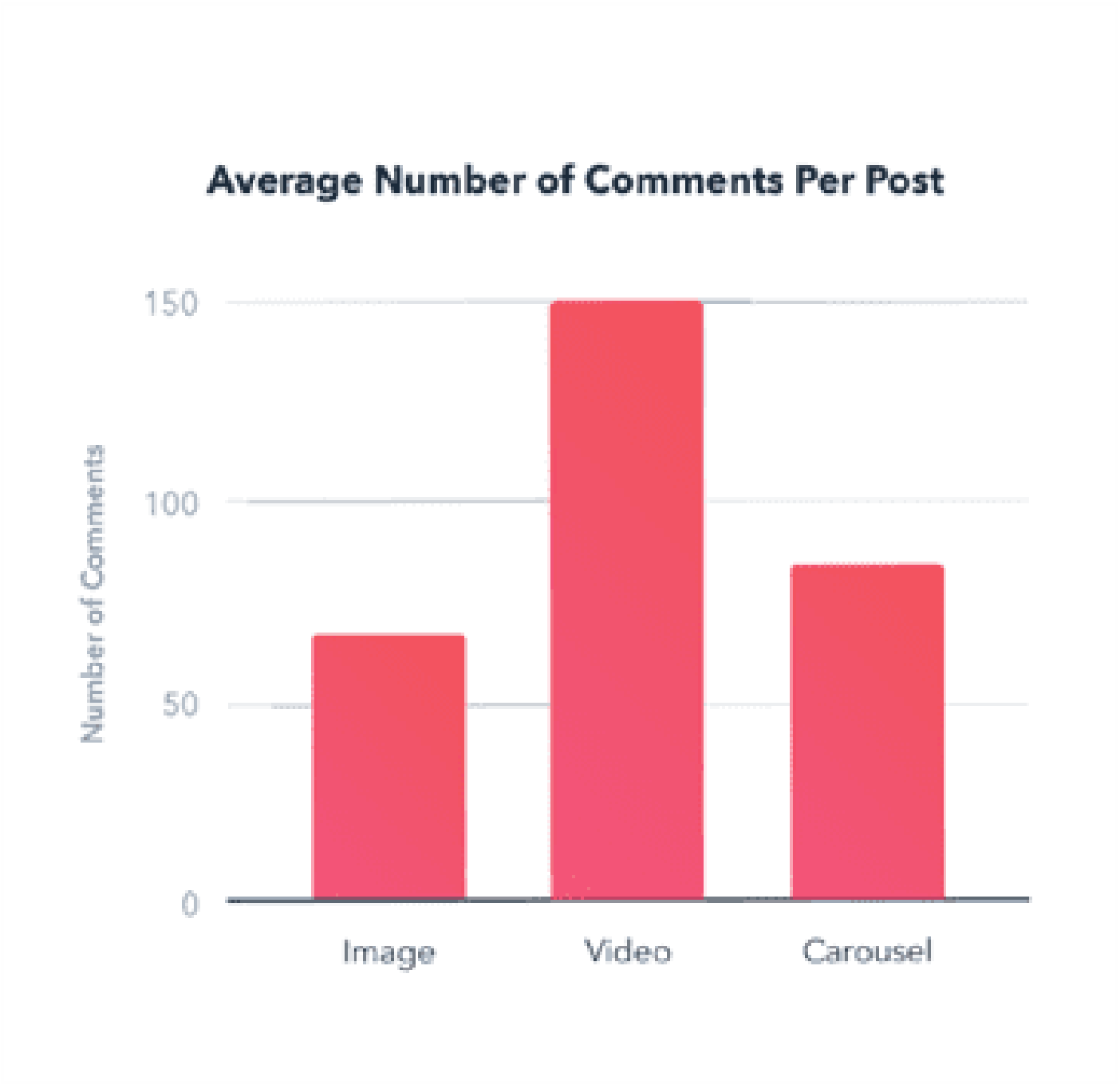
In media i post di tipo video ricevono il maggior numero di “Mi piace”.



Quale tipologia di post riceve più commenti?

In effetti anche in questo caso i post di tipo video ricevono un numero sostanzialmente più elevato di commenti rispetto ad altre tipologie di post, in media più del doppio di post di immagini statiche.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



Se vuoi aumentare il tuo **Engagement Rate** devi sicuramente concentrarti sulla pubblicazione di più contenuti video.

Se hai difficoltà a creare contenuti video ogni giorno, otterrai comunque un buon risultato di **Engagement Rate** pubblicando regolarmente post di tipo immagine, carosello e contenuti video.

