

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

**СТВОРЕННЯ ТА ПРОМОЦІЯ ІНСТАГРАМ-СТОРІНКИ
ТАТУ-МАЙСТРА**

Кваліфікаційна робота

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри медіапродюсування та
видавничої справи

_____ **Фіголь Н. М.**

(підпис)

« » _____ 2025 р.

Студентки групи ВСРб-2-21-4.0д.

денної форми навчання

спеціальність: 061 Журналістика

освітня програма: 061.00.03

«Видавнича справа та редагування»

Чирва Анастасія Андріївна

Оцінка з урахуванням усного захисту

Науковий керівник:

канд.філол.наук,

доцент кафедри медіапродюсування
та видавничої справи

Файчук Т. Г.

Члени комісії:

« » _____ 2025 р.

КИЇВ – 2025

ЗМІСТ

Частина I. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ	3
Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ	7
1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту	7
1.2. Аналіз конкурентного середовища	10
РОЗДІЛ 2. КРЕАТИВНА ТА ЕКОНОМІЧНА МОДЕЛЬ ІНСТАГРАМ-ПРОЄКТУ	13
2.1. Загальні характеристики інстаграм-сторінки як видавничого продукту	13
2.2. Етапи створення та підготовки контенту	17
2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту	20
РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ІНСТАГРАМ-СТОРІНКИ	22
3.1. Використані канали та методи розповсюдження контенту	22
3.2. Концепція промоції інстаграм-сторінки	25
Список використаних джерел	27
ДОДАТКИ	29

Частина I. ВИДАВНИЧИЙ ПРОДУКТ ТА СУПРОВІДНІ МАТЕРІАЛИ

Резюме проєкту

Назва проєкту: Створення та промоція інстаграм-сторінки тату-майстра

Ключові слова: інстаграм, тату-майстер, особистий бренд, відеоблог, фотоконтент, промоція, візуальна айдентика, креативна індустрія, соціальні мережі.

Мета проєкту. Створення та розвиток професійної інстаграм-сторінки тату-майстра як ефективного інструменту для просування тату-бізнесу, побудови власного бренду, залучення цільової аудиторії.

Актуальність дослідження. В умовах активного розвитку цифрових технологій Інстаграм є однією з ключових платформ для візуальних індустрій, зокрема у сфері тату. Формування професійного візуального образу, регулярна комунікація з аудиторією та продумана стратегія контенту дозволяють тату-майстрам не лише залучати нових клієнтів, а й будувати довіру та пізнаваність бренду. Актуальним складником є створення унікального стилю й просування авторських робіт, що сприяє розвитку локального ринку тату-послуг.

Місія проєкту; ефективність. Місія проєкту полягає у створенні медіа-простору, який поєднує мистецтво татуювання та високоякісний візуальний контент, сприяє розвитку індивідуального стилю тату-майстра, формує довіру до бренду, а також поширює сучасну культуру татуювання. Ефективність проєкту вимірюється кількісними показниками: зростанням підписників, залученням нових клієнтів, активністю аудиторії та рівнем впізнаваності бренду серед цільової аудиторії.

Команда проєкту. За створення сценарію, продукції графічних, відео-, фото- та текстових матеріалів відповідальна Чирва Анастасія Андріївна. Тату-майстер та відповідальний за створення ескізів: Чирва Ілля Володимирович. Фінансовий продюсер: Чирва Ілля Володимирович.

Потенціал проєкту (подальше практичне застосування). У майбутньому проєкт може бути розширений завдяки поглибленню контент стратегії,

активнішій взаємодії з підписниками та впровадженню нових форматів – відеоблогів, історій клієнтів, освітнього контенту про татуювання. Інстаграм-сторінка може стати основним каналом комунікації з клієнтами, зручним інструментом для запису на сеанси та презентації портфолію. У перспективі можливе розширення в інші соціальні мережі, колаборації з іншими майстрами або брендами. Проєкт має потенціал для розвитку в повноцінну креативну студію зі своїм унікальним стилем і медійним образом.

Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП

Сучасне татуювання вже давно вийшло за межі традиційних уявлень, стало однією з форм візуального мистецтва та особистісного самовираження. Люди дедалі частіше обирають тату як спосіб зафіксувати важливі моменти життя, відобразити емоції чи передати індивідуальні переконання через зображення. Такий підхід створює новий запит на високоякісні, авторські послуги з боку професійних тату-майстрів, здатних поєднувати технічну майстерність із оригінальним художнім баченням.

Актуальність проєкту. Ідея створення професійної інстаграм-сторінки тату-майстра є надзвичайно актуальною, оскільки поєднує декілька важливих напрямів: індустрію краси, художню творчість і цифровий маркетинг. Така сторінка – це не просто онлайн-портфоліо, а повноцінний комунікаційний простір, де майстер може презентувати свій стиль, ділитися процесом роботи, демонструвати результати та залучати нову аудиторію.

Перевагою цього проєкту є створення цілісного візуального образу, що формує довіру, викликає емоційну залученість та сприяє популяризації культури татуювання. За допомогою якісних фото, відео, сторіз та описів можна не лише рекламувати послуги, а й будувати справжній бренд, який сприймається не лише як комерція, а і як мистецтво. Окрім того, сторінка має потенціал стати платформою для спільноти однодумців, які поділяють інтерес до сучасної тату-культури.

Мета проєкту – створення, наповнення та просування інстаграм-сторінки тату-майстра як медіапродукту, що сприятиме впізнаваності бренду, залученню нових клієнтів, формуванню позитивного іміджу та популяризації культури татуювання. Результатом реалізації проєкту буде візуально й змістовно цілісна платформа (інстаграм-сторінка), що водночас виконуватиме функції онлайн-портфоліо, медіаресурсу та ефективного інструменту маркетингової комунікації.

Виокремлюємо такі **завдання проєкту**:

- дослідити ринок тату-послуг і візуальної комунікації в інстаграмі;
- проаналізувати цільову аудиторію та конкурентне середовище;
- розробити концепцію інстаграм-сторінки тату-майстра (візуальний стиль, риторика спілкування, типи контенту);
- створити графічні, текстові та відеоматеріали для сторінки;
- здійснити запуск і наповнення сторінки відповідно до контент-плану;
- розробити промоційні матеріали для просування (рекламні дописи, сториз, рилз тощо);
- оцінити ефективність комунікації та взаємодії з підписниками;
- змодельовати подальші шляхи розвитку проєкту (освітній напрям, колаборації, події).

Структура роботи. У першому розділі буде представлено теоретичне обґрунтування проєкту: здійснено аналіз ринку тату-послуг у соціальних мережах, досліджено специфіку цільової аудиторії та проведено аналіз конкурентного середовища. Другий розділ міститиме техніко-економічну характеристику видавничого продукту, зокрема його тип, формат, редакційно-видавничий процес підготовки, а також витрати, пов'язані зі створенням сторінки та виробництвом контенту. У третьому розділі розглядатимуться шляхи просування проєкту: створення стратегії залучення аудиторії; використання інструментів інстаграму: платне та органічне охоплення, а також перспективи подальшого розвитку проєкту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту

В Україні мистецтво тату бере свій початок у 90-х роках ХХ століття. Це час, коли у великих містах, таких як Київ, Львів, Харків та Одеса з'являються перші тату-салони. У 2000-х роках відкриваються перші школи, де можна було навчитися професійно робити тату. І вже за 10 років з'явилися відомі на всю країну тату-фести, зокрема Kyiv Tattoo Convention, Lviv Tattoo Fest та Kharkiv Tattoo Convention. Наразі, тату-майстрів з України визнають в інших країнах Європи як професіоналів цієї галузі, багато з них працюють за кордоном, а також українські тату-майстри є почесними гостями на міжнародних фестивалях.

