

Instagram e vino: istruzioni pratiche per attirare follower



vendemmia 2018.
Seven shades of the 2018 harvest.
Ph. @karmasmess

vignaiolidelmorellino #maremmagram
#instawine #winestagram
#winesofinstagram #winesofitaly
#winetime #winegeek #wineoclock
#winewinewine #winelover #winelove
#maremma #tuscanstagram

sipoftipsy 🍷

Instagram è una piattaforma pensata per condividere foto e brevi video con i propri contatti. In Italia, il numero di utenti attivi ogni mese è pari al 27% della popolazione a riprova che questo **social network** presenta delle interessanti potenzialità per le aziende, soprattutto se il nostro **target** è tra i più giovani.

Scegliendo il profilo business – gratuito – si avranno a disposizione le statistiche per vedere in quanti hanno visualizzato le nostre immagini, da quali città, eccetera. È possibile poi inserire alcune informazioni utili come numero di telefono, email e

indicazioni stradali. Inoltre, associando il profilo alla pagina Facebook sarà possibile gestire più facilmente anche le pubblicità.

Gli **hashtag** sono uno degli strumenti principali di Instagram. Si tratta di parole chiave precedute da un cancelletto (#) che hanno una funzione ben specifica: permettono di catalogare ogni immagine in base al contenuto.

Cliccando sull'hashtag è possibile vedere tutte le immagini pubblicate con quella stessa parola chiave. Ad esempio, nel settore del vino, tra le più popolari ci sono **#winelover**, **#instawine**, **#winegeek**. Oltre a queste si possono aggiungere hashtag associati alla località dove si trova l'azienda, ad esempio **#igersalento**, **#igersmaremma**, o anche **#tuscanogram**.

Come capire quali sono gli hashtag più adatti? Semplice: controllate i profili enogastronomici che più vi piacciono e che sono più seguiti e cercate di capire quali usano.

A questi è bene aggiungere anche degli hashtag che rinforzano l'**immagine del brand**, ad esempio quelli del tipo **#nomecantina**, **#nomevino** o magari un hashtag che avete associato a un evento in cantina. Secondo alcuni studi, è preferibile usare una **trentina di hashtag per avere maggiore visibilità**.

Pensate al vostro profilo come a una serie di rubriche: ad esempio **vita in cantina**, **abbinamenti enogastronomici**, **territorio**.

Cercate poi di programmare i contenuti seguendo un filo logico. Per finire, misurate i risultati. Grazie alle **statistiche**, avete infatti modo di capire quanto vi seguono, se il loro numero aumenta, e via dicendo. È quella la bussola per capire se state procedendo come vorreste.

Tratto dall'articolo pubblicato su *Vite&Vino* n. 05/2018

Instagram e vino: istruzioni pratiche per attirare follower

di Slawka G. Scarso

L'articolo completo è disponibile per gli abbonati anche su Rivista Digitale