

ТОТ САМЫЙ ИНТЕРНЕТ-БЕСТСЕЛЛЕР

ПОП- АРТ МАРКЕТИНГ

INSTA-
ГРАМОТНОСТЬ
И КОНТЕНТ-
СТРАТЕГИЯ

@POPARTMARKETING
БОЛЕЕ 480К
ПОДПИСЧИКОВ
В INSTAGRAM

ЛИЛИЯ
НИЛОВА



Звезда Рунета. Бизнес

Лилия Нилова

**Поп-арт маркетинг: Insta-
грамотность и контент-стратегия**

«Издательство АСТ»

2017

УДК 61
ББК 5

Нилова Л. А.

Поп-арт маркетинг: Insta-грамотность и контент-стратегия /
Л. А. Нилова — «Издательство АСТ», 2017 — (Звезда Рунета.
Бизнес)

ISBN 978-5-17-983043-6

Идеальный учебник для тех, кто не любит учиться по скучным талмудам! «Инстаграм», как соцсеть, есть уже у очень многих, и вы сами часто, листая ленту, думаете о том, как круто было бы тоже начать продавать сумки, шляпы и многое другое, включая себя в виде успешного блогера. Малый бизнес давно ушел в соцсети, и именно «Инстаграм» стал главной платформой для активных покупателей и рекламы. Так почему вы все еще не зарабатываете в «Инстаграме»: это страх, неуверенность в себе или в своих силах? Не стоит бояться, ведь тут вы узнаете основы основ и многое другое, что позволит вам стать успешным. Инструкция по применению «Инстаграма» от «Госпожи Маркетолога» – Лилии Ниловой. Возьмите в руки книгу, перелистывайте страницы и впитывайте! В формате a4.pdf сохранен издательский макет.

УДК 61
ББК 5

ISBN 978-5-17-983043-6

© Нилова Л. А., 2017
© Издательство АСТ, 2017

Содержание

Вступление	6
20 фактов обо мне	6
Тренды 2017: Маркетинг	7
Вводная глава	8
Instagram в цифрах	8
Про бизнес и нытье	8
Техническая часть	13
Instagram 2014 Vs Instagram 2017	13
Instagram. Модерация аккаунта	15
За что банит Instagram	16
Как защитить аккаунт от взлома?	17
Конец ознакомительного фрагмента.	18

Лилия Нилова
Поп-арт маркетинг: Insta-
грамотность и контент-стратегия

© Нилова Л., текст

© ООО «Издательство АСТ»

* * *

Вступление

20 фактов обо мне

Привет, ребята! Эта страничка – первая в моей книге. Можно сказать, что в полку читателей (да-да, вы присоединились к тем п человек, которые уже читают меня) прибыло.

Поэтому давайте познакомимся – я немного расскажу о себе в формате 20 фактов.

1. Я – Лилия Нилова. В сфере маркетинга начала работать в 16, в качестве журналиста.
2. Строила карьеру осознанно. Работала на разных позициях, сотрудничала с крупными брендами (Шоколадница, Skoda, Volkswagen, LG, Samsung).
3. Хотела получить максимум разностороннего опыта, чтобы заниматься консалтингом. Что, собственно, и сделала.
4. Люблю кино и книги, регулярно перечитываю «Сто лет одиночества» Маркеса. Обожаю Джонатана Троппера и Нила Геймана.

Любимый фильм – «Красота по-американски»

5. Мне 26.
6. Я не курю...
7. ...люблю плавать...
8. ...ходить в театр...
9. ...а ещё – летать на самолётах.
10. Самое яркое впечатление в моей жизни – вид Атлантического океана.

Я даже разрыдалась от того, насколько он величествен и красив.

11. Я часто хожу в кино одна.
12. В детстве, будучи на каникулах, я продавала зелёный лук, работала няней, красила заборы и сдавала бутылки, чтобы заработать карманные деньги.
13. Хочу побывать в ЮАР.
14. Страстно люблю черешню.
15. Личный блог @liliya.nilova завела стихийно – и за полтора года собрала аудиторию в 80К.

За полгода повторила успех уже в @popartmarketing.

16. Картавлю и не выговариваю твёрдую «Л».
17. Люблю то, что я делаю, и очень горжусь своей аудиторией.
18. Я верю в Деда Мороза.
19. В 25 я заработала первый миллион, в 26 – купила квартиру. Кстати, без мам, пап, ипотек и кредитов.
20. Мой коллега прозвал меня «Госпожа Маркетолог» на волне популярности «50 оттенков серого». Так это прозвище ко мне и приросло.