Si devono usare le Hashtags?

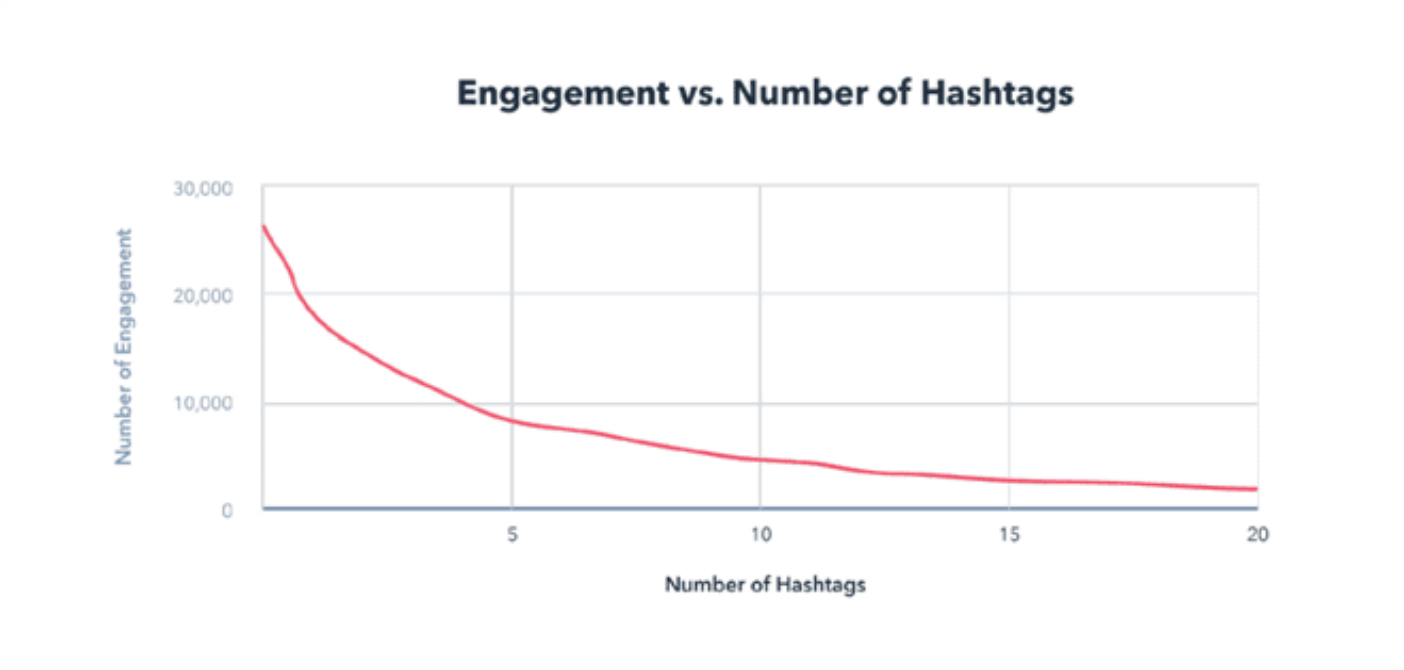
Gli hashtag sono spesso aggiunti nella **didascalia o nei commenti** di un post per raggruppare diversi argomenti del contenuto. L'uso delle "hashtag" può essere efficace per esporre i tuoi

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

contenuti a nuovi segmenti di pubblico a cui interessa una nicchia.

Molti di noi pensano che riempire il post di hashtag potrebbe contribuire ad aumentare il coinvolgimento.

Vediamo invece cosa succede per l'**Engagement Rate**, *più Hashtag meno Engagement*:



