**Instagram – nowa gratka dla reklamodawców?**

**Do tej pory Instagram był jednym z niewielu kanałów społecznościowych wolnych od reklam. Na dłuższą metę to jednak nie miało szans na przetrwanie...**

Nadszedł kres beztroskiego korzystania z Instagrama, a użytkownicy tego serwisu będą musieli przyzwyczaić się do reklam.

Na początek była mowa tylko o reklamach w formie zdjęć z dopiskiem „sponsorowane” w aplikacji mobilnej, jest już jednak informacja również o 30-sekundowych filmach reklamowych, które mają dawać markom możliwość pełniejszego przedstawiania „swoich historii” (to dwa razy więcej niż filmiki, które do tej pory mogli publikować użytkownicy tego kanału). Pojawi się też narzędzie premium – Marquee – które pozwoli zwiększyć zasięgi kampanii reklamowych. Dostępne będą także narzędzia do ich uruchamiania i optymalizacji.

Targetowanie tego rodzaju reklam będzie opierało się na danych zebranych zarówno za pośrednictwem Instagrama, jak i Facebooka, a reklamodawcy będą mogli określać profile swoich idealnych odbiorców oraz ich zainteresowania.

Dla Polski (i reszty świata) reklamy na Instagramie mają zostać uruchomione do 30 września.

Nowe grupy odbiorcze

Wprowadzenie reklam na Instagramie otwiera przed firmami (zarówno dużymi, jak i tymi z sektora MŚP) nowe możliwości. Za jego pośrednictwem można bowiem dotrzeć do kolejnej grupy odbiorczej. Użytkownicy tego kanału społecznościowego w Polsce – jak pokazują dane opracowane przez NapoleonCat – to w głównej mierze kobiety i osoby młode (w wieku 13-24, łącznie 64% wszystkich użytkowników).

W Polsce z Instagrama korzysta już 3,2 mln internautów, dlatego możliwość skierowania do nich reklam może być prawdziwą szansą na uzyskanie zadowalających efektów.