

ЕКАТЕРИНА ЧВАРОВА

ЕВГЕНИЙ ЯКИМОВ



# Instagram

## СЕКРЕТ УСПЕХА

СЕРВИС  
ПРОДВИЖЕНИЯ  
ZT PRO

> 120 000  
ПОДПИСЧИКОВ

Звезда инстаграма

Екатерина Уварова

**Instagram. Секрет успеха ZT  
PRO. От А до Я в продвижении**

«Издательство АСТ»

2018

УДК 331.44  
ББК 65.24

**Уварова Е.**

Instagram. Секрет успеха ZT PRO. От А до Я в продвижении /  
Е. Уварова — «Издательство АСТ», 2018 — (Звезда инстаграма)

ISBN 978-5-17-105587-5

Мир виртуального общения развивается и меняется каждую секунду. Буквально за пару лет Instagram, созданный как обычное приложение, стало полноценной социальной сетью, которая уверенно движется к вершинам популярности среди пользователей во всем мире. Как и предсказывали западные маркетологи, социальные сети начинают делиться не только по типу пользователей, как, например, LinkedIn (для профессиональных контактов), но и по типу контента, как, например, «визуалы» Pinterest и Instagram. Число подписчиков Instagram растет с каждой секундой. Было бы опрометчиво не использовать такую «живую» площадку в интересах своего бизнеса, учитывая, что крупнейшие социальные сети давно и более чем успешно применяются для раскрутки брендов. Разработаны стратегии, методики, создана настоящая индустрия SMM-услуг. Пожалуй, пришло время взглянуть на возможности Instagram глазами специалистов по социальным медиа, благо это уже давно не одно из миллиардов приложений, а социальная сеть, способная, как и другие, стать мощным маркетинговым каналом для брендов. В этой книге вы ознакомитесь с основными секретами успеха от ZT PRO и известных гуру маркетинга для создания успешного аккаунта в Instagram с целью продвижения вашего товара или профиля.

УДК 331.44  
ББК 65.24

ISBN 978-5-17-105587-5

© Уварова Е., 2018

© Издательство АСТ, 2018

# Содержание

Вступление	7
Преимущества Instagram	8
Плюсы для брендов	9
Легенда для Instagram	9
Пиар в Инстаграме	10
Секреты брендинга Инстаграма	12
Как стать популярным в Instagram?	14
Мифы Инстаграма	16
Ведение аккаунта	19
В помощь блогеру	20
5 шагов для начинающих	20
10 маст-хэвов для блогера	21
Конец ознакомительного фрагмента.	22

**Е. Уварова, Е. Якимов**  
**Instagram**  
*Секрет успеха ZT PRO.*  
*От А до Я в продвижении*

Серия «Звезда инстаграма»

© Уварова Е.

© Якимов Е.

© ООО «Издательство АСТ»

\* \* \*

## **Вступление**

### **Мир Instagram**

Мир виртуального общения развивается и меняется ежесекундно. Буквально за пару лет Instagram, созданное как обычное приложение, стало полноценной социальной сетью, которая уверенно движется к вершинам популярности среди пользователей во всем мире.

Как и предсказывали западные маркетологи, социальные сети начинают делиться не только по типу пользователей, как, например, LinkedIn (для профессиональных контактов), но и по типу контента, как, например, «визуалы» Pinterest и Instagram.

Число подписчиков Instagram растет с каждой секундой. Было бы опрометчиво не использовать такую «живую» площадку в интересах своего бизнеса при том, что крупнейшие социальные сети давно и более чем успешно применяются для раскрутки брендов.

Разработаны стратегии, методики, создана настоящая индустрия SMM-услуг.

Пожалуй, пришло время взглянуть на возможности Instagram глазами специалистов по социальным медиа, благо это уже давно не одно из миллиардов приложений, а социальная сеть, способная, как и другие, стать мощным маркетинговым каналом для брендов.

В этой книге вы ознакомитесь с основными секретами успеха от ZT PRO и известных гуру маркетинга для создания успешного аккаунта в Instagram с целью продвижения вашего товара или профиля.

## **Преимущества Instagram**

## Плюсы для брендов

Что же дает Instagram брендам?

