АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОФОРМЛЕННЯ INSTAGRAM-СТОРІНОК ТАТУ МАЙСТРІВ

***Чеботарьова І.Б.**, старший викладач, кафедра МСТ, ХНУРЕ*
***Полозов О.Б.,** асистент, кафедра МСТ, ХНУРЕ*
***Парфьонова М.О.**, студент, кафедра МСТ, ХНУРЕ*

***Анотація.** У роботі проаналізовано особливості оформлення профілів тату-майстрів в Instagram. Розглянуто сильні сторони і можливі покращення контенту та стратегії взаємодії з аудиторією. Визначено основні стилістичні напрями, які приваблюють різні сегменти цільової аудиторії.*

***Ключові слова:** ТАТУЮВАННЯ, ПРОФІЛЬ, ІНСТАГРАМ, АУДИТОРІЯ, АНАЛІЗ.*

Залучити клієнтів без використання усіх можливостей інтернет-простору для кожного успішного власника офлайн-бізнесу неможливо. Тату салон чи студія боді-арту – не виняток. Одні підприємці зосереджені на розвитку своєї справи через соціальні мережі, інші вкладають фінансові ресурси у створення сайту компанії. Які канали приведуть більшу кількість відвідувачів? Для якого бізнесу доцільно використовувати сайт і навіщо, якщо існує сторінка у Instagram та Facebook? Такі питання виникають дуже часто.

Усі користувачі інтернету поділяються на два типи. Одні шукають інформацію за допомогою пошукових систем, створюють запити у Google або Яндекс, знаходять сайт. Інші віддають перевагу рекомендаціям знайомих у соціальних мережах. Просування бізнесу через соціальні мережі придатне для запуску нового проєкту чи реклами конкретного майстра тату. Це чудовий майданчик, щоб набрати та вивчити базу клієнтів, протестувати ступінь затребуваності послуги. Також це основне місце, де отримує інформація молодіжна аудиторія.

Метою цієї роботи є аналіз особливостей інтернет-реклами для соціальних мереж, а також оформлення інстаграм-сторінок тату майстрів для визначення найбільш привабливих для клієнтів елементів оформлення.

Розглянемо дві інстаграм-сторінки, які оформлені у максимально різних стилях.

Профіль @tattogum має естетично виважений і мінімалістичний стиль, що формує професійне враження (рис. 1). Візуальна гармонія та стримане оформлення підкреслюють рівень майстерності та привертають увагу аудиторії, яка цінує витонченість.

Шапка профілю оформлена лаконічно й інформативно. Ім’я «Nadia – tattoo Warsaw» чітко вказує на спеціалізацію і геолокацію. У тексті профілю зазначено техніку роботи (Freehand artist) та перелік міст для гостьових сесій (Краків, Париж, Берлін), що створює імідж міжнародного майстра. Профільне фото в чорно-білих тонах підкреслює загальну естетику.

Актуальні історії логічно структуровані: «Відгуки», «Концепції», «Доступні дизайни», «Перекриття». Чіткі підписи і мінімалістичний стиль оформлення допомагають користувачам легко орієнтуватися в контенті.

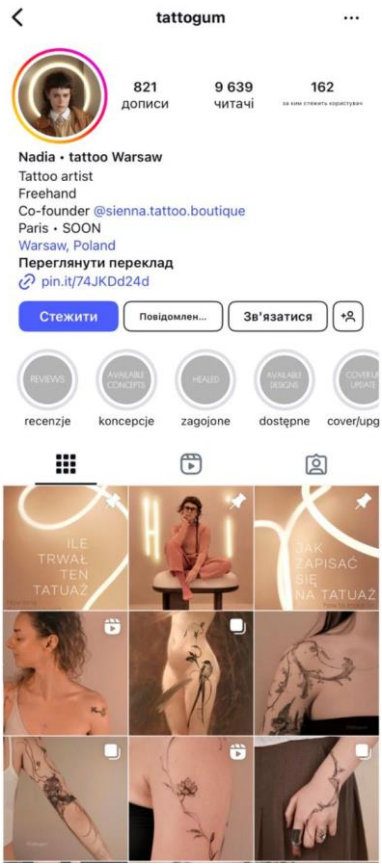

Рисунок 1 – Instagram-сторінка тату майстра @tattogum

Стрічка публікацій витримана у сіро-бежевих і чорних відтінках, що створює атмосферу гармонії й елегантності. 80% контенту – фотографії виконаних татуювань, 20% – інформаційні пости. Єдина стилістика підвищує впізнаваність бренду та приваблює цільову аудиторію.

