

اینستاگرام مارکتینگ چیست؟ اینستاگرام به عنوان یکی از محبوب ترین نرم افزار های حال حاضر دنیا به بستر مطلوبی برای معرفی کسب و کارها و تبلیغات حرفه ای بدل شده است. این شبکه اجتماعی با داشتن قابلیت های منحصر به فرد و میلیون کاربر فعال، می تواند فرصت خوبی برای تبلیغات هوشمندانه و افزایش درآمد شما باشد.

موفقیت در بازاریابی اینستاگرام ساده نبوده و دارای تکنیک های خاصی است. در این مقاله ابتدا به معرفی این اپلیکیشن و ویژگی هایش و سپس به تکنیک های اینستاگرام مارکتینگ پرداخته ایم. با ما همراه باشید.

اینستاگرام چیست؟



بنیان گذاران اینستاگرام، یعنی کوین سیستروم و مایک کرایگر در ابتدا آن را تنها برای اشتراک گذاری عکس های روزانه خود به کار می بردند و هرگز گمان نمی کردند یک ایده که حتی طرح های مشابه تا پیش از آن وجود داشت، این گونه انقلابی در زمینه فرهنگسازی، مد و فشن، آموزش، یادگیری و کسب در آمد بوجود بیاورد.

اینستاگرام را می توان یک شبکه اجتماعی نامید که فعالیت آن بر اساس به اشتراک گذاری عکس و ویدیو است، به گونه ای که برای پست کردن هر مطلبی باید عکس و یا ویدیو نیز به همراه آن باشد و بر خلاف شبکه های اجتماعی نظیر فیسبوک و توئیتر که بیشتر بر پایه ارسال و تولید متن هستند، اینستاگرام بر پایه عکس و فیلم است اما با این وجود ارسال محتوای متنی نیز در این شبکه اجتماعی پر طرفدار امکان پذیر است. به عبارت دیگر می توان گفت که اینستاگرام یک نرم افزار مالکیتی است که بر روی سیستم هایی از قبیل: ای او اس، اندروید و ویندوز قابل نصب است. کاربران شبکه اینستاگرام از این امکان برخوردار هستند که مطالب خود را در صفحه های اجتماعی دیگر و شبکه های دیگر نظیر: فیس بوک، توئیتر و ... نیز به اشتراک بگذارند.

علاوه بر آن در اینستاگرام می توان به ارسال پیام متنی و یا پخش زنده ویدیو نیز پرداخت و این ویژگی به نامی که برای آن انتخاب شده بی ربط نیست! واژه اینستاگرام ترکیبی از دو واژه instant camera و telegram است و به این واقعیت اشاره دارد که اینستاگرام پشتیبان کننده پیام های متنی فوری و تصاویر است. عکس ها و ویدیو هایی که در اینستاگرام به اشتراک گذاشته می شوند میتوانند به شکل عمومی و یا خصوصی به کاربران دیگر در این شبکه اجتماعی نمایش داده شود.

Q اینستاگرام از طرفداران بسیار زیادی در سراسر جهان برخوردار است به گونه ای که روزانه میلیاردها کاربر در این شبکه به فعالیت می پردازند و از اینستاگرام استفاده می کنند. برخی از افراد مشهور مانند رونالدو، کایلی جنر و مسی بیشترین تعداد فالور و بازدید و لایک را از آن خود کرده اند و بررسی ها نشان می دهد حضور سلبریتی ها در این شبکه اجتماعی باعث می شود افراد بیشتری به نصب و فعالیت در آن بپردازند. محبوبیت اینستاگرام به حدی است که در سال 2010 به عنوان چهارمین نرم افزار پرطرفدار گوشی همراه معرفی شده است. در واقع سال 2010، شروع فعالیت اینستاگرام بوده و تا سال 2012 تعداد کاربران فعال در این نرم افزار از مرز 300 میلیون نفر عبور کرده است. اینستاگرام به قدری سریع رشد کرد و محبوب شد که در سوم آوریل 2012 با عرضه نسخه اندروید آن در عرض یک روز، تعداد بارگزاری های آن به یک میلیون بار رسید و رکوردی بی نظیر را کسب کرد.

اینستاگرام تنها مختص افراد و اشخاص نیست و شرکت های اقتصادی بسیاری در این نرم افزار فعالیت می کنند و از این طریق خدمات و محصولات خود را به شکل گسترده تری تحت نمایش می گذارند طوری که یکی از اعضای هیئت مدیره شرکت فیسبوک ادعا می کند در حدود 25 میلیون شرکت اقتصادی در این بستر صفحه مخصوص به خود را دارند و 2 میلیون از آنها به بازاریابان آنلاین تعلق دارد.

در ایران نیز کمتر فردی را میابید که نرم افزار اینستاگرام را حداقل یکبار نصب نکرده باشد به طوریکه تا سال 2018 در حدود 24 میلیون نفر از جمعیت ایران از اینستاگرام استفاده می کردند که این رقم تا سال 2020 به حدود 40 میلیون نفر رسید و این رقم ایران را در رتبه هفتمین کشوری که بیشترین آمار را در استفاده از اینستاگرام دارد، قرار داد.

■ آمارها نشان می دهد متوسط فعالیت هر کاربر در اینستاگرام در ایران در حدود 30 دقیقه است و هدف 80 درصد کاربران از سرچ و جستجو در اینستاگرام، مشاهده کالا و خدمات است.

جالب است بدانید که در میان سرچ گوگل نیز اینستاگرام سهم عظیمی دارد و رتبه نهم را در آن کسب کرده است. برنامه نویسان اینستاگرام سعی دارند تا تعداد کاربران آن را بیش از این افزایش دهند که با اضافه کردن قابلیت های جدید به محیط نرم افزار رسیدن به این هدف چندان دور از چشم نیست و تا حدودی نیز برآورده شده است.

در واقع هر چند وقت یکبار نسخه آپدیت شده ای از اینستاگرام منتشر می شود که تغییرات جزیی و کلی در آن ایجاد شده است. در سال 2017 که قابلیت استوری به این نرم افزار اضافه شد، کاربران بسیار از آن استقبال کردند و همین قضیه باعث شد که برنامه نویسان این نرم افزار، موارد جدیدی من جمله قابلیت استوری زنده(لایو) و IGTV را کم کم به آن اضافه کنند. در واقع IGTV محدودیت زمان موجود برای استوری را از میان برداشت.

هم اکنون نیز قابلیت های جدیدی از جمله امکان کامنت گذاری در قسمت دایرکت، افکت ها و گزینه های ادیت عکس و ویدیو، ساخت ریلز و ... باعث شده جذابیت های این نرم افزار بیش از پیش باشد.