### **#узнаваемость**

Несмотря на то что в данной социальной сети реклама отсутствует, есть множество вариантов, как продвинуть ваш аккаунт и стать популярным и узнаваемым.

### **#управление\_репутацией\_и\_обратная\_связь**

Для успешного продвижения вашего аккаунта необходимо реагировать на ваших подписчиков, клиентов, отвечать на вопросы о компании, товарах и услугах.

### **#лидогенерация** (получение целевых обращений в компанию)

Начнем с разочарования: продавать напрямую из Instagram достаточно сложно. Конечно, опосредованно сервис может представлять продукт потенциальному клиенту, только вот вопрос перехода к заказу/покупке придется решать косвенными методами (личное обращение к модератору аккаунта, призыв к посещению сайта, обратному звонку и пр.).

Как таковые нельзя считать и переходы по ссылкам. Да и активная ссылка в принципе ставится только одна – в описании аккаунта в профиле. Но никто не мешает под фото подписать, что товар появился на сайте или в каком-либо магазине, рассказать о новой модели и т. п.

---

#### **ВАЖНО!**

Основная трудность – в отсутствии возможности совершить целевое действие напрямую из сервиса.

---

Все действенные способы лидогенерации или получения клиентов из Instagram мы опишем в разделе продвижение, овладев которыми, вы сможете привлекать нужную аудиторию в любых масштабах, вне зависимости от ваших целей.

## Легенда для Instagram

У каждого бизнеса в этом мире есть закулисы и история его создания.

Бренд – это, когда вам есть, что сказать о вашем бизнесе!

Легенда – это позиционирование, направленное на целевую аудиторию, которое подчеркнет индивидуальность, выделит вас среди конкурентов.

У каждого уважающего себя зарубежного бренда есть легенда.

---

#### **ВАЖНО!**

Секретные функции Instagram

- \* Возможность наложения текста на видео
- \* Модерация комментариев
- \* Статистика постов
- \* Автоматическое удаление постов
- \* Статистика аккаунта
- \* Возможность сохранять фото и видео из ленты
- \* Конвертация в бизнес-аккаунт «сделать профилем компании»
- \* Подключить свой аккаунт Instagram к странице Facebook, чтобы получать такие новые функции, как статистика и новый профиль.

Возьмем, к примеру, Coca-Cola. Она была создана как средство от головной боли и плохо продавалась, но отлично пошла как напиток – это история создания.

Легенда должна создавать вибрации, вызывать эмоции в душе человека, именно тогда она будет работать на бренд.

Приведем 9 моделей создания легенды – это поможет вам понять, в каком направлении нужно двигаться:

- \*Зарисовка образа жизни потребителя
- \*Реальная история
- \*Фантазийная обстановка
- \*Символический персонаж
- \*Создание настроения
- \*Образ жизни
- \*Акцент на технологии
- \*Научные данные
- \*Свидетельства в пользу товара

---

### **ВАЖНО!**

Легенда должна создавать вибрации, вызывать эмоции в душе человека, именно тогда она будет работать на бренд.

---

## **Пиар в Инстаграме**

5 главных советов о том, как построить свой бренд, как это получилось у нас самих:

1. Первое и, пожалуй, самое главное – это найти свои сильные стороны, то чем вы выгодно отличаетесь от других. Например, наш основатель @russia\_zt побывал во многих странах и первое время активно писал полезные посты о путешествиях со своими уникальными фотографиями, полезных книгах, саморазвитию и т. д.

В интернете растиражирована фотография Индийского и Атлантического океанов с мыса Игольный в ЮАР, где вода, якобы, разных цветов, на самом деле, это фотешоп. Вода в океанах одного темно-синего цвета – мы видели это своими глазами.

2. Второе – связи решают все! Вы для развития связей можете посещать открытые события в ваших городах, например, встречи с читателями, нетворкинг. Обязательно на таких мероприятиях старайтесь следовать дресс-коду, одевайтесь с изюминкой, выгодно отличайтесь от других. И много, много общайтесь с гостями и организаторами – в таком случае вас обязательно запомнят! Не стесняйтесь подходить к людям, которые вам знакомы из Инстаграма!

