



۵ روش تولید محتوای باکیفیت در اینستاگرام

یافتن محتوای خوب برای اینستاگرام مشکل است. یافتن مطالب و سپس یافتن تصاویر مناسب برای آن اصلا آسان نیست. محتوای اینستاگرام نه تنها باید برای مخاطب هدف مرتبط و جالب باشد، بلکه در ظاهر هم باید خوب به نظر برسد! اینستاگرام یک پلتفرم کاملا دیداری است و کارزارهای موفق بازاریابی در رسانه‌های اجتماعی به شدت به تصاویر چشم‌نواز و جذاب وابسته هستند. بنابراین، فشار کار حسابی بالا است!

محتوا رگ حیات صفحه اینستاگرام شماست، اما یافتن محتوا نباید برایتان به دردسر تبدیل شود. اگر زمان یا منابع کافی برای گرفتن عکس‌های مناسب برای اینستاگرام ندارید، یا اگر چیزی ملموس مانند لباس یا محصولات زیبایی نمی‌فروشید که در فید اینستاگرام زیبا به نظر برسند، نگران نباشید! راه‌های زیادی برای تولید یک فید جذاب و زیبا وجود دارد؛ حتی اگر چیزی غیر جذاب مثل ظروف ماکروفر می‌فروشید یا محصول دیجیتالی را تبلیغ می‌کنید که دادن جلوه جذاب به آن غیرممکن به نظر می‌رسد. این مقاله روش جستجوی تصاویر برای صفحه اینستاگرام، جایی

که می‌توانید آن‌ها را پیدا کنید و ملاحظات استفاده از آن‌ها برای تبلیغ برندگان را توضیح می‌دهد. پس، بیایید شروع کنیم!

۱. با استفاده از قالب‌ها، محتوای اختصاصی خود را تولید کنید

قبلاً اگر می‌خواستید یک عکس برنردار را خودتان از ابتدا طراحی کنید، باید یک طراح پیدا می‌کردید یا خودتان زیرکانه آن را با فتوشاپ تغییر می‌دادید. خوشبختانه، این روزها وبسایت‌های بسیار خوبی وجود دارند که قالب‌های از پیش طراحی‌شده ارائه می‌دهند و می‌توانید با کمترین تلاش هر عکس را مطابق با نیازتان تغییر دهید. شاید بخواهید یک پست برای تبلیغ یک پیشنهاد ویژه بگذارید؟ شاید برای اعلام زمان افتتاح کسب‌وکارتان به یک قالب نیاز داشته باشید؟ یا شاید بخواهید دستور غذایی که در وبلاگتان به اشتراک گذاشته‌اید را در قالب جدیدی بازنویسی کنید؟ هر پیامی که می‌خواهید ارسال کنید، می‌توانید آن را با استفاده از یک قالب مناسب انجام دهید!

اگر روی یک قالب اینستاگرام کلیک کنید، می‌توانید آن را ویرایش کنید و رنگ و فونت متفاوتی برایش انتخاب کنید. باین‌حال، نیازی نیست کار زیادی انجام دهید. در واقع، هرچه کمتر قالب از پیش طراحی‌شده را تغییر دهید، بهتر است. وقتی با استفاده از قالب، محتوای خود را نهایی کردید، فقط باید آن را دانلود کنید و سپس آن را همراه یک کپشن فوری در اینستاگرام آپلود کنید!

۲. عکس‌های آرشیوی با کیفیت را پیدا و ذخیره کنید

عکس‌های آرشیوی اخیراً کمی بدنام شده‌اند، اما معنی‌اش این نیست که نباید از آن‌ها استفاده کنید! برعکس، اگر آن‌ها را با عکس‌ها و قالب‌های دیگر ترکیب کنید، می‌توانید فید متنوعی تولید کنید. باین‌حال، همه تصاویر آرشیوی قابلیت لازم برای قرار گرفتن در فید شما را ندارند و حتی بعضی از آن‌ها افتضاح هستند!

برای پیدا کردن عکس‌های باکیفیت که آرشیوی به نظر نیایند، به سایت‌های Unsplash یا Stocksnap.io سر بزنید. این سایت‌ها طیف وسیعی از تصاویر را رایگان ارائه می‌دهند و می‌توانید در آن‌ها عکس‌هایی مناسب برای بازار تخصصی‌تان پیدا کنید. اگر بودجه کمی دارید، سایت Stocksy را امتحان کنید، اما همان‌طور که می‌دانید سایت‌های پولی عکس‌های باکیفیت‌تر و متنوع‌تری دارند. فقط یادتان باشد عکسی با اندازه مناسب بخرید، زیرا هر عکس با اندازه‌های مختلف و با قیمت‌های مختلف موجود است. مثلاً ابعاد مناسب برای پست اینستاگرام ۱۰۸۰x۱۰۸۰ پیکسل است.

