

چگونه تاثیرگذاری اینستاگرام‌تان را افزایش دهید؟



منبع: www.modiresabz.com

نویسنده: ناتان چان - خلاقیت شماره ۹۹
موضوع: بازاریابی با رسانه‌های اجتماعی
برای خواندن جدیدترین مطالب مدیریت و
بازاریابی به سایت مدیرسبز مراجعه کنید!
برای دانلود صدها مقاله مشابه این مطلب
عضو سایت مدیرسبز شوید!

آیا می‌دانستید که اینستاگرام ماهانه بیش از ۵۰۰ میلیون کاربر فعال دارد؟ عجب! پس تعجبی ندارد که بیشترین سوالی که در مورد این شبکه قدرتمند به اشتراک‌گذاری عکس پرسیده می‌شود این است که «چطور فالوئرهای بیشتری جذب کنم؟» خب در این مقاله می‌خواهم سه تا از بهترین نکات مدیریت و ارتقای اینستاگرامی خود را با شما در میان بگذارم. البته با اینکه هیچ‌کدام از آن‌ها برای شما موفقیت یک‌شبه به ارمغان نمی‌آورند، اما به شما اطمینان می‌دهم که با استفاده از این نکات تعداد فالوئرهایتان روزبه‌روز بیشتر و بیشتر خواهند شد. مشکل اینجاست که بیشتر مردم نمی‌خواهند آنقدر که باید برای مدیریت درست و روزانه صفحه اینستاگرام و در نتیجه کسب نتایج مناسب تجاری وقت بگذارند.

آن‌ها می‌خواهند نکاتی سریع و ساده یاد بگیرند و به سرعت به نتیجه برسند؟ اما آیا می‌دانستید که تنبلی در مدیریت شبکه اجتماعی و استفاده از تکنیک‌های جذب فالوئر نادرست، شاید تعداد مخاطبان زیادی برایتان به ارمغان بیاورد؛ اما فالوئرهای را در زمینه کاری شما درگیر و جذب نمی‌کند و در نتیجه فروش مناسبی نخواهید داشت. پس در این مقاله قرار نیست با سایت‌هایی آشنا شویم که در ازای یک مبلغ مشخص، تعداد فالوئرهای مشخصی برایتان ایجاد می‌کنند. در عوض، با نکات آزموده شده زیر آشنا شوید تا بتوانید به شکلی درست و منطقی تعداد فالوئرهایتان را افزایش دهید و در آن‌ها احساس تعهد ایجاد کنید و محصولات‌تان را به فروش برسانید. آماده هستید؟

اگر روز یک تا سه پست در اینستاگرام قرار دهید

بهترین روش برای کسب نتیجه مناسب تجاری از طریق اینستاگرام این است که فعالیت خوبی در این شبکه داشته باشید. خب اینکه تعجبی نداشت! اما آیا می‌دانید که چند بار در هفته باید پست جدید بگذارید؟ این تعداد به اهداف شما بستگی دارد. حساب‌های کاربری مشهور که تعداد فالوئرهای بسیار زیادی دارند، هر ماه در حدود ۵۹ پست در حساب خود ارسال می‌کنند. اگر بخواهیم این رقم را به طور روزانه حساب کنیم، چیزی حدود روزی سه پست خواهد شد.



اگر می‌خواهید تعداد مخاطبان زیادی نداشته باشید، باید محتوای متعددی نیز در طول روز و همچنین آخر هفته‌ها ارسال کنید. پس قرار دادن «سه» پست روزانه الزامی نیست و به نوع کار و هدف شما بستگی دارد. به عنوان مثال، صفحه طراحی داخلی به طور روزانه دو پست ارسال می‌کند و هر روز چیزی حدود دو هزار فالوئر جدید جذب می‌کند. نکته خوب ماجرا این است که مخاطبان این پیج واکنش خوبی نسبت به هر پست و محتوای آن دارند و نسبت به آن احساس تعهد می‌کنند. مشخص است که چنین پیجی مخاطبان خود را به شکلی طبیعی جذب کرده است؛ نه با استفاده از سایت‌های خرید فالوئر! باور کنید که بدترین کار ممکن این است که فالوئرهای اینستاگرامی‌تان را خریداری کنید! آن مخاطبان هیچ‌گاه به شکلی واقعی با محتوای ارسالی شما ارتباط برقرار نمی‌کنند.

