

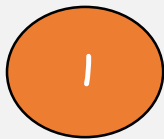
بازاریابی به شیوه اینستاگرام

هدیه‌ای کوچک از طرف وبسایت الفبان برای شما

نویسنده: محمد افراسیابی

www.Alefban.com





فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۲	مقدمه
۴	آشنایی با اینستاگرام
۶	تغییرات اینستاگرام
۷	آشنایی با برخی اصطلاحات در اینستاگرام
۲۰	بازاریابی اینترنتی چیست؟
۲۲	بازاریابی به شیوه اینستاگرام
۲۳	آمارهایی جالب درباره اینستاگرام
۲۴	۳۰ روش برای افزایش فالوور و بازدید
۳۷	استراتژی چیست؟
۴۰	۳ نکته طلایی در مورد بازاریابی در اینستاگرام
۴۲	سخن پایانی

مقدمه

در سال‌های اخیر، کسب و کار اینترنتی در ایران، رونق قابل ملاحظه‌ای داشته است و روزانه به تعداد آنها افزوده می‌شود. معمولاً هر کسب و کاری، برای موفقیت در این زمینه، استراتژی‌هایی را به کار می‌برد. از بازاریابی و تبلیغ گرفته تا مباحث مشتری مداری و ...

با روی کار آمدن شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک در گذشته، بازاریابی شبکه‌های اجتماعی، به فیس‌بوک و چند شبکه اجتماعی نه چندان قدرتمند دیگر محدود می‌شد.

اما امروزه با قدرت گرفتن اینستاگرام و تلگرام، ابزارهای خوبی برای بازاریابی و تبلیغ، در اختیار ما قرار گرفته است. به طوری که، خیلی از کسب‌وکارهای اینترنتی، بر پایه این شبکه‌ها، ساخته شده‌اند، یعنی بدون اینکه سایتی طراحی کرده باشند، با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، کسب و کارشان را ساخته‌اند.

شبکه اجتماعی محبوب اینستاگرام، به قدری مورد استفاده صاحبان کسب و کارها قرار گرفته که مبحث جدیدی به نام **اینستاگرام مارکتینگ** را به وجود آورده است.

در این کتاب، به طور کامل با بازاریابی از طریق اینستاگرام آشنا می‌شوید و با استفاده از راهکارهایی که ارائه می‌شود، می‌توانید فالوورها یا به اصطلاح دنبال کننده‌های واقعی و فروش خود را، افزایش دهید.

آشنایی با اینستاگرام

قبل از اینکه با مباحث بازاریابی از طریق اینستاگرام آشنا شویم، بد نیست نگاهی به تاریخچه آن، بیندازیم.

اینستاگرام توسط **کوپن سیستروم (Kevin Systrom)** و **مایک کرایگر (Mike Krieger)** ساخته شد. البته طرح اولیه این دو، چیز دیگری بود، اما در نهایت اینستاگرام (Instagram) از ترکیب دو واژه **Instant Camera** و **Telegram** انتخاب شد.

نسخه نخستین اینستاگرام در اکتبر ۲۰۱۰ راه اندازی شد. این سرویس به سرعت محبوبیت کسب کرد و به بیش از ۱۰۰ میلیون کاربر تا آوریل ۲۰۱۲ و ۳۰۰ میلیون کاربر تا دسامبر ۲۰۱۴ رسید.

خرید توسط فیس بوک

در مدت زمان بسیار کوتاهی این برنامه توانست سودآوری به ارزش ۵۰۰ میلیون دلار آمریکا برای سرمایه‌گذاران داشته باشد. با رشد سریع و فراگیر این رسانه اجتماعی، سرمایه‌گذاران بیشتری تمایل به سرمایه‌گذاری پیدا کردند. در تاریخ ششم ماه سپتامبر سال ۲۰۱۲، شرکت فیسبوک، برنامه اینستاگرام را به ارزش یک میلیارد دلار آمریکا (به صورت نقد و سهام) خریداری نمود.

در سال ۲۰۱۳ رشد اینستاگرام ۲۳٪ بود، در حالیکه فیس بوک به عنوان کمپانی مادر، تنها ۳٪ رشد را تجربه کرد. گفته می‌شود اگر اینستاگرام همین رشد را حفظ کند، از فیس بوک بزرگتر خواهد شد. کوین سیستروم، از بنیان‌گذاران اینستاگرام و مدیرعامل شرکت فست می‌گوید: "این بزرگ‌ترین موجودیت در جهان خواهد بود."

تغییرات اینستاگرام

از زمان انتشار تاکنون این برنامه دو تغییر و به‌روزرسانی عمده و مهم داشته است که اولین تغییر در ماه مارس سال ۲۰۱۴ به منظور کاهش اندازه نسخه اندروید برنامه اینستاگرام به نصف و همچنین افزایش و بهبود کارایی و تقویت رابط کاربری انجام گرفت. دیگر تغییر مهم این برنامه در سال ۲۰۱۷ اضافه شدن «استوری» می‌باشد که یک قابلیت کاربردی در این نرم‌افزار محسوب می‌شود.