اگر می‌خواهید عکس‌های آرشیوی مورد استفاده‌تان را منحصربه‌فرد جلوه دهید (چون همه ما از این عکس‌ها استفاده می‌کنیم)، می‌توانید با افزودن متن، فیلتر، آیکون یا حاشیه به آن‌ها، این عکس‌ها را اختصاصی کنید! فروشندگان قالب‌های مختلف مانند سایت Venngage به شما امکان می‌دهند تصاویر آرشیوی را آپلود کنید و آن‌ها را در قالبی بنام «بوم خالی» ویرایش کنید.

۳. محتوای صفحه برندهای حوزه خودتان را بازنشر کنید

آیا برای تولید محتوای اینستاگرام وقت ندارید؟ یا باید ایده‌های جدید محتوا را به جلسه طوفان فکری ببرید؟ خبر خوب این‌که واقعا نیازی به این کار نیست! شاید سایر صفحه‌های اینستاگرام در حال حاضر خیلی خوب کار کنند و همان محتوایی را تولید کنند که مورد علاقه مخاطبان شما هم هست. بازنشر محتوای برندهای مشابه خودتان یا بازنشر مطالب هر صفحه‌ای که به مخاطبان و استراتژی اینستاگرام شما مرتبط است، به شرط اجازه گرفتن و پرداخت هزینه مناسب اشکالی ندارد. برای بازنشر قانونی محتوای اینستاگرام باید:

هشتگ‌ها و صفحه‌ها را فالو کنید تا محتوای باکیفیت پیدا کنید

به منظور یافتن محتوا برای بازنشر، برندهایی که صفحه‌های الهام‌بخشی در اینستاگرام دارند، مخاطبانی شبیه مخاطبان شما دارند و رقبای مستقیمتان نیستند را در جلسات طوفان فکری بررسی کنید و ایده‌هایشان را یادداشت کنید. صفحه اینستاگرام آن‌ها را بررسی کنید و سپس فهرستی از آن‌هایی که بهترین محتوا برای بازنشر دارند را تهیه کنید. همچنین آن‌ها را فالو کنید تا پست‌های جدیدشان را هم ببینید و هر پستی که احساس می‌کنید ارزش بازنشر دارد را ذخیره کنید. همچنین می‌توانید مجموعه‌ای از پست‌هایی تهیه کنید که می‌خواهید در آینده در صفحه‌تان بازنشر کنید.

به‌علاوه، می‌توانید فهرستی از تمام هشتگ‌های اصلی مرتبط با صفحه خود تهیه کنید و با جستجوی این هشتگ‌ها محتوای مرتبط سایر کاربران را پیدا کنید. از دسامبر ۲۰۱۷، می‌توانید هشتگ‌ها را هم فالو کنید تا پست‌های مرتبط محبوب در فید شما ظاهر شوند و محتوای فوق‌العاده‌ای برای بازنشر پیدا کنید! فقط کافی است هشتگ را در اینستاگرام جستجو کنید و روی دکمه فالو کلیک کنید. از این آسان‌تر نمی‌شود!

برای دریافت مجوز بازنشر، به صفحه موردنظر پیام دهید

وقتی پستی را پیدا کردید که دوست داشتید آن را با فالوئرهاي خود به اشتراک بگذارید، فقط کافی است به آن صفحه پیام مستقیم بدهید یا زیر آن عکس کامنت بگذارید تا صاحب صفحه بفهمد محتوایش را دوست دارید و این‌که فکر می‌کنید مخاطبان خودتان هم از آن پست لذت می‌برند و می‌خواهید اجازه بازنشر آن را بگیرید. به آن‌ها نشان دهید که برایشان ارزش قائل هستید و آن‌ها نیز اغلب از این‌که بیشتر در معرض دید قرار گرفته‌اند و شما صفحه‌شان را پسندیده‌اید، خوشحال می‌شوند. با این استراتژی افراد بیشتری شما را منشن و معرفی می‌کنند و در نتیجه مخاطبان بیشتری پست‌هایتان را می‌بینند. برای اینکه به کاربر نشان دهید دقیقا می‌خواهید کدام پست صفحه او را به اشتراک بگذارید، به‌جای ارسال پیام مستقیم، علامت فلش زیر پست را بزنید و آن را برای کاربر ارسال کنید تا کاملا متوجه شود.