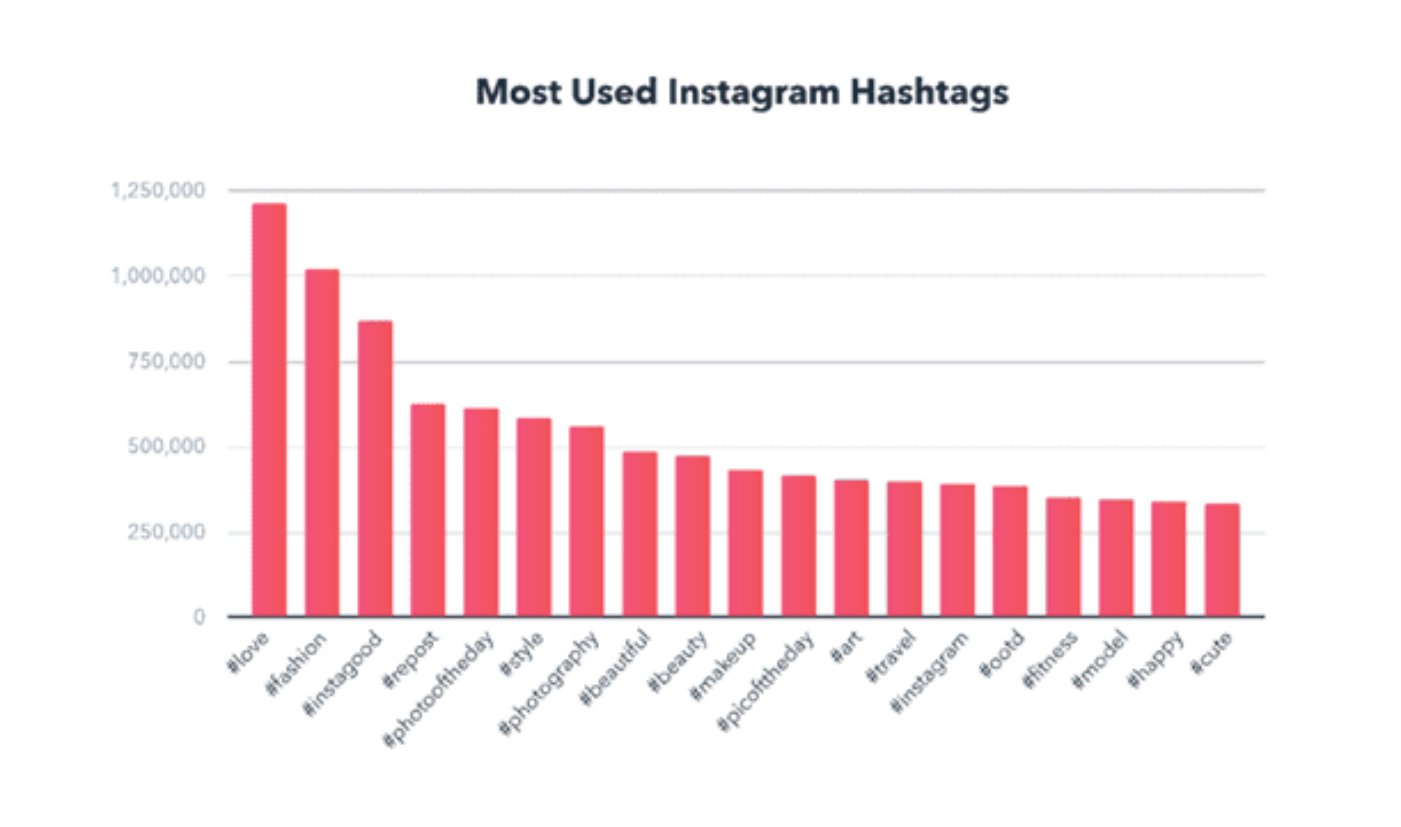
Ripeto: l'utilizzo di più hashtag diminuisce effettivamente il tuo tasso di coinvolgimento medio.

- Gli utenti di Instagram più influenti e coinvolti ottengono un numero considerevole di Mi piace per loro contenuto naturale, non dovuto all'uso di hashtag;
- I buoni contenuti riceveranno un elevato coinvolgimento già da soli;
- Gli hashtag non aumentano il coinvolgimento di contenuti mediocri;
- Le persone utilizzano spesso hashtag irrilevanti;
- Un sacco di contenuti sono spam che includono un numero elevato di hashtag;
- Gli utenti non hanno tempo per leggere spam ed ignorano;

Il verdetto? È probabilmente **meglio usare meno hashtag (non più di 5)** che sono rilevanti per il tuo post, che usarne troppi.