به‌روزرسانی دوم در ماه آوریل سال ۲۰۱۷ انجام شد. این تغییر شامل افزودن حالت آفلاین و اعمال تغییرات در این حالت بود. بدین معنی که به محض آنلاین شدن کاربر، تمامی تغییرات و پردازش‌های انجام شده در حالت آفلاین به صورت عمومی ثبت می‌شوند. برنامه اینستاگرام از آغاز تاکنون تغییرات فراوانی داشته است و به صورت پیوسته به‌روزرسانی می‌شود.

آشنایی با برخی اصطلاحات در اینستاگرام

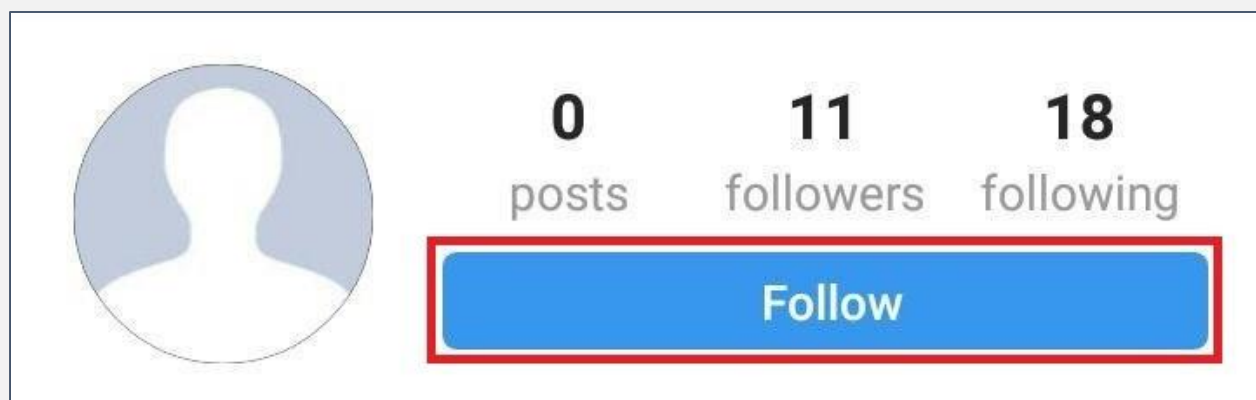
شاید با اینستاگرام آشنایی کمی داشته باشید، اما بهتر است قبل از طرح مباحث اصلی، با اصطلاحات مهم و کاربردی اینستاگرام آشنا شوید. تمام اصطلاحاتی که در این بخش آورده‌ایم، اصطلاحات اولیه، مهم و پایه‌ای اینستاگرام هستند.

پست (Post) چیست؟

هر عکس یا ویدیوی جدیدی که شما در اینستاگرام آپلود کنید، یک پست اینستاگرام محسوب می‌شود. تمام پست‌های شما در صفحه پروفایل اینستاگرامتان نمایش داده می‌شود و تمام پست‌های جدیدی که فالوورهایتان به نمایش می‌گذارند، در فید شما قابل مشاهده است.

فالو (Follow) چیست؟

فالو در لغت به معنای «دنبال کردن» است. اصطلاح فالو به این معنی است که شما علاقه‌مندید، پست‌ها و فعالیت‌های شخص خاصی را دنبال کنید. بنابراین می‌توانید به پیج او بروید و او را فالو (Follow) کنید.



به طور کلی فالو کردن به دو صورت است:

اولین حالت این است که پیج شخصی که می‌خواهید او را دنبال یا به اصطلاح فالو کنید، خصوصی نیست، بدین معنی که تمامی پست‌های او را می‌توانید مشاهده کنید.

اما حالت دوم به این صورت است که شما به صفحه شخص موردنظر خود می‌روید، اما صفحه او **Private** یا خصوصی است. اگر فالو کنید و او شما را اکسپت کند، شما می‌توانید تمام پست‌های او را ببینید و هر پست جدیدی که می‌گذارد، در صفحه **Home** شما نشان داده می‌شود. همچنین شما با فالو کردن اشخاص مختلف می‌توانید ببینید که آنها چه پست‌هایی را لایک کرده‌اند و یا کامنت گذاشته‌اند.

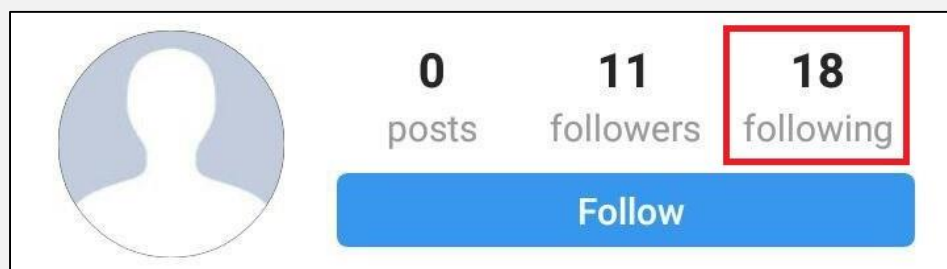
فالوور (Follower) چیست؟

Follower در لغت به معنای «دنبال کننده یا تعقیب کننده» است. هنگامی که شما پیج کسی را دنبال یا فالو می‌کنید، شما به فالوورهای آن پیج اضافه می‌شوید. در مقابل تمام کسانی که پیج شما را فالو (دنبال) می‌کنند نیز به فالوورهای پیج شما می‌پیوندند. تعداد این فالوورها در قسمت حساب کاربری شما قابل مشاهده است.