Водночас профіль має потенціал для покращення взаємодії з підписниками. Доцільно активніше впроваджувати інтерактивний контент: опитування, сесії «питання-відповіді», прямі ефіри. Також варто додати більше особистих моментів у сторіс для побудови емоційного зв’язку з аудиторією. Використання відеоформатів, зокрема коротких роликів про процес створення татуювань (Reels), допоможе розширити охоплення та залучити нових підписників.

Профіль @ralph.inkk має чітко визначений стиль і позиціонування у ніші темних орнаментальних татуювань (рис. 2). Оформлення сторінки виглядає професійно, акцентуючи увагу на унікальності робіт та атмосферності контенту.

Шапка профілю містить спеціалізацію («DARK ORNAMENTS | TATTOO WARSAW») та зазначає виїзні сесії в інших містах (наприклад, Нюрнберг). Використано заклик до дії (DM FOR BOOKING) і додано посилання на Telegram-канал для зручного запису.

Актуальні історії витримані у мінімалістичному стилі з темними іконками. Основні категорії – Freehand, Available, Process, Booking – допомагають швидко орієнтуватися клієнтам і підкреслюють професійність профілю.

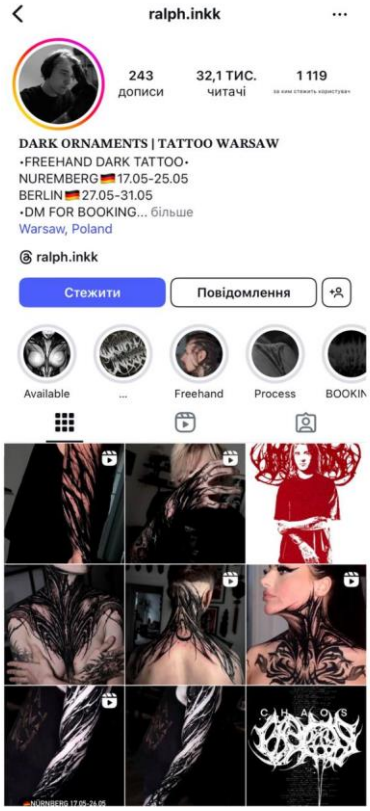

Рисунок 2 – Instagram-сторінка тату майстра @ralph.inkk

Стрічка публікацій оформлена у темній кольоровій гамі – чорний, графітовий і темно-сірий із вкрапленнями червоного. Фото робіт займають близько 90% контенту. Часте використання крупних планів, глибоких тіней і драматичного освітлення робить профіль візуально цілісним і виразним. Відеоконтент (Reels) показує процес створення татуювань, підсилюючи залученість аудиторії та даючи змогу побачити деталі роботи й емоції клієнтів.

Щоб зробити профіль ще ефективнішим, варто активніше впроваджувати інтерактивний контент: доповнювати пости текстами, ділитися історіями клієнтів, відповідати на запитання підписників. Частіше використовувати відеоформат (процес створення, backstage, реакції клієнтів) і створити серію публікацій «до і після», що покаже якість і тривалість результату.

Проведений аналіз дозволяє визначити основні елементи та принципи оформлення, які будуть використані для розробки ефективної стратегії просування діючого тату-салону в соціальних мережах.

У межах цього дослідження також було проведено опитування для визначення основних характеристик цільової аудиторії тату-майстра Опитування дозволило зібрати дані щодо соціально-демографічних особливостей, ставлення до татуювань та основних чинників вибору майстра. Результати опитування наведено на рисунку 4.

Основну частину потенційних клієнтів становлять молоді жінки віком 18-24 років із середнім рівнем доходу, які навчаються або працюють у творчих сферах. Перевага віддається унікальним ескізам, естетичній привабливості та можливості самовираження.

