

SMM-ведение Instagram для M2 Event Agency

Выстроили системное присутствие event-агентства в Instagram: стратегия, позиционирование, контент-план, сторис, визуальная упаковка, доверие и мягкие продажи через кейсы.

Instagram

SMM-ведение

event-агентство

контент доверия

Фокус

доверие

Контент

кейсы

Визуал

единый

Цель

заявки

M2 Event SMM-ведение Instagram

события, эмоции, доверие, заявки

кейсы

сторис

визуал

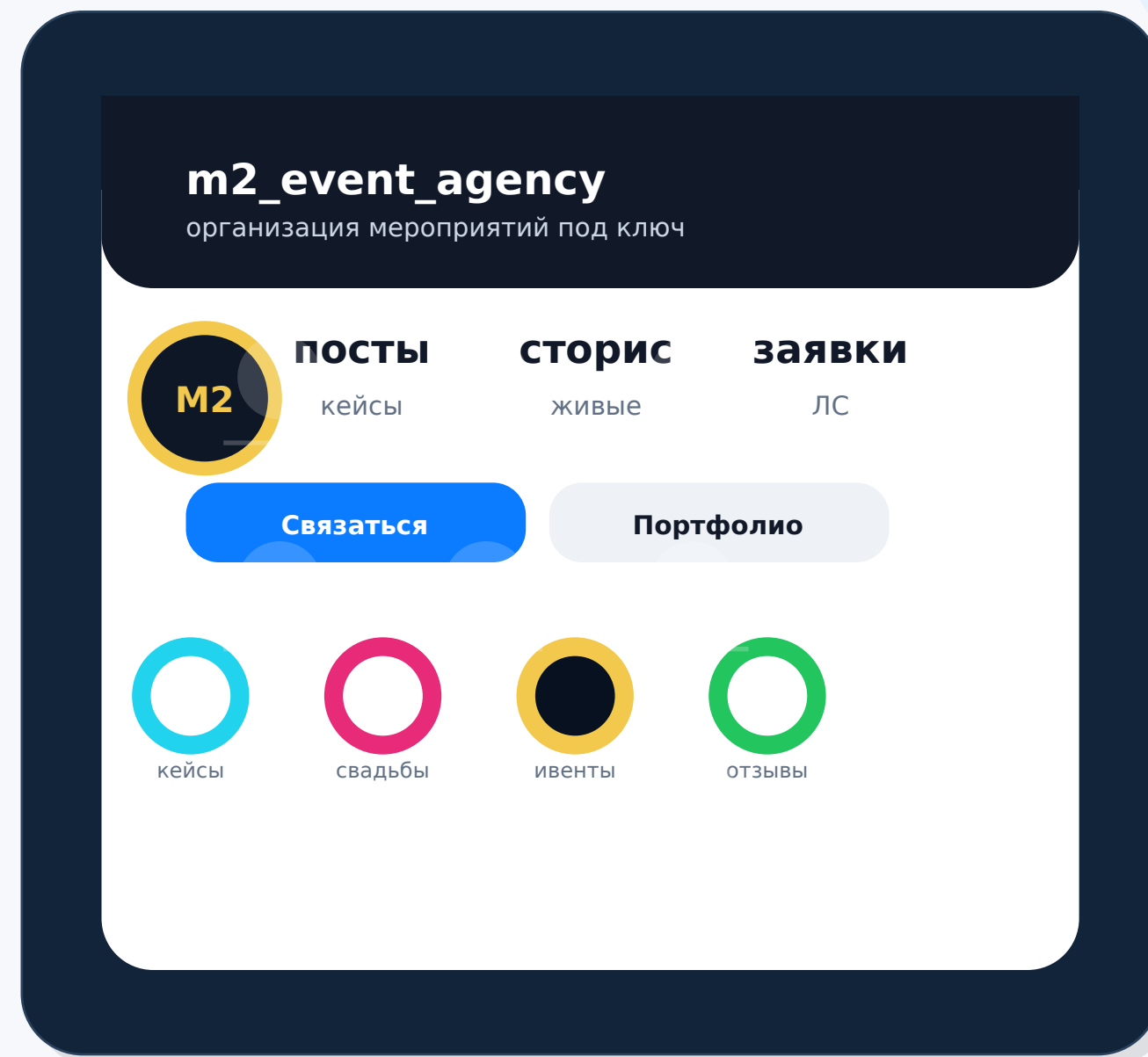
M2 Event Agency: организация мероприятий под ключ

Клиент

M2 Event Agency - event-агентство, которое организует мероприятия под ключ: корпоративы, частные события, праздники, ивенты для бизнеса и брендов.

Задача

Выстроить системное присутствие в Instagram и использовать аккаунт как полноценный инструмент продаж, доверия и презентации уровня агентства.



Что нужно было получить

01

Профессиональное ведение

Сделать Instagram регулярным и управляемым каналом коммуникации.

02

Сильный образ бренда

Сформировать узнаваемый образ агентства и чёткое позиционирование.

03

Доверие через кейсы

Показывать реальный опыт, атмосферу и уровень организации.