Сучасний ринок тату-мистецтва наповнений різноманітними стилями, які користуються популярністю в усьому світі. Серед найпоширеніших стилів можна виділити такі як: реалізм, мінімалізм, олд скул, нью скул, дотворк, блекворк, нео традишнл, акварель, скетч, японський стиль, біомеханіка тощо. Детальніше про кожний із них можна дізнатися в Таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Стиль	Короткий опис	Аудиторія / інтереси
<i>Реалізм</i>	Деталізовані зображення, портрети, обличчя людей, тварини. Тату, схожі на фото.	Люди, які хочуть візуалізувати особисту історію або пам'ятну подію.
<i>Мінімалізм</i>	Прості символи, тонкі лінії, лаконічні форми.	Прихильники стриманої естетики, дизайну, смислових кодів.
<i>Олд скул</i>	Класичний американський стиль: товсті контури, обмежена палітра кольорів. Цьому стилю характерні класичні сюжети: ластівки, троянди, серця, дівчата, тварини та морські атрибути.	Ті, кому подобається ретро-естетика, класичні традиції татуювання, символічного змісту.
<i>Нью скул</i>	Сучасний олд скул: більша палітра кольорів, відмінність у тому, що для цього стилю характерні «мультяшні» зображення.	Люди з почуттям гумору, прихильники креативного самовираження.
<i>Дотворк</i>	Зображення, створені з точок, часто у формі геометрії чи сакральних символів.	Прихильники символіки, геометрії, філософських або духовних образів.
<i>Блекворк</i>	Чорні площини, графічна масивність, контрастність.	Ті, хто притримується сміливого, виразного стилю; андеграунду.
<i>Нео традишнл</i>	Кольорові татуювання з чіткими лініями, стилізація класики.	Прихильники барвистих сюжетів, виразних образів, коміксів або модерну.

<i>Акварель</i>	М'які переходи кольорів без чітких контурів, художній ефект.	Творчі люди, прихильники мистецтва, живопису.
<i>Скетч</i>	Імітація ескізу олівцем чи ручкою.	Представники креативних сфер, дизайнери, художники, ті, хто цінує недосконалість.
<i>Японія</i>	Великі композиції з традиційними елементами, це можуть бути хвилі, дракони, маски, демони тощо. Інтенсивні кольори, асиметрія.	Захоплені східною культурою, татуювання як частина філософії або образу.
<i>Біомеханіка</i>	Поєднання елементів анатомії та механізмів, тривимірність.	Прихильники наукової фантастики, кіберестетики, концептуального мистецтва.

Для глибшого розуміння цільової аудиторії проєкту було проведено онлайн-опитування за допомогою Гугл форми на тему: «Ставлення до татуювань та контенту тату-майстрів» (див.: Додаток А).

Анкета складалася з 12 запитань, які охоплювали демографічні характеристики респондентів, їхні уподобання щодо стилів татуювань, досвід пошуку та взаємодії з тату-майстрами, а також критерії, за якими потенційні клієнти обирають, на які інстаграм-сторінки тату-майстрів підписуватися та який контент викликає у них найбільше зацікавлення. У більшості запитань можна було обрати кілька варіантів відповіді (окрім запитань про вік та стать). Загалом в опитуванні взяли участь 39 осіб.

Основні результати опитування:

Соціальні платформи як канали пошуку майстрів: 94,9% респондентів (37 осіб) зазначили, що саме через інстаграм шукають тату-майстра. Це засвідчує високу актуальність проєкту в обраному форматі.

Вікова структура: понад 85% опитаних – молоді люди віком від 18 до 35 років. Це найбільш активна аудиторія інстаграму, а також основна категорія споживачів тату-послуг.

Гендерний баланс: опитування показало майже рівний розподіл – 51,3% жінок (20 осіб) і 48,7% чоловіків (19 осіб). Це вказує на універсальність інтересу до тематики татуювань серед обох статей.

Уподобання за стилями татуювань: найбільшу популярність здобув стиль мінімалізм – 51,3% (20 респондентів), далі – японський стиль (38,5% або 15 осіб),

олдскул (30,8% або 12 осіб) і скетч (28,2% або 11 осіб). Це свідчить про те, що аудиторія цікавиться як лаконічними сучасними рішеннями, так і складнішими стилями з глибоким змістом або естетикою. Це є перевагою для майстра-початківця, адже можна тренуватися в різних стилях, а згодом обрати свій стиль для роботи.

Переваги в контенті інстаграм-сторінок тату-майстрів: фото готових татуювань – 89,7% (35 осіб); відео процесу нанесення тату – 66,7% (26 осіб); категорія «до/після» – 56,4% (22 особи); акційні пропозиції та розіграші – 48,7% (19 осіб); освітній та розважальний контент – 35,9% (14 осіб); особисте життя майстра – 25,6% (10 осіб). Результати показують, що аудиторію найбільше приваблює візуально якісний і професійний контент, а також можливість отримати знижки або взяти участь у розіграшах.

Ключовими критеріями вибору тату-майстра є: портфоліо/стиль – 84,6% (33 особи), ціна – 66,7% (26 осіб), відгуки та дотримання стерильності – 64,1% (25 осіб), наявність інстаграм-сторінки – 46,2% (18 осіб), атмосфера в студії – 43,6% (17 осіб).

Підписатися на інстаграм-сторінку тату-майстра респондентів найчастіше мотивує красиве портфоліо (84,6% або 33 особи), щирість у спілкуванні (53,8% або 21 особа), цікаві сториз (51,3% або 20 осіб) та можливість брати участь у розіграшах або отримувати знижки (43,6% або 17 осіб). Це демонструє, що аудиторія цінує не лише професіоналізм, а й відкритість, залучення до діалогу та інтерактивність.

Таким чином, потенційна цільова аудиторія проекту – активні користувачі інстаграму віком 18–35 років, які цінують естетику, якісний візуальний контент і стильове розмаїття. Для них важлива професійна репутація тату-майстра, прозорість комунікації та можливість отримати бонуси. На підставі отриманих висновків можна ефективно розробляти контентну стратегію власної інстаграм-сторінки, орієнтовану як на залучення нових підписників, так і на формування лояльної спільноти клієнтів.

1.2. Аналіз конкурентного середовища

Для аналізу конкурентного середовища було обрано три сторінки різних тату-майстрів в інстаграмі: @plm.tattoo, @zimrok.tattoo, @fomes.tatts. Кожен із майстрів представляє унікальний стиль татуювання, має впізнаваний візуальний образ і розроблений бренд, відповідно до якого веде комунікацію з аудиторією, публікує контент та оформлює профіль.

Аналітику було проведено за низкою важливих критеріїв: локація, кількість підписників, стиль татуювань, середня реакція на публікації, формат контенту, тип контенту, частота публікацій, оформлення профілю, взаємодія з аудиторією, хештеги та актуальні. Детальні результати наведено в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2.