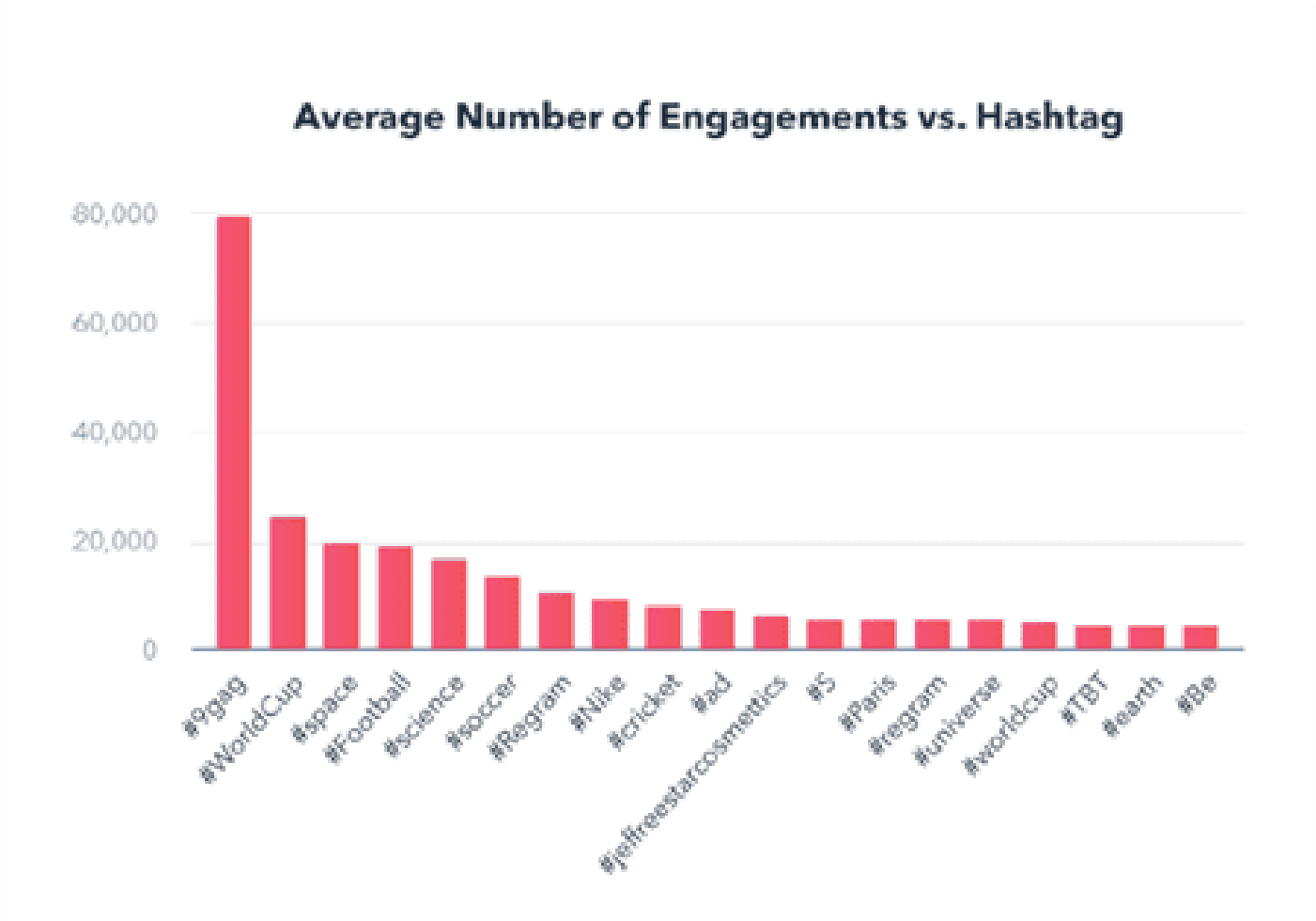
Ecco gli hashtag più usati:

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



Non è sempre vero che usare l’hashtag più popolare ti fa avere maggiore coinvolgimento.

Devi trovare l’hashtag giusto! Qui nel report hanno identificato i primi 20 hashtag con il più alto **numero medio di engagement**.



Hashtag, non quantità, ma rilevanza, Instagram ti permette di introdurre fino a 30 hashtag, ma ciò non significa che sia vantaggioso utilizzarli!

Oggi le persone hanno iniziato ad ignorarli del tutto, per questo motivo è consigliabile utilizzare non più di 4/5 hashtag rilevanti nei tuoi post.

Alcuni suggerimenti:

- Guarda i tuoi concorrenti e cerca di capire cosa funziona per loro;
- Che coinvolgimento ottengono sul loro contenuto?
- Che tipo di hashtag stanno usando per i post simili ai tuoi?
- Crea il tuo **branded hashtag** per il tuo business.

Il tuo **branded hashtag** è un hashtag unico per la tua attività, può essere semplice come nome della tua azienda, tagline o il nome di
uno dei tuoi prodotti o campagne.

Insomma può essere anche un hashtag che non ha niente a che fare con il tuo marchio, ma ha molto a che fare con la tua brand identity.

