



Instagram, i segreti degli influencer per ottenere visibilità

I social media sono oggi tra gli strumenti più usati per promuoversi online. Tra questi **Instagram** riveste la parte del leone, usato dai **più famosi influencer** per ottenere visibilità per sé e le aziende che promuovono.

Quello che molti non sanno è che gli influencer per crescere ed ottenere visibilità su **instagram usano precise e mirate strategie.**

Come gli hashtag per esempio, preziosi per chi intende promuoversi via Instagram dato che **i post con almeno un hashtag per Instagram hanno un coinvolgimento maggiore del 12,6%** medio rispetto ai post senza hashtag.

Implementare quindi la giusta strategia di hashtag è il modo migliore per far conoscere i propri post su Instagram a nuovi segmenti di audience, e si traduce in un **maggior numero di followers e di clienti.**

Ma come funzionano gli hashtag per Instagram?

Per saperne ci siamo fatti aiutare dagli esperti di **Instago.it**, startup specializzata in gestione profili Instagram.

Innanzitutto è necessario sapere che come su Twitter, e tutti

gli altri social, gli **hashtag per Instagram aiutano a classificare ed a trovare meglio i contenuti multimediali**. Ogni post su Instagram che viene creato può essere accompagnato da una didascalia e dagli hashtag, con un massimo di 30, per permettere agli utenti di reperire nuovi interessanti contenuti.

Ad esempio, un food blogger potrebbe pubblicare un'immagine di uno squisito e gustoso frullato e utilizzare gli hashtag *#superfoods*, *#cleaneating* e *#vegansofig*. In questo modo l'immagine viene catalogata e trovata più facilmente da altri utenti di Instagram che apprezzano e seguono un regime alimentare sano e vegano.

I tipi di hashtag per Instagram

1. Hashtag che contengono il brand

Un hashtag che contiene il nome aziendale, la ragione sociale o il brand del prodotto/servizio offerto da un'impresa è unico e di grande **valore aggiunto per il proprio business**. Si può scegliere la ragione sociale della società o il nome di uno dei prodotti e/o campagne promozionali. In alternativa si può optare anche per un hashtag che non ha nulla a che vedere con il marchio, ma che richiama l'identità e la reputazione commerciale.

Mentre gli hashtag delle community hanno lo scopo di aumentare le possibilità di raggiungere un maggior numero di utenti, gli hashtag che contengono un brand sono utilizzati dalle aziende per **fidelizzare la clientela** e/o per promuovere i prodotti e i servizi offerti da un marchio. Questa strategia di marketing offre ai propri followers un nuovo canale per poter condividere contenuti pertinenti.

2. Community hashtag

I *Community hashtag* non devono essere direttamente correlati a un business, ma possono essere più ampi e meno focalizzati. Ad

esempio, molto utilizzato è l'hashtag *#welltravelled* creato dal brand canadese Herschel Supply per connettere gli utenti che condividono la stessa passione per la fotografia e i viaggi.

Pur non promuovendo direttamente i prodotti del brand Herschel, l'hashtag è stato utilizzato su oltre 3,5 milioni di post e ha decretato la **crescita della comunità** di Herschel.

3. Hashtag della campagna promozionale

Mentre gli hashtag brand e di community sono destinati ad essere utilizzati sempre nel tempo, quelli che contengono i riferimenti alle campagne promozionali sono generalmente estemporanei e di breve durata, utilizzati solo per un certo lasso temporale, da pochi giorni o addirittura una stagione o un anno. La ragione per cui questa tipologia di hashtag ha una longevità breve risiede nel semplice fatto di essere legato a campagne specifiche, come il lancio di un nuovo prodotto. Di conseguenza, le imprese utilizzano un determinato hashtag della campagna per ottenere il massimo della visibilità e della promozione commerciale e una volta terminata la campagna pubblicitaria l'hashtag non viene più utilizzato.

Come trovare i migliori hashtag per Instagram per il proprio account

Per avere successo e accrescere la propria visibilità, è importante implementare una strategia efficace sulle modalità di reperimento dei migliori hashtag di Instagram. Se si utilizzano quelli più popolari come *#love*, *#happy* o *#dog*, non è detto che automaticamente si ottengano un sacco di *Mi piace*. Invece di ricorrere agli hashtag più popolari e utilizzati dalla "massa", è **miglior utilizzare i migliori hashtag di "nicchia"** ovvero quelli più mirati e maggiormente "targetizzati" per coinvolgere una specifica community.