Порівняльна характеристика інстаграм-профілів тату-майстрів

Критерії			
Ім'я користувача	@plm.tattoo	@zimrok.tattoo	@fomes.tatts
Локація	Київ, Україна	Київ, Україна	Київ, Україна
Підписники	1 755	2 469	1 330
Стиль татуювань	Японія, чорно-сірі татуювання	Нео-традішнл, олдскул	Гравюра, дотворк, кольорові акценти
Середня реакція на публікації	70 лайків	50 лайків	50 лайків
Формат контенту	Фото робіт, розмовні рилз, портрети, сториз	Фото та відео робіт, іноді сториз	Фото, відео, креативні сториз
Тип контенту	Інформаційний, розважальний, естетичний	Інформаційний, естетичний, небагато розважального	Інформаційний, естетичний
Частота публікацій	Кілька разів на тиждень	Кілька разів на тиждень	Один раз на тиждень
Оформлення профілю	Шапка профілю має загальну інформацію, оформлена професійно. Майстер притримується чорно-білого стилю	Шапка профілю має загальну інформацію, оформлена професійно. Мінімалістичний стиль, стилізований контент	Шапка профілю має загальну інформацію, оформлена професійно. Яскравий профіль, графічна стрічка
Взаємодія з аудиторією	Висока (сториз, відповіді на коментарі, залучення аудиторії, невимушений стиль спілкування)	Середня (відповіді на коментарі, невимушений стиль спілкування)	Висока (сториз, реакції, дружній стиль спілкування)

<i>Хештеги</i>	#татукиїв #татуукраїна #татуяпонія #tattoographic #tattoos	#татукиївцентр #татукиєв #татукиїв	Не використовує хештеги
<i>Актуальні</i>	У профілі розміщено 9 актуальних (інфо; загоєні; ескізи; відгуки; лайф; робота; студія тощо)	У профілі розміщено 9 актуальних (інфо; загоєні; ескізи; процес тощо)	У профілі розміщено 6 актуальних (інфо; загоєні; ескізи; сертифікат; приклади робіт тощо)

Розкривши особливості інстаграм-сторінок конкурентів, незалежно від того, що майстри працюють в різних стилях, помічено спільні ознаки. Це свідчить про сформовані загальні тенденції у сфері просування тату в інстаграмі. Усі майстри акцентують увагу на високій якості візуального контенту, використовуючи професійні фото та відео матеріали та беручи до уваги деталізацію своїх робіт. Кожен з майстрів притримується власного візуального стилю, узгоджуючи стрічку за кольоровою гамою. У шапці профілю кожної інстаграм-сторінки є загальна інформація про діяльність та контактні дані, що свідчить про стратегічний підхід до представлення свого бренду.

Окрім того, на всіх сторінках спостерігається тенденція на регулярну активність: два з трьох майстрів поширюють контент у профіль щонайменше декілька разів на тиждень, а у сториз виходять кожен день або через день. Сториз і рилз використовуються як інструмент оперативної комунікації, а також допомагають зберігати залученість аудиторії. Майстри використовують естетичні, розважальні та інформаційні формати для зацікавлення аудиторії. Вони містять привабливі фотографії робіт, ілюстрації ескізів, розмовні та жартівливі рилзи.

Ще однією спільною рисою є використання хештегів під своїми постами: #татукиїв, #татуукраїна, #татукиївцентр, #татуяпонія. Від того, який хештег обрати залежить популярність хештегу; місцезрештування; стиль, у якому працює майстер; популярність ілюстрації (якщо ілюстрація, яку набиває майстер з популярного мультфільму, серіалу, то доречно буде додати такий хештег).

Особливо важливим складником позиціонування тату-бренду є взаємодія та стиль спілкування з аудиторією, тому конкуренти використовують невимушений

або дружній стиль спілкування для створення комфортної і товариської атмосфери.

Висновки за результатами аналізу конкурентного середовища: порівняння трьох інстаграм-профілів тату-майстрів (@plm.tattoo, @zimrok.tattoo, @fomes.tatts) дозволяє виокремити низку важливих тенденцій і характеристик, які варто враховувати при розробці власної платформи:

- обрати чітке стилістичне спрямування;
- розробити візуально цілісну стрічку;
- підтримувати регулярну комунікацію з аудиторією через сториз і коментарі;
- забезпечити стабільний графік публікацій;
- грамотно структурувати розділ Актуальне (Highlights);
- використовувати релевантні хештеги для розширення охоплення.

РОЗДІЛ 2. КРЕАТИВНА ТА ЕКОНОМІЧНА МОДЕЛЬ ІНСТАГРАМ-ПРОЄКТУ

2.1. Загальні характеристики інстаграм-сторінки як видавничого продукту

Видавничим продуктом проекту є інстаграм-сторінка тату-майстра під назвою @chyrva_tattoo. Проаналізувавши потенційних конкурентів проекту, можна зробити висновок, що за основу назви сторінки найчастіше беруть прізвище або ім'я тату-майстра та його діяльність, таким чином нами було вирішено назвати сторінку @chyrva_tattoo. Аватаркою для профілю було обрано чорно-білий портрет майстра (див.: Додаток Б).

Основною метою проекту є формування впізнаваного бренду тату-майстра, демонстрація портфолію, залучення нових клієнтів через якісний і привабливий контент та відкриту комунікацію.

Цей продукт виконує такі функції:

- Репрезентативну – знайомить аудиторію з тату-майстром, його навичками та стилем, а також цінностями. Через оформлення сторінки та пости аудиторія формує уявлення про майстра як майстра своєї справи та творчу особистість. У шапці профілю зазначено напрям роботи майстра та локацію, що допомагає знайти потенційних клієнтів (див.: Додаток Б).

- Інформативну – надає аудиторії актуальну, якісну інформацію про майстра, його роботу. До прикладу, було розроблено інформативний пост «Про мене», де тату-майстер розповідає про свої цінності, деякі цікаві факти. Метою цього посту є формування позитивного дружнього ставлення аудиторії (див.: Додаток В). Також у майбутньому будуть опубліковані пости про догляд за татуюванням, про стилі тощо.

- Естетичну – реалізується через візуальний контент, орієнтована на те, щоб потенційний клієнт захотів підписатися на сторінку або отримати тату-послуги саме від цього майстра (сюди входять шапка профілю, актуальні, фото, рилз, сториз, емодзі та шрифти; а також наскільки добре видно тату, який фон та світло, чи комбінуються між собою пости, чи впізнаваний стиль тощо).

- Комунікативну – формує в аудиторії симпатію та довіру до майстра через взаємодію, що відбувається через текст, сториз, інформативні рилз, опитування аудиторії, відповіді на коментарі тощо. Важливий складник – стиль спілкування з аудиторією, яку обирає майстер: у нашому проєкті – це дружній стиль спілкування.

- Промоційну – використання сторінки для залучення нових клієнтів/підписників, реклама, краща впізнаваність бренду (найбільше підходять пости/сториз із розіграшами, акціями чи знижками; також це може бути рекламний пост, який буде потім просуватися через інструменти інстаграму).

Візуальний складник проєкту – акцент на мінімалістичний стиль, контент подається у витриманій кольоровій палітрі (рис. 2.1), де переважають такі відтінки як чорний, білий, сірий, бежевий, іноді червоний.

