



## نوشتن کپشن‌های بهتر

### ۸ نکته برای نوشتن کپشن‌های بهتر در اینستاگرام

بازاریابی در اینستاگرام به شدت تحت تاثیر جلوه‌های بصری است. کیفیت عکس‌های تان عامل تمایز شما از دیگران، جذب فالوئرهای بیشتر، علاقمند کردن آن‌ها به برندتان و تبلیغ درباره جنبه‌های انسان‌دوستانه کسب‌وکارتان است. اما کار دشوار شما با گرفتن یک عکس زیبا و ویرایش آن تمام نمی‌شود. کپشن به این عکس هویت می‌بخشد.

### کپشن اینستاگرام چیست؟

منظور از کپشن یا Caption همان توضیحات زیر عکس در اینستاگرام است. یک کپشن خوب عکس را توضیح می‌دهد، فالوئرهای را ترغیب به اقدام یا خرید می‌کند یا لطیفه‌ای تعریف می‌کند که محتوای عکس را مطلوب‌تر و قابل اشتراک‌گذاری می‌کند.

اگر پیش از نوشتن کپشن به دقت درباره آن فکر نکنید، یک فرصت طلایی برای جذب

علاقمندان و هیجان‌زده کردن‌شان را از دست می‌دهید، زیرا این کار فقط با انتشار عکس ممکن نیست. در این مقاله به چند نکته برای نوشتن کپشن‌های بهتر اشاره می‌کنیم:

## ۱. اول چند بار کپشن را پیش‌نویس کنید

آیا تاکنون فکر کرده‌اید که لطیفه‌ای را تعریف کنید، اما کمی برای گفتنش دیر شده باشد؟ برای همه ما اتفاق افتاده که پس از انتشار یک عکس در اینستاگرام تازه یک کپشن عالی به ذهن‌مان رسیده است. درسی که از این موضوع می‌گیریم این است که هرگز در انجام این فرایند عجله نکنیم. پس اول چند کپشن مختلف بنویسید و درباره‌شان فکر کنید. وقت کافی بگذارید و نظر همکاران را درباره هرکدام بپرسید.

شاید در این مرحله از خود بپرسید آیا اشتراک به‌موقع یک عکس یا رعایت کردن ترتیب زمانی در اینستاگرام مهم است؟ این دو مورد به موضوع پست بستگی دارد. مثلاً، بعضی‌ها صفحه اینستاگرام خود را مسیری از کارها و سبک زندگی‌شان با ترتیب زمانی می‌دانند و دوست دارند هرکاری که انجام می‌دهند را همان لحظه به اشتراک بگذارند و مستندسازی کنند، اما با تغییر اخیر الگوریتم نمایش پست‌ها در اینستاگرام، تعداد مشارکت افراد زیر پست شما از ترتیب زمانی پست‌ها مهم‌تر شده است. به‌زودی، پست‌های ما در اینستاگرام به ترتیب اهمیتی که برای ما دارند، نمایش داده می‌شوند. نمایش پست‌های شما برای فالوئرهای‌تان به تعداد لایک‌ها و کامنت‌های پست‌تان، رابطه شما با آن کاربر و سایر عوامل بستگی دارد.

به همین دلیل باید برای نوشتن یک کپشن عالی وقت بگذارید تا توجه فالوئر‌ها را جلب کند، آن‌ها را آنقدر ذوق‌زده کند که آن پست را با دوستان‌شان به اشتراک بگذارند و با محتوای پست شما ارتباط برقرار کنند.

## ۲. نکات مهم را در ابتدای کپشن بنویسید

نهایت تعداد حروف مجاز در یک کپشن اینستاگرام ۲۲۰۰ حرف است، اما یادتان باشد

که فقط سه یا چهار خط اول کپشن برای فالوئر قابل دیدن است و برای خواندن ادامه مطلب باید روی گزینه «more» یا بیشتر کلیک کند. منظورمان این نیست که همیشه باید کپشن‌های خیلی کوتاه بنویسید تا نیازی به کلیک روی گزینه «بیشتر» نباشد، بلکه منظور این است که مطالب خیلی مهم و دعوت به اقدام را در همان سه چهار خط اول بیاورید و در ادامه هشتگ‌ها، مَنشِن‌ها یا اطلاعات دیگر را اضافه کنید.