همچنین می‌توانید عکس را به پیامتان اضافه کنید و پیام مستقیم به آن‌ها ارسال کنید.

عکس یا ویدیو را در صفحه خود به اشتراک بگذارید

وقتی اجازه بازنشر محتوا را دریافت کردید، دو گزینه دارید:

از یک ابزار بازنشر مانند **Repost for Instagram** استفاده کنید

این ابزار، بازنشر عکس‌ها و ویدیوها در اینستاگرام را آسان می‌کند و همچنین به صفحه اصلی که عکس از آنجا برداشته شده اشاره می‌کند. وقتی عکس را پیدا کردید که می‌خواهید بازنشر کنید، فقط URL اشتراک‌گذاری را کپی کنید و سپس اپ Repost را باز کنید. وقتی هنوز در اپ هستید، می‌توانید واترمارک هم بزنید و عکس را دوباره در اینستاگرام پست کنید. یادتان باشد در اپ Repost امکان حذف واترمارک وجود ندارد.

۴. یک کارزار UGC (محتوای تولیدشده توسط کاربران) راه بیندازید

برای استفاده از محتوای اینستاگرامی که افراد دیگر تولید کرده‌اند، بهتر است فالوئرها را تشویق کنید تا محتوایی درباره موضوع خاصی تولید کنند و آن را در فید خود پست کنید. به این نوع محتوا «UGC» یا محتوای تولیدشده توسط کاربر می‌گویند. این اصطلاح به‌طور گسترده‌تر به هر محتوایی گفته می‌شود که توسط کاربران هر محصول یا خدمتی درباره آن تولید می‌شود که شاید با یا بدون تشویق از سوی برند باشد. خیلی بعید است که کاربران بدون انگیزه و بدون تشویق محتوایی

درباره شما و محصولاتتان تولید کنند، مگر این که یک برند بزرگ و معروف باشید. برای ترغیب آن‌ها به انجام این کار، مسابقه‌ای ترتیب دهید تا کاربران بتوانند با ایجاد یک پست اینستاگرام و وارد کردن هشتگ برند یا کارزار شما زیر آن، جایزه‌ای ببرند. مثلا، ارائه یک محصول رایگان یا کد تخفیف به فالوئرهای باعث معروفیت آن کارزار می‌شود و کاربران بیشتری از هشتگ شما استفاده می‌کنند. این مسابقه را در صفحات خود در سایر رسانه‌های اجتماعی هم اعلام کنید و آن را در خبرنامه‌تان هم بیاورید. هر جا می‌توانید این خبر را اعلام کنید!

اگر می‌خواهید بر عملکرد هشتگ کارزارتان نظارت کنید، می‌توانید آن را با ابزاری مانند Iconosquare پیگیری کنید. در نسخه حرفه‌ای این اپ می‌توانید تمام عکس‌ها و فیلم‌های مرتبط با هشتگ، میزان رشد هشتگ در طول زمان و میزان تعامل کاربران بر اساس این هشتگ را ببینید. یادتان باشد نباید دامنه محتوایی که از کاربران می‌خواهید پست کنند را خیلی محدود کنید، زیرا اگر محدود باشند، اصلا زحمت مشارکت در این کارزار را به خود نمی‌دهند! استفاده از محتوای کاربران یک استراتژی تکمیلی برای تامین محتوا است، نه استراتژی اصلی شما. اگر بیش‌ازحد به UGC تکیه کنید، فالوئرهای احساس می‌کنند از آن‌ها سوءاستفاده می‌کنید و همچنین زیبایی پست‌هایتان کاهش می‌یابد.

۵. با اینفلوئنسرهای همکاری کنید

اگر می‌خواهید کنترل بیشتری بر فید خود و جریان ثابتی از محتوا داشته باشید، باید با اینفلوئنسرهای همکاری کنید. در نتیجه همکاری با اینفلوئنسرهایی که در حال حاضر فالوئرهای خوبی دارند، فرصت پیدا می‌کنید مخاطبانتان را گسترش دهید و فالوئرهای زیادی را به صفحه خودتان جذب کنید. البته، اگر یک کسب‌وکار کوچک با بودجه کم هستید، بهتر است به جای نام‌های بزرگ با اینفلوئنسرهای کوچک ارتباط برقرار کنید. اینفلوئنسرهای کوچک بین ۱۰ تا ۵۰ هزار فالوئر دارند و معامله با آن‌ها آسان‌تر است، به شرطی که محصول شما موردعلاقه مخاطبان آن‌ها هم باشد. پس فقط باید



با اینفلوئنسرهایی معامله کنید که با بازار اختصاصی شما تناسب دارند.