فالوینگ (Following) چیست؟

Following در لغت به معنای پیروی یا تقلید است. وقتی شما دیگران را فالو می‌کنید، در قسمت فالوینگ (Following) می‌توانید آنها را مشاهده کنید. در مورد بقیه پیج‌ها نیز به همین صورت است. فالوینگ هر پیج تعداد کسانی است که توسط آن پیج فالو شده‌اند.



کا (K) به چه معناست؟

هر ۱K، معادل عدد ۱۰۰۰ است. اینستاگرام در بسیاری مواقع برای ساده کردن اعداد بزرگ، از K (به معنی کیلو) استفاده می‌کند. با این اوصاف اگر می‌بینید که پیجی ۲۵k فالوور دارد، به این معناست که ۲۵ هزار نفر او را فالو کرده‌اند.

فید (Feed) چیست؟

فید در اینستاگرام اولین صفحه‌ای است که هنگام وارد شدن به اینستاگرام با آن روبرو می‌شوید. در این صفحه می‌توانید جدیدترین استوری و پست‌های فالوورهایتان را مشاهده کنید. در حقیقت این فید در صفحه Home شما نشان داده می‌شود.

استوری (Story) چیست؟

Story در لغت به معنای «داستان گفتن و روایت کردن» است. استوری از قابلیت‌های پرطرفداری است که در سال ۲۰۱۷ به اینستاگرام اضافه شد. این قابلیت به این صورت است که شما می‌توانید برای مدت ۲۴ ساعت، عکس یا ویدیویی (با محدودیت ۱۵ ثانیه) را با فالوورهای خود به اشتراک بگذارید.



این عکس یا ویدیو بعد از ۲۴ ساعت خود به خود حذف می‌شود. اگر می‌خواهید این استوری را نگه دارید، می‌توانید آنرا به بخش **Highlight** اضافه کنید. در استوری اینستاگرام امکان لایک وجود ندارد و کامنت‌های فالوورهای شما تنها توسط خود شما قابل دیدن است. در حقیقت شما می‌توانید ببینید که چه کسانی استوری شما را دیده‌اند.

استوری دارای قابلیت‌های گوناگونی برای ویرایش تصاویر و ویدیو است که باعث محبوبیت بیشتر آن شده است. همچنین در آپدیت‌های جدید اینستاگرام قابلیت نظرسنجی نیز به استوری اینستاگرام اضافه شده است.

لایو (Live) چیست؟

Live به معنای پخش زنده است. در اینستاگرام نیز لایو (Live) در همین معنی به کار می‌رود. شما به صورت زنده و بدون محدودیت زمانی می‌توانید فیلم بگیرید و با فالوورهای خود به اشتراک بگذارید.

تمام کسانی که در حال دیدن لایو شما در اینستاگرام هستند، می‌توانند لایک کنند و به صورت آنلاین کامنت بگذارند.

این کامنت‌ها توسط تمام فالوورهای شما قابل دیدن است. درست مانند استوری لایو شما نیز بعد از ۲۴ ساعت خودبه‌خود حذف می‌شود، مگر اینکه آن را به هایلایت (Highlight) اضافه کنید.

نوتیفیکیشن (Notification) چیست؟

Notification در لغت به معنی «اطلاعات رسمی درباره موضوعی» است. در اینستاگرام این اصطلاح به تمام فعالیت‌هایی مربوط می‌شود که دیگران در مورد پیج و پست‌های شما انجام می‌دهند. مثلاً هنگامی که پستی از شما را لایک می‌کنند، کامنت می‌گذارند یا قصد دارند شما را فالو کنند، تک تک این موارد به صورت نوتیفیکیشن‌های مجزا، به شما گزارش می‌شود.

هشتگ (Hashtags) چیست؟

به زبان ساده هشتگ، برچسبی است که برای دسته‌بندی و به اشتراک گذاری پست‌ها به کار می‌رود.

استفاده از هشتگ باعث می‌شود که به راحتی بتوانید تمام محتوای متفاوت (فیلم، عکس، ویدیو و ...) که در مورد یک موضوع خاص وجود دارد را پیدا کنید.

هشتگ صرفاً مخصوص به اینستاگرام نیست، بلکه در توئیتر، پینترست و فیس‌بوک نیز وجود دارد. مثلاً اگر شما می‌خواهید عکس‌های طبیعت را ببینید می‌توانید با جستجو کردن #طبیعت عکس‌های زیادی با این عنوان پیدا کنید.

یا اگر می‌خواهید عکس‌های طبیعت زیبا را ببینید، #طبیعت_زیبا را جستجو کنید. برای استفاده از هشتگ‌های دو کلمه‌ای و بیشتر، باید از علامت « _ » در بین کلمات استفاده کرد.

