برگزاری کمپین با ۵ استوری اینستاگرام

امروزه کمتر کسی را پیدا می‌کنید که در روز، چند بار به اینستاگرام سر نزند. این رسانه اجتماعی فرصت خوبی برای کسب‌وکارها ایجاد کرده تا فروش را افزایش بدهند.

استوری اینستاگرام، بهترین بخش آن برای ایجاد فروش است. شما در پست‌ها می‌توانید با مطالب مفید و کمک‌کننده، اعتماد مخاطب را جلب کنید و در استوری محصول را معرفی کنید و حتی به سایت لینک بدهید تا بازدیدکنندگان استوری به سایت بروند و خرید را انجام بدهند.

معرفی محصول و گفتن قیمت آن در استوری کافی نیست. برای داشتن فروش زیاد، لازم است از کمپین استفاده کنید. به زبان ساده، کمپین مجموعه‌ای از عملیات بازاریابی متوالی است که شخص را برای خرید آماده می‌کند.

در این مقاله یک روش ساده و کابردی می‌گوییم تا با ۵ استوری متوالی، کمپین فروش برگزار کنید و فروش از طریق استوری را افزایش دهید.

برگزاری کمپین فروش با ۵ استوری متوالی

استوری اول: چه؟

در اولین استوری درباره «چه» توضیح بدهید؛ یعنی دقیقا بگویید محصول شما چه چیزی است. تعریف ساده و مشخصی از محصول ارائه بدهید. شاید فکر کنید این موضوع خیلی بدیهی است و همه می‌دانند محصول من چیست. بیشتر وقت‌ها این‌طور نیست. مخاطب باید دقیقا بداند محصول شما چه چیزی است و چه چیزی نیست. فرض کنید می‌خواهید در اینستاگرام کفش ورزشی بفروشید. بسیاری از افراد دقیقا نمی‌دانند کفش ورزشی چیست و چه تفاوتی با کفش‌های دیگر دارد. اصلا چه نکاتی در این کفش‌ها لحاظ می‌شود تا در دسته کفش‌های ورزشی قرار بگیرند. در این استوری هیچ صحبتی از محصول خاص خودتان نمی‌کنید و فقط درباره دسته محصولات صحبت می‌کنید. درواقع کفش‌های ورزشی را به مخاطب معرفی می‌کنید.

استوری دوم: چرا؟

در استوری بعد به این موضوع بپردازید که چرا مخاطب باید از این دسته محصولات استفاده کند. مخاطب چرا باید کفش ورزشی بخرد؛ درحالی‌که ورزشکار نیست. در این قسمت کمی خلاق باشید و رویاپردازی کنید. به مخاطب پیشنهاد بدهید که زندگی سالم و جدیدی شروع کند که در آن هر روز نیم ساعت ورزش می‌کند. از نتایج این کار مثال بزنید. شخص می‌تواند پرانرژی‌تر شود و روحیه بهتری داشته باشد. حتی زندگی شخصی و کاری او هم بهتر می‌شود و توان مبارزه با مشکلات افزایش می‌یابد. بسیاری از مخاطبان محصول شما را نمی‌خرند؛ چون دقیقا نمی‌دانند چرا باید این کار را انجام بدهند!

استوری سوم: چگونه؟

در این استوری دقیقا توضیح بدهید مخاطب چگونه می‌تواند یک کفش ورزشی مناسب بخرد. در این قسمت معیارهای مشخصی بگویید باعث یک خرید موفقیت‌آمیز شود. درواقع خیلی کوتاه توضیح بدهید چه نکاتی را لحاظ کند تا از خرید اشتباه دوری کند. این کار باعث می‌شود اعتماد مخاطب جلب شود و شما را

مشاوری ارزشمند بداند. اگر مخاطب ببیند شما به او کمک می‌کنید، خیلی راحت‌تر از شما خرید خواهد کرد. بسیاری از مردم خریدی را انجام نمی‌دهند؛ چون روش انتخاب و خرید محصول مناسب را بلد نیستند.