اینستاگرام مارکتینگ یکی از شاخه های دیجیتال مارکتینگ است که در آن بازاریابان از پلتفرم اینستاگرام برای بازاریابی و جذب مشتری استفاده می کنند. در اینستاگرام مارکتینگ می توان از استراتژی ها و تکنیک های متفاوتی برای رسیدن به مشتری یا لید استفاده کرد.

بازاریابی در اینستاگرام فرصتی را برای صاحبان مشاغل فراهم کرده است تا بدون واسطه های رسانه ای با مشتری های خود ارتباط برقرار کنند و پیشنهادهای تجاری خود را به گوش آنها برسانند که به همین دلیل در چند سال اخیر از استقبال خوبی بهره مند گردیده است.

[box type="info" align="alignright" class="" width=""]

در بازاریابی اینستاگرام از قابلیت درج تصاویر، ویدیو ها و اشتراک گذاشتن پست ها برای برقراری ارتباط با مشتری ها استفاده می شود که صاحبین مشاغل به این شکل در قالب تصاویر و ویدیو می توانند محصولات خود را نمایش دهند و یا از خدماتی که ارائه می دهند، مشتری را آگاه کنند. به این صورت مشتری ها می توانند تصویر دقیقی از محصول را ببینند

وجزئیات آن را در قسمت کپشن پست بخوانند. در واقع بازاریابی در اینستاگرام به ارتباط متمر ثمر صاحبان مشاغل با مخاطب بر می گردد که از طریق مفاهیمی مانند اعتماد و احترام به مشتری شکل می گیرد.

[/box]

مزایای بازاریابی در اینستاگرام کدامند؟



شاید عبارت بازاریابی شما را به یاد تماس شرکت ها، پیام های تبلیغاتی، برگه و پوستر های پر وعده وعید و مانند آن ببیند اما بازاریابی در اینستاگرام به شکلی متفاوت انجام می شود که برخلاف روش هایی که تاکنون انجام می شد، بسیار موثر واقع شده اند و این به دلیل مزایایی است که بازاریابی در اینستاگرام دارد.

این مزایا به شرح زیر می باشد:

[tie_list type="checkboxlist"]

• کسب درآمد به صورت مستقیم

درآمزی از طریق اینستاگرام به صورت مستقیم انجام می شود به نحوی که در این بازاریابی معمولاً واسطه ها حذف می شوند و صاحب کسب و کار می تواند محصولات و یا خدمات خود را به صورت مستقیم و بدون واسطه به مشتری ها ارائه دهد که این موضوع هم به سود صاحبین کسب و کار است و هم به نفع مشتری ها تمام می شود.

• نیاز به هزینه کم برای راه اندازی کسب و کار

اینستاگرام مارکتینگ یک فعالیت بسیار کم هزینه است و برای راه اندازی آن سرمایه زیادی نیاز نیست بلکه اشخاص می توانند با کمترین هزینه پیج خود را راه اندازی کنند و با جذب فالوور، اینستاگرام مارکتینگ خود را انجام دهند.

کم هزینه بودن راه اندازی کسب و کار در اینستاگرام به حدی است که این روز ها بسیاری از افراد شانس خود را در این شبکه مجازی برای ایجاد کسب و کار امتحان می کنند و پیچی در رابطه با فعالیت های خود و ارائه آن به دیگران راه اندازی می نمایند که اگر به اطرافیان خود نگاه کنید، حتما متوجه این مساله خواهید شد.

این قضیه به نوعی باعث ایجاد هزاران پیج آنلاین شاپ شده است به همین دلیل می توان از اینستاگرام به عنوان یک بستر بسیار مناسب برای کارآفرینی اشاره کرد چرا که افراد بسیاری بدون محدودیت سنی و با یک سرمایه کم می توانند راه درآمدی را برای خود ایجاد کنند.

• کاهش نیاز به کارمند

برای فعالیت در اینستاگرام نیاز زیادی به کارمند نیست و افراد می توانند با کمترین تعداد کارمند به کسب و کار خود مشغول شوند. معمولاً اشخاصی که در ابتدای فعالیت های اینستاگرام مارکتینگ هستند، تمامی امور آن را به تنهایی انجام می دهند و زمانی که صفحه قوی ت و بزرگ تر شد برای اداره کسب و کار خود در اینستاگرام، یک یا چند ادمین و کارمند برای اداره پیج استخدام می کنند.

• امکان جذب مشتری در محدوده وسیع تر

از دیگر مزایای اینستاگرام مارکتینگ می توان به این مساله اشاره کرد که با راه اندازی پیج در این شبکه برای فروش محصول و ارائه خدمات می توان در محدوده جغرافیایی وسیع تری یا به گونه ای دیگر با کمترین محدودیت مکانی مشتری پیدا کرد.

به عنوان مثال: اشخاصی که یک مغازه برای کسب و کار خود دست و پا می کنند، معمولاً مشتری های آنها اشخاصی هستند که در محدوده مغازه مورد نظر سکونت دارند.

اما زمانی که در اینستاگرام کسب و کاری راه اندازی می شود، محدوده مشتری ها به مناطق مختلف یک شهر، یک استان، چند استان، چند شهر، یک کشور و یا حتی در سطح بین الملل وسعت پیدا می کند زیرا مشتری های اینستاگرام به دلیل اینکه خرید اینترنتی و از راه دور انجام می دهند، می توانند به هر یک از این محدوده های جغرافیایی تعلق داشته باشند.

همچنین وجود آنلاین شاپ هایی که امکان ارسال محصول خود را به سراسر کشور فراهم می کنند، باعث می شود دسترسی تمام افراد به یک کالا یا محصول برابر باشد. بدین ترتیب کسی که در شهرهای کوچک و روستا زندگی می کند نیز می تواند مانند یک شهروند کلانشهر توانایی خرید داشته باشد.

• توانایی مدیریت کسب و کار از راه دور

از دیگر مزایای بازاریابی اینستاگرام امکان مدیریت کسب و کار از راه دور است. در این صورت صاحب کسب و کار و یا ادمین پیج نیازی ندارد که برای دسترسی به مارکتینگ خود مسافتی را طی کند تا به محل مشخصی برسد بلکه از هر نقطه ای از دنیا میتواند با ورود کردن به اینستاگرام به پیج خود دسترسی داشته باشد و فعالیت خود را اداره کند.

• توانایی مدیریت کسب و کار از راه دور

از دیگر مزایای بازاریابی اینستاگرام امکان مدیریت کسب و کار از راه دور است. در این صورت صاحب کسب و کار و یا ادمین پیج نیازی ندارد که برای دسترسی به مارکتینگ خود مسافتی را طی کند تا به محل مشخصی برسد بلکه از هر نقطه ای از دنیا میتواند با ورود کردن به اینستاگرام به پیج خود دسترسی داشته باشد و فعالیت خود را اداره کند.