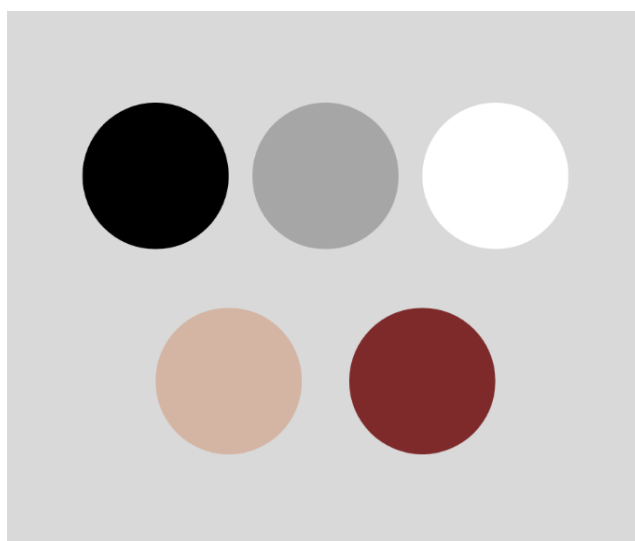


Рис. 2.1. Кольорова палітра для профілю

Фотографії та ескізи здебільшого мають світле тло. Фотографії зроблені так, щоб було добре видно татуювання в деталях, на це впливає холодне чи природне світло та розмитий фон, який не відволікає глядача від головного об'єкта в кадрі. Кожна публікація розміщується у профілі з урахуванням загальної композиції (рис. 2.2). Відбувається чергування постів: часто фото татуювання та ескізи, а відео і трендові рилз рідше.

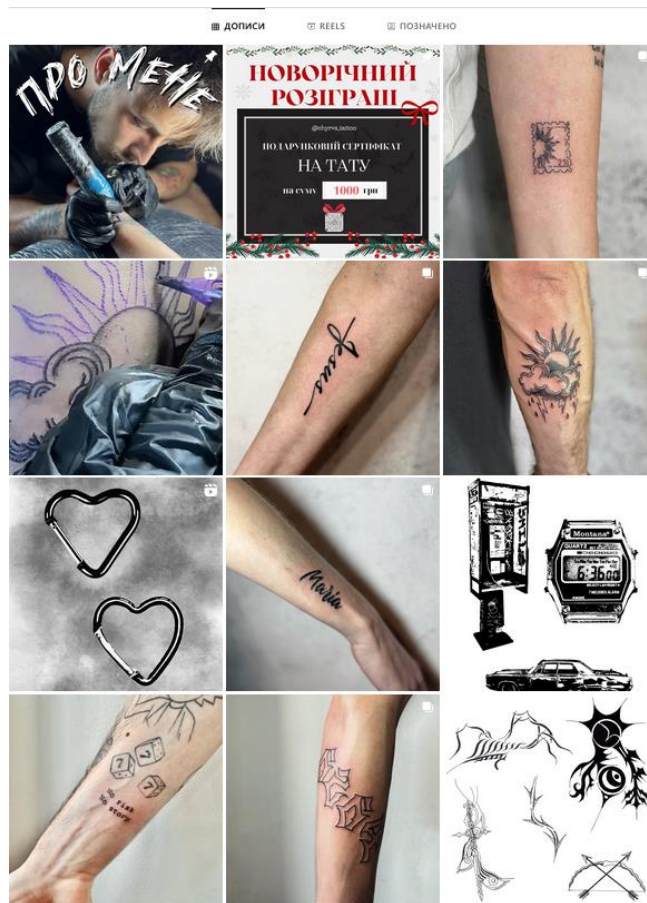


Рис. 2.2. Розміщення публікацій у профілі

Актуальні (рис. 2.3) розділені на 5 категорій: «відгуки», «ескізи», «ще роботи», «сертифікат» та «ціни». У розділі «Відгуки» зібрані сториз клієнтів із фото та відео їхніх татуювань; у майбутньому планується додати й текстові відгуки. Розділ «Ескізи» містить сториз із процесом створення ескізів або вже готовими варіантами. Його створено з метою полегшення навігації та пошуку ескізів на сторінці. У категорії «Ще роботи» представлено приклади татуювань, які не опубліковані безпосередньо в стрічці профілю. Розділ «Сертифікат» містить інформацію про подарунковий сертифікат на тату, а також його візуальне оформлення (див.: Додаток Г). У розділі «Ціни» розміщена актуальна інформація про вартість татуювань (див.: Додаток Г).



Рис. 2.3. Актуальні інстаграм-сторінки @chyrva_tattoo

Сториз вирізняються різноманітністю контенту: це не тільки фото робіт та ескізів, а й відео процесу, опитування аудиторії та додаткова інформація. Також наявні гумористичні та інформативні репости, частина особистого життя майстра.

Рилз було сформовано, спираючись на наявні в тематиці тату тренди інстаграму та тіктоку. Було розроблено два рилзи з такими назвами:

1. Відміть того, з ким зробив би якесь із цих парних тату. Мета рилзу – підвищення взаємодії з підписниками та новою аудиторією, створення контенту, який хочеться поширювати з друзями.

2. Став на паузу і обирай для себе новий ескіз. Мета рилзу – підвищення взаємодії з аудиторією та зацікавлення у нових ескізах.

Підсумовуючи, можемо зробити висновок, що @chyrva_tattoo створено як повноцінний видавничий продукт, який поєднує естетику, функціональність та ефективну комунікацію з аудиторією. Поступово формується впізнаваність бренду завдяки стратегії оформлення інстаграм-сторінки, підбору трендового контенту і форматів.

Актуальні історії та рилзи зручно структурують контент і допомагають сформулювати перше враження про сторінку, створюються також додаткові точки залучення підписників. Опитування, рилзи, гумористичні репости, відео процесу сприяють побудові довірливого та дружнього тону комунікації. Також у сторінки є потенціал для зростання завдяки використанню інстаграм-інструментів реклами, а також через вже створені візуальні та змістові матеріали, які легко масштабувати й адаптувати.

2.2. Етапи створення та підготовки контенту

Для розробки інстаграм-сторінки @chyrva_tattoo було реалізовано низку основних етапів: аналіз конкурентів і аудиторії, планування контенту, його створення та підготовку до поширення.

На першому етапі було проаналізовано потенційних конкурентів за такими головними критеріями як якість контенту, тип та формати, спілкування з аудиторією тощо. Цей аналіз допоміг побудувати своє бачення створення та розвитку інстаграм-сторінки, спираючись на вже наявну тенденцію серед тату-майстрів Києва. Аналіз потенційної аудиторії через опитування сприяв тому, що ми змогли зрозуміти свою аудиторію, обрати власний стиль спілкування, щоб далі будувати щирі й дружню атмосферу на сторінці.

Згодом почався етап планування контенту, структура якого охоплює конкретні ідеї щодо оформлення сторінки (ім'я користувача, фото профілю, шапка, назви й іконки актуальних, загальний стиль, основна кольорова палітра). Для втілення ідей ми надихалися Пінтерестом і тіктоком. Також, у межах цього етапу розглядалися ідеї щодо форматів та типів контенту (постів, рилз, сториз). У додатку Google Keep було створено контент-план початкової реалізації проєкту і досягнень (див.: Табл. 2.1). Окрім того, до другого етапу входила організаційний складник процесу зйомки фото та відео, тобто, вибір світла, фону для подальшого застосування.

Таблиця 2.1.