### ۳. کپشن باید دعوت به اقدام یا خرید داشته باشد

بهترین راه افزایش احتمال اشتراک‌گذاری پست اینستاگرام و جذب فالوئر، دعوت به خرید یا اقدام در کپشن است؛ مثلاً از فعل‌های مهیج استفاده کنید تا افراد به یک اقدام خاص تشویق شوند، نه اینکه منفعلانه پست‌تان را رد کنند و سراغ پست بعدی بروند. ما می‌دانیم که در توئیت‌ر فعل‌های جذاب بیش از اسم‌ها و صفت‌ها باعث اشتراک‌گذاری پست می‌شوند. همین موضوع در اینستاگرام هم صادق است؛ مثلاً، شاید در کپشن بنویسید «اگر این پست برایتان جالب بود، دو بار روی قلب قرمز **بزنید**» یا «تجربه خودتان را در کامنت‌ها **بنویسید**».

چند ایده دیگر برای دعوت به اقدام عبارتند از:

• **سوال پرسید.** افراد را تشویق کنید که تجربه مرتبط خودشان را در کامنت‌های آن پست بنویسند. شاید با خواندن این تجارب بتوانید استراتژی اینستاگرام‌تان را تغییر دهید یا نکاتی برای خلق محتوای جدید به ذهن‌تان برسد. برای به هیجان آوردن فالوئر‌ها و افزایش مشارکت آن‌ها به کامنت‌های آن‌ها پاسخ دهید تا یک گفتگوی جالب زیر پست‌تان شکل بگیرد.

• **افراد را به لینکی که در قسمت Bio صفحه گذاشته‌اید هدایت کنید.** فقط در قسمت «وبسایت» بيو می‌توانید url قابل باز شدن بگذارید. به همین دلیل است که پیج‌های بهینه اینستاگرام مدام این url را به‌روز می‌کنند تا به محتوای جدیدی که در وبلاگ خود گذاشته‌اند، به ویدیو‌هایی که در صفحه یوتیوب خود دارند یا به محصولات و پیشنهاداتشان دسترسی بدهند و سپس آن لینک را در

کپشن پست معرفی می‌کنند.

مثلاً، آیا مسابقه‌ای ترتیب داده‌اید یا می‌خواهید تعداد اعضای وبلاگ‌تان را افزایش دهید؟ فقط کافی است این لینک را عوض کنید و یک پست جدید بگذارید و لینک جدید را در کپشن آن معرفی کنید. از لینک‌های کوتاه‌شده استفاده کنید که کد رهگیری utm دارند تا متوجه شوید که چه مقدار از ترافیک وبلاگ‌تان از اینستاگرام آمده است. برای تغییر لینکی که در bio گذاشته‌اید به صفحه پروفایل خود بروید و روی گزینه «تصحیح پروفایل» کلیک کنید. سپس UTM مورد نظر را در قسمت UTM وارد کنید.

• **از افراد بخواهید دوستان‌شان را زیر پست تگ کنند.** با جملات جالب و هوشمندانه فالوورها را تشویق کنید که پست شما را با دوستان‌شان به اشتراک بگذارند و آن‌ها را تگ کنند.

• **از افراد دعوت کنید در مسابقه شما شرکت کنند.** برگزاری مسابقه برای افزایش مشارکت افراد و در معرض دید قرار دادن برندتان عالی است. فقط از افراد بخواهید عکسی که برای مسابقه گرفته‌اند را در صفحه خودشان پست کنند و در کپشن عکس، هشتگ مربوط به مسابقه را بیاورند. شرایط و قوانین مسابقه را در کپشن خودتان بنویسید و حتی لینک آن را هم در قسمت بیو بگذارید.

