



۷ ترند بازاریابی با اینستاگرام

از سال قبل آموزش بازاریابی با اینستاگرام را آغاز کرده‌ام و چندین کارگاه تخصصی در این زمینه برگزار کرده‌ایم. در این شماره می‌خواهم چند ترند ارزشمند را با شما دوستان همیشگی موفقیت در میان بگذارم.

روند انفجاری اینستاگرام

اگر اکانت اینستاگرام دارید، آیا اینستاگرام را بیشتر چک می‌کنید یا ایمیلتان را؟ روز به روز بازاریابی با ایمیل سخت‌تر می‌شود. البته منظورم این نیست که قدرتش را از دست داده یا باید کنار گذاشته شود. هنوز اصلی‌ترین روش ارتباط در بازاریابی اینترنتی همان ایمیل است؛ ولی اطلاع‌رسانی، جلب توجه مخاطب و بازاریابی از طریق رسانه‌های اجتماعی هر روز آسان‌تر می‌شود. دلیل آن است که رسانه‌های اجتماعی برای مخاطب خیلی بیشتر از سایت ما یا حتی ایمیل شخصی جذاب است.

جای هیچ شکی نیست که اینستاگرام توانسته رتبه اول را در تمام رسانه‌های اجتماعی موبایل به خود اختصاص دهد. اینستاگرام بیش از ۳۰۰ میلیون کاربر دارد که بیش از

۲۰۰ میلیون از آن‌ها کاملا فعال هستند؛ یعنی مطالب جدید را می‌بینند. جالب است بدانید هم‌اکنون بیش از ۲۰ میلیارد عکس در اینستاگرام وجود است، یعنی تقریبا به ازای هر فردی که روی کرده زمین زندگی می‌کند ۳ عکس وجود دارد!

اگر بتوانیم از اینستاگرام درست استفاده کنیم و ترفندهای آن را بدانیم به راحتی می‌توانیم برندمان را محبوب‌تر کنیم و همچنین محصولات و خدمات را بفروشیم. شما حتی اگر سایت نداشته باشید باز تا حدی می‌توانید از روش‌های **بازاریابی با اینستاگرام** استفاده کنید. اگر فرصت بازاریابی با رسانه‌های اجتماعی را از دست بدهید، یک ابزار تبلیغاتی رایگان و بسیار قدرتمند را کنار گذاشته‌اید.

هنگامی که **تعداد فالوورهای اینستاگرام** سایت مدیرسبز حدود ۱۰۰۰ نفر بود، حدود ساعت ۸ عصر پنجشنبه یک کوپن تخفیف در اینستاگرام گذاشتم و نوشتم فقط تا ۲۳:۵۹ امشب؛ یعنی آن کوپن فقط برای ۴ ساعت معتبر بود. فقط در آن ۴ ساعت چند میلیون تومان فروش ایجاد شد. اگر همین کار با ایمیل انجام می‌شد قطعا به این سرعت نتیجه نمی‌داد. برای دیدن این مورد واقعی می‌توانید در اینستاگرام `modiresabz` را جستجو کنید.

اگر میزان کل فروش را به تعداد دنبال‌کننده‌ها تقسیم کنیم می‌بینیم در این مورد خاص مالی هر فالوور حدود ۴۰۰۰ تومان می‌شود؛ یعنی هر دنبال‌کننده برایمان می‌تواند ۴۰۰۰ تومان فروش ایجاد کند؛ بنابراین حتی ارزش دارد بر تبلیغاتی سرمایه‌گذاری کنیم که نتیجه آن افزایش تعداد هواداران ما شود.

مدل جدید بازاریابی اینترنتی که روز به روز در حال رایج شدن است، هدایت افراد سایت به رسانه‌های اجتماعی است. پس از آنکه بازدیدکننده، دنبال‌کننده یکی از رسانه‌های اجتماعی شد، به او دسترسی داریم و می‌توانید پیام‌های بازاریابی را از این طریق برایش ارسال کنیم.

در ادامه به بررسی ۷ ترفند می‌پردازیم که می‌تواند عملیات بازاریابی شما را در اینستاگرام بهبود بخشد.



۱. استفاده بهتر از آدرس سایت در پروفایل

در اینستاگرام شما می‌توانید آدرس وبسایت را در پروفایل‌تان وارد کنید. اگر وبسایت ندارید بهتر است آن قسمت را خالی نگذارید؛ مثلا می‌توانید آدرس پروفایل لینکدین خود را وارد کنید. اگر سایت دارید بهترین حالت آن است که به جای وارد کردن آدرس صفحه اصلی سایت، افراد را به صفحه فرود خود هدایت کنید. صفحه فرود صفحه‌ای است که در آن ایمیل مخاطب را دریافت می‌کنید و به ازای آن یک هدیه به او می‌دهید. هدیه می‌تواند یک کتاب الکترونیکی رایگان، آموزش صوتی، فیلم یا هر اطلاعات جذاب دیگر باشد.

