



۷ نکته برای تبلیغات در اینستاگرام

در زمانی که وبلاگ‌ها در میان مردم به شهرت رسیدند، بازاریابی و تبلیغات از طریق افراد تاثیرگذار (influencer marketing) رواج یافت. اینستاگرام در حال حاضر آخرین معدن طلائی است که به عنوان پلت فرمی برای تبلیغات از آن استفاده می‌شود. این پلت فرم برای انواع و اقسام شرکت‌ها به خوبی کار می‌کند؛ چه در زمینه کیف و کفش باشند یا تناسب اندام؛ چه موضوع کارشان گشت‌وگذار باشد یا تجارت الکترونیک و... اینستاگرام برگ برنده بیشتر برندها بوده است. حال سوال اینجاست که شما چگونه می‌توانید افراد تاثیرگذار اینستاگرام که آن‌ها را اینفلوئنسر می‌نامند، پیدا کنید؟ سوال مهم‌تر این است که وقتی آن‌ها را پیدا کردید، چطور می‌خواهید از آن‌ها بخواهید که برایتان تبلیغات کنند؟ بیشتر شرکت‌ها و برندها این کار را به آژانس‌های تبلیغاتی واگذار می‌کنند که دپارتمان مخصوصی برای کار با اینفلوئنسرها دارند. با این حال اگر شما می‌خواهید این کار را خودتان انجام دهید، در زیر هفت سوال و نکته برای کار با این افراد را در اختیارتان قرار می‌دهیم.

آن‌ها را در kik یا تلگرام پیدا کنید

Kik اپلیکیشنی است که به شما اجازه می‌دهد به راحتی پیام‌هایتان را بدون داشتن شماره تلفن یا ایمیل طرف مقابل به او برسانید. این راهکار در تلگرام نیز عرضه شده است و می‌توانید با داشتن ID فرد او را در این برنامه پیدا و با او صحبت کرد. اگر می‌خواهید با اینفلوئنسرها در ارتباط باشید، یکی از این دو روش را انتخاب کنید.

چه مدت پست تبلیغاتی‌تان روی پیج قرار می‌گیرد؟

بر خلاف پست‌های ارسالی در وبلاگ‌ها و وبسایت‌ها که به مدت طولانی یا برای همیشه در آنجا قرار می‌گیرند، اینفلوئنسرها قوانین خاص‌تری برای تبلیغات در پیج‌های خود دارند و به شما خواهند گفت که برای مدت معینی پست تبلیغاتی شما را در پیج نگه خواهند داشت. تعرفه تبلیغاتی نیز به میزان زمان درخواستی شما بستگی خواهد داشت. به هر حال شما باید بدانید که تبلیغاتتان چند ساعت روی پیج قرار خواهد گرفت.

از اینفلوئنسر مورد نظر درخواست کنید که تبلیغاتتان را در ساعت مخصوصی روی پیج قرار دهد که معمولاً افراد بیشتری آن را ببینند (به عنوان مثال ساعات کاری یا نیمه‌های شب زمان مناسبی برای ارسال تبلیغات نیست).

ضمناً شما می‌توانید از اینفلوئنسر مورد نظر بخواهید که در بازه زمانی تعیین شده، چند بار تبلیغات شما را repost کند؛ این کار به معنای آن است که به عنوان مثال شما می‌خواهید آگهی‌تان به مدت دو ساعت روی پیج باشد ولی هر نیم ساعت یک بار پاک شده و مجدداً روی پیج قرار بگیرد تا به اصطلاح آگهی‌تان هر نیم ساعت یک بار بالا بیاید. همچنین اطمینان حاصل کنید که فالوئرهای آن پیج همه ایرانی بوده و به اصطلاح فیک یا غیرواقعی نباشند.