**ВАЖНО!**

Много общайтесь с гостями и организаторами – в таком случае вас обязательно запомнят!

Не стесняйтесь подходить к людям, которые вам знакомы из Инстаграма!

3. Третье – пишите интересные комментарии в постах блогеров/селебрити – вас заметят! Например, мы когда-то написали экспертный комментарий в посте знаменитого дизайнера – он и его окружение нас зафолловили.

4. Четвертое – обмен аудиторией. Данный инструмент еще актуален. Например, сейчас вы читаете гостевой пост в аккаунте нашего клиента, если он и наш профиль вам понравятся, вы наверняка нас зафолловите:)

5. Пятое – в PR есть правило: повторение ключевых сообщений. Когда вы из одного пресс-релиза в другой пишете одну и ту же фразу, то она остается в памяти у людей, как 25 кадр. Мы всегда были активистами, когда-то начали писать в постах хэштеги #секреты\_ztpro и #ztpro – теперь нас называют самой активной маркетинг компанией РФ:)

**ВАЖНО!**

Мы всегда были активистами, когда-то начали писать в постах хэштеги #секреты\_ztpro и #ztpro – теперь нас называют самой активной маркетинг компанией РФ:)

Построение личного бренда очень важно в любой профессии. Например, сейчас нам часто поступают разные предложения об инвестициях, совместных проектах, так как мы пиарили свое дело в социальных сетях, и теперь мы видим плоды своего труда!

Как создать персональный бренд в Instagram?

Продвижение профиля в Instagram – не только знания о самом Инстаграме, но и кое-какие маркетинговые фишки.

Мы будем постепенно освещать наиболее важные темы и будем много писать о персональном брендинге и маркетинговых фишках.

Персональный бренд (ПБ) – это ваш образ в сознании людей и его важно развивать не только онлайн, но и оффлайн.

То, каким вас себе представляет, каким вас видит и какими качествами вас наделяет потенциальный потребитель и есть персональный бренд.

**ВАЖНО!**

Персональный бренд (ПБ) – это ваш образ в сознании людей и его важно развивать не только онлайн, но и оффлайн.

В этих моментах очень важно грамотно его выстроить, потому что именно ПБ может стать отличным методом продвижения вашего бизнеса и придаст ему дополнительную ценность.

ПБ может помочь вам выделиться среди конкурентов, он всегда должен выглядеть натурально, быть целостным и значимым.

Если ваш бизнес завязан на человеке, то есть, вы дизайнер, художник, стилист, инфобизнесмен, пиарщик, портной, учитель, блогер и т. д., то ПБ точно для вас!

## **Секреты брендинга Инстаграма**

Раскрывая тему персонального брендинга, мы хотим поговорить о его составляющих.

Главная задача персонального брендинга – это помочь целевой аудитории сделать правильный выбор в вашу сторону.

**ВАЖНО!**

Вы должны сами наклеить на себя тот самый ярлык, тем самым создав правильный образ в головах потребителей.

Общество привыкло вешать ярлыки, а мнение общества о вас складывается, исходя из вашего поведения. Задача – не дать обществу наклеить на вас какой-то ярлык, последнее слово должно остаться за вами. Вы должны сами наклеить на себя тот самый ярлык, тем самым создав правильный образ в головах потребителей.

Персональный бренд складывается из двух составляющих – внешней и внутренней.

Первая составляющая включает себя ваше собственное представление о себе, окружающих вас людях и о том, как и кем вы себя представляете в будущем.

Вторая включает в себя ваш внешний вид, походку, причёску, жестикуляцию, ваш имидж, вашу манеру одеваться и вашу самопрезентацию.

Работать всегда нужно над обеими составляющими. Итак, над чем вам стоит подумать в первую очередь?

Любая персона это:

- \* Имя (какая-нибудь звонкая фамилия)
- \* Внешность
- \* Голос
- \* Содержание
- \* Невербалика (жесты, походка, мимика)
- \* Контекст

Так, каждый момент, описанный выше, должен быть тщательно продуман. А из каждого пункта должна сложиться общая картина – ваш образ.