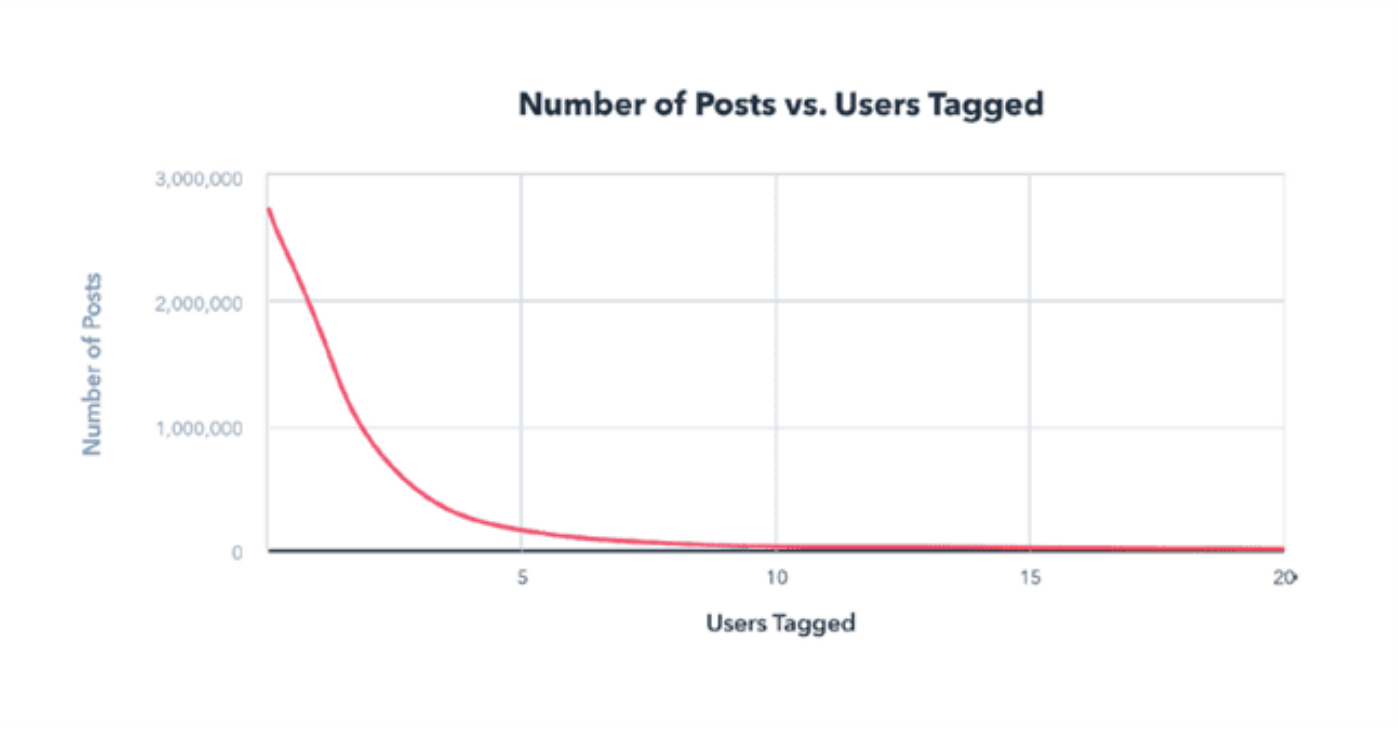
Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Ricorda che su Instagram 7 su 10 sono **branded hashtag**.