استفاده از هشتگ فوق‌العاده راحت است. کافی است پیش از هر چیزی که می‌خواهید بنویسید از یک علامت « # » استفاده کنید. همچنین این هشتگ‌ها را در موارد مختلفی می‌توانید استفاده کنید. مثلاً در کامنت‌ها و زیر پست‌هایتان. البته در هر پست تنها می‌توانید از ۳۰ هشتگ استفاده کنید.

قابلیت جدیدی که به اینستاگرام اضافه شد، دنبال کردن هشتگ‌هاست. بدین صورت که می‌توانید، هشتگ را در کنار افرادی که دنبال کرده‌اید، دنبال کنید. مثلاً می‌توانید هشتگ #بازاریابی را دنبال یا فالو کنید تا جدیدترین پست‌هایی که با هشتگ بازاریابی در اینستاگرام منتشر می‌شود را در صفحه Home خود مشاهده کنید.

#الفبان #کسب_و_کار #کسب_و_کار_اینترنتی #بازاریابی
#بازاریابی_اینترنتی #کسب_و_کار_آنلاین #سئو #درآمد #ثروت
#فروش #مشتری #طراحی_سایت #وب #طراحی_وب #وردپرس
#محتوا #مدیریت

منشن (Mention) چیست؟

منشن (Mention) در لغت به معنای «اشاره کردن، ذکر کردن و نام بردن» است. دقیقاً به همین معنا اگر بخواهید در اینستاگرام به نام کسی اشاره کنید، از این قابلیت استفاده می‌کنید.

مثلاً تصور کنید که یک عکس مشترک با دوستان گرفته‌اید و می‌خواهید به حضور او در عکس اشاره کنید یا می‌خواهید یک نفر را از چیزی آگاه کنید، در این حالت می‌توانید او را منشن کنید.

برای Mention کردن کافی است از یک علامت « @ » پیش از آیدی اینستاگرام شخص موردنظر استفاده کنید. از این قابلیت هم در کپشن‌ها و هم در کامنت‌ها می‌توانید استفاده کنید.

تگ (Tag) چیست؟

تگ (Tag) در لغت به معنای «برچسب زدن و علامت زدن» است. تگ دقیقاً معادل آنلاین برچسب است. گاهی شما در عکس‌های اینستاگرام قصد دارید افراد عکس را معرفی کنید و به نام آنها اشاره کنید، در این حالت از قابلیت تگ کردن می‌توانید استفاده کنید. برای تگ کردن کافی است از «@» قبل از آیدی اینستاگرام افراد استفاده کنید.

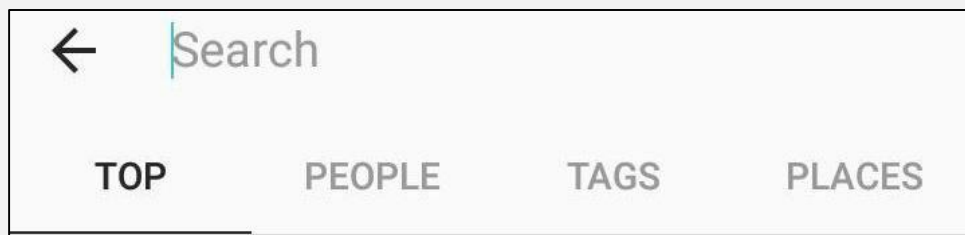
دایرکت (Direct) چیست؟

Direct به معنای «مستقیم و بی واسطه» است. دایرکت در اینستاگرام شبیه ارسال پیام خصوصی می ماند.

در حقیقت هنگامی که شما می خواهید صرفاً شما و شخص مورد نظر شما، متن پیام شما را ببینند، می توانید از دایرکت (**Direct**) استفاده کنید. البته در این قسمت قابلیت گروه ساختن نیز وجود دارد. دایرکت به نوعی همان قسمت پیام رسان اینستاگرام است.

سرچ (Search) چیست؟

سرچ به معنای جست و جو کردن است. این یکی از قابلیت های قدرتمند اینستاگرام است که مخصوص جستجو کردن است.



Saves چیست؟

در اینستاگرام تنها امکان سیوی که وجود دارد، سیو کردن در خود برنامه اینستاگرام است. شما هر پستی را که بخواهید می‌توانید سیو کنید و از طریق صفحه خودتان به آنها دسترسی داشته باشید.



کامنت (Comment) چیست؟

کامنت (Comment) به معنای «اظهارنظر کردن» است. در اینستاگرام نیز هنگامی که بخواهید نظر خود را در مورد یک پست بیان کنید، می‌توانید زیر همان پست کامنت بگذارید. دقت کنید که این کامنت‌ها توسط همه قابل دیدن است و امکان پاسخ (Reply) به کامنت شما وجود دارد.

کپشن (Caption) چیست؟

کپشن به صورت کلی به نوشته‌ای می‌گویند که زیر یک عکس در کتاب، روزنامه یا برنامه تلویزیونی آورده می‌شود. در اینستاگرام نیز به نوشته‌ای که در توضیح عکس می‌آورید، کپشن (Caption) می‌گویند.