• امکان انجام اینستاگرام مارکتینگ در کنار مشاغل دیگر

با وجود مزیت هایی که اینستاگرام مارکتینگ با خود به همراه دارد، این امکان را برای مدیران کسب و کار در اینستاگرام فراهم میکند که این فعالیت را در کنار مشاغل دیگر خود انجام دهند و این کار را به عنوان شغل دوم خود برگزینند و به راحتی از این طریق برای خود درآمدی کسب کنند. به همین دلیل امکان استفاده از اینستاگرام مارکتینگ در کنار مشاغل دیگر باعث شده است تا افراد بسیار زیادی به این کار روی آورند.

[/tie_list]

چه کسب و کار های برای بازاریابی در اینستاگرام مناسب هستند؟

از جمله کسب و کار هایی که برای بازاریابی در اینستاگرام مناسب هستند می توان به موارد زیر اشاره کرد:

👉 ارائه دهندگان محصولات

گروه اول کسب و کار هایی که در اینستاگرام مفید واقع می شوند و طرفداران زیادی پیدا کرده اند، مشاغلی هستند که در آنها محصولی به مشتری ارائه داده می شود. محصولات قابل ارائه در هر زمینه ای می توانند باشند و هر محصولی مشتری مخصوص به خود را خواهد داشت.

از جمله محصولاتی که در اینستاگرام به مشتری ها ارائه داده می شوند و بسیار طرفدار هستند، می توان به پوشاک زنانه مردانه و بچه گانه، لوازم خانگی، لوازم دکوری، خوراکی ها، گل و گیاه و ... اشاره کرد.

👉 ارائه دهندگان خدمات

ارائه دهندگان خدمات نیز در بازاریابی اینستاگرام بسیار موفق هستند و این دسته از مشاغل محصولی برای ارائه ندارند، بلکه به جای آن خدماتی را به مشتری ارائه می دهند. به عبارت دیگر ارائه دهندگان خدمات در زمینه های مختلف دارای تخصص و مهارت هستند و تخصص و مهارت را خود را از طریق اینستاگرام به دیگران در اختیار نیازمندان به آن خدمات و یا مشتری ها قرار می دهند.

[box type="success" align="" class="" width=""]

به عنوان مثال از خدمات پر فروش در اینستاگرام می توان به پیج های کسب و کار مربوط به خیاطی و دوخت انواع لباس برای مشتری، پیج های مربوط به دریافت تبلیغ که باعث افزایش فالوور های شما می شوند، ارائه دهندگان لوازم مربوط به جشن ها و مراسم، پیج های طراحی دکوراسیون، پیج های آرایش و پیرایش برای بانوان و آقایان، پیج های پزشکان که جراحی های زیبایی انجام می دهند و ... اشاره کرد.

[/box]

گروهی دیگر از کسب و کارها در اینستاگرام به مشاغلی مربوط می شود که در آن صاحبین مشاغل مطالب آموزشی در زمینه های مختلف به مشتری ها و فالوور های خود ارائه می دهند و جنبه آموزشی دارند.

[box type="success" align="" class="" width=""]

به عنوان مثال: آموزش زبان انگلیسی، آموزش بافتنی، آموزش پرورش گیاهان در خانه، آموزش سرمایه گذاری، آموزش روان شناسی و نحوه برخورد با فرزند و همسر، آموزش بورس و بیزینس و ... از جمله کسب و کارهای آموزشی هستند که در اینستاگرام بسیار رونق گرفته اند.

[/box]



بررسی چند نمونه مشاغل اینستاگرامی

فروش پوشاک: پیچ فروش لباس در اینستاگرام از پرطرفدارترین پیچ ها در این شبکه است زیرا بانوان بخش اصلی کاربران اینستاگرام را تشکیل می دهند و علاقه زیادی به وب گردی کردن و تماشای لباس های مختلف با طرح های متفاوت دارند.

اینستاگرام و پیج های فروش پوشاک این امکان را برای بانوان فراهم کرده است تا با کمترین در دسر انواع مختلف پوشاک را بررسی کنند و تنوع بسیار زیاد و مدل های بسیار متفاوت را بررسی نمایند و در نهایت خرید خود را انجام دهند.

برای نمونه های پوشاک بسیار فروش در ایران میتوان به شال، روسری، لباس مجلسی، لباس راحتی و لباس خواب اشاره کرد.

👜 فروش کیف و کفش: کیف و کفش نیز از جمله محصولاتی هستند که در گروه پرطرفدارترین کالاهای فروشی در اینستاگرام قرار دارند که هم کاربران ایرانی تمایل زیادی به آن دارند و هم کاربران خارجی کشورهای دیگر.

زیرا در اینستاگرام به راحتی می توان مدل کیف و کفش را در تصاویر بررسی کرد و اطلاعات و جزئیات محصول را در قسمت کپشن مشاهده نمود.

برای فروش کفش در اینستاگرام بهتر است که انواع کفش مردانه، زنانه، مجلسی و یا حتی راحتی از هم مجزا باشند و برای هر کدام پیج های جداگانه وجود داشته باشد.

♀️ **فروش لوازم آرایشی:** لوازم آرایشی را می توان گروه دیگری از محصولات پر طرفدار در این شبکه در نظر گرفت که در این خصوص نیز بانوان نقش فراوانی دارند و به خرید لوازم آرایشی مورد نظر خود از اینستاگرام می پردازند.

به عنوان مثال: لاک، رژ لب، کرم پودر و کرم های آرایشی از جمله پر فروش ترین لوازم آرایشی در اینستاگرام به حساب می آیند.

فروش انواع لوازم دکوری و فانتری برای منزل: لوازم دکوری و فانتری مربوط به منزل نیز توجه کاربران را در این شبکه به خود جلب می کنند زیرا این محصولات را در قالب تصاویر می توان به راحتی مورد بررسی قرار داد و به خرید آنها پرداخت.

■ **فروش انواع لوازم خانگی:** علاوه بر لوازم دکوری، لوازم خانگی مانند: سرویس قابلمه و سایر وسایل مربوط به آشپزخانه نیز جایگاه خوبی در فروش محصولات اینستاگرام به خود اختصاص داده است و فروش خوبی پیدا کرده است.

🕒 **فروش ساعت مچی:** انواع ساعت مچی مردانه و زنانه نیز در اینستاگرام به میزان زیادی مورد توجه قرار می گیرد و در این شبکه به فروش می رسد. این محصول توسط تمامی

گروه های سنی مورد استفاده قرار می گیرد و تمامی جوانان، بانوان، آقایان و نوجوانان از این پیج ها بازدید می کنند زیرا ساعت مچی برای تمامی این افراد کاربرد دارد.