Тренды 2017: Маркетинг

На дворе 21 век – мир не стоит на месте. Тренды приходят и уходят. Давайте поговорим о тех, что актуальны здесь и сейчас: задействуй – и заработай!

1. Интерактивный контент.

Контент, в создании которого пользователь может принять участие: квесты, опросы, викторины, анкеты, сбор мнений и т. д.

2. Маркетинг рекомендаций.

В Интернет-сообществе влияние блогеров и медийных персон будет только усиливаться. Люди доверяют таким же людям, а не корпорациям.

3. Мобильное видео.

Видеоконтент продолжает набирать обороты – в 2016 его популярность росла в 6 раз быстрее, чем в 2015. В 2017 году тренд всё так же актуален

4. Живые трансляции.

В прошлом году мир взбудоражил Periscope, теперь Live-трансляции появились и в Instagram. Задействуйте их!

5. Дополненная реальность.

Помните напугавшую игру Pokémon Go? Вот она – отличный пример приложения с дополненной реальностью. Новые технологии позволяют примерять чужие лица, менять причёски, делать макияж и менять цвет стен. То ли ещё будет!

6. Big data

Каждое ваше действие в сети подвергается анализу, после чего новостная лента в соц. сетях выстраивается с учётом ваших интересов. Алгоритмы становятся все совершеннее, а корпорации объединяются для обмена информацией о том, что нравится пользователям.

Большой брат следит за нами.

7. Нативная реклама

Пользователи становятся все более продвинутыми. Теперь они не только не реагируют на баннерную рекламу, но и не воспринимают некоторые слова и словосочетания. Увидел «сегодня хочу познакомить вас с Машей» – и автоматически пролистал дальше. Нативная реклама помогает бороться с явлением «рекламной слепоты»: она встроена в контент, воспринимается естественно и не вызывает отторжения.

Вводная глава

Instagram в цифрах

Пожалуй, прежде чем начинать работать с Instagram, нужно сформировать представление о том, как он устроен и с чем его едят и, самое главное, почему выгодно продвигать свой бизнес именно в этой соцсети.

- Сейчас в Instagram зарегистрированы 700 млн пользователей со всего мира! Используя его потенциал, вы выходите на международный рынок.
- Средний возраст пользователей – 22–35 лет.
- В среднем пользователи тратят на Instagram 21 минуту в день! А это значит что, экспериментируя с временем постинга, вы сможете найти идеальный момент, дабы контактировать с аудиторией максимально эффективно.
- Instagram – визуальная социальная сеть. В ней важны не только крутые тексты, но и классные фотки, так называемые «eye-catch» – изображения, цепляющие глаз и привлекающие внимание.

В аккаунтах с красивой визуальной подачей товар покупают на 56 % чаще.

- Средний чек в Instagram – 5000-7000, против 1000-1500 в других социальных сетях. Рай для эмоциональных покупок!
- Конкуренция в Instagram в 12 раз ниже, чем в других социальных сетях, и в 5 раз ниже, чем в Яндекс.Директ. А значит, эффективное продвижение в Instagram требует куда меньше усилий!
- 75 % пользователей, совершающих покупки в Instagram, рекомендуют продавца друзьям. Вы можете эффективно задействовать лояльность довольных клиентов и выстроить настоящую партнерскую сеть из пользователей!
- Ну и конечно, не стоит забывать, что Instagram – социальная сеть «успешного успеха». В нём принято выставлять напоказ лучшие стороны себя и бизнеса – идеальный пресс и детей ангелов. Резонансные посты на «острые темы» и нелюбимые фото не собирают лайков и плохо монетизируются.

Про бизнес и нытье

Если вы любите ныть и жалеть себя – хватит. Серьёзно. Прямо сейчас. В книге, которую вы держите в руках, описано больше полусотни инструментов для эффективного привлечения клиентов (или снижения веса, один хрен). Бери и делай. Если даже после её прочтения вам по-прежнему нужны будут секретные секреты эффективного маркетинга и продаж, то открою вам тайну... Никаких секретов нет. Работай и получай результат. Все.

В своём блоге я часто наблюдаю жалобы из разряда «Это нужно каждый день писать посты в Instagram, постоянно общаться с клиентами, да это выход из зоны комфорта»....