۲. ایجاد توقف بر عکس‌ها

از عکس‌هایی استفاده کنید که باعث کنجکاوی شود. اگر عکس‌هایی بسیار معمولی و حتی با کیفیت عالی منتشر کنید هیچ انگیزه‌ای برای توقف بر عکستان ایجاد نمی‌کنید. افراد اغلب با عکس‌های زیادی مواجه هستند و تنها چیزی که باعث توقف بر یک عکس خاص می‌شود حس کنجکاوی است. برای ایجاد کنجکاوی روش‌های

زیادی وجود دارد؛ مثلا می‌توانید از یک محصول از فاصله‌ای بسیار نزدیک عکس بگیرید که به راحتی قابل حدس زدن نیست. ایده دیگر گرفتن عکس از زاویه‌ای نامتداول است. کمی وقت بگذارید و بر خلاقیت عکس‌ها کار کنید و ببینید چقدر بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند.

۳. نوشتن توضیحات پروفایل برای فالو شدن

در بخش توضیحات پروفایلتان که Bio نامیده می‌شود بدیهیات و موارد کلیشه‌ای ننویسید. همچنین از خودتان و کسب‌وکارتان تعریف نکنید، بلکه فقط بر پاسخ یک سوال متمرکز شوید. چرا دیگران باید شما را فالو کنند؟ مهم‌ترین مطلبی که باعث فالو شدن شما می‌شود ارائه دلیلی قانع‌کننده برای این کار است. در واقع خیلی واضح بگویید که با فالو کردن شما چه مزیتی به دست می‌آورند. مثال نامناسب: بزرگ‌ترین شرکت آموزشی در زمینه بازاریابی و مدیریت مثال مناسب: با فالو کردن این صفحه با نکات و ترفندهای مدیریتی آشنا شوید و برای خرید از سایت کوپن‌های تخفیف دریافت کنید.

۴. ارائه کوپن تخفیف فقط در اینستاگرام

در صفحه اینستاگرام مدیرسبز چند تست انجام دادیم تا ببینیم بهترین راهکار برای هدایت افراد از اینستاگرام به سایت و ایجاد فروش چیست. فرض کنیم می‌خواهید برای اعضای اینستاگرام خود یک فروش ویژه بگذارید و ۲۰ درصد تخفیف بدهید. اعلام این موضوع که محصولات ۲۰ درصد تخفیف دارند جذابیت چندانی ایجاد نمی‌کند. بهترین کار آن است که یک کوپن تخفیف ۲۰ درصدی به صورت کاملاً انحصاری در اختیار دنبال‌کنندگان شما در اینستاگرام قرار دهید. در سایت و جاهای دیگر هیچ صحبتی از این تخفیف نکنید.

۵. ارائه مطالب انحصاری

یکی از کارهای بسیار اشتباه که توسط بسیاری از بازاریابان اینترنتی انجام می‌شود، انتشار تمامی پست‌ها در تمام رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی است؛ یعنی فرض کنید شما یک فروش ویژه دارید. این مطلب را در فیس‌بوک، اینستاگرام، لینکدین و ... اعلام می‌کنید. پس از مدتی کاربران می‌بینند که رسانه‌های اجتماعی شما کپی همدیگر هستند؛ بنابراین به این نتیجه می‌رسند که لزومی ندارد تمام آن‌ها را دنبال کنند. کافی است گاهی به یکی از آن‌ها نگاهی بیندازند. البته گاهی لازم است مطلبی را در تمام رسانه‌ها منتشر کنید، ولی در هر رسانه مطالب اختصاصی هم داشته باشید.

۶. تغییر ماهانه عکس پروفایل

عکس پروفایلتان را ماهی یک بار عوض کنید! شاید این مورد کمی عجیب به نظر برسد، ولی این کار باعث می‌شود از دید اینستاگرام کاربر فعال‌تری محسوب شوید. هر چه کاربر فعال‌تری باشید، عکس‌های شما در نتایج جستجوی اینستاگرام جایگاه بهتری خواهد داشت و احتمال دیده شدن عکس‌هایتان و فالو شدن شما بیشتر می‌شود.

شاید فکر کنید اکانت من کاملاً تجاری است و مثلاً لوگوی شرکت را به عنوان عکس پروفایل قرار داده‌ام. چگونه می‌توانم هر ماه آن را عوض کنم؟ با کمی خلاقیت این کار انجام‌پذیر است. می‌توانید به مناسبت‌های مختلف لوگو را کمی تغییر دهید؛ مثلاً با شروع زمستان می‌توانید چند دانه برف به لوگو اضافه کنید. یا با شروع بهار زمینه لوگوی شما گل و گیاه باشد حتی گاهی می‌توانید بر عکس پروفایلتان بنویسید: فروش ویژه!

۷. اول آموزش، سپس فروش

در اینستاگرام به آموزش بپردازید. شاید بلافاصله بگویید کار من آموزش نیست؛ مثلاً فروشگاه لوازم اتومبیل دارم، حتی اگر لوازم اتومبیل می‌فروشید کار اصلی شما آموزش است. البته منظور از آموزش ارائه نکات و ترفندهایی درباره لوازم اتومبیل است. همچنین می‌توانید نکاتی را بگویید تا مخاطب با خواندن آن بتواند خرید بهتری انجام دهد. در آموزش‌ها توضیح دهید چگونه می‌توان تشخیص داد محصول کیفیت مناسبی دارد یا خیر. در واقع اغلب خریداران به کمک و آموزش نیاز دارند و ترجیح می‌دهند محصول را از کسی بخرند که آموزش بهتری می‌دهد. یکی از دلایل موفقیت دیجی‌کالا همین است. اگلی افراد برای کسب اطلاعات درباره محصول و مقایسه محصولات به سایت مراجعه می‌کنند، سپس به خریدار تبدیل می‌شوند.