Продумайте, как должен выглядеть и вести себя человек вашего положения, какие интонации должны быть, когда он говорит и т. д.

Все мысли, которые приходят вам в голову, записывайте, потом выберете то, что больше всего подходит именно вам.

## Как стать популярным в Instagram?

Как стать популярным в Instagram?

Что же такое популярность, откуда она берется? Почему некоторые профили набирают кучу лайков и загребают миллионы с размещения рекламы?

Мы не будем писать здесь поэмы, а наоборот выведем для вас 5 кратких тезисов.

Итак:

### 1. «Хочу реактивно продвинуть профиль»

Знаете – это возможно. Только до недавнего времени бюджет для этого нужен был настолько же реактивный, либо вы должны были быть супергуру в области SMM. Ведь каждому известно частое правило «Время=Деньги». Почему «до недавнего?»

После сотен тысяч просьб мы создали для всех VIP-популярность. Она словно как сапоги-скороходы для инстаграм-продвижения. О ней расскажем в 5-м правиле.

### 2. Как набрать миллион подписчиков?

Запомните. ИХ НЕВОЗМОЖНО ПОЛУЧИТЬ БЫСТРО. А как иначе? Если вы купите где-то в переходе миллион подписчиков, (пульнув деньги прямиком на карту «умельца») ВАМ НАСЫПЯТ БОТОВ! Просьба не вестись на это. «Насыпят» ведь они, как гравий в камазе, (только гравий не списывают через 5–7 дней:) Не пытайтесь даже пробовать на своих профилях: это действительно опасно.

Доверяйте лишь опытным и главное – ЛЕГАЛЬНЫМ компаниям!

### 3. Все тлен, все куплено, не продвинушь.

Многие действительно думают, что продвинутые профили в Instagram в топах рейтингов «по блату». Ой, все! Вы в это верите? С высоты многих лет продвижения личностей и компаний, мы смело можем вам сказать: если и есть блат, то только в 0,1 % случаях. А это значит, все в ваших руках. Нужно просто не лениться.

**ВАЖНО!**

Доверяйте лишь опытным и главное – легальным компаниям!

### 4. Популярность стоит бешеных денег.

Среди наших знакомых есть одна девушка, популярный makeup- и fashion-стилист (имени не назовем, сами догадаетесь.) Она продвигалась у нас чуть больше одного года, тратя по 1000–1500 р. в месяц. Через год ее не стало видно среди заказов, и мы узнали почему. Оказывается, заказов на бытуи у нее стало столько, что она решила отпустить все в свободное плавание, то есть добилась популярности. За год она потратила всего 17 000 р. Есть над чем задуматься.

### 5. Хочу лайки, не хочу ничего делать!

Да – это возможно. Нет, мы не шутим. Дело в том, что когда Instagram внедрили в приложение рекламу, мы внедрили кое-что в ответ. Называется это VIP-популярность. Любой чело-

век или компания может теперь по кнопке «Оплатить», получать на сколько угодно фото и видео тучу лайков и просмотров.

Ничего не делать не получится, конечно. Нужно публиковать фото/видео, делать их креативными и качественными. Вы даже можете стать популярным как Justin Bieber за 200 000 р. в месяц, получая сотни тысяч лайков и миллионы просмотров, а можете использовать это как хороший толчок в создании популярности и за 1500 р. в месяц.

**ВАЖНО!**

Нужно публиковать фото/видео, делать их креативными и качественными.

## Мифы Инстаграма

А сейчас мы расскажем вам о самых главных мифах Инстаграма. Поэтому садимся поудобнее, слушаем внимательно и с огромным интересом!

**МИФ 1.** Бизнес-профиль отображается в ленте хуже, чем личный профиль.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Отображение профилей в ленте зависит от вовлеченности аудитории, скорости набора лайков и т. д. При идентичном качественном контенте профили отображаются абсолютно одинаково. Проверено на себе и на клиентах. Так что все зависит от качества ведения аккаунта, а не типа аккаунта.