Контент план інстаграм-сторінки @chyrva_tattoo

№	Назва контенту	Формат	Виконання
	Створення сторінки, ім'я користувача	Оформлення профілю	Виконано
	Аватарка + шапка профілю	Оформлення профілю	Виконано
	Актуальні (5)	Актуальні сториз	Виконано
	Сториз (100)	Сториз	Частково виконано (84)
	Пости татуювань (20)	Фото пости	Частково виконано (19)
	Ескізи пости (10)	Пости ескізів	Частково виконано (7)
	Відео процесу тату (5)	Відео (рилз)	Частково виконано(1)

	2 трендових рилзи («Відміть того, з ким зробив би одне з цих парних тату»; «Став на паузу і обери ескіз для себе»)	Відео (рилз)	Частково виконано (1 рилз «Відміть того...»)
	Розробка прайсу	Актуальне сториз	Виконано
	Розробка сертифікату	Актуальне сториз	Виконано
	Пост «Новорічний розіграш»	Пост (візуал + текст)	Виконано
	Пост «Про мене», закріпити в профілі	Пост (візуал + текст)	Виконано
	Пост «Догляд за тату»	Пост (візуал + текст)	Не виконано
	Оновити дизайн сертифікату на тату	Візуальний контент	Виконано
	Набрати 200 підписників	Ціль набрати аудиторію	У процесі (150)
	Загалом постів (50)	Пости	Частково виконано (30)

Створення контенту відбувалося за допомогою багатьох інструментів і додатків, які значно полегшили цей етап. Написання текстів для постів та сценаріїв до рилз здійснювалися в додатку Google Docs (див.: Додаток Г). На створення/обробку фотоматеріалів, підбір шрифтів для обкладинок постів та сториз вплинули такі програми як Leto.fonts, Canva, Adobe Illustrator та Snapseed. Було знайдено оптимальну програму Unreels, що містить всі інструменти для втілення творчих і трендових ідей, за допомогою якої було створено всі рилзи для профілю.

Далі контент збирався в цілісний продукт з фото/відео, заголовками, текстом, хештегами і поширювався в інстаграм. Іноді, викладалися пости як чернетки з таймером на конкретний час, що сприяло полегшенню роботи, адже не витрачалося багато часу на постинг.

Таким чином, на етапі створення та підготовки контенту було виконано низку важливих завдань, спрямованих на формування цілісного й ефективного контент-продукту:

- проведено аналіз конкурентів і цільової аудиторії з метою визначення стратегії контенту та стилю комунікації;
- здійснено пошук ідей і форматів для створення контенту, адаптованого під особливості платформ Тікток і Пінтерест;

- розроблено загальний контент-план, а також деталізовано структуру кожного текстового допису за допомогою сервісів Google Keep і Google Docs;
- створено фотоматеріали, проведено їх обробку та редагування, підібрано шрифти для обкладинок дописів і сториз у програмах Leto.fonts, Canva, Adobe Illustrator та Snapseed;
- відібрано та змонтовано відеоматеріали для публікацій у форматі рилз за допомогою застосунку Unreels і вбудованих інструментів інстаграму;
- зібрано всі елементи контенту (фото, відео, заголовки, тексти, хештеги) в узгоджений візуально-комунікативний продукт та запущено його на платформі Інстаграм.

2.3. Економічні аспекти реалізації проєкту

Реалізації проєкту не потребувала значних витрат. Загалом, багато інструментів були наявними, інші використовувалися безкоштовно. Створення фото та відео матеріалів здійснювалася на телефон марки iPhone 11 Pro. Обробка фото та відео матеріалів відбувалася на цьому ж гаджеті, іноді використовувався ноутбук HP для таких програм як Canva та Adobe Illustrator. Загалом, у програмах і мобільних додатках, які допомагали у створенні та підготовці контенту був обмежений доступ до деяких функцій або безкоштовні пробні версії, але на початковому етапі цього було цілком достатньо для якісного контенту.

Серед платних інструментів для створення контенту було придбано кільцеву лампу з тримачем для телефону та двосторонній світлий фотофон. Інструменти (рис. 2.4) значно покращили якість контенту і створили цілісну картинку для майбутніх постів.



Рис. 2.4. Кільцева лампа та двосторонній фотофон

Фотофон коштував 300 грн разом з послугами за доставку, кільцева лампа з тримачем для телефону коштувала 250 грн разом з безкоштовною доставкою.

Щодо витрат на майбутнє, планується придбання таргетованої реклами в інстаграмі (просування постів чи сториз). У середньому, таке просування коштує 333 гривні на день, якщо брати на 3 дні, реклама буде охоплювати від 2 до 6 тисяч осіб (рис. 2.5)

The screenshot shows the 'Бюджет і тривалість' (Budget and Duration) screen in the Instagram advertising interface. At the top, there is a navigation bar with a back arrow, the title 'Бюджет і тривалість', and an information icon. Below the navigation bar, a message states: 'Тепер для просування в додатку для iOS необхідно налаштувати тривалість. Дізнайтеся більше' (Now for promotion in the iOS app, you need to set the duration. Learn more). The main display shows '999 € за 3 дн.' (999 € for 3 days). Below this, it specifies 'Рекламний бюджет' (Advertising budget) and 'Без урахування сервісного збору Apple та будь-яких місцевих зборів і податків' (Without Apple service fee and any local fees and taxes). There are two sliders: 'Денний бюджет' (Daily budget) set to '333 € щоденно' (333 € daily) and 'Тривалість' (Duration) set to '3 дн.' (3 days). At the bottom, a summary table shows: 'Рекламний бюджет' (Advertising budget) as '999 € за 3 дн.', 'Приблизне охоплення' (Approximate reach) as '2 300 - 6 200', and 'Сервісний збір Apple' (Apple service fee) with an information icon and the note 'Підлягає розрахунку' (Subject to calculation). A blue 'Далі' (Next) button is at the bottom.

Рекламний бюджет	999 € за 3 дн.
Приблизне охоплення	2 300 - 6 200
Сервісний збір Apple ⓘ	Підлягає розрахунку

Рисунок 2.5. Таргетоване просування в інстаграм

Отже, наразі для реалізації проєкту не потрібно значних матеріальних витрат. Основними придбаними інструментами стали кільцева лампа з тримачем для телефону та двосторонній світлий фотофон на загальну суму 550 гривень. Усі етапи створення контенту – зйомка, обробка та оформлення – здійснювалися за допомогою смартфона iPhone 11 Pro. Додатково для роботи з графічними редакторами Canva та Adobe Illustrator іноді використовувався ноутбук HP. У подальшому для просування проєкту планується використання платної реклами середньою вартістю 333 грн на день.

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ІНСТАГРАМ-СТОРІНКИ

3.1. Використані канали та методи розповсюдження контенту

Одним з основних каналів розповсюдження контенту стало створення привабливого візуалу, який би привертав увагу нових користувачів і сприяв збереженню активності наявної аудиторії. Привабливий візуал складається з фото- та відео- матеріалів процесу татуювань та ескізів через поширення у профіль, сториз, актуальні.

Для підвищення охоплення контенту кожна публікація супроводжується:

- влучними текстовими описами, які формують дружній тон спілкування;
- геолокаціями та релевантними хештегами, (застосовується геолокація Київ, хештеги #татуукраїна, #татукиїв, #татуміні, #ескізитату, #tattoo, #tattoostyle, #tattooartist тощо);
- взаємодією з підписниками в коментарях та в директі.

Окрім того, інформативна шапка профілю та актуальні, що активно використовуються, допомагають відвідувачам профілю легко орієнтуватися на сторінці, ознайомитися з діяльністю тату-майстра, цінами та дізнатися, як записатися на сеанс.

Для просування інстаграм-сторінки активно використовуються інтерактивні методи: розіграші до свят і тематичні акції. Було створено пост під назвою «Новорічний розіграш на подарунковий сертифікат на тату», а також до 14 лютого було розроблено сториз зі знижкою – 14% на парні татуювання (див.: Додаток Д).

Найефективнішою активністю позначився Новорічний розіграш подарункового сертифікату на суму 1000 грн (рис. 3.1). Умови : бути підписаним на сторінку @chyrva_tattoo, поширити розіграш собі в історію з відміткою акаунту та відмітити в коментарях посту двох друзів.