استوری چهارم: پیشنهاد ویژه

در این استوری مستقیما محصول خاص خودتان را معرفی کنید و پیشنهاد ویژه‌ای ارائه کنید. منظور از پیشنهاد ویژه آن است که مزیت خاصی برای خریداران در نظر بگیرید که همیشگی نیست. مثلا بگویید کسانی که تا چهارشنبه ساعت ۴ بعدازظهر این خرید را انجام بدهند، ارسال آن رایگان خواهد بود. اگر کمی خلاق باشید می‌توانید همراه محصول هدایای ارزشمندی بدهید که برای شما هزینه خاصی ندارد. مثلا همراه کفش ورزشی یک ویدیوی آموزشی کوتاه هدیه بدهید که شامل معرفی ورزش‌های ساده و چند اپلیکیشن کاربردی در این زمینه است.

زمان فروش ویژه بهتر است کوتاه باشد؛ مثلا یک تا سه روز. هرچه این زمان طولانی‌تر باشد، افراد خریدشان را به بعد موکول خواهند کرد و شاید درنهایت فراموش کنند که از شما خرید کنند.

استوری پنجم: تقویت پیشنهاد

در چهار استوری قبلی مخاطب را برای خرید آماده کرده‌اید؛ ولی هنوز تردیدهای زیادی وجود دارد. شخص شاید در آستانه تصمیم‌گیری است؛ ولی هنوز مطمئن نیست که این خرید کار درستی باشد.

در استوری پنجم لازم است به مخاطب نشان بدهید که تنها نیست! به زبان ساده‌تر نشان بدهید افرادی دیگری وجود دارند که به شما اعتماد کرده‌اند و از این کار پشیمان نیستند. در این استوری می‌توانید فرایند بسته‌بندی و ارسال سفارشات را نشان بدهید. درواقع به شخص مردد می‌گویید افراد دیگری خریدشان را انجام دادند. شما هم نگران نباشید و خرید را نهایی کنید.

یک راه دیگر، نمایش نظر ویدیویی یکی از خریداران است که از خریدش راضی است. همچنین اگر موجودی انبار در حال اتمام است، می‌توانید موجودی محصول را اعلام

کنید. این موضوع باعث افزایش سرعت فروش‌ها می‌شود.

این کمپین مرحله‌ای را حتما در اولین فرصت تست کنید تا نتیجه‌اش را ببینید. البته پارامترهای زیادی در میزان موفقیت این کمپین دخیل هستند. روز و ساعت ارسال استوری‌ها در میزان دیده‌شدن آن نقش مهمی دارد. فاصله زمانی ارسال استوری‌ها هم مهم است. همچنین هرکدام از این ۵ گام به‌جای یک استوری می‌تواند چند استوری باشد. نکته مهم آن است که به‌اندازه کافی سعی‌وخطا کنید و هر بار کارهایی که انجام دادید و نتایج را یادداشت کنید و بررسی کنید تا در کمپین‌های بعدی نتایج را بهبود بدهید.

یک پیشنهاد دیگر!

اگر صحبت جلوی دوربین برایتان کار آسانی است، می‌توانید به‌جای ارسال این ۵ استوری، تمام موارد گفته‌شده در این مقاله را به‌صورت متوالی در یک لایو کوتاه توضیح بدهید. زمان لایو بهتر است کمتر از نیم ساعت باشد. البته در لایو باید بتوانید با اعتمادبه‌نفس بالا صحبت کنید و دیگران را ترغیب به خرید کنید. چند روز قبل از شروع لایو، به‌اندازه کافی اطلاع‌رسانی کنید و افراد را تشویق کنید که در این لایو شرکت کنند. انتخاب نام لایو هم در میزان مشارکت افراد اهمیت زیادی دارد.

["message_box text_color="light]

اگر درون‌گرا هستید!

برخی از صاحبان کسب‌وکار به دلیل شخصیتشان حاضر نیستند جلوی دوربین بیایند و استوری ضبط کنند. اگر جزو این دسته هستید، می‌توانید دوربین را به سمت محصول بگیرید و توضیحات لازم را ارائه کنید. حتی می‌توانید از عکس‌نوشته استفاده کنید؛ ولی بدانید اثرگذاری صحبت‌های شما بیشتر است.

[message_box/]

همین‌الان یکی از محصولات خود را انتخاب کنید و اولین کمپین فروش ۵ مرحله‌ای خودتان را با کمک استوری اینستاگرام برگزار کنید!