آیا لینک ما را در بیو (Bio) خود قرار می‌دهید؟

اینفلوئنسر به شما اجازه نمی‌دهد که در زیرنویس عکس‌هایتان از لینک استفاده کنید. تنها لینکی که می‌توانید در این رسانه اجتماعی استفاده کنید، در محدوده بیوگرافی پروفایل اینستاگرام قرار دارد. برخی از اینستاگرامرها با قرار دادن آگهی‌تان در پیجشان به طور رایگان لینک سایت یا وبلاگ شما را نیز در بیو قرار می‌دهند اما برخی دیگر هزینه اضافی برای این کار دریافت می‌کنند؛ به هر حال اگر خواستید این کار را انجام دهید، مطمئن شوید که در زیرنویس تصویر تبلیغاتی‌تان این موضوع ذکر شود تا کاربران به راحتی بتوانند وارد سایت شما شوند.

با خرید تبلیغاتی طولانی مدت تخفیف بگیرید

قبل از اینکه این مورد را شرح دهیم، بدانید که بهتر است قبل از خرید یک‌باره و طولانی‌مدت، پیج‌های مختلفی را امتحان کنید و هر کدام که بازدهی بیشتری داشت برای این کار انتخاب کنید. در ابتدا باید از اینفلوئنسر بپرسید که هزینه یک پست برای مدت مشخص چقدر می‌شود. زمانی که قیمتی دستتان آمد، از او بپرسید که آیا برای خرید هفتگی یا ماهیانه تخفیفی در نظر گرفته است یا خیر. بیشتر اینفلوئنسرها این تخفیف را در نظر می‌گیرند و آگهی شما را یک روز در میان یا هفته‌ای چند بار به نمایش در می‌آورند.

در مورد دیگر آگهی‌دهندگان سوال کنید

شاید برایتان مهم باشد که چه برندهای دیگری با این اینستاگرامر کار می‌کنند. اگر در این‌باره سوال نکنید ممکن است روزی ببینید که آگهی شما بعد از آگهی رقیب اصلی‌تان قرار گرفته است!

قیمت‌ها به شدت متنوع است

تبلیغات در اینستاگرام بسیار گسترده است و هر فرد قیمت و تعرفه خاص خودش را دارد و این تعرفه‌ها به شکل چشم‌گیری با هم تفاوت دارند. حواستان باشد که در ازای چه خدماتی چه پولی می‌دهید.

انواع حساب‌های کاربری در اینستاگرام

حساب‌های مختلفی در اینستاگرام وجود دارد. شما اگر می‌خواهید خودتان تبلیغات اینستاگرامی خود را به عهده بگیرید، باید حواستان به موارد زیر باشد:

پیج‌های موضوعی: تبلیغات در این پیج‌ها معمولا از پیج‌های دیگر ارزان‌تر است. پیج‌های موضوعی بر روی موضوع خاصی متمرکز هستند و به شخص خاصی وابستگی ندارند. آن‌ها ممکن است فقط عکس‌هایی از حیوانات، طبیعت، عکس‌های کارتونی، جوک و لطیفه یا عکس‌های آموزشی ارسال کنند.

پیج‌های فروشگاه‌ها: تعرفه تبلیغات در این پیج‌ها معمولا در حد وسط قیمت‌ها قرار دارد. تعداد فالوئر زیاد یکی از ویژگی‌های این پیج‌هاست و البته باید توجه داشته باشید که تعداد آگهی‌هایی که این اینفلوئنسرها ارسال می‌کنند نیز زیاد است.

پیج‌های شخصی و بلاگ‌نویسان یا دیگر افراد مشهور: این‌گونه پیج‌ها اغلب بیشترین میزان قیمت را در میان اینفلوئنسرها دارند. دلیل این موضوع نیز تاثیر زیاد این افراد روی کاربرانشان است به طوری که احتمالا تبلیغات در این پیج‌ها بازدهی بیشتری خواهد داشت. البته لازم به ذکر است که معمولا این افراد آگهی کمی ارسال می‌کنند و تا خودشان از کیفیت کالای شما اطمینان نداشته باشند، آن را تبلیغ نخواهند کرد.