Бизнес – это вообще совсем не про зону комфорта. Ты берёшь ответственность за своё благосостояние на себя.

Да, теперь нельзя жаловаться на то, как тебя не ценит руководство, и на то, что денег не хватает – всё целиком и полностью в твоей власти. Нет денег, значит, хреново работаешь или делаешь что-то не так. Делай так как нужно – и получай результат!

Больше не будет времени на «погонять чай с коллегами», рабочий день не тянется бесконечно – его наоборот не хватает. Детство кончилось – теперь вы сами отвечаете за свои действия. Но и потолка нет, точнее он есть, но только в вашей голове. И чаще всего он не из бетона, а из стекла. Ударил молотком – и растешь себе дальше.

Если мои слова вызывают у вас раздражение, то скажу вам следующее: есть такое понятие как «уровень нормы». Для одного норма – «жить впятером в однокомнатной квартире и перебиваться с хлеба на чай». Для кого-то НОРМА – это личный вертолёт и полеты в оперу в Париж.

Поймите меня правильно, я не говорю, что счастье в деньгах. Можно быть одинаково несчастным и с ними, и без них.

Но глупо имитировать беспомощность и наслаждаться бедностью. У вас есть руки и ноги? Значит, есть и возможность заработать.

Так что ИДИТЕ и ДЕЛАЙТЕ, а не Имитируйте и Нойте.

10 смертных грехов инстаграммера

Поговорим немного о том, как можно нагрешить в Instagram, ещё даже не начав продавать. Да, запугиваю вас заранее, чтобы читали, как избежать ошибок, внимательнее. Погнали!

1. Хреновое описание профиля

Ваша user info – это первый продающий пост. Это то, что видит новичок, щёлкая на ваш аккаунт. Если информация не отвечает на вопросы «кто вы?» и «что вы делаете?» – печаль.

Если вы не используете ключевые слова, там где их можно использовать, – печаль в квадрате.

А если ещё и единственную рабочую ссылку в Инстаграм не используете – печаль в кубе. Ах вы не знаете, как её проставлять? И смайлики не появляются? Читайте, что с этим делать, дальше!

2. Аватар

О, чего я только не перевидала. И логотипы обрезанные, с белым фоном по краям, и куча текста, и просто непривлекательные картинки. А ведь рецепт успеха прост! Если вам дана круглая ячейка под аватар, так сделайте его круглым, блин! И не нужно размещать «название бренда и логотип», если брендом его считаете только вы и фрилансер, который нарисовал логотип.

Картинка должна быть eye-catch. Ну или хотя бы не отвлекать. Идеально, если при взгляде на неё понятно, чем вы занимаетесь. Делаете торты? Разместить Wow-Торт, а не надпись «студия тортов Сладсена» вязью на белом фоне.

3. Нет цен

Я очень хочу, чтобы люди со своим «за ценой – в WhatsApp» попали в гипермаркет без ценников, где, чтобы узнать цену на палку колбасы, нужно сначала выяснить телефон продавца, занести номер в телефонную книгу, затем сделать фото колбасы, открыть WhatsApp... Ну вы меня поняли.

4. Комментарии, остающиеся без ответа

То и дело наблюдаю в аккаунтах картину: пользователи под фото – «как красиво, сколько стоит?», «а в Караганду отправите?» + ещё полсотни вопросов, а в ответ – тишина.

5. Уродские фото

О, этим и я долго грешила. Но исправилась – так что и вы исправляйтесь!

Instagram – визуальная соцсеть, а потому несимпатичное изображение мало кто откроет.

И никто прочтёт ваш эпистолярный шедевр, даже если пишете вы как Бог, а фоткать не умеете. Варианты решения проблемы: хорошая камера, приложения для ретуши и обработки изображений, клипарт, отправление контента на аутсорс. Какой подходит вам больше, решайте сами. Но уродские фото уберите.

6. Отсутствие текста

Когда я натываюсь на подобные аккаунты, у меня сразу создаётся ощущение, что я села на машину времени и перенеслась в 2010 год, когда в Instagram были странные фильтры, безобразные рамки, и никаких текстов. Забудьте о страхе белого листа, вернитесь из прошлого в 2016 и пишите, блин, подписи к фото!

7. Сало, мёд, говно и гвозди

Это такие профили, где и торты, и коты, и ребёнок, и репосты, и цитаты, и объявление о продаже гаража. А вообще-то я мастер маникюра.