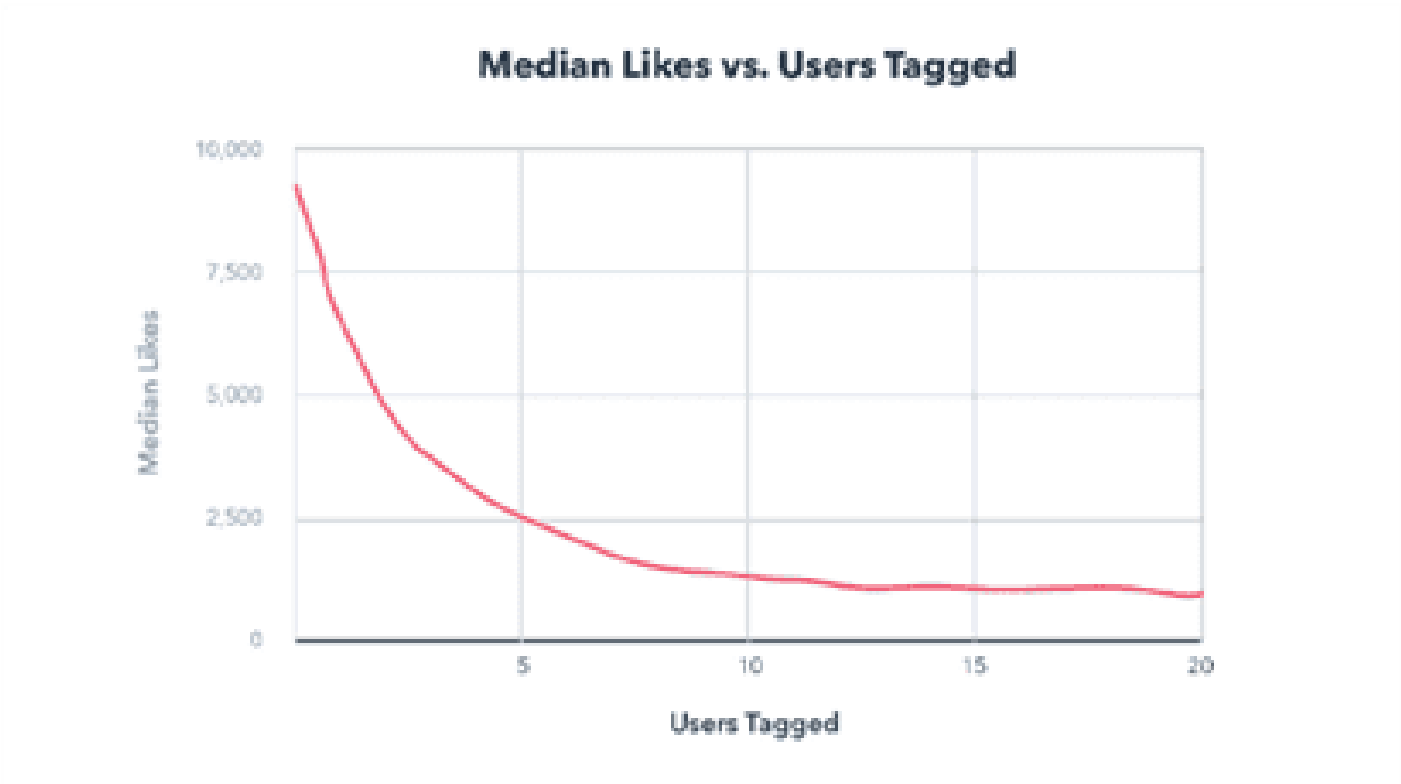
Taggare o no?

Non c'è alcun dubbio, taggare altri utenti di Instagram può essere un altro modo per ottenere maggiore visibilità sui tuoi post.

Ma cosa vediamo dai dati di questo report? Che circa il 40% dei post di Instagram non contiene utenti con tag, per cui abbiamo un calo del 32% rispetto all'anno scorso, dove il 72% dei post non ha taggato altri gli utenti.



I post di Instagram con la maggior quantità di Mi piace di solito **non contengono utenti con tag**.



Taggare più di **5 utenti** si traduce in una ricaduta in **Mi piace**.

Ecco alcuni modi in cui puoi includere i tag nella tua strategia Instagram:

- Se stai organizzando un concorso, puoi impostare le regole in modo tale che i partecipanti debbano taggare una foto
  per presentare il tuo marchio in qualche modo oppure farti menzionare in una didascalia o in un commento.
- Quando presenti contenuti di un influencer o leader di pensiero (**thought leader**) nel tuo settore, assicurati di taggare
  loro così sanno che stai interagendo con i loro contenuti. Se reagiscono o rispondono, contattali per iniziare una relazione. Fai lo stesso con i partner e i tuoi migliori clienti.
- Stimola e incoraggia i dipendenti e la *comunità della tua azienda* a taggarti quando un post è pertinente.