□ **فروش صنایع دستی:** با توجه به اینکه صنایع دستی تنوع فراوانی دارد، فروش صنایع دستی در اینستاگرام بسیار موفقیت آمیز است و با این کار می توان علاوه بر فروش صنایع دستی به هموطنان ایرانی، به مردم سایر کشورهای جهان این صنایع دستی را ارائه دارد و امکان خرید مستقیم صنایع دستی ایران را برایشان فراهم کرد.

📱 **فروش موبایل و گجت های حوزه فناوری:** فروشگاه های بزرگ موبایل و لوازم و گجت های دیجیتال نیز با تبلیغات در صفحه اینستاگرام خود باعث افزایش فروش خود خواهند شد ضمن اینکه می توانند در همان صفحه به معرفی محصولات جدید، ویژگی های آنها و مقایسه برتری بین موبایل های مختلف بپردازند.

روش های بازاریابی در اینستاگرام



روش های بازاریابی در اینستاگرام

روش های زیادی برای اینستاگرام مارکتینگ وجود دارد اما از جمله مواردی که برای بازاریابی در اینستاگرام مورد استفاده قرار می گیرند، می توان به موارد زیر اشاره کرد:

❗ بازاریابی محتوایی در صفحه اختصاصی

در این روش کسب و کار ها با استفاده از تولید کردن محتواهای آموزشی و تبلیغاتی در صفحه اختصاصی باعث میشوند که کاربران بیشتر به سمت خرید تمایل پیدا کنند، در واقع در این روش با استفاده روش های مختلف بازاریابی محتوایی کاربران را با خدمات خود بیشتر آگاه میکنیم.

❗ تبلیغات در پیج دیگران

یکی از مهم ترین و تاثیرگذارترین روش های بازاریابی در اینستاگرام تبلیغ کردن در پیج دیگران است.

در این خصوص باید پیج های بزرگی که تعداد فالوور های واقعی و نسبتا زیاد دارند و همینطور یک ارتباط موضوعی هم با فعالیت شما دارند را پیدا کنید و برای تبلیغ کردن در آنها اقدام نمایید. البته در این رابطه لازم به ذکر است که معمولا پیج هایی که تعداد فالوور بسیار زیادی دارند، دارای شرایط خاصی هستند که باید بتوانید از عهده شرایطی که آنها دارند، بر بیایید تا تبلیغ شما تایید شود.

یکی از محدودیت هایی که پیچ های بزرگ در خصوص تبلیغ دارند، دریافت هزینه نسبتاً زیاد است.

[box type="success" align="" class="" width=""]

با این وجود تبلیغ کردن در پیچ دیگران روش بسیار مناسب و فوق العاده تاثیر گذاری است و به افزایش تعداد فالوور های شما کمک می کند.

[/box]

📌 اینفلوئنسر مارکتینگ

از دیگر راه های بازاریابی در اینستاگرام اینفلوئنسر مارکتینگ است که به آن بازاریابی به کمک افراد تاثیر گذار نیز می گویند. این روش امروزه در کشور ایران نیز همانند سایر کشور ها مورد استفاده قرار می گیرد و فراگیر شده است.

با وجود اینکه اینفلوئنسر مارکتینگ تنها به اینستاگرام تعلق ندارد و برای شبکه های دیگر میتوان از آن استفاده کرد، اما در ایران بیشتر این مفهوم را با اینستاگرام می شناسند و در آن از این روش بهره می برند.

در اینفلوئنسر مارکتینگ افرادی که به اینفلوئنسر معروف هستند، با تصمیم ها و رفتار هایشان بر روی دیگران یعنی فالوور های خود تاثیر می گذارند و از این رو زمانی که بازاریابی در اینستاگرام را از طریق اینفلوئنسر مارکتینگ انجام می دهید باعث می شود که مخاطبان زیادی به سوی پیچ شما کشیده شوند.

[box type="info" align="" class="" width=""]

لازم به ذکر است که بازاریابی توسط این دسته از افراد در گروه بازاریابی های برون گرا قرار دارند.

[/box]

📌 دایرکت مارکتینگ

دایرکت مارکتینگ از دیگر روش های بازاریابی در اینستاگرام است که یکی از محرک های رشد کسب و کار در اینستاگرام به حساب می آید. بازاریابی مستقیم به این شکل است که در آن متخصص بازاریابی به صورت مستقیم در حال دستیابی به پایه بازار به صورت فردی و یا به واسطه رسانه انبوه است.

در بازاریابی مستقیم تلاش بیشتر برای پیدا کردن مشتری های جدید است و معمولاً با استفاده از ابزارهای ارتباط مستقیم ناخواسته مورد استفاده قرار می گیرد تا بازاریابان به مشتری های فعلی و قبلی خود دسترسی پیدا کنند.

اشخاصی که از روش دایرکت مارکتینگ و یا بازاریابی مستقیم در اینستاگرام استفاده می کنند باید یک پیام محرک را برای کاربران اینستاگرام ارسال کنند تا به این صورت بتوانند پاسخی از سوی آنها دریافت نمایند.

به عبارت دیگر در رابطه با دایرکت مارکتینگ می توان گفت که یک دایرکت مارکتینگ باید منفعتی را به دیگران پیشنهاد دهد که این منفعت می تواند به صورت ارائه تخفیف برای خرید، کوپن هزینه، کاهش هزینه عضویت و ... باشد.

📌 کامنت مارکتینگ

از دیگر روش های بازاریابی در اینستاگرام کامنت مارکتینگ است که در این روش باید یک متن بسیار جذاب و گیرا تهیه کنید و پس از آن به پیج کسب و کار های مرتبط به خود در اینستاگرام وارد شوید و پس از اینکه پست آنها را لایک کردید باید در زیر پست های آنها کامنت و دیدگاه خود را درج کنید و در ادامه با تعریف کردن از کسب و کار پیج مورد نظر، به صورت مختصر خدمات پیج خود را با متون زیبا و گیرا در ادامه کامنت درج کنید و لینک ورود به پیج خود را نیز در انتهای آن بگذارید.

با انجام این کار باعث می شوید که فالوور ها و مخاطبین پیج های دیگر کامنت شما را ببینند و به پیج شما وارد شوند.