بیزینس پروفایل (Business Profile) چیست؟

صفحه تجاری یا همان Business Profile اینستاگرام مخصوص کسانی است که قصد استفاده تجاری از اینستاگرام را دارند. یعنی تمام کسانی که به دنبال کسب درآمد از اینستاگرام هستند.

با ایجاد یک بیزینس پروفایل، شما به امکانات ویژه‌ای در بخش مدیریت صفحه خود دسترسی خواهید داشت. امکاناتی که می‌توانند به فروش بیشتر شما کمک کنند و کاربران عادی اینستاگرام، به آنها دسترسی ندارند.

می‌توانید با جستجو در اینترنت، نحوه بیزینس کردن پروفایل را یاد بگیرید.

بازاریابی اینترنتی چیست؟

بازاریابی اینترنتی روشی است که شما با استفاده از آن، می‌توانید محصولات خود را از طریق اینترنت به فروش برسانید. این ساده‌ترین تعریف از بازاریابی اینترنتی است. بازاریابی اینترنتی روشی نشأت‌گرفته از تبلیغات روزنامه‌ای (در چند دهه قبل) و تبلیغات تلویزیونی (در دهه‌های اخیر) می‌باشد.

این روش توانسته خود را به عنوان روش برتر بازاریابی در عصر حاضر معرفی کند. تبلیغات اینترنتی نوعی از تبلیغات است که به دلیل ارزانی، ماندگاری زیاد و فراگیر بودن آن همزمان با رشد ابزارهای اطلاع‌رسانی و روابط عمومی، جایگاه خاصی را در بین تبلیغات‌چی‌ها باز کرده است.

بازاریابی شبکه‌های اجتماعی (Social Network Marketing)

با پیشرفت روزافزون تکنولوژی و در نتیجه به وجود آمدن شبکه‌های اجتماعی قدرتمند و بزرگ، امکان بازاریابی از طریق این شبکه‌ها، فراهم شده است. اگر دانش کافی برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی را داشته باشید، می‌توانید از این شبکه‌ها، بهترین استفاده ممکن را ببرید.

شما با استفاده از این شبکه‌ها می‌توانید محصولات خود را، به مخاطبان خود عرضه کنید و اصطلاحاً بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی انجام دهید. روشی که نیازی به صرف هزینه چندان برای تبلیغات هم ندارد و بازدهی بسیار بالایی نیز دارد.

بازاریابی به شیوه اینستاگرام

بازاریابی در اینستاگرام، یکی از روش‌های بسیار مؤثر بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی است. اما چرا از بین شبکه‌های اجتماعی مختلف، تا این حد از اینستاگرام برای بازاریابی استفاده می‌شود؟
برای پاسخ به این سؤال، به چند آمار توجه کنید.

آمارهایی جالب درباره اینستاگرام

بیش از ۷۰۰ میلیون کاربر در ماه از اینستاگرام استفاده می کنند.

بیش از ۴۵۰ میلیون کاربر روزانه از اینستاگرام استفاده می کنند.

۸۰ درصد از کاربران حداقل یک برند را دنبال می کنند.

بیش از ۱۵ میلیون حساب تجاری در اینستاگرام فعال می کنند.

۵۱ درصد کاربران مرد و ۴۹ درصد زن هستند.

۹۰ درصد کاربران کمتر از ۳۵ سال سن دارند.

بیش از ۳۵ میلیون کاربر ایرانی در اینستاگرام فعالیت می کنند.

۳۰ روش برای افزایش فالوور و بازدید

اما برای اینکه بهتر در اینستاگرام دیده شوید و در نتیجه فروش خود را افزایش دهید، ۳۰ روش فوق‌العاده را برای افزایش بازدید و دنبال‌کننده در زیر آورده‌ایم.

۱. استفاده از هشتگ

از هشتگ‌های مرتبط با محتوای خود استفاده کنید. مثلاً اگر شما در زمینه آموزش موبایل فعالیت می‌کنید و محتوای‌تان در حوزه موبایل است، از هشتگ‌های مرتبط با موبایل استفاده کنید. مثلاً: #موبایل - #آموزش_موبایل و

۲. تکمیل بيو پيچ

در قسمت بيو اطلاعات خود را قرار دهید. با توجه به محدودیتی که در تعداد حروف برای نوشتن بيو است، سعی کنید کلمات کلیدی مرتبط با حوزه کاری خود را بنویسید.

همچنین می‌توانید از هشتگ‌ها در بيو خود استفاده کنید تا افراد علاقه‌مند به حوزه فعالیت‌تان، راحت‌تر شما را پیدا کنند. اگر صاحب یک وبسایت هستید، حتما لینک آن را در بيو درج کنید.

۳. فالو کردن افراد علاقه‌مند به حوزه کاری خود

در قسمت جستجو، با جستجوی هشتگ‌های مهم و معروف، افراد را پیدا کنید و آنها را دنبال کنید. احتمال اینکه آنها نیز شما را دنبال کنند یا به اصطلاح فالوبک دهند، زیاد است.