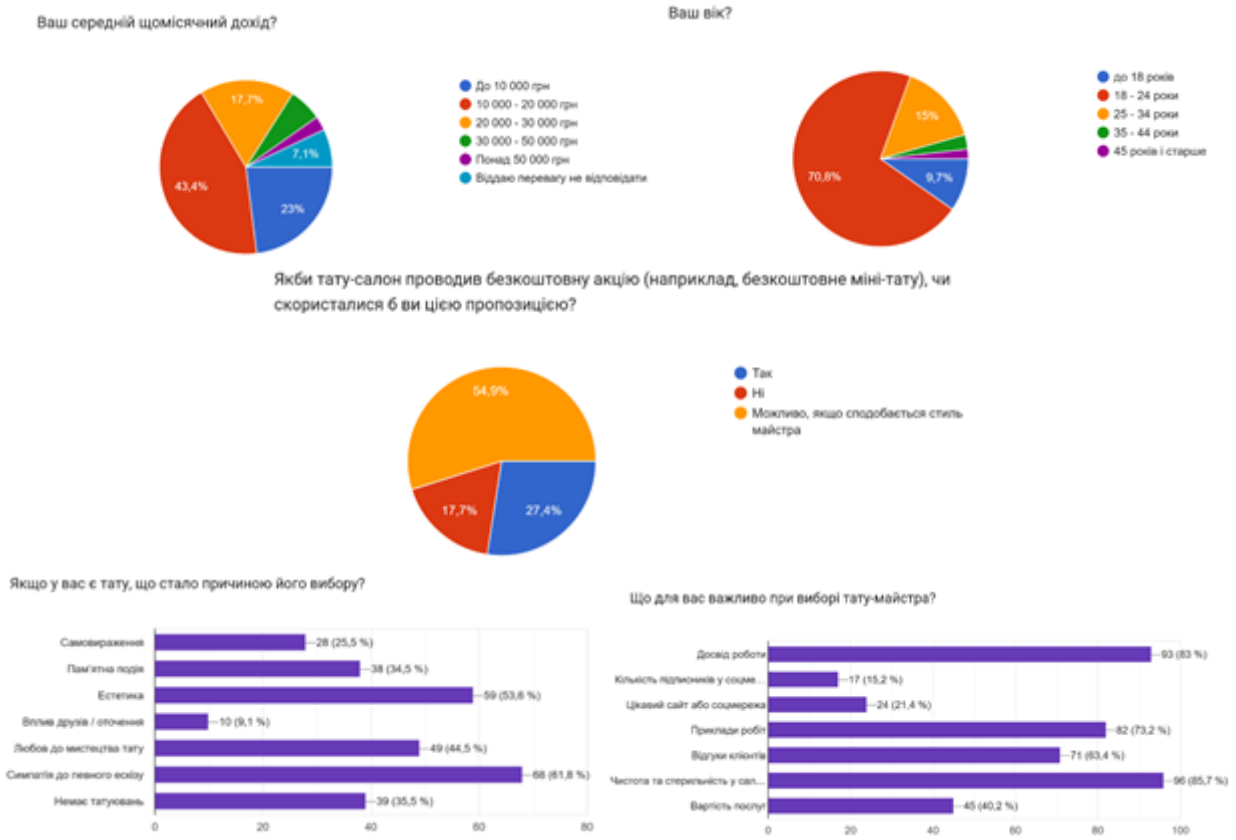

Рисунок 4 – Результати опитування цільової аудиторії

Серед ключових чинників вибору тату-майстра респонденти виділили професіоналізм, стерильність салону, приклади попередніх робіт і позитивні відгуки клієнтів. Популярність у соціальних мережах та ціна мають другорядне значення.

Таким чином, стратегія просування має базуватися на демонстрації високої якості роботи, безпеки процедур і індивідуального підходу до кожного клієнта. Використання сучасних форматів контенту та організація акцій допоможе ефективно залучати нову аудиторію й зміцнювати довіру до бренду.

Література.

1. Nadia – tattoo Warsaw. https://www.instagram.com/tattogum?igsh=cmJkbHQzdzlkaHI5.

2. Dark ornaments | TATTOO WARSAW. https://www.instagram.com/ralph.inkk?igsh=MXZlOWZ3ZXE5bHF0ag==.

3. Харченко, В.М., Чеботарьова, І.Б., & Яценко, Л.О. (2021). Аналіз електронної реклами закладів вищої освіти Харкова у соціальній мережі INSTAGRAM. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 30-34).

4. Вовк, О.В., Чеботарьова, І.Б., & Шарун, Д.А. (2024). Просування бренду дизайнера через LINKEDIN. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Інновації та розвиток: монографія. (с. 59-81). Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид».

5. Чеботарьова, І.Б., & Попова, Є.О. (2024). Інтернет-маркетинг у видавничому бізнесі. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 215-217).