اصول اینستاگرام مارکتینگ



برای اینکه بتوان اینستاگرام مارکتینگ را به خوبی در این شبکه انجام داد، باید از راهکارهای اصولی اطلاع داشت و آنها را به کار برد، برخی از کارآمدترین اصول اینستاگرام مارکتینگ به شرح زیر می باشد:

[tie_list type="starlist"]

- شناسایی پرسونا مخاطب هدف

از جمله مهم ترین اصول اینستاگرام مارکتینگ شناسایی پرسونا مخاطب هدف است، بدین معنا که باید مخاطبینی که به فعالیت، محصولات و یا خدمات شما نیاز دارند را شناسایی کنید. در این رابطه باید بدانید که مخاطبین هدف از موثرترین افرادی در اینستاگرام هستند که میتوانند به مشتری های شما تبدیل شوند.

به عنوان مثال: اگر کسب و کار مورد نظر شما در اینستاگرام فروش، رهن و یا اجاره خانه و ملک است، مسلماً در این خصوص مشتری هایی از نوع کودک و نوجوان نخواهید داشت. در نتیجه نمی توان این دسته از افراد را در گروه مخاطب هدف شما قرار داد.

[box type="success" align="" class="" width=""]

برای موفقیت کسب و کار در اینستاگرام هر چه قدر که شناخت دقیق تری از مخاطبین هدف داشته باشید، تبلیغات شما مفید تر و هدفمند تر واقع می گردد و امکان پیدا کردن مشتری های بیشتر برای شما افزایش پیدا می کند.

[/box]

- تهیه استراتژی و تقویم محتوایی

اقدام مهم دیگر تهیه استراتژی و تقویم محتوایی است. در این بخش باید یک برنامه ریزی مشخص بر اساس زمان تعیین کنید که این زمان بندی در راستای انتشار محتوا در روزها و ایام آینده خواهد بود.

در این استراتژی و تقویم محتوایی می توانید مواردی از قبیل: بروز رسانی وضعیت ها، اجرای کمپین های تبلیغاتی، برنامه ریزی در خصوص تبلیغات و همچنین بروز رسانی محتواهایی که قبلاً منتشر کرده اید را جای دهید.

برای تهیه این تقویم محتوایی میتوانید یک جدول بر اساس ماه، روز و هفته تنظیم کنید و مطابق با این تقویم محتوایی برنامه ریزی کنید که در هر روزی چه محتوایی را می خواهید منتشر کنید.

[انواع تولید محتوا](#) کدام اند؟ برای آشنایی با آن روی لینک مربوطه کلیک نمایید.

- بهینه سازی صفحه پروفایل

❏ قدم بعدی که باید در راستای اینستاگرام مارکتینگ انجام دهید، بهینه سازی صفحه پروفایل است.

در این رابطه باید برای پیج کسب و کار خود، حساب کاربری را از حالت ساده بر روی حالت بیزینس اکانت Business account قرار دهید زیرا حساب کاربری هایی که از نوع بیزینسی هستند برای پیج های فروشگاه های و یا خدماتی در هر زمینه ای طراحی می شوند. با انتخاب این نوع اکانت می توانید میزان دیده شدن پیج خود را افزایش دهید. علاوه بر این باید وضعیت اکانت خود را نیز بر روی حالت public قرار دهید و برای انجام این تنظیمات باید به قسمت تنظیمات اینستاگرام وارد شوید.

از دیگر اموری که برای بهینه سازی پروفایل اینستاگرام باید انجام دهید، انتخاب یک نام کاربری مناسب و هدفمند است. با انتخاب یک نام کاربری مناسب می توانید برندینگ را انجام دهید و یک برند مناسب برای خود بسازید. اما در صورتی که از پیش صاحب یک برند هستید نیز باید نام برند مورد نظر خود را به عنوان کاربری قرار دهید.

نام کاربری در بازاریابی بسیار موثر است و باید نام کاربری را به نحوی انتخاب کنید که کاربران با جست و جوی موضوع هدف در اینستاگرام به پیج شما راه یابند. در نتیجه بهتر است که نام کاربری و نام برند شما مرتبط با موضوع فعالیت شما در پیج باشد.

علاوه بر نام کاربری دو گزینه دیگر یعنی `name` و `username` نیز وجود دارند که این دو نام را نیز باید به صورت هدفمند انتخاب کنید و آنها را نیز باید به صورت بهینه سازی و در راستای هدف و فعالیت خود انتخاب نمایید. در تعیین نام برای `name` و `username` سعی کنید نامی انتخاب نمایید که این دو نام تکمیل کننده هم باشند و به هم مرتبط باشند. در این صورت تاثیرگذاری آنها در بازاریابی افزایش پیدا می کند.

از دیگر مواردی که در بهینه سازی پروفایل باید به آن توجه کنید، عکس پروفایل است که یکی از بخش های بسیار تاثیر گذار در بازاریابی است و در این رابطه میتوانید از عکس لوگوی برند خود استفاده کنید.

سعی کنید که از انتخاب عکس های متفرقه و بی ربط برای عکس پروفایل پرهیز کنید و عکس با کیفیتی را در این رابطه انتخاب نمایید. بخش بعدی در بهینه سازی پروفایل، نوشتن بیو مناسب است که عده ای آن را بیهوده می پندارند اما بیو مناسب و بهینه شده تاثیر زیادی در فالوور ها و کاربران اینستاگرام دارد و به آنها کمک می کند که شما و فعالیت شما را بهتر بشناسند.

در قسمت بیو این امکان وجود دارد که یک `url` نیز درج کرد که برای این قسمت میتوانید از آدرس وب سایت خود استفاده کنید و یا با استفاده از گوگل مپ آدرس مربوط به فروشگاه را برای خرید حضوری درج کنید که در این صورت اعتماد مشتری ها به شما افزایش پیدا می کند و میتوانید فالوور های بیشتری را به پیج خود بیاورید. از دیگر امکانات و قابلیت های پروفایل که در بهینه سازی پروفایل مهم و اثر گذار است، استفاده از هشتگ می باشد که هنگامی که از هشتگ ها در پروفایل استفاده می کنید در واقع کلمات کلیدی مورد نظر و مرتبط به فعالیت خود را با استفاده از آنها درج می کنید و به این شکل باعث می شوید تا هوش مصنوعی اینستاگرام شما را بهتر بشناسد و به تعداد کاربران بیشتری شما را معرفی کند.

[box type="warning" align="" class="" width=""]

زیباسازی بیو اینستاگرام نیز مساله مهمی در خصوص بهینه سازی پروفایل است که نباید از آن غافل شوید. برای زیباسازی بیو میتوانید از استیکر ها کمک بگیرید و از استیکر هایی که مرتبط به فعالیت شما هستند و یا ایموجی ها استفاده کنید و جذابیت پیج خود را افزایش دهید.