## ۴. فقط از چهار هشتگ استفاده کنید

کاربرد هشتگ در اینستاگرام مشابه کاربرد آن در توئیتر و فیس‌بوک است و گفتگوهای کاربران مختلف را به یک جریان واحد هدایت می‌کند. تا وقتی که صفحه‌تان عمومی باشد، هرکسی که آن هشتگ را جستجو کند، می‌تواند پست مرتبط شما را هم ببیند. هشتگ‌ها برای ایجاد پیوند بین کاربرانی که همدیگر را نمی‌شناسند؛ اما به یک موضوع، رویداد یا برند خاص علاقه دارند، عالی است. همچنین هشتگ‌های بامزه می‌تواند حس شوخ‌طبعی را به پست‌تان اضافه کند.

از هشتگ‌ها کمتر استفاده کنید. بعضی کاربران اینستاگرام رشته‌ای از هشتگ‌ها را در

کپشن می‌نویسند تا فالوئر بیشتری جذب کنند؛ اما حقیقت این است که فالوئرهای فعلی این کار را شبیه اسپم می‌دانند. اگر از هشتگ‌های زیاد استفاده کنید، مردم هدف‌تان را می‌فهمند که خوشایند نیست. هشتگ‌ها را فقط به سه یا چهار مورد برتر محدود کنید و یادتان باشد اگر پست **هشتگ** لازم ندارد، اصلاً هشتگ نگذارید. برای نوشتن یک کپشن فوق‌العاده نیازی به هشتگ نیست.

## هشتگ‌ها را در انتهای کپشن بیاورید

اگر هشتگ مرتبط با متن است، آن را وسط جمله اصلی بیاورید؛ در غیراین‌صورت همه هشتگ‌ها را در انتهای کپشن بنویسید. به این ترتیب بخش جذاب‌تر کپشن اول می‌آید و برای فالوئر بهتر است.

همچنین وقتی کپشن طولانی می‌نویسید، هشتگ‌ها در سه چهار خط اول نمی‌آیند و کاربرها را به هم وصل نمی‌کنند که مشکلی هم نیست؛ چون اکثر کاربران برای دیدن پست‌ها به اینستاگرام سر می‌زنند نه برای دیدن هشتگ‌ها یا ارتباط با یکدیگر. اگر می‌خواهید با هشتگ‌های محبوب در هر حوزه آشنا شوید، با گذاشتن علامت # و تایپ حروف اول موضوع، اینستاگرام هشتگ‌های برتر را برای‌تان نمایش می‌دهد که می‌توانید از میان آن‌ها انتخاب کنید.

## ۵. صدای برندتان را با لحن مفرح اینستاگرام ترکیب کنید

هر شبکه اجتماعی لحن مخصوص خودش را دارد که بهترین نتیجه را همراه می‌آورد. با این‌که تبلیغ‌های جدی، تخصصی و سنگین نتیجه خوبی در [LinkedIn](#) دارد، همان تبلیغ در اینستاگرام بی‌نتیجه است. بهترین پست‌های اینستاگرام لحنی مفرح و بامزه دارند و جنبه واقعی‌تر، انسانی‌تر و شخصی‌تر برند را نشان می‌دهند.

به همین دلیل باید صدای برندتان را با لحن مفرح اینستاگرام ترکیب کنید. این کار برای برندهایی که صدای برندشان از اول مفرح و بامزه بوده راحت‌تر است. آن‌هایی که لحن برندشان جدی است، باید توازی بین صمیمیت و جدیت برقرار کنند.