8. Нет хэштегов

Нет хэштегов – нет органического трафика. Вам же хуже.

9. Уныние

Уныние – это когда заходишь в профиль, а там польский артхаус. Летает пакет и катается перекати-поле. И вроде все работают, стараются, но комментариев – ноль и кругом тухляк.

10. Взаимные лайки, обиженные богом и БургерКингом

И прочий спам в комментариях.

Профиль со спамом выглядит крайне неухоженным. Если вам насрали посреди комнаты на ковёр, уберите кучу, а не обходите её по периметру.

11. Закрытый профиль

Фото и посты из закрытого профиля не участвуют в поиске, для потенциального покупателя слишком сложно подавать заявку, а после ждать одобрения. В общем – Вы теряете клиентов.

Вот только не нужно размахивать руками и кричать, что кругом враги, конкуренты и налоговая полиция нравов. Уж вот они, если им приспичит, зарегистрируют новый аккаунт, чтобы вступить в ваш закрытый профиль.

Так что закрывать бизнес-аккаунт – глупость.

12. Слишком много текста на фото

Притом разного цвета, шрифтов, размеров. Не перебарщивайте с текстом и не пренебрегайте стилистическим единством.

13. Слишком много «чуши»

Юмор, цитаты, котиков и детей – в топку. В бизнес-аккаунте Instagram мы говорим о бизнесе через призму личного присутствия. Instagram – социальная сеть про людей и для людей. Пишите про себя, излагайте свои мысли, постите свои продукты, показывайте закулисы, обсуждайте идеи, задавайте вопросы аудитории, а не штампуйте бородатые цитаты, котиков и юморок. Это раздражает куда больше красивых фотографий с продающими текстами.

14. Сложно сделать заказ

Ситуация, схожая с отсутствием цен: чтобы сделать заказ идите ВКонтакте, в альбом в наличии, напишите личное сообщение администратору, приложите фото товара, который вы заказываете...

Дорогой клиент, пойдти туда, не знаю куда.

Сделайте процесс заказа максимально комфортным для клиента. Заведите отдельный профиль где будет расписана процедура заказа и выложены товары в наличии, если у вас есть сайт – добавьте возможность оплаты картой и т. д. Процесс заказа должен быть легким и приятным занятием, а не унижительным квестом.

15. Слишком частые посты

Оптимальное число постов в день – от 1 до 3, частота – раз в 3–5 часов.

Больше количество публикаций не имеет смысла, и, более того, раздражает подписчиков.

Не верите – попробуйте, расскажете потом, сколько человек от вас отписалось.

16. Слишком много SFS, конкурсов, Giveaway и т. д.

Не знаю, в курсе вы или нет, но SFS давно уже переименовали в «spam for spam». Если вы хотите продвигать аккаунт подобными способами, то хотя бы озаботьтесь тем, чтобы кон-

курсы и GiveAway были полезны и интересны подписчикам. И помните: если ваша лента пестрит исключительно активностями такого рода, это негативно сказывается на продажах. Зачем покупать, если можно получить бесплатно? И потом ещё пару недель ваш профиль кипит от батхертов Глафир из Усть-Пердынска, которые выполнили все условия, но не выиграли главный приз и теперь отписываются, громко хлопая дверью.

17. Депрессия и желчь в постах

Неудачи в вашей личной жизни не должны сказываться на том, как вы ведёте бизнес-аккаунт. Instagram хочет от вас успешного успеха, а не скандалов, интриг и расследований.

Помните об этом – и будьте или позитивными, или нейтральными.

18. Неискренность

Не копируйте стиль конкурентов, будьте собой. Лицемерный тон и наигранные видео видно за версту. Не нужно претендовать на звание интеллектуала, если это вам не близко.

Не нужно быть слаще мёда, если в обычной жизни вы скорее редька, а может даже хрен.

19. Неиспользование активной ссылки в описании профиля. Ещё раз.

Во всем вашем профиле есть всего лишь одна ссылка, по которой может перейти пользователь. Одна. Очень тупо её не использовать. Вы можете ссылаться на ваш сайт, на другой профиль в самом Instagram, например, каталог, на худой конец – отправьте пользователей посмотреть видео с интервью для газеты вашего города.