[/box]

در قسمت پروفایل حتما شماره تماس ، ایمیل و راه های تماس را وارد کنید که این مساله از جمله مسائل مهم در بهینه سازی پروفایل در نظر گرفته می شود و با انجام این کار احساس امنیت به کاربران و فالوور ها می دهید و دسترسی بودن شما با این راه های تماس به نوعی اعتبار کسب و کار شما را می افزاید.

• برنامه زمانبندی مناسب جهت انتشار محتوا

زمان انتشار محتوا در اینستاگرام مساله مهمی است زیرا برخی از ساعات در اینستاگرام شلوغ ترین ساعت ها هستند که بیشترین کاربران فعال را به خود اختصاص می دهند. در این صورت اگر برای انتشار محتوای خود زمانبندی مناسب داشته باشید و پست گذاری را در زمانبندی تعیین شده انجام دهید، می توانید این امکان را ایجاد کنید که کاربران بیشتری پست ها و محتواهای شما را ببینند.

برای تنظیم یک زمانبندی مناسب باید در ابتدا ساعات پر مصرف اینستاگرام که بیشترین کاربران فعال را دارد، تشخیص دهید و سپس پست گذاری های خود را به آن ساعات موکول کنید. به عنوان مثال: ساعت 6 بعد از ظهر الی ساعت 9 شب از

جمله ساعتی است که بیشترین کاربران فعال اینستاگرام را دارد. در نتیجه انتشار محتوا در این ساعات باعث می شود که کاربران بیشتری محتوا را ببینند و به آن واکنش نشان دهند.

[box type="success" align="" class="" width=""]

و همینطور با داشتن برنامه زمانی مناسب و تقسیم پست ها به روز های هفته باعث میشود تا الگوریتم های اینستاگرام پیچ شما را همیشه فعال و پویا ببیند و امتیازات خوبی را برای پیچ شما در نظر بگیرد و در نهایت بیشتر میزان بازدید پست و استوری را خواهید داشت.

[/box]

• تولید محتوای پست و استوری جذاب

از دیگر مسائلی که باید در اینستاگرام مارکتینگ به آن توجه کنید، تولید محتوای پست و استوری جذاب است. جذابیت محتوا و پست از مسائل مهمی است که باعث می شود تا کاربران زیادی به سوی پیچ شما کشیده شوند و به لیست مشتریان شما افزوده گردند.

در نتیجه باید سعی کنید که در تولید محتوا از خلاقیت بسیار زیادی بهره ببرید و محتواهایی را خلق کنید که مختص به خود شما باشد و دارای نشانی مخصوص باشد که با دیدن آن کاربران دریابند که این پست متعلق به شما است. حتی اگر پست مورد نظر را در بیرون از پیچ شما ببینند.

برای جذاب شدن محتوا و استوری می توانید یک قالب ویژه منحصر به فرد با رنگ مشخص و طراحی مشخص تهیه کنید و آن قالب را به تمامی پست ها و استوری های خود اختصاص دهید.

همچنین می توانید از استیکر ها و یا سایر قابلیت هایی که اینستاگرام برای ویرایش پست و استوری در اختیارتان قرار داده است، برای افزودن به جذابیت پست و استوری خود استفاده کنید.

به صورت کلی میزان جذابیت محتواهایی که به اشتراک می گذارید، به خلاقیت شما بستگی دارد.



تعامل با مخاطبان در اینستاگرام

• تعامل با مخاطبان

❑ در راستای اینستاگرام مارکتینگ نباید تعامل با مخاطبان را فراموش کنید. برقراری ارتباط با مخاطبین مساله ای بسیار تاثیر گذار بر روی آنها است و باعث می شود که میزان فروش شما افزایش پیدا کند و کسب و کار اینستاگرامی شما رونق پیدا کند.

برای تعامل با مخاطبان راهکارهای مختلفی وجود دارد که می توانید از این راهکارها استفاده کنید.

به عنوان مثال: می توانید از درج استوری در قالب نظرسنجی، پرسش و پاسخ، پاسخگویی به کامنت های آنها و یا پاسخ دادن به پیام های خصوصی آنها استفاده کنید و به این شیوه ها با آنها به تعامل بپردازید.

بسیاری از فروش هایی که در اینستاگرام و در پیج های کاری صورت می گیرد، بر اساس همین تعامل با مخاطب انجام می شوند. با این وجود نباید از این بخش در اینستاگرام مارکتینگ خود بی توجه عبور کنید.

• اجرای کمپین های تبلیغاتی

یکی از اصول اینستاگرام مارکتینگ را میتوان اجرای کمپین های تبلیغاتی در نظر گرفت که این کمپین ها امروزه در کشور به خوبی اثر بخش واقع شده اند و تاثیرات فوق العاده مثبتی در جذب فالوور و رونق کسب و کار داشته اند.

کمپین های تبلیغاتی را می توان به اشکال مختلف برگزار کرد و با وعده جوایز از پیش مشخص شده تعداد فالوور های بسیار زیادی پیدا کرد. کمپین های تبلیغاتی را می توانید به صورت منحصر به فرد و یا گروهی انجام دهید و جوایز آن را با برگزاری قرعه کشی در میان کاربران به آنها اهدا کنید.

تعداد بسیار زیادی از پیج های ایرانی با استفاده از به کار گیری این روش موفق شده اند تا در مدت زمان بسیار کوتاهی فالوور ها و مشتری های بسیار زیادی پیدا کنند.

• استفاده از ابزار های تحلیل و بررسی

[/tie_list]

آخرین موردی که در بازاریابی اینستاگرام باید به کار ببرید، استفاده از ابزار های تحلیل و بررسی است. با استفاده از این ابزار ها میتوانید وضعیت پیج خود و میزان موفقیت در جذب فالوور و مشتری را بسنجید و نقاط قوت و ضعف خود را بیابید. زمانی که به این اطلاعات در خصوص پیج و فعالیت خود دست یابید می توانید نقاط قوت خود را افزایش دهید و نقاط ضعف خود را از بین ببرید و در نهایت فعالیت خود را موفقیت آمیز تر گردانید.

[box type="info" align="" class="" width=""]

برای انجام دادن این تحلیل و بررسی می توانید از ابزار های مختلف اینستاگرام استفاده کنید. برای تحلیل و بررسی فعالیت پیج، اینستاگرام ابزار های زیادی در اختیار شما قرار داده است که با استفاده از آنها میتوانید به صورت دقیق امار فعالیت های خود را به دست آورید. به عنوان مثال: ابزار [Instagram insight](#)، ابزار [klear](#)، ابزار [union metrics](#)، ابزار [iconosquare](#)، ابزار [hootsuite](#)، ابزار [crowd fire](#) و ... از جمله ابزار هایی هستند که برای تحلیل و بررسی وضعیت پیج میتوان از آنها کمک گرفت و از آنها استفاده کرد.