Community

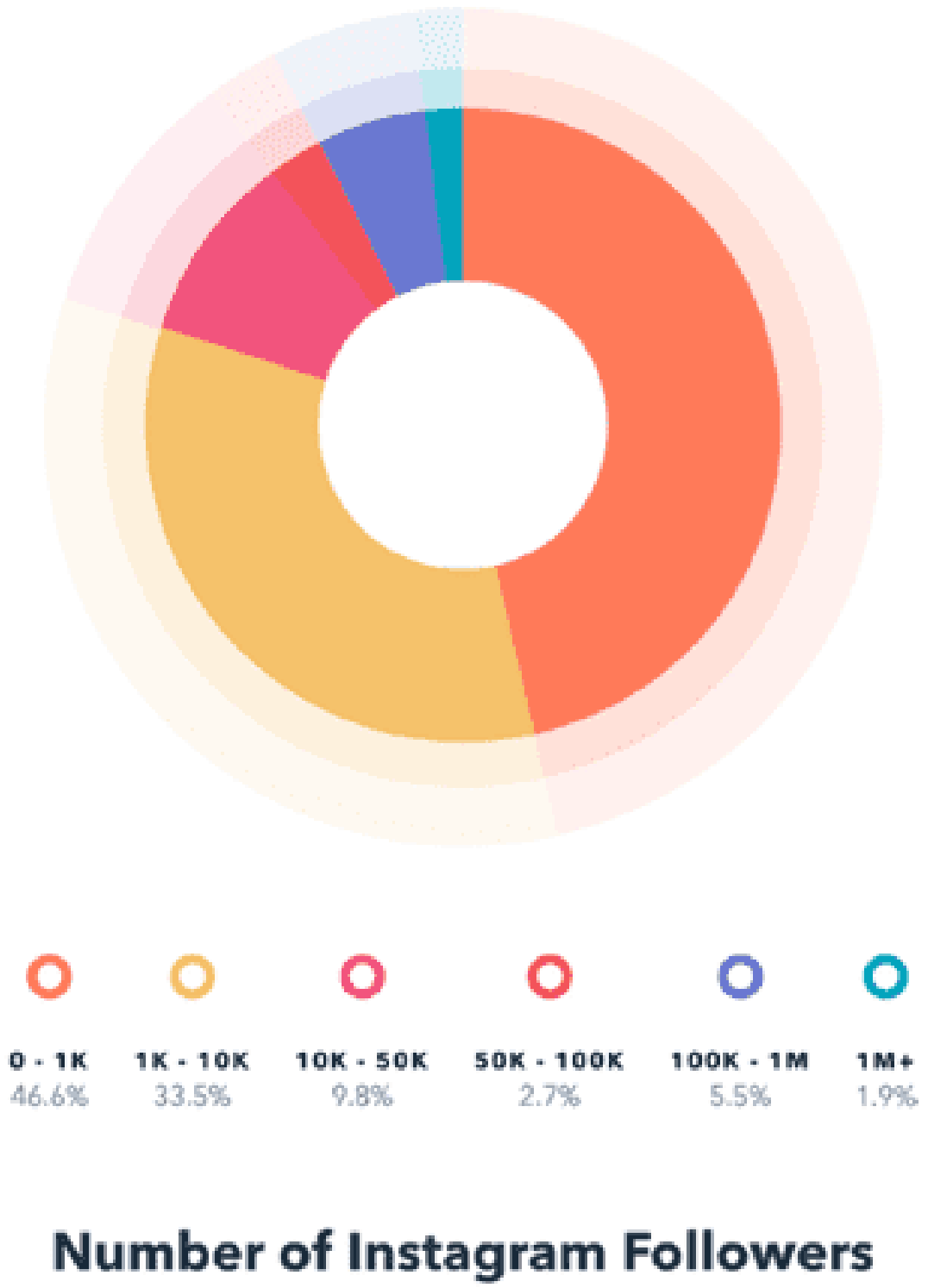
Più follower hai il tuo marchio, più popolare sei, giusto?

Ma questo non deve essere il tuo obiettivo numero uno, è molto più **prezioso** avere una comunità più piccola e più impegnata di milioni di follower che non interagiscono con i tuoi contenuti.

Non ti preoccupare non sei il solo ad avere difficoltà a trovare nuovi follower nel 2019, oggi è realmente più difficile. ora ottenere follower su Instagram rispetto a un paio di anni fa.

Per questo meglio concentrarti sul mantenere i tuoi follower invece di investire troppo per ottenere