۴. تعداد پست‌ها در روز

به طور میانگین روزانه ۲ پست ارسال کنید. ارسال بیش از حد پست، می‌تواند باعث شود که تعداد زیادی از دنبال‌کننده‌ها، شما را آنفالو کنند. زیرا آنها به طور معمول، چند بار در روز صفحه خود را چک می‌کنند و علاوه بر شما، دوستان و آشنایان را نیز فالو کرده‌اند. بنابراین اگر تعداد پست‌های شما زیاد باشد، احتمالاً شما را آنفالو خواهند کرد.

۵. قرار دادن عکس‌های باکیفیت

سعی کنید، عکس‌هایی که در صفحه خود منتشر می‌کنید، از کیفیت بالایی برخوردار باشند، چرا که عکس‌های بی‌کیفیت معمولاً با استقبال خوبی از جانب کاربران مواجه نمی‌شوند.

۶. ساعات طلایی ارسال پست

بهترین زمان برای ارسال پست را پیدا کنید. با ارسال پست در ساعات مختلف روز، می‌توانید بفهمید که کدام پست‌ها بازخورد بهتری گرفته‌اند. به طور معمول، پست‌ها در شب‌ها و خصوصاً بین ساعات ۹ تا ۱۱، بیشتر لایک را می‌گیرند و احتمال نظر دادن کاربران، بیشتر است.

۷. استفاده از چهره‌های افراد مشهور

در عکس‌هایی که منتشر می‌کنید، می‌توانید از چهره‌ها و تصاویر افراد مشهور استفاده کنید. مثلاً اگر می‌خوانید نقل قولی را از بیل گیتس بگذارید، می‌توانید از چهره او در عکس خود استفاده کنید.

۸. تگ کردن فالوورها

در بعضی از پست‌هایی که ارسال می‌کنید، می‌توانید چند تا از فالوورهایتان را تگ کنید.

این کار باعث می‌شود که افراد بیشتری عکس‌های شما را لایک کنند و کامنت بگذارند. برای تگ کردن می‌توانید قبل از نام شخص موردنظرتان، علامت « @ » بگذارید.

۹. انتشار ویدیوهای زیبا و خلاقانه

اینستاگرام برای انتشار ویدیوها، محدودیت یک دقیقه‌ای را اعمال کرده است. یعنی زمان ویدیوها، حداکثر یک دقیقه است. این کار باعث تولید ویدیوهای بسیار زیبا و خلاقانه‌ای شده است.

برای اینکه بتوانید کاربران بیشتری را جذب کنید، باید ویدیوهای زیبا و مرتبط با کسب و کارتان بسازید. این کار باعث می‌شود که کاربران، ویدیوهای شما را به اشتراک بگذارند و همین مورد باعث افزایش دنبال‌کننده می‌شود.

۱۰. درج آدرس صفحه خود

آدرس حساب خود را بر روی عکس‌ها و ویدیوهایی که منتشر می‌کنید، درج کنید. اگر وبسایت دارید، آدرس وبسایت‌تان را نیز بنویسید.

۱۱. استفاده از فیلترهای زیبا

زمانی که می‌خواهید تصویری را در صفحه خود منتشر کنید، اینستاگرام به شما این امکان را می‌دهد تا از بین فیلترهای معرفی شده، فیلتر موردنظر خود را اعمال کنید. البته سعی کنید همیشه از فیلترها استفاده نکنید.

۱۲. انتشار تصاویر و ویدیوهای کاربران

اگر کاربری محصول شما را خریداری کرده، می‌توانید از او درخواست کنید تا تصویری از خود و محصول را برای شما ارسال کند یا در یک ویدیوی کوتاه، در مورد آن صحبت کند. سپس آن تصویر یا ویدیو را در صفحه خود منتشر کنید. این کار باعث مشارکت بیشتر کاربران می‌شود.

۱۳. بیزینس پروفایل (Business Profile) یا تجاری کردن حساب اینستاگرام

نحوه بیزینس کردن پروفایل اینستاگرام را می‌توانید در اینترنت جستجو کنید. با انجام اینکار می‌توانید از قسمت **View Insights**، آمار دقیق بازدید و لایک پست‌های خود را مشاهده کنید. همچنین می‌توانید اطلاعات تماس خود شامل ایمیل و شماره تماس را، قرار دهید.

۱۴. دنبال کردن کاربران پیشنهادی

می‌توانید از قسمت **Suggested** کاربرانی که به شما پیشنهاد شده را دنبال کنید. به احتمال زیاد، آنها نیز شما را دنبال می‌کنند.

۱۵. سؤال از کاربران

هر از چندگاهی پستی سؤالی منتشر کنید و کاربران را ترغیب کنید تا به پرسش شما، پاسخ دهند.

۱۶. لایک کردن عکس‌های مرتبط

عکس‌های مرتبط با حوزه کسب و کارتان را لایک کنید و در قسمت کامنت، نظرهای مرتبط با موضوع پست، بگذارید.

۱۷. برگزاری مسابقه

می‌توانید از کاربران بخواهید تا هر کدام یکی از دوستان خود را در کامنت تگ کنند تا در قرعه‌کشی شرکت داده شوند یا مثلاً به قید قرعه، تخفیفی ۸۰ درصدی برای تهیه یکی از محصولات دریافت کنند.