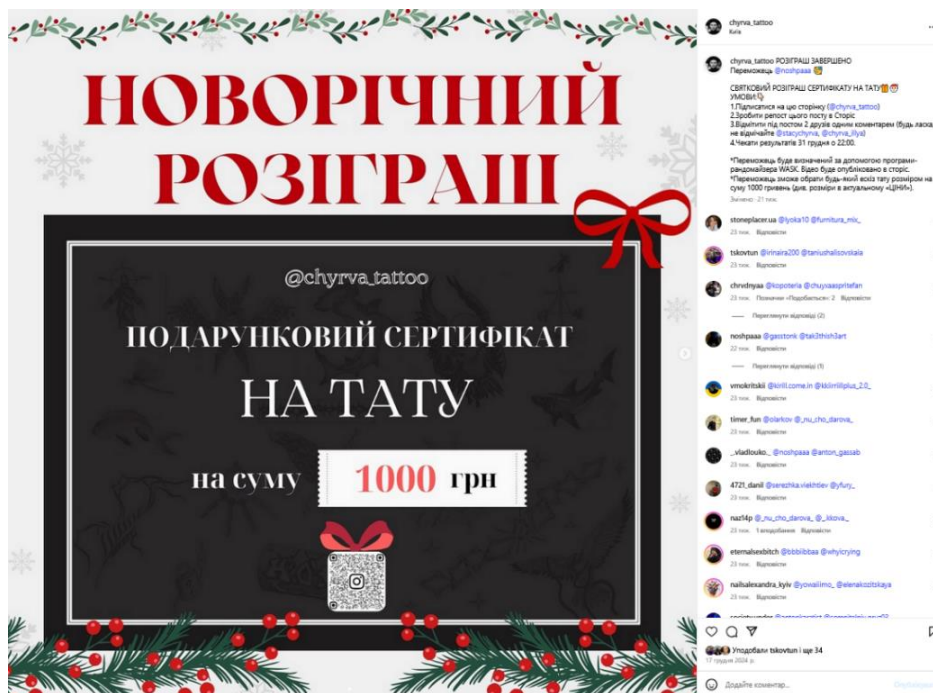


Рис. 3.1. Пост «Новорічний розіграш подарункового сертифікату на суму 1000 грн»

Результати розіграшу оприлюднено 31 грудня 2024 року о 22:00, переможець визначався за допомогою програми-райдомайзера WASK. Переможницею стала дівчина, яка прийшла на сеанс зі своїм хлопцем, який згодом також зробив тату за власним ескізом тату-майстра. Хлопець додав до себе в сториз фото й відео нового тату і зацікавив цим знайомого, який теж зробив нове татування від @chyrva_tattoo. Цей пост наразі найбільш охоплюваний Цей пост наразі найбільш охоплюваний, статистику зображено на рис. 3.2.



Рис. 3.2. Статистика посту «Новорічний розіграш подарункового сертифікату на суму 1000 гривень»

Статистика посту про Новорічний розіграш показує, що цей пост набрав 1873 перегляди, з них охопив 66 % нових користувачів, що підтверджує ефективність такого методу просування.

За результатами дослідження можна зробити такі висновки:

- привабливий візуал відіграє важливу роль у просуванні інстаграм-сторінки;
- шапка профіль та актуальні допомагають новим підписникам і гостям сторінки швидко дізнатися основну важливу інформацію про бренд;
- через розіграш три нові люди зробили собі татуювання від @chyrva_tattoo, такі активності є хорошим методом просування тату-бренду.

3.2. Концепція промоції інстаграм-сторінки

Промоція інстаграм-сторінки передбачає удосконалення якості контенту та форматів його подачі. Зокрема, планується збільшити частоту публікацій з акцентом на рилз як основний інструмент залучення аудиторії. Також буде покращено візуальне оформлення сторінки, зокрема оновлення та розширення актуальних сториз. Крім того, планується впровадження нових форматів контенту, зокрема розмовних рилз та влогів на тему тату, що сприятимуть підвищенню зацікавлення з боку цільової аудиторії.

На основі результатів розіграшу подарункового сертифіката було зроблено висновок, що проведення інтерактивів із аудиторією ефективно сприяє залученню нових користувачів і потенційних клієнтів. У зв'язку з цим у майбутньому планується регулярно організовувати розіграші, акції та пропонувати знижки на послуги. Наступний розіграш заплановано на 9 вересня 2025 року – до річниці створення тату-сторінки. Умови участі залишаться незмінними (підписка на сторінку, позначка в сторіз і коментар під дописом), однак кількість переможців буде збільшено до трьох. Перший переможець отримає головний приз – сертифікат на татуювання, а другий і третій – солодкі подарунки. Крім того, до святкових дат планується запроваджувати сезонні знижки на тату-послуги, як це вже було реалізовано до Дня святого Валентина. Також розглядається додатковий метод промоції – знижка у розмірі 10% на наступне татуювання в обмін на відгук у сторіз.

Таргетована реклама в інстаграмі планується після досягнення позначки в 200 підписників. Вона передбачатиме розміщення спеціально підготовленої сториз або публікації, яка міститиме цікаву та лаконічну інформацію про тату-майстра, а також фотографії його найкращих робіт. Такий формат має привернути увагу цільової аудиторії та викликати зацікавленість до сторінки.

Як зазначалося раніше (див. розділ 2.3), таргетована реклама з охопленням від 2 до 6 тисяч користувачів коштує 333 грн на день. На початковому етапі планується протестувати рекламу протягом трьох днів. Вартість такої кампанії складе 999 грн. Після запуску буде проаналізовано її ефективність: чи досягається

заплановане охоплення, наскільки результативна подача контенту, і чи потрібно вносити корективи в стратегію просування.

У подальшому для розвитку інстаграм-сторінки тату-майстра планується впровадження таких маркетингових інструментів:

- удосконалення контенту та форматів його подачі;
- проведення розіграшів, надання знижок і акцій до свят та важливих дат;
- регулярне використання таргетованої реклами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бурякова А. О. Особливості просування у соціальній мережі Інстаграм. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022.
2. Бурчак І. Н., Воробчук М. С., Пузь А. Д. Тату-малюнки як художня спадщина суспільства: історія та сучасність. Теорія та практика дизайну. 2023. Вип. 29–30. С. 139–145.
3. Візуал в Інстаграмі 2025: як красиво оформити профіль. WeLoveBrands. URL: <https://welovebrands.com.ua/ua/blogs/vizual-v-instagrami/> (дата звернення: 15.02.2025).
4. Герасимчук В. В., Лижова Є. М. Особливості використання маркетингу в Instagram. Молодий вчений. 2019. № 10 (74). С. 642–645. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-10-74-135>.
5. Каретна О. О. Культура візуалізації в епоху цифрових технологій. Європейський вибір України... Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 17 червня 2022 р.). Одеса : Гельветика, 2022. Т. 1. С. 279–281.
6. Кротевич О. В. Визначення національних особливостей сучасного українського патріотичного тату. ScienceRise. 2018. №6(47). С. 6–10.
7. Кулікова К. В. Візуальний контент як інструмент побудови ідентичності бренду. Молодіжна наукова ліга. 2023. С. 32–34. URL: <https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/30825/1/тези%20Кулікова%20К.1.pdf> (дата звернення: 27.05.2025).
8. Литвинська С. В., Бурля О. В. Соціальні мережі «Facebook», «Twitter» та «Instagram» як сучасні канали соціальної комунікації. Інформація та соціум. 2022. С. 37–38.
9. Плеханова Т. М. Соціальні мережі як новітня платформа для промоції медійного контенту. URL: <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/view/154/4614/9697-1> (дата звернення: 27.05.2025).
10. Розкрутка в Інстаграм 2025: безкоштовні та платні способи. HostIQ. URL: <https://hostiq.ua/blog/ukr/instagram-promotion/> (дата звернення: 27.05.2025).