Ma come trovare gli hashtag più creativi ed utili per raggiungere il target?

“Il modo migliore è tenere sotto costante monitoraggio gli hashtag già utilizzati dai competitors e dai leader del settore in cui si opera. **Più ristretto è l’ambito di utilizzo dell’hashtag e più gli utenti vengono coinvolti e raggiunti**” spiegano gli esperti di [Insta-go.it](http://www.insta-go.it) (www.insta-go.it), specializzati nel social media marketing via Instagram.

Gli hashtag di nicchia aiutano insomma le imprese e tutto il mondo “corporate” a raggiungere migliori bacini di utenza.

“Ad esempio se si pubblica una foto di un bulldog francese, invece di limitarsi a taggare *#dogstagram* (oltre 15 milioni di post), meglio taggare le foto anche con l’hashtag *#frenchbulldoglove* (478 mila post), e *#frenchbulldoglife* (oltre 369 mila post), per raggiungere un pubblico più mirato di persone che amano i bulldog francesi. Questa è la strategia migliore per ottenere un coinvolgimento per i propri posts” continuano gli esperti di Insta-go.it.

Questo perchè inserire hashtag casuali alla fine dei post su Instagram non accresce il pubblico mentre invece la migliore strategia è **ricercare quelli più utilizzati dal pubblico** attuale e potenziale e capire quali hashtag sono maggiormente correlati al contenuto da pubblicare.

“Per far crescere la propria community è fondamentale **trovare hashtag correlati ai nostri e tenere sotto costante monitoraggio i trends**, le preferenze e le mode più in voga del momento.

Per farlo basta digitare l’hashtag nella barra di ricerca dell’app, selezionare “tag” dal menu a discesa e visualizzare tutti gli hashtag principali strettamente correlati al nostro” raccontano ancora i ragazzi di Insta-go.it

Gli hashtag per Instagram sono quindi un potente strumento di marketing se utilizzati correttamente, ma possono anche sembrare spam e danneggiare l’account, se utilizzati in modo scorretto.

“Noi consigliamo gli utenti di **non esagerare con gli hashtag**, di non utilizzare il numero massimo consentito, dato che oggi non offrono maggiori opportunità di essere trovati dall’audience, e consigliamo di usarne 7-15, fino ad un massimo di 20, e che siano di qualità ed attinenti al post” spiegano ancora da [Insta-go.it](https://www.insta-go.it).

“La migliore strategia che consigliamo è provare a cercare ed **utilizzare community hashtag “di nicchia”**, che siano pertinenti ai contenuti pubblicati e contengano keywords.

Altra strategia per farsi scoprire è quella di **cercare gli hashtag tra i “Top Posts”**, nella parte superiore della pagina dei risultati, sulla versione desktop di Instagram. Grazie ad un recente aggiornamento è possibile visionare i primi 9 post “Top” e “Recent”

Classificarsi tra le prime posizioni è infatti un ottimo modo per essere trovati dai nuovi utenti e riuscire a comparire sulla pagina *Esplora* può portare ad un enorme vantaggio e aiuta a perseguire una strategia di marketing **virale**”.

Quale strategia seguire dunque per far sì che un post diventi virale all’interno della community?

“I due fattori che giocano un ruolo determinante sono il grado di **coinvolgimento** del post e la **rapidità** con cui ottenere il massimo coinvolgimento. I post virali, in genere, raggiungono il migliore posizionamento entro le prime 24 ore dalla pubblicazione. Se riesci a ottenere più *Like* possibili subito dopo la pubblicazione, ciò “segnala” a Instagram che il post è di qualità e il contenuto è accattivante”.

“Il nostro consiglio per generare un alto coinvolgimento è quello di **pianificare i propri post su Instagram quando il pubblico è attivo**. Quanto maggiore è il coinvolgimento dell’audience, maggiore è la tua visibilità sul social” concludono gli specialisti di [Insta-go.it](https://www.insta-go.it).