۱۸. قرار دادن آدرس حساب اینستاگرام در وبسایت

یکی از راه‌هایی که می‌توان دنبال کننده‌های زیادی به دست آورد، قرار دادن لینک حساب اینستاگرام در وبسایت و دیگر شبکه‌های اجتماعی است. در هر کدام از شبکه‌های اجتماعی که عضو هستید، آدرس حساب اینستاگرام خود را قرار دهید و از کاربران بخواهید، شما را در اینستاگرام دنبال کنند.

۱۹. پاسخ به سؤالات و نظرات

در قسمت کامنت پست‌ها، به نظرات و سؤالات کاربران تان پاسخ دهید و این حس را به آنها منتقل کنید که برای آنها ارزش قائل هستید. همچنین می‌توانید به صفحات پربازدید سر بزنید و در قسمت نظرات پست‌ها، به نظرات دیگران پاسخ دهید.

۲۰. آماده بودن برای مناسبت‌ها، وقایع و رویدادها

برای هر مناسبت و رویدادی پست آماده داشته باشید. مثلاً برای عید نوروز، عید فطر و ... همچنین برای وقایعی که اتفاق می‌افتد، متن‌های مناسبی از قبل داشته باشید. مثل حوادثی که قبلاً در ایران اتفاق افتاده است، مانند: حادثه تلخ پلاسکو، زلزله و ...

۲۱. فعالیت مداوم

به صورت مداوم فعالیت داشته باشید، پست‌های مناسب منتشر کنید و با کاربران در تعامل باشید.

۲۲. انتشار جملات انگیزشی و الهام بخش

تصاویری از جمله‌های انگیزشی و جذاب افراد مشهور را پست کنید. انتشار این تصاویر در اینستاگرام باعث می‌شود کاربران بیشتری صفحه شما را دنبال کنند.

۲۳. تبادل پست

شاید در مورد تبادل لینک وبسایت‌ها چیزهایی شنیده باشید. به این صورت که فرد "الف"، وبسایت فرد "ب" را لینک می‌کند و فرد "ب" نیز، وبسایت فرد "الف" را.

در اینستاگرام نیز می‌توانید با صفحات مرتبط با حوزه کسب و کارتان، تبادل پست کنید. در این صورت فالوورهای هر دو صفحه افزایش می‌یابد.

۲۴. "لایک کنید" و "نظر دهید"

در متنی که برای پست‌هایتان می‌نویسید، از کاربران بخواهید که پست‌های شما را لایک کنند و برایتان کامنت بگذارند. برخی از آنها، احتمالاً اینکار را خواهند کرد!

۲۵. گرافیک زیبای تصاویر

تصاویری که منتشر می‌کنید را به زیبایی ویرایش کنید. این کار را می‌توانید با فتوشاپ یا نرم‌افزارهای ویرایش تصویر موبایلی انجام دهید.

۲۶. استفاده از ایمیل مارکتینگ

در صورتی که وبسایت دارید و در کنار آن، یک سیستم ایمیل مارکتینگ پیشرفته نیز دارید، در ایمیل‌هایی که ارسال می‌کنید، از اعضای ایمیلی خود بخواهید تا صفحه اینستاگرام شما را فالو کنند.

۲۷. انتشار عکس‌های تیم خود

در صورتی که کسب و کارتان را به صورت تیمی اداره می‌کنید، هر از چندگاهی یک تصویر را به صورت دسته‌جمعی منتشر کنید. تأثیر این کار فوق‌العاده زیاد است.

۲۸. درخواست از کاربران

از دنبال‌کنندگان خود بخواهید، شما را در تصاویر خود منشن کنند. همچنین از آنها درخواست کنید، تا آدرس صفحه شما را، در صفحه خود یا قسمت کامنت پیج‌های دیگر، تگ کنند.

۲۹. استفاده از تگ محل

می‌توانید از تگ محل استفاده کنید، مثلاً مکانی که در آن قرار دارید. با انجام اینکار، احتمالاً افراد دیگری که از این تگ استفاده کرده‌اند، پست شما را ببینند.

۳۰. روزهای تعطیل

پست‌ها در روزهای تعطیل بیشتر لایک می‌خورند و بازدیدشان نسبت به روزهای دیگر بیشتر است.

استراتژی چیست؟

برای استراتژی یا راهبرد، تعاریف گوناگونی ارائه شده است. در اینجا دو تعریف از استراتژی را می‌خوانید.

استراتژی از دیدگاه مایکل پورتر

استراتژی یعنی این که کاری که دیگران انجام می‌دهند را با منابع کمتر (کاراتر) انجام دهیم و کارهایی انجام دهیم که هیچ‌کس غیر از ما انجام نمی‌دهد.

استراتژی از دیدگاه جک ولش

استراتژی یعنی این که من تصمیم‌های شفاف و دقیق در مورد نحوه رقابت با دیگران بگیرم.

برای موفقیت در هر زمینه‌ای، داشتن استراتژی خوب لازم است. با توجه به تعاریفی که در بالا گفته شد، استراتژی یعنی راهکارهایی را به کار ببریم تا در رقابت با دیگران برنده باشیم. این شاید ساده‌ترین تعریف از استراتژی باشد!