[/box]

علاوه بر ابزار های تحلیل و بررسی که در قسمت فوق ذکر شد، میتوانید هشتگ های پر بازدید را شناسایی کنید و به این صورت از آنها بیشتر از سایر هشتگ ها در پست های خود استفاده کنید.

نرخ تعامل خود با دیگران را بررسی کنید و تعداد لایک ها، کامنت ها، ذخیره سازی پست ها توسط کاربران و میزان به اشتراک گذاری پست ها را در نظر بگیرید و با توجه به آنها دریابید که کدام یک از انواع پست های شما برای مخاطبین جذاب تر بوده اند و بیشتر توجه آنها را جلب کرده اند. به این شکل می توانید در ساخت محتوا موفق تر عمل کنید و محتوایی را بسازید و یا محصولاتی را بیشتر ارائه دهید که مخاطبین واکنش های بیشتری به آنها نشان داده اند.

ارزیابی استوری ها نیز مساله دیگری است که در می توانید از آن به عنوان ابزاری برای تحلیل و بررسی وضعیت پیج خود استفاده کنید. سعی کنید که به استوری های خود و میزان بازدید از آنها توجه کنید. در صورتی که استوری هایی با چند اسلاید منتشر میکنید دقت کنید که چند نفر از فالوور ها تا انتهای استوری را بازدید کرده است و چند نفر از بازدید مابقی استوری منصرف شده اند. سپس با در اختیار داشتن این امار می توانید به شکل بهتری وضعیت استوری و انتشار محتوای خود را بررسی کنید و اگر بازدید استوری هایتان در نیمه راه کاهش پیدا کرده است، می توانید با شناسایی نقاط ضعف و افزودن به جذابیت استوری ها، این مشکل را تا حدودی کاهش دهید.



ترفندهای موفقیت در اینستاگرام مارکتینگ

ترفندهای موفقیت در اینستاگرام مارکتینگ

برای اینکه بتوانید در بازاریابی موفق باشید، می توانید از تکنیک ها و ترفند هایی که برای شما شرح می دهیم استفاده کنید.

[tie_list type="lightbulb"]

• **بیو (Biography) خلاقانه و کامل**

همان طور که در قسمت های فوق اشاره کردیم، بیو یا بایو یکی از بخش های اصلی در بهینه سازی پروفایل است که باید به میزان زیادی به آن توجه کنید زیرا نوشتن یک بیو مناسب تاثیر بسیار زیادی در جذب مخاطب و فالوور دارد و می تواند در نتیجه کسب و کار شما موثر واقع گردد.

خلاقیت در نوشتن بیو بسیار مهم است و در صورتی که شخص خلاق باشد می تواند یک بیو منحصر به فرد بنویسد که باعث جلب توجه عده زیادی از افراد باشد.

می توانید برای اینکه یک بیو خلاقانه و کامل داشته باشید، شرح وضعیت کسب و کار خود را به زبان طنز آمیز و یا با زبان عامیانه بنویسید به نحوی که مخاطب با شما و فعالیت تان احساس نزدیکی و دوستی پیدا کند و احساس خوبی با خواندن بیو به او دست دهد.

[box type="warning" align="" class="" width=""]

مهمترین عاملی که در پیو باید رعایت کنید اینک باید توضیح دهید که به چه دلیل مخاطب باید شما را فالو کند و منفعت پیج شما و مزایای رقابتی دقیقا چیست.

[/box]

• تولید ویدیو عامل اصلی موفقیت!

به یاد داشته باشید که عامل بسیار مهم برای به دست آوردن موفقیت سریع پیج تولید ویدیو و ساختن ویدیوی منحصر فرد است. ویدیوی که شخصی در آن حضور داشته باشد چندین برابر ویدیو های دیگر دیده میشود و قابل مقایسه با پست های دیگر نیست. در صورتی که برای فعالیت خود در اینستاگرام از ویدیو استفاده می کنید، می توانید که برای افزودن به جذابیت ویدیو از استیکر، اسلاید شو، فریم و یا قابلیت های دیگری که در میکس ویدیو وجود دارد، استفاده کنید و برای ویدیوی خود یک موسیقی بسیار زیبا و جذاب انتخاب کنید زیرا موسیقی تاثیر بسیار زیادی در جذب شدن و کشیده شدن مخاطبین به سوی پیج و پست شما دارد.

علاوه بر آن در تولید ویدیو باید این مساله را نیز به یاد داشته باشید که حتما برای ویدیو های خود یک آرم و یا نشان از پیج خود را قرار دهید و یا لوگوی برند خود را در ویدیو درج کنید.

• استفاده از هشتگ های مناسب در پست ها

همان طور که می دانید هشتگ یک قابلیت بسیار تاثیر گذار و موثر در دیده شدن پیج است و با درج هشتگ های مناسب می توانید امکان بازدید از پیج خود را در وسعت زیادی فراهم کنید. به عبارت دیگر اگر برای پست های خود هشتگ گذاری به شیوه صحیح انجام دهید، این امکان را فراهم می کنید که با عبارت کلیدی موجود در هشتگ و جست و جوی آن در اینستاگرام هر کاربری بتواند به پیج شما دسترسی پیدا کند.

در نتیجه حتما برای موفقیت در اینستاگرام هشتگ گذاری صحیح را رعایت کنید و برای هر پست از چندین هشتگ در حدود 5 الی 10 هشتگ مرتبط با پست خود که تکراری نباشند و به عنوان هشتگ های ممنوعه اینستاگرام شناسایی نشده باشند، استفاده کنید و با انجام این کار بازدید از پیج خود و همچنین فالوور ها و مشتری های خود را افزایش دهید.

لازم به ذکر است که اگر برای هشتگ گذاری پست های خود از هشتگ های ممنوعه استفاده کنید، توسط ربات های اینستاگرام شناسایی می شوید و پست شما متوقف می شود. همچنین اگر هشتگ گذاری را به صورت صحیح انجام ندهید و از هشتگ های مرتبط با پست نیز استفاده نکنید، پست شما خیلی دیده نخواهد شد.

• استوری های متعدد نشانه زنده بودن صفحه شماست

فعال بودن در اینستاگرام از دیگر مسائل مهم برای موفقیت در کسب و کار اینستاگرامی و یا اینستاگرام مارکتینگ است. پیج هایی که زمان زیادی غیر فعال باشند، تعداد بسیار زیادی از فالوور های خود را از دست می دهند و به همین دلیل فعال بودن در درج پست و استوری را نباید برای به دست آوردن موفقیت فراموش کنید. زمانی که استوری های متعددی را درج می کنید و به صورت روزانه استوری منتشر می کنید، مخاطبان در می یابند که شما همچنان فعال هستید و به همین دلیل هر روز منتظر ارائه محصولات جدید و یا خدمات شما هستند اما در درج استوری باید توجه داشته باشید که استوری های شما به میزان کافی جذاب باشد و تعداد آنها در طول روز به قدری زیاد نباشد که مخاطب را خسته کند.