20. Слишком много эмодзи или полное их отсутствие

Emodji – это часть культуры Instagram. Они помогут вам поделить текст на смысловые части, привлечь внимание, расставить акценты... но это не значит, что вам стоит перебарщивать с ними.

Техническая часть

Instagram 2014 Vs Instagram 2017

Когда-то деревья были большими, подписчики – дешёвыми, а от рекламы у блогеров приходило по 10-12 тысяч человек... Предлагаю вспомнить, каким был Instagram в 2014 и понять, что изменилось.

В 2014 году в Instagram было 200 миллионов Пользователей и 5,3 миллиона Россиян. В 2017 году пользователей уже больше 700 миллионов в мире и больше 18 миллионов в России. И конечно же, конкуренция выросла в десятки и десятки раз. Поэтому, когда я слышу, что Instagram умирает, мне смешно. Каждый раз.

Ну не покупает Facebook дохлые компании за 1 миллиард рублей! Да и вообще: те, кто умирают, не развиваются.

За последние 2,5 года в Instagram появились:

- Таргетированная реклама;
- Бизнес-аккаунты;
- Статистика;
- Продвижение постов в Приложении;
- Галереи (карусель) фото/видео;
- 60 сек видео;
- Альтернативная лента – Stories;
- Живые Online трансляции;
- Антиспам фильтр для комментариев;
- Черновики;
- Раздел «Рекомендованное»;
- Возможность переключаться между аккаунтами;
- Закладки – сохранение фото и постов, формирование подборок;
- Уведомления о публикациях;
- Шоппинг тэги (в США – уже, в России – скоро!);
- и т. д.

А ещё изменилась система **ранжирования**.

В 2014 году вся лента формировалась в хронологическом порядке. Я разместил пост в 9.00, а Вася – в 11.00. Поэтому люди, подписанные на меня и Васю, сначала увидят его пост, а потом – мой.

Но время идет, контора работает... и теперь лента КАЖДОГО пользователя Instagram формируется ИНДИВИДУАЛЬНО.

Зачем это сделали?

На сегодняшний день в Instagram зарегистрировано больше 700.000.000 человек, 60 % из них используют Instagram каждый день. К чему это приводит? К ТМІ – too much information – оно же переизбыток информации. К тому, что я бы рада посмотреть на отдых Насти в Мон-тенегро и Анины букеты из овощей, но вместо этого вижу публикации пабликов, на которые подписана по долгу службы, продающие посты своих клиентов и т. д. И я такая не одна, по статистике Instagram люди в среднем пропускают 70 % своей ленты. Число аккаунтов в Instagram растёт, число подписок у людей тоже, лента становится громоздкой и нерелевантной.

У новой системы ранжирования определённо есть плюсы: она повышает вовлечённость (лайки и комменты), а потому ваши посты будут видеть только те, кому они по-настоящему интересны. А значит, вы будете общаться с априори лояльной аудиторией.

Боты и накрученные лайки больше не имеют значения – важны только живые активные подписчики. А разве это может быть плохо?

Instagram. Модерация аккаунта

Причесанный и ухоженный аккаунт генерирует больше продаж и привлекает новых посетителей, соблазняя их кликнуть заветную кнопку «подписаться». А первый шаг на пути к опрятному Instagram – это его модерация.

1. В первую очередь нужно заняться удалением спама из разряда «За эти комментарии нам хорошо платят», и безжалостно банить продавщиц вальгусовых косточек и уволенных из Бургер Кинга. Кстати, очищая комментарии под постом от мусора, убедитесь, что вы не пропустили вопросы от реальных клиентов.

2. Для того чтобы не тратить время на одни и те же часто задаваемые вопросы вроде

a. Сколько стоит доставка?

b. Как определить размер?

c. Из каких материалов изготовлено изделие?

d. Каковы сроки изготовления и т. д.

Соберите их в отдельный список и подготовьте исчерпывающие ответы, а после выведите их в отдельный пост – и отмечайте под ним,

@username интересующихся

(либо отправляйте сообщение непосредственно в Direct, нажав рядом с пользователем на клавишу со значком ↩).

Также ответы на самые распространённые вопросы можно перенести в отдельный аккаунт или аккаунт-каталог и там описать возможные способы оплаты и доставки, сроки изготовления и отправки, а также разместить товары, имеющиеся в наличии.