در مورد صفحه اینستاگرام خود نیز، باید برای پست‌هایی که می‌گذارید علاوه بر زمان بندی مناسب، استراتژی مناسب نیز داشته باشید. می‌توانید چند نوع پست را برای صفحه‌تان در نظر بگیرید و به طور مرتب بر روی آنها کار کنید.

مثلا اگر صفحه شما در مورد موبایل است، یک پست می‌تواند در مورد نرم‌افزار باشد، پست بعدی خبری در مورد یک برند موبایل باشد و به همین ترتیب پست‌هایتان را منتشر کنید.

همچنین محتوای مناسبی را منتشر کنید تا بازخورد خوبی بگیرید. تصاویر و ویدیوهایی که منتشر می‌کنید، باید کیفیت مناسبی، هم از لحاظ محتوا و هم از لحاظ شفافیت و ... داشته باشند.

همانگونه که در موارد بالا گفته شد، انتشار ویدیوهای خلاقانه و زیبا، به مراتب اثر بهتری دارد.

یکی دیگر از اقداماتی که باید انجام دهید، هدایت دنبال کنندگان صفحه اینستاگرامتان، به وبسایتتان است. اگر وبسایت دارید، کارهایی را انجام دهید تا کاربران را مجاب کنید به وبسایت شما سر بزنند.

۳ نکته طلایی در مورد بازاریابی در اینستاگرام

رعایت این ۳ اصل، باعث رضایت بیشتر دنبال کنندگان شما می شود، آنها را به کاربرانی وفادار تبدیل می کند و در نتیجه فروش شما را تا حد قابل توجهی افزایش می دهد.

۱. مطالب اختصاصی

برای صفحه اینستاگرام خود، مطالبی را به صورت اختصاصی منتشر کنید. به این صورت که این مطالب را در دیگر شبکه های اجتماعی تان، منتشر نکنید. احتمالاً خیلی از فالوورهای شما، صفحات شما در دیگر شبکه های اجتماعی را نیز دنبال می کنند.

اگر مطالب شما تکراری باشد، نیازی نمی بینند تا صفحات شما را در تمام رسانه ها و شبکه های اجتماعی دنبال کنند، تنها یکی از آنها کافی است!

۲. تخفیف ویژه تنها برای دنبال کنندگان در اینستاگرام

یک تخفیف ویژه را برای دنبال کنندگان تان در اینستاگرام در نظر بگیرید و آن را در هیچ جای دیگر قرار ندهید. یعنی تنها و تنها در اینستاگرام. تأثیر اینکار در فروش، فوق‌العاده است و باعث می‌شود فالوورهای تان احساس خوبی نسبت به کسب و کارتان پیدا کنند.

۳. هم آموزش، هم تبلیغ

همه ما می‌خواهیم درآمد داشته باشیم، آن هم درآمد بالا. برای اینکار از یکی از این ابزارها که اینستاگرام باشد استفاده می‌کنیم. اما چگونه؟! مهم‌ترین دلیلی که افراد صفحه شما را دنبال می‌کنند (در حوزه کسب و کار)، یادگیری است. یادگیری مطالبی که به آنها کمک کند در کسب و کارشان موفق شوند. اولویت شما باید آموزش باشد نه تبلیغ! مطالبی که می‌گذارید عمدتاً باید آموزش باشند. اما در لابلای آنها می‌توانید محصول یا خدمات تان را نیز تبلیغ کنید.

سخن پایانی

چندصد میلیون نفر روزانه از اینستاگرام استفاده می کنند و زمان زیادی را در آن سپری می کنند. بعضی از آنها با هدف و برخی دیگر تنها برای تفریح و سرگرمی.

شما باید جزء افراد با هدف باشید. از اینستاگرام به بهترین شکل ممکن استفاده کنید. در زمانی که اکثر مردم تنها برای سرگرمی و تفریح، از اینستاگرام استفاده می کنند، متفاوت رفتار کنید.

مطمئن باشید شما نیز می توانید فروش بالایی از این طریق داشته باشید. حتی می توانید چندهزار دنبال کننده داشته باشید. البته داشتن فالوورهای بالا، دلیل بر موفقیت و فروش بالا نیست. بدون استراتژی مناسب، شانس موفقیت تان، کاهش می یابد.

چند نکته

این کتاب هدیه‌ای کوچک از طرف وبسایت الفبان برای شما دوست عزیز می‌باشد. "خواهشمندم اگر محتوای این کتاب، مورد پسند شما قرار گرفته است، آن را حداقل با یک نفر دیگر به اشتراک بگذارید."

تغییر محتوای این کتاب و فروش آن به هر نحوی مورد رضایت نویسنده نمی‌باشد و از لحاظ شرعی و قانونی حرام است، اما می‌توانید آن را برای دانلود رایگان، در سایت خود قرار دهید یا آن را به دوستان و آشنایان خود هدیه دهید. با تشکر

با آرزوی موفقیت برای شما

نویسنده: محمد افراسیابی

اینستاگرام الفبان: [instagram.com/alefban](https://www.instagram.com/alefban)

تلگرام الفبان: [telegram.me/alefban](https://t.me/alefban)