**МИФ 2.** Чтобы поднять уровень вовлеченности, необходимо удалять из подписок магазины и ботов.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Для того чтобы поднять вовлеченность, нужно, во-первых, улучшать контент, и, во-вторых, привлекать новую, качественную живую аудиторию. Ботов Инстаграм удаляет сам – автоматически раз в месяц примерно, магазины сами от вас отпишутся. Тратьте время на то, что реально улучшит ваш аккаунт, а не на имитацию.

**МИФ 3.** В Инстаграме находится одна молодежь без денег и мамочки в декрете.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Средний чек Инстаграма – 6000–7000 р. Основная аудитория – 25–34 лет. Мужчины – 35 %, женщины – 65 %.

**МИФ 4.** Эффективнее давать рекламу в вечернее время.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Это зависит от вашей аудитории. Но посты, размещенные в первой половине дня, собирают большее число лайков и комментариев. Выбор за вами.

---

**ВАЖНО!**

Средний чек Инстаграма – 6000–7000 р.

Основная аудитория — 25–34 лет.

Мужчины – 35 %, женщины – 65 %.

---

**МИФ 5.** В Инстаграме невозможно продавать.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Наши клиенты с этим поспорили бы. Их средний оборот из Инстаграм от 50 до 300 тысяч рублей. У некоторых – несколько миллионов. Так что все барьеры – в голове. Главное – желание и владение информацией.

**МИФ 6.** Инстаграм скоро станет неактуален.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** «Фэйсбуку» и «ВКонтакте» – 10 лет. Инстаграму недавно исполнилось 6 лет. Количество пользователей по прежнему растет.

**МИФ 7.** В Инстаграме дорогие, невыгодные подписчики.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Средняя стоимость подписчика в Инстаграмме – 5–6 рублей, а в «Яндекс. директе» (контекстная реклама) – один клик, а это даже не подписчик, стоит около 1 доллара, что почти в 10 раз больше. Так что все познается в сравнении.

**ВАЖНО!**

Средний оборот из Инстаграма от 50 до 300 тысяч рублей.

У некоторых – несколько миллионов.

Так что все барьеры – в голове.

**МИФ 8.** В Инстаграме нельзя писать цены.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Официальных ограничений на этот счет нет. Если вы не пишете цены из-за конкурентов или налоговой, то поверьте, что конкуренты и налоговая ваши цены узнают. А вот клиентам плясать с бубном и писать в Директ будет лень, и вы их потеряете.

**МИФ 9.** SFS и giveaway – лучшие способы увеличения подписчиков.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Злоупотребление SFS (взаимоупоминаниями) очень раздражает подписчиков, гивэвэй, в основном, приводят в аккаунт халявщиков (если они не продуманы грамотно), которые отписываются после розыгрыша, поэтому используйте разные методы продвижения, а главное – с умом.

**МИФ 10.** Инстаграм в основном для картинок, а не информационного контекста, текста.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Те, кто дочитал текст до этого места – уже опровергли этот миф и заполучили очень ценную информацию. Инстаграм – это комплексная работа и над фото, и над текстами, и над темами этих текстов.

**ВАЖНО!**

Инстаграм – это комплексная работа и над фото, и над текстами, и над темами текстов.

**МИФ 11.** Главное – красивые фото.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Фото – это бесспорно важно. Но давно канули в лету те времена, когда можно было разместить фото овсянки, написать «доброе утро, инстамир!», поставить хэштеги и принимать армию новых фолловеров. Конкуренция растет. Качество контента тоже растет. Тут – или соответствуй, или твое место займут другие.

**МИФ 12.** Главное – количество подписчиков.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Количество, конечно, важно. Но качество еще важнее. Если ваша аудитория – это купленные боты, разношерстные школьники или арабы, то она не несет никакой ценности. Лояльность и вовлеченность важнее.

**МИФ 13.** У меня нет времени на Instagram.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Каждый сам расставляет приоритеты. При нормальном планировании можно успешно развивать аккаунт, посвящая ему 2–4 часа в день. Было бы желание.

**ВАЖНО!**

При нормальном планировании можно успешно развивать аккаунт, посвящая ему 2–4 часа в день.

**МИФ 14.** Развивать Instagram нельзя без денег.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Можно! Отчего же нельзя? Приложите требуемые усилия, читайте нашу главу по продвижению!