معمولا بر اساس نظر اساتید این حوزه تعداد استوری روزانه باید بین 5 تا 8 استوری با فواصل زمانی متنوع باشد تا بیشترین بازدهی از نظر بازدید استوری را داشته باشید.

• استفاده از لایو زنده برای پرسش و پاسخ و آگاهی از محصول

قابلیت جدید اینستاگرام یعنی لایو برای دارندگان کسب و کار در اینستاگرام بسیار کارایی دارد. با استفاده از این قابلیت جدید می توانید به راحتی محصولات خود را به صورت واضح نمایش دهید و با فالوور های خود جلسات پرسش و پاسخ در خصوص محصولات و به صورت زنده برگزار کنید. با انجام این کار فالوور ها به میزان بیشتری به شما و کسب و کارتان اعتماد خواهد کردند و اشتیاق آنها به خدمات و یا محصولات شما بیشتر خواهد شد.

[box type="info" align="" class="" width=""]

با برگزاری ویدیو های لایو این امکان به وجود می آید که مشتری ها در مورد محصولات مورد نظرشان با شما صحبت کنند و نظرات خود را با شما به راحتی در میان بگذارند.

[/box]



• شناسایی رقبا و تحلیل نقاط موفقیت آنها

برای اینکه بتوانید موفقیت خود را افزایش دهید باید به پیچ رقبای خود سر بزنید و فعالیت های آنها را تحت نظر بگیرید تا دریابید که آنها از چه تکنیک هایی استفاده می کنند و چه مسائلی در پیچ آنها باعث جذب مخاطب و یا ریزش مشتری ها شده است. باید آنها را روزانه رصد کنید و ببینید کجاها تبلیغ می دهند و باز خورد تبلیغات چگونه بوده است تا بتوانید از تجربه تبلیغات آنان استفاده کنید. در نتیجه به این شکل می توانید از آنها الگو برداری کنید و یا نقاط موفقیت آنها را تحلیل کنید و سپس با کمی خلاقیت نقاط موفقیت آنها را مورد استفاده قرار دهید.

به صورت کلی باید دائما بعضی از موفق ترین رقبای خود را زیر نظر داشته باشید و سعی کنید که با آنها رقابت کنید. به این شکل می توانید فعالیت خود را ارتقا دهید و اموری را انجام دهید که از آنها عقب نباشید.

• استفاده از تکنیک های برند سازی

[/tie_list]

از دیگر نکات مهم و تاثیرگذار در خصوص موفقیت در اینستاگرام مارکتینگ، استفاده از تکنیک برند سازی است. در این رابطه باید سعی داشته باشید که از تکنیک هایی که مختص به برند سازی هستند استفاده کنید. این تکنیک ها از قبیل زیر هستند:

- استفاده از رنگ مشخص برای زمینه امور تبلیغاتی و پست های خود به همراه لوگو برند
- افزایش استفاده از جلوه های بصری زیبا مانند لوگوموشن ها و اینترو
- استفاده از لوگو یا واترمارک به پست و استوری
- همیشه در لایو ها و پست ها به نام برند خود اشاره کنید و به زبان بیابورید
- بالا بردن سطح آگاهی مخاطب در مورد محصولات و خدمات
- ...

[tie_list type="lightbulb"]

• جذب فالوورهای وفادار

[/tie_list]

آخرین موضوعی که باید در خصوص موفقیت در اینستاگرام مارکتینگ به آن توجه کنید، جذب کردن فالوور های وفادار است. در اینستاگرام انواع مختلفی از فالوور ها از قبیل: فالوور ایرانی، فالوور خارجی، فالوور فیک، فالوور واقعی و یا وفادار و ... وجود دارد که بهترین نوع این فالوور ها را می توان فالوور وفادار و یا فالوور واقعی در نظر گرفت. این دسته از فالوور ها به فعالیت پیچ شما وفادار هستند و موضوعات پیچ شما را به صورت مشتاقانه دنبال می کنند. به همین دلیل به آنها فالوور وفادار و یا فالوور واقعی می گویند. این نوع فالوور ها در فعالیت پیچ شما نقش بسیار مهمی دارند و از اصلی ترین مشتری های شما به حساب می آیند که باید به میزان زیادی توجه و رضایت آنها را کسب کنید تا همیشه مشتری های شما باقی بمانند.

فالوور های وفادار یا واقعی علاوه بر اینکه از مشتری های ثابت شما به حساب می آیند، به صورت نامحسوس نیز باعث می شوند که مشتری ها و فالوور های شما افزایش پیدا کنند. زیرا این نوع از دنبال کنندگان به صورت خودخواسته و با میل شخصی خودشان به تبلیغ پیچ و کسب و کار شما می پردازند و شما را به دوستان و آشنایانشان معرفی می کنند و به این صورت مشتری های شما افزایش پیدا میکنند.

به همین دلیل در میان انواع فالوور هایی که در اینستاگرام وجود دارند، جذب فالوور های وفادار از اهمیت بیشتری برخوردار است و مساله بسیار مهمی می باشد که نباید از توجه به آن ها و جذبشان غافل شوید.

نتیجه گیری

سعی کردیم کامل ترین محتوا در زمینه زمینه معرفی اینستاگرام مارکتینگ به همراه جزئیات برای شما عزیزان شرح دهیم تا به نحو بهتری بتوانید بازاریابی در اینستاگرام را به خوبی درک کنید. در صورتی که مطالب ذکر شده در این مقاله و بخش های ذکر شده در آن را به خوبی در نظر بگیرید و آنها را به کار ببرید، می توانید تاثیرات چشم گیری در فعالیت های خود مشاهده کنید و از نتایج مثبت آن بهره مند شوید.

به عبارت دیگر می توان گفت مطالعه این مقاله باعث می شود تا افرادی که شناخت زیادی از کسب و کار در اینستاگرام ندارند و یا اشخاصی که نیاز به دریافت اطلاعات بیشتری در این رابطه دارند، بتوانند به خوبی فعالیت تجاری خود را در این شبکه پیش ببرند و امیدواریم که شما خواننده عزیز نیز در گروه این دسته از افراد قرار داشته باشید.

برای دانلود پی دی اف مطالب کامل این صفحه، کلیک کنید.