11. Стили тату: які бувають і як обрати. PokupOn. URL: <https://blog.pokupon.ua/gajd-po-tatuirovkam-dlja-nachinajushhih-kak-vybrat-stil-mastera-i-ne-oshibitsja/> (дата звернення: 14.02.2025).
12. Тату-культура в Україні: історія, розвиток і сучасність. Tattoo.ua. URL: <https://www.tattoo.ua/post/tatu-kultur-v-ukraini> (дата звернення: 27.05.2025).
13. Тріщук Р. Л. Візуальний контент у соціальних мережах. Технологія і техніка друкарства. 2022. № 3(77). С. 73–81. DOI: [https://doi.org/10.20535/2077-7264.3\(77\).2022.273829](https://doi.org/10.20535/2077-7264.3(77).2022.273829).
14. Фісун Ю. В., Борисенко О. С., Соболева А. В. SMM-копірайтинг як дієвий інструмент привернення уваги споживачів до контенту. Київський економічний науковий журнал. 2023. № 3. С. 143–149.
15. Хештег: детальна інструкція із застосування. SendPulse. URL: <https://sendpulse.ua/blog/how-to-use-hashtags> (дата звернення: 27.05.2025).
16. Як писати сценарії для reels, які “вистрілять”: покроковий гайд. ALife. URL: <https://www.alife.com.ua/yak-pysaty-sczenariyi-dlya-reels-yaki-vystrilyat-pokrokovyj-gajd/> (дата звернення: 10.04.2025).
17. Як правильно оформити опис в Instagram. Obsmm. URL: <https://obsmm.com.ua/instagram/yak-pravylnno-oformyty-opys-v-instagram/> (дата звернення: 20.01.2025).
18. Як зробити конкурс в Інстаграм, який підніме впізнаваність та продажі. SendPulse. URL: <https://sendpulse.ua/blog/instagram-contest> (дата звернення: 27.05.2025).
19. Як просто та ефективно налаштувати таргетовану рекламу в Instagram. Kwiga. URL: <https://kwiga.com/ua/blog/yak-prosto-ta-efektivno-nalashtuvati-targetovanu-reklamu-v-instagram> (дата звернення: 27.05.2025).
20. 12 правил успішного ведення Instagram. Bazilik Media. URL: <https://bazilik.media/12-pravyl-uspishnoho-vedennia-instagram/> (дата звернення: 03.03.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А.

Результати опитування «Ставлення до татуювань та контенту тату-майстрів»:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1yFS8YAaE82pERfj5QtFViRqZprrabMXlGz4nSJtFueg/edit?resourcekey=&gid=343065809#gid=343065809>

Ваша стать
39 ответов

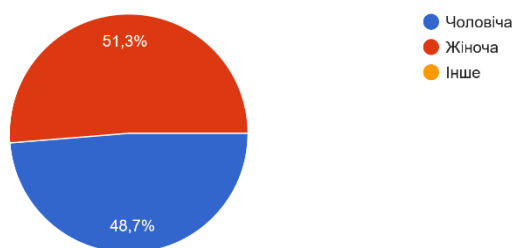


Рис. А.1.1. Графічне представлення результатів опитування

Ваш вік
39 ответов

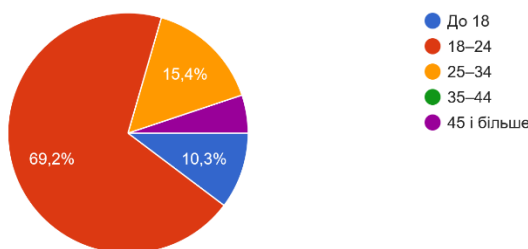


Рис. А.1.2. Графічне представлення результатів опитування

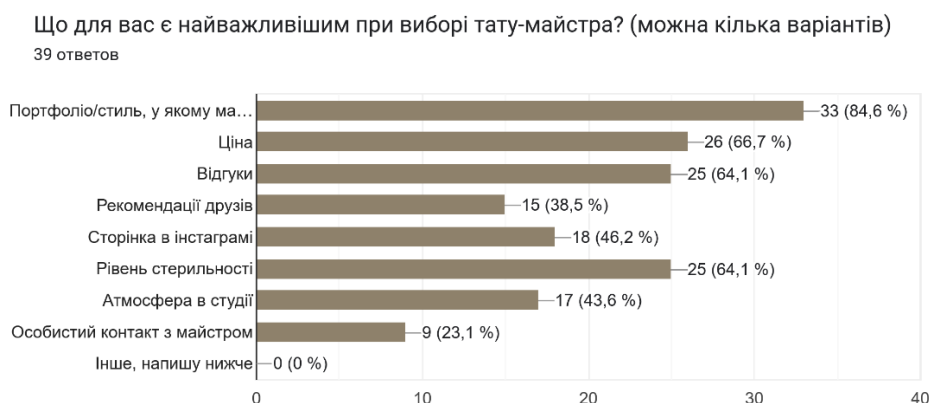


Рис. А.1.3. Графічне представлення результатів опитування

Які стилі татуювань вам найбільше подобаються? (можна кілька варіантів)

39 ответов

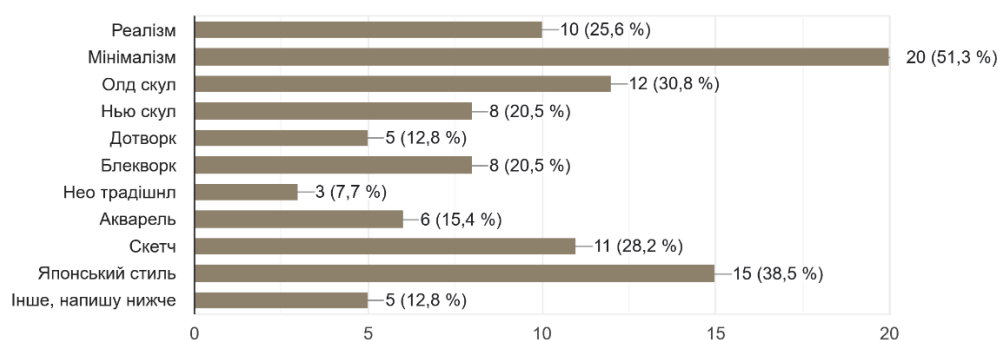


Рис. А.1.4. Графічне представлення результатів опитування

Де б ви шукали тату майстра для взаємодії? (можна кілька варіантів)

39 ответов

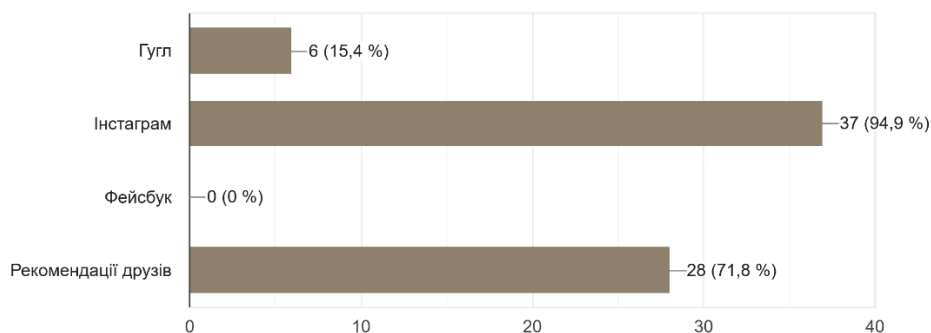


Рис. А.1.5. Графічне представлення результатів опитування

Якщо це Інстаграм, який контент вам найбільше цікавий на сторінках тату-майстрів? (можна кілька варіантів)