اگر لحن‌تان در اینستاگرام ثبات داشته باشد، می‌توانید برند خوبی در این کانال بسازید؛ مثلاً طول معمول برای کپشن‌های‌تان را انتخاب کنید. آیا می‌خواهید داستان‌تان را در یک پاراگراف بنویسید یا فضای بیشتری نیاز دارید؟ مثلاً فضای بیشتری برای نوشتن دستورات‌عمل یا طرز تهیه غذا نیاز دارید؟ یا رویکردی مینیمالیستی دارید و فقط چند کلمه می‌نویسید؟

وقتی شک دارید، از لطیفه و ایهام استفاده کنید. شادی و سرزندگی نتیجه خوبی در رسانه‌های اجتماعی مخصوصاً اینستاگرام دارد. مردم عاشق برندهایی هستند که لطیفه‌ای می‌نویسند یا با لغات بازی می‌کنند. مثلاً، صفحه اینستاگرام شرکت جت بلو همیشه مرجع خوبی از لطیفه‌ها و ایهام‌ها است.

## ۶. از شکلک‌ها و صورتک‌ها استفاده کنید

اغلب کاربران گوشی‌های هوشمند به emoji ها یا همان شکلک‌های احساسی کارتونی دسترسی دارند و این شکلک‌ها می‌تواند به کپشن اینستاگرام شخصیت ببخشد. به همین دلیل خیلی از برندها، حتی برندهای جدی‌تر در کپشن‌ها از آن‌ها استفاده می‌کنند.

راه‌های مختلفی برای استفاده از ایموجی در پست‌ها وجود دارد؛ مثلاً می‌توانید آن‌ها را در ابتدای کپشن بیاورید تا توجه افراد را جلب کند. همچنین می‌توانید آن‌ها را به‌جای کلمات خاصی وسط جمله بگذارید یا در انتهای کپشن به‌عنوان خلاصه مطلب بیاورید.

## ۷. صفحات خود در سایر رسانه‌های اجتماعی را در اینستا معرفی کنید

همچنین می‌توانید صفحات خود در سایر رسانه‌های اجتماعی را در کپشن اینستا تبلیغ کنید. این روش خوبی است که فالوئرهای بفهمند در کدام رسانه‌های دیگر می‌توانند شما را پیدا کنند، در نتیجه فالوئرهای اینستاگرام به فالوئرهای توئیتر،

طرفداران فیس‌بوک و مخاطبان اسنپ‌چت هم تبدیل می‌شوند. مثلا می‌توانید کمپینی که در کانال دیگر برگزار کرده‌اید را در اینستاگرام تبلیغ کنید.

## ۸. اگر درباره موضوعی شک دارید، کپشن کوتاهی درباره‌اش بنویسید

با توجه به نوع مخاطبان، شاید لازم باشد کپشنی طولانی‌تر از چند کلمه یا یک جمله بنویسید. مثلا، اگر شرکت صنایع غذایی هستید، می‌توانید همه دستورپخت را در کپشن‌تان بنویسید. این کار خوب است به شرطی که همه اطلاعات مهم (مثلا اسم آن غذا را) را در چند خط اول بیاورید تا نصفه دیده نشود.

اما اگر هنوز هم مطمئن نیستید که صدای برندتان چیست، بهترین ترفند این است که کپشن را کوتاه بنویسید. خیلی از برترین کپشن‌های اینستاگرام جمله‌هایی خلاصه و کوتاه هستند که نکته موردنظر را سریعاً منتقل می‌کنند و اجازه می‌دهند محتوای تصویری بقیه حرف‌ها را بزند.

["message\_box text\_color="light]

### یک کپشن خوب در اینستاگرام چه ویژگی‌هایی دارد؟

- مطالب مهم باید در ابتدای آن نوشته شود.
- دعوت به اقدام یا خرید داشته باشد.
- تعداد مناسبی هشتگ داشته باشد.
- لحن مفرح و بامزه‌ای داشته باشد.
- اموجی داشته باشد.
- صفحات شما در سایر رسانه‌های اجتماعی را تبلیغ کند.
- اختصار را رعایت کند.



• اطلاعات مفید داشته باشد.

[message\_box/]