**МИФ 15.** Зарабатывают в Instagram только те, у кого много подписчиков.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Зарабатывают в Instagram те, у кого классный продукт, востребованные навыки, интересный контент и т. д.

**МИФ 16.** Ранжирование постов – это ужасно, оно тормозит развитие аккаунта.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Ранжирование постов – это счастье для тех, кто и раньше заморачивался над качеством фото, постов, лояльностью аудитории и смертью для аккаунтов с низкой вовлеченностью и убогим контентом. Научитесь использовать преимущества ранжирования и «рекомендованного» и будет вам 1000–7000 бесплатных фоловеров.

**МИФ 17.** В Instagram нельзя продавать услуги.

**НА САМОМ ДЕЛЕ.** Можно. Исследуйте Instagram, вы найдете немало таких людей, которые успешны в своем деле и зарабатывают на этом.

## **Ведение аккаунта**

В этой главе мы опишем все известные методы ведения аккаунтов в Instagram, азы наполнения профилей, а также рассмотрим варианты дополнительных возможностей для продвижения с помощью создания правильного контента и иных способов внедрения публикаций в данной сети.

## В помощь блогеру

### 5 шагов для начинающих

Сначала поговорим о 5 шагах для начинающих свой блог.

1. Решите, для кого вы пишете? Желательно, если вы будете представлять человека или группу людей для которых вы пишете пост. Ошибка начинающих – копировать «голос» других, более популярных блогеров. Писать «Доброе утро, котята!», использовать уменьшительно-ласкательные суффиксы (овсяночка, фоточки) или грубость. Проблема обычно в том, что у блогера это выглядит органично, а у вас – нет.

#### **ВАЖНО!**

Пишите искренне и непринужденно, представляйте друзей, коллег или друзей, которым рассказываете историю.  
И похожие люди потянутся к вам.

Поэтому пишите искренне и непринужденно, представляйте друзей, коллег или друзей, которым рассказываете историю. И похожие люди потянутся к вам.

2. Определите тематику блога. Вы должны понимать, в чем вы сильны и каким опытом готовы поделиться, а также, что отличает вас от других блогеров, которые пишут на эту тему, почему подписчик должен выбрать вас? Придется забыть про стеснения и сомнения, говорить/писать уверенно, заявлять свою точку зрения.

3. Цените свою аудиторию. Отвечайте на комментарии, учитывайте пожелания подписчиков, проявляйте к ним внимание. Не допускайте оскорблений по отношению к аудитории, удаляйте спам и негатив.

4. Делайте контент качественно и регулярно. Уделяйте внимание, как фото, так и текстам, а главное – общему виду профиля. Желательно подготовиться и написать 15–20 постов заранее, прежде чем приглашать читателей в свой блог и заниматься продвижением. На пустые профили с 2–5 фото люди не подписываются.

#### **ВАЖНО!**

Не допускайте оскорблений по отношению к аудитории, удаляйте спам и негатив.

5. Занимайтесь продвижением. Уделяйте внимание не только контенту, но и продвижению. Заводите Instagram-друзей, участвуйте в дискуссиях под постами у популярных блогеров, ходите по аккаунтам людей, которые вам приятны, оставляйте комментарии, ставьте лайки на фото, будьте доброжелательны и активны – и люди к вам потянутся.

## **10 маст-хэвов для блогера**

Что необходимо иметь, чтобы быть успешным блогером?

### **1. Красивые фотографии.**

Рассказывайте историю не только в текстах, но и в фото. Следите за их качеством, композицией, общим оформлением профиля. Instagram – это прежде всего визуальная социальная сеть.

### **2. Понятная тематика.**

Оптимально, если у вашего блога будет понятная тематика или регулярные рубрики. Например, пишете про материнство, но также делитесь обзорами на кино-новинки или полезными ПП-рецептами. В этом случае аудитория сразу понимает, в чем польза вашего блога и подписывается охотнее.

### **3. Высокая вовлеченность.**

Следите за показателем вовлеченности. Для личных блогов она должна быть на уровне 2–2,5 %. Чем меньше блог, тем выше показатель.

## **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.