3. Для отслеживания комментариев (особенно, если ваши подписчики отличаются высокой активностью) можно использовать следующие веб-сервисы:

gravity tool

spell feed

instamind

Если у вас есть менеджер по работе с клиентами, но вы не хотите доверять ему управление аккаунтом, заведите для него отдельный профиль, с которого он сможет отвечать клиентам, отслеживая их вопросы с помощью вышеуказанных сервисов.

4. Если в вашем профиле есть тематические хэштеги для отзывов или фотографий клиентов с товаром, время от времени напоминайте подписчикам об их существовании.

Попросите довольных клиентов оставить отзыв под соответствующим постом и отметить вас на фотографиях с покупкой.

За что банит Instagram

Как и любая другая социальная сеть, Instagram не приветствует вредоносную деятельность пользователей. И хотя я не подозреваю вас в пагубной деятельности (нет-нет), как говорится, вооружен – значит, предупрежден. Поговорим о том, чего НЕ НУЖНО делать, если вы не хотите лишиться своего аккаунта, возможно, и навсегда.

Instagram придерживается довольно жестких правил. Ваш аккаунт могут заблокировать за:

- Спам (одинаковые комментарии, обращение к большому количеству людей в комментариях, «яростный комментинг» – написание комментариев с маленьким временным интервалом).

- Плагиат фотографий и текстов.

Стоит всего троим пользователям пожаловаться, что вы используете чужой контент – как вас заблокируют.

- Создание двух одинаковых профилей.

И даже если вы решили создать точную копию своего профиля, Instagram не станет церемониться – и заблокирует оба.

- Запрещённые материалы.

Порно, эротика, наркотики, секс, пропаганда анорексии и суицида, проявление ненависти и агрессии, нетолерантность, расизм, детские голые фото (да-да, фотографии из разряда «Ванечка купается» тоже входят в этот перечень).

- Неуместное использование логотипа Instagram с целью наживы.

- Использование сторонних приложений (например, для массфоловинга) и параллельное использование аккаунта в живом режиме

- Нарушение лимитов на определенные действия (лайки, подписки, комментарии):

- о Лайки – 100 в час, не более 1000 в сутки;

- о Подписки и отписки – 60 в час, не более 1000 в сутки;

- о Комментарии – 60 в час, не больше 200-300 в сутки.

Все лимиты актуальны для аккаунтов старше двух месяцев с числом подписчиков больше 500. Молодые и зеленые аккаунты контролируются еще жестче.

Если вы будете пренебрегать вышеприведенными ограничениями, Instagram обвинит ваш профиль «в подозрительной активности» – и сбросит пароль, уведомив вас об этом по почте, привязанной к профилю. После сброса пароля вы не сможете выполнять определенные действия в Instagram (лайкать, подписываться и комментировать посты) на срок от нескольких часов до нескольких суток.

Ограничения распространяются на ВСЕ аккаунты, зарегистрированные С ОДНОГО устройства.

Если же вы будете нарушать правила Instagram систематически, ваш аккаунт будет удалён без возможности восстановления.

Будьте бдительны!

Как защитить аккаунт от взлома?

Практически каждый активный пользователь сети Internet сталкивался с проблемой взлома и последующего использования его аккаунта в не самых благородных целях. И если потерю личного профиля можно пережить, то взлом бизнес-аккаунта – дело крайне неприятное и убыточное: потеря уже набранных подписчиков, положения в рекомендованных, отзывов и фотографий... Дабы уберечь вас от такой неприятности, хочу акцентировать ваше внимание на том, как можно обезопасить себя от взлома.

1. Аккаунт **ОБЯЗАТЕЛЬНО** должен быть привязан к:

- К **ДЕЙСТВУЮЩЕМУ** номеру телефона (к телефону, к которому у вас есть доступ, а не к симке, потерянной в океане, и не к мобильнику бывшего).
- К профилю на Facebook. Нет профиля? Заведите его! Делов на максимум 10 минут, но в случае взлома ваши шансы на возвращение аккаунта существенно увеличатся.
- К действующему Email. Опять же, не к тому ящику, пароль от которого вы забыли 1000 лет назад и не к той почте, которую вы используете для связи с клиентом, – адрес должен быть известен только вам.

Желательно использовать сервисы gmail или iCloud – они лучше всех других защищены от взлома.

2. Меняйте пароль от аккаунта раз в 10–14 дней. Пароль обязательно должен содержать прописные и строчные буквы, цифры и символы. Желательно воспользоваться автоматическим генератором.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.