شاید ببینید که تعداد لایک‌هایتان زیاد شده یا نظراتی مثل «چه باحال»، «چه عکس قشنگی» یا «اوه خدای من!» دریافت کنید؛ اما مشتری واقعی‌ای به سراغتان نخواهد آمد. علاوه بر این، اگر برای خرید فالوئر اقدام کنید و اینستاگرام متوجه این موضوع شود، حساب کاربری‌تان را مسدود خواهد کرد که در نتیجه هم فالوئرهای خریداری شده و هم فالوئرهای واقعی‌تان را از دست خواهید داد.

۲. الگوریتم اینستاگرام را بشناسید

اینستاگرام در همین تابستانی که پشت سر گذاشتیم، تغییری در الگوریتم نمایش عکس‌هایش داد. حالا عکس‌هایی در ابتدا نمایش داده می‌شوند که احتمالاً مخاطب به آن‌ها علاقه بیشتری دارد. این بدان معناست که شما به عنوان کاربر این شبکه احتمالاً در ابتدای تایم‌لاین عکس‌هایی از دوستانتان می‌بینید؛ در حالی که عکس‌های ارسال شده از طریق پیج‌های مختلف به کسب‌وکار، که هر از چند وقت یک بار به آن‌ها سر می‌زنید، پس از عکس دوستانتان نمایش داده می‌شوند. این موضوع، از دیدگاه یک کاربر عادی اینستاگرام، موضوع بدی نیست. زیرا حالا می‌توانید بهترین و دلخواه‌ترین محتوای ممکن را ببینید. اما از نظر تجاری، شما می‌خواهید به بیشترین تعداد مخاطبان دست پیدا کنید و محتوای ارسالی‌تان را به همه فالوئرهایتان نشان دهید. این کار، اگر چه چالش برانگیز است، اما غیر ممکن نیست. تنها چیزی که باید در مورد تغییر الگوریتم اینستاگرام بدانید این است: هنوز هم کاملاً می‌توانید مشتریان خود را تحت کنترل بگیرید.

پست‌های ارسالی دوستانتان در ابتدای صفحه نمایش داده می‌شوند؛ دلیل آن این است که میزان تعامل زیادی با این پست‌ها دارید. پس اگر در حیطه تجاری هم تعامل زیادی با مشتریان و مخاطبان اینستاگرامی خود برقرار کنید، پست‌های ارسالی‌تان در ابتدای صفحه نمایش داده می‌شود. به همین سادگی! این به آن معناست که نکته کلیدی برای جذب مخاطب در اینستاگرام این است که محتوایی باکیفیت ارسال کنید که فالوئرهایتان با آن ارتباط برقرار کنند.

چه چیزهای جذابی می‌توانید در صفحه کاری خود قرار دهید؟ عکس‌های جالبی از پشت صحنه کارتان، ارسال عکس‌هایی که مشتریان با محصولات شما گرفته‌اند، محتوای ویدئویی، پست‌های مسابقه و ارائه نمونه محصولات رایگان و تعریف کردن تجربیات جالب، الهام‌بخش یا بامزه مشتریان



۳. پس چالش امروز شما این است: تجربه جالب خرید یکی از مشتریانتان را در صفحه اینستاگرام خود به اشتراک بگذارید. فراموش نکنید که مشتری مورد نظر را نیز روی عکس تگ کنید

به خوبی در مورد کپشن (توضیح عکس) فکر کنید.

می‌دانیم که کار کردن با الگوریتم اینستاگرام به این شکل این است که باید محتوایی باکیفیت در این شبکه قرار داده شود تا مخاطبان به درستی جذب شوند. بنابراین مهم است که برای نوشتن کپشن زمان کافی بگذارید. زمانی که برای ارسال یک پست عجله دارید، شاید آخرین چیزی که بخواهید در مورد آن فکر کنید، متن کپشن باشد. اما مشکل اینجاست که کپشن خوب باعث محبوبیت پست شده و کپشن بد آن را نابود می‌کند! یک کپشن هوشمندانه و فکر شده به شما کمک خواهد کرد تا با برانگیختن احساسات مردم از آن‌ها لایک یا کامنت بگیرید. علاوه بر این اگر در کپشن پرسشی مطرح شود، کاربران می‌توانند به آن پاسخ دهند و همین می‌تواند باعث ایجاد تعامل میان کاربر و پیج شود.

حالا که روش‌هایی آزموده شده را برای افزایش فالوئرهای اینستاگرام‌تان آموختید، وقت شروع به کار است. شما حتما می‌توانید پیج موفق‌تری در زمینه کسب‌وکار داشته باشید؛ فقط باید نسبت به آن تعهد داشته باشید تا نتایج خوبی به دست آورید.