39 ответов

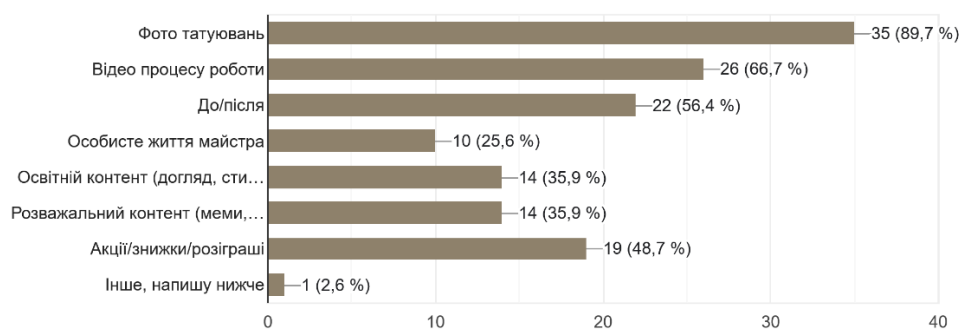


Рис. А.1.6. Графічне представлення результатів опитування

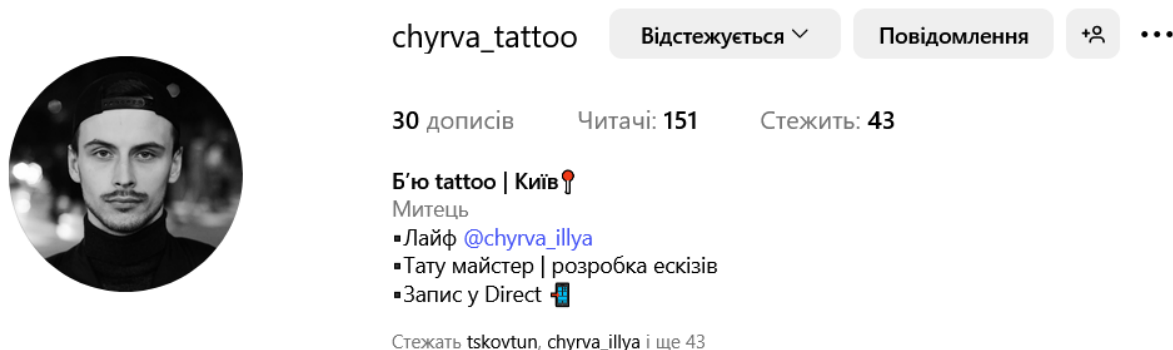


Рис. Б.2.1. Скриншот аватарки і шапки профілю сторінки @chyrva_tattoo

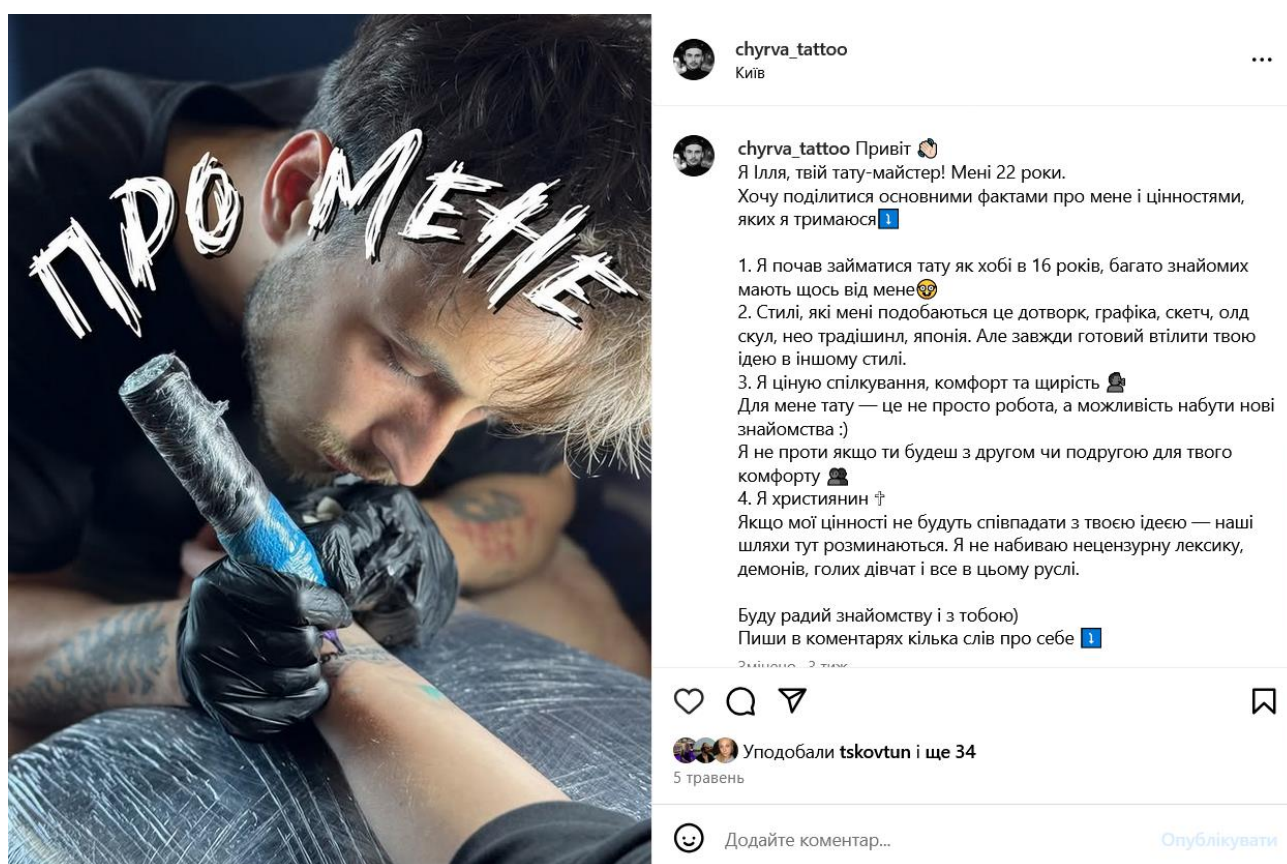


Рис. В.2.1. Скриншот посту «Про мене»



Рис. Г.2.1. Подарунковий сертифікат на тату

PRICE	
<u>КОНТУРНИ</u>	
ТАТУ ДО 5 CM	800 грн
ТАТУ 5-10 CM	1000 грн
ТАТУ 10-15 CM	1300 грн
ТАТУ 15-20 CM	1800 грн
<u>ТІНЬОВІ</u>	
ТАТУ ДО 5 CM	1000 грн
ТАТУ 5-10 CM	1500 грн
ТАТУ 10-15 CM	2000 грн
ТАТУ 15-20 CM	2500 грн
<u>Розробка індивідуального ескізу.</u> <u>(до 5 правок) - 500 грн</u>	

Рис. Г.2.2. Скріншот прайсу на тату

Додаток Г.

Посилання в Google Docs на тексти і сценарії для постів:
<https://docs.google.com/document/d/15uE9gfBGmSHgtodKUeFWXnkA1mR6FyWE-DY7g07qfJOA/edit?usp=sharing>

Додаток Д.



Рис. Д.3.1. Скріншот сторіс про акцію до дня Закоханих