04

Вовлечённость

Увеличить реакции аудитории через сторис, эмоции и живые форматы.

05

Заявки из соцсетей

Мягко подводить аудиторию к обращению без агрессивных продаж.

06

Продающий контент

Создать контент, который объясняет ценность услуг через смысл и доказательства.

Что мешало аккаунту продавать

01

Нет стратегии

Отсутствовала единая контент-стратегия и понятная система рубрик.

02

Несистемный визуал

Лента не формировала целостный образ агентства.

03

Размытое позиционирование

Не было чёткого ответа: чем агентство отличается и почему ему можно доверять.

04

Мало экспертизы

Контент не раскрывал масштаб мероприятий, процессы и реальную работу команды.

05

Нет канала продаж

Instagram не работал как точка привлечения клиентов и прогрева заявок.

Собрали основу бренда в Instagram

Первый этап - не посты ради постов, а стратегия: анализ ниши, конкурентов, УТП и tone of voice для event-агентства.

Что сделали

- проанализировали нишу event-услуг и конкурентов;
- определили ключевые УТП агентства;
- сформировали tone of voice: экспертность + эмоции + живые кейсы + уверенность.

Стратегия Instagram-присутствия



Логика: показать масштаб, эмоции и реальный опыт агентства, а затем мягко довести аудиторию до обращения.

Контент-план, посты, сторис и вовлечение

Ведение аккаунта

- составили контент-план: экспертный, продающий и вовлекающий контент;
- наладили регулярные публикации постов;
- запустили активное ведение сторис;
- работали с реакциями, ответами и вовлечением аудитории.

Контент-матрица event-агентства

Каждый формат закрывает отдельную задачу доверия и продаж.



Кейсы

доказательство опыта



Бэкстейдж

жизнь агентства



Отзывы

социальное доверие



Услуги

понятная витрина



Экспертность

объяснение процесса



Эмоции

вовлечение

Какие рубрики работали на доверие

01

Кейсы мероприятий

Показывали реальный опыт и результат работы команды.

02

Бэкстейдж

Открывали закулисы и процесс подготовки события.

03

Отзывы клиентов

Усиливали социальное доказательство и доверие.

04

Презентация услуг

Объясняли, что агентство делает и за что отвечает.

05

Экспертные посты

Раскрывали подход, планирование и организационные детали.

06

Эмоциональные публикации

Передавали атмосферу, эмоции гостей и масштаб событий.

Единый стиль и профессиональная подача

Что изменили

- собрали единый визуальный стиль аккаунта;
- сделали акцент на атмосферу мероприятий;
- усилили профессиональную подачу фото и видео;
- сформировали ленту, которая вызывает доверие и эмоции.

Новый визуал: атмосфера мероприятий

Единая лента: премиальность, живые эмоции, масштаб и детали.



corporate

wedding

brand

review

Контент стал отвечать на возражения клиентов

В event-нише клиент покупает не просто услугу, а уверенность: событие пройдёт красиво, вовремя и без хаоса.

Что показывали

- реальные мероприятия;
- масштаб, детали и уровень организации;
- работу команды и подготовку;
- отзывы и реакции клиентов;
- образ надёжного подрядчика.

Как контент формировал доверие

- реальные мероприятия
- масштаб и детали
- уровень организации
- ответы на возражения
- образ надёжного подрядчика

Для event-ниши доверие строится не лозунгами, а демонстрацией процесса: подготовка, команда, детали, эмоции гостей и итоговое событие.

Instagram стал витриной услуг и доверия

Что изменилось

- аккаунт стал выглядеть профессионально и целостно;
- повысилась вовлечённость аудитории;
- Instagram начал работать как витрина услуг;
- клиенты стали воспринимать агентство как экспертное;
- контент начал формировать доверие и подогреть заявки;
- страница стала полноценной точкой контакта с клиентом.

Instagram стал точкой контакта



доверие



витрина



заявки

Что показал проект

01

Визуал и эмоции решают всё

В event-нише важно показать атмосферу и результат, а не только список услуг.

02

Кейсы продают лучше рекламы

Реальные мероприятия и закулисье работают сильнее прямого давления.

03

Системность даёт рост

Регулярность, рубрики и единая подача формируют устойчивое доверие.

04

Instagram может продавать

Даже без агрессивного таргета аккаунт может быть каналом заявок и прогрева.

Полноценное SMM-ведение для event-агентства

Мы выстроили Instagram-присутствие M2 Event Agency так, чтобы каждый пост работал на доверие, визуал отражал уровень компании, а контент мягко продавал услуги и приводил клиентов к обращению.

Что получил клиент

- системную стратегию ведения;
- понятное позиционирование;
- контент-план и регулярные публикации;
- единый визуальный стиль;
- контент, который формирует доверие и подогревает заявки.

Вывод

Для event-ниши SMM должен продавать не «постами», а ощущением надежности, масштаба, эмоций и опыта команды.

Креативный поток - превращаем соцсети в инструмент доверия, продаж и сильного бренда.