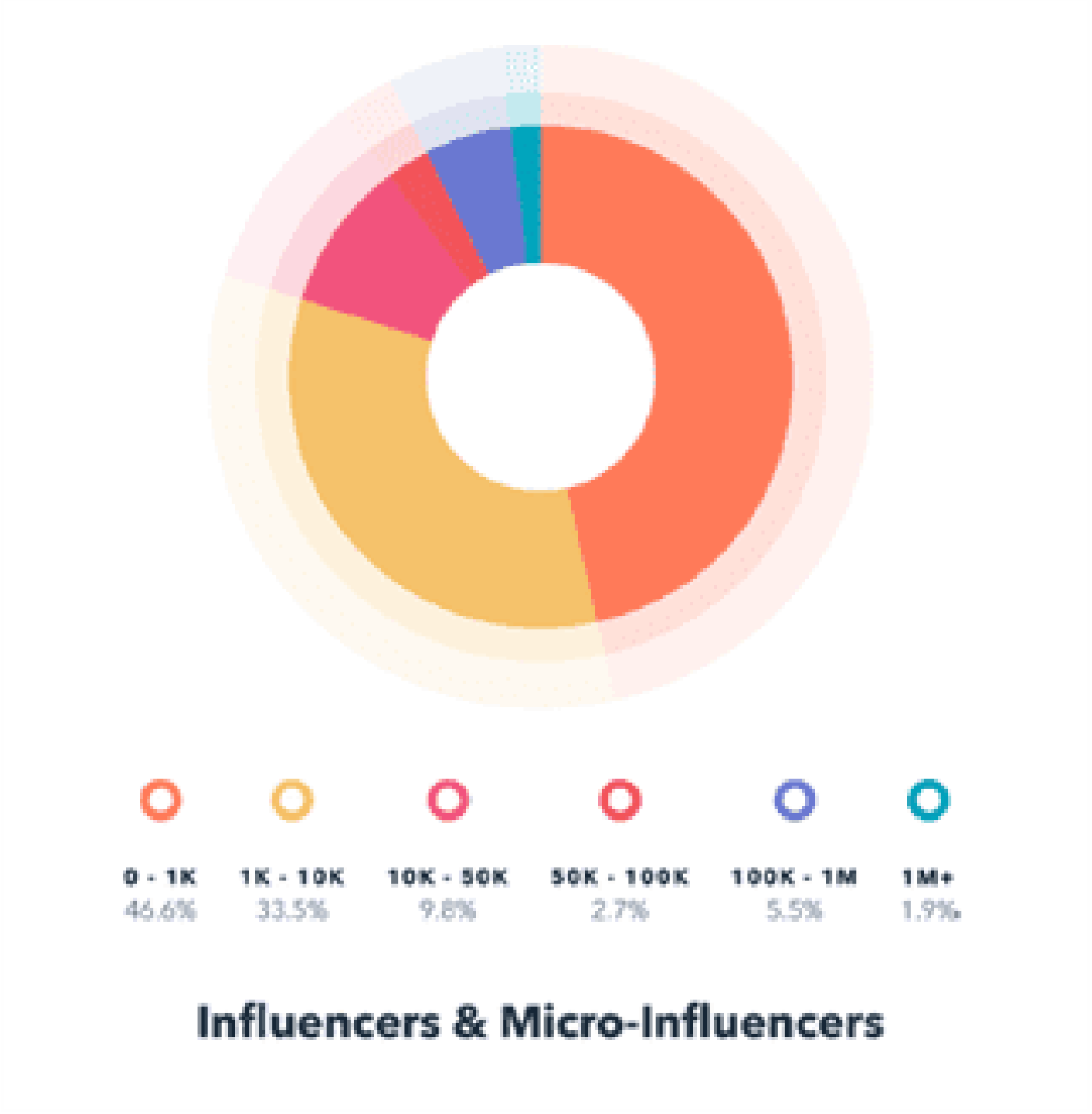
tonnellate di nuovi.



Influencer

Oggi non sorprende l'influencer marketing è ormai di moda.

Investi su influencer marketing, più di altre forme tradizionali di marketing come email, ricerca e pagamento social media.



Per il tuo marchio “nuovo” puoi puntare sui micro-influencer.

I **micro-influencer** costituiscono il 2,7% del totale degli utenti di Instagram, che hanno hanno in genere tra 50.000-100.000 seguaci, e sono in realtà più attraenti, hanno **Engagement Rate** molto più elevati e tariffe molto più basse rispetto a utenti altamente influenti.

Perchè puntare sui **micro-influencer**? Ecco 5 motivi:

1. Hanno un pubblico più piccolo e più mirato;
2. Sono più credibili e autentici;
3. Non giocano duro per ottenere;
4. Sono più convenienti dei big influencer;
5. Offrono un maggiore coinvolgimento e più conversioni;

Come trovare quelli giusti? Puoi seguire gli hashtag specifici su Instagram e controllare gli influencer che pubblicano su questi hashtag.

Ora non ti resta che applicare queste nuove indicazioni sul tuo profilo Instagram.

Buon lavoro.

Ah dimenticavo se ti fa piacere seguimi su: https://www.instagram.com/imaginepaolo/

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 2 Maggio 2019

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons