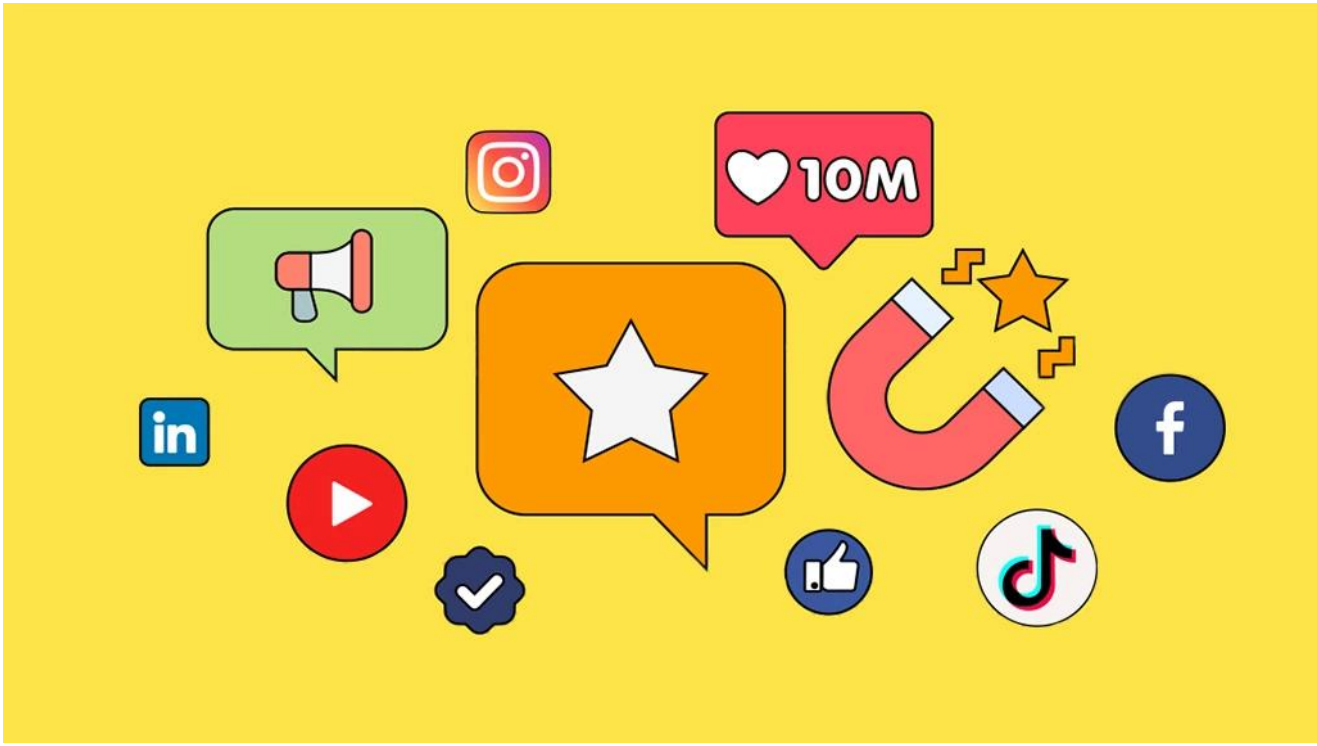

۵ معیار انتخاب اینفلوئنسر برای تبلیغات

اینفلوئنسر کیست؟

اصطلاح «اینفلوئنسر» به افرادی اشاره دارد که در شبکه‌های اجتماعی فعالیت می‌کنند و با ایجاد محتواهای جذاب در زمینه‌هایی خاص مانند مد، زیبایی یا سبک زندگی، توانایی جلب‌توجه و تاثیرگذاری بیشتری بر رفتار و نظرات فالوئرهای خود دارند. این افراد از طریق به‌اشتراک‌گذاری تجارب شخصی، نکات کاربردی و دیدگاه‌های خود، ارتباط نزدیکی با مخاطبین برقرار می‌کنند.

توانایی اینفلوئنسرهای مطرح در ایجاد ارتباطی فعال با فالوئرها و انعکاس استایل زندگی و ارزش‌های شخصی در محتواهای خود، باعث اعتماد بیشتر دنبال‌کنندگان به نظرات و توصیه‌های آنها می‌شود. این تاثیرگذاری می‌تواند به‌عنوان ابزاری موثر در حوزه بازاریابی برای برندها تلقی شود، زیرا تبدیل دنبال‌کنندگان به مشتریان وفادار به دلیل ارتباط نزدیک و تاثیرگذار این افراد بر مخاطبین می‌شود.

در ادامه به بررسی ۵ معیار مهم برای انتخاب اینفلوئنسرهای تاثیرگذار در شبکه‌های

اجتماعی می‌پردازیم:

۱. تعداد فالوئرها

اولین و شاید مهم‌ترین فاکتور برای انتخاب یک اینفلوئنسر تاثیرگذار، بررسی تعداد فالوئرهای آن است؛ چراکه با بررسی این موضوع به اثرگذاری این فرد بر تعداد زیادی از افراد یک جامعه یا حتی در سطح بین‌المللی پی خواهید برد که بسیار پراهمیت است.

۲. تعامل

یکی دیگر از عوامل مهم انتخاب اینفلوئنسرهای تاثیرگذار، بررسی تعامل مخاطبان با آن‌ها است. از جمله تعداد لایک‌ها، کامنت‌ها و اشتراک‌گذاری‌ها.

حتما می‌دانید که برخی افراد، فالوئرهای جعلی برای اکانت اینستاگرام خود خریداری می‌کنند. این مورد را زمانی می‌توانید تشخیص دهید که مثلا تعداد فالوئرهای شخص ۶۸k و تعداد لایک‌های آن ۱۰۰ عدد است.

پس علاوه بر تعداد فالوئرها حتما باید به سایر معیارهای تعامل نیز دقت کنید. تعداد بالای لایک و کامنت نشان می‌دهد که مخاطب نه‌تنها محتوای آنها را دنبال می‌کند بلکه به طور فعال با آنها در تعامل است.

۳. وضعیت برند

بگذارید یک چیز را به شما بگویم: برندها همیشه ترجیح می‌دهند با اینفلوئنسرهایی کار کنند که میلیون‌ها فالوور جذب کرده‌اند و نرخ تعامل خوبی در پست‌های خود دارند. معمولا این برندهای رده‌بالا پروفایل اینفلوئنسرها را بررسی می‌کنند و سپس با آنها همکاری می‌کنند.

اینفلوئنسرها هم همین‌طور. آنها به دنبال برندهای معروف با شهرتی خوب و قابل‌قبول در بازار هستند. از این گذشته، موضوع فقط کمیت نیست. کیفیت هم مهم است.

۴. تعداد انتشار پست و استوری

به عنوان مثال، اگر شما یک اینفلوئنسر محبوب هستید که فقط یک یا دو بار در ماه پست می‌گذارید، به‌احتمال‌زیاد مخاطبان هدف شما را فراموش کنند یا شما را آنفالو می‌کنند. ثبات در انتشار پست و استوری یک عامل بسیار مهم برای انتخاب اینفلوئنسرهای برتر در اینستاگرام است.

۵. نوع همکاری

همواره به نوع و نحوه همکاری کاری اینفلوئنسرها با سایر برندها به‌دقت توجه کنید. به‌عنوان‌مثال اینفلوئنسری در صنعت مد صرفا با پوشیدن چند مدل مانتو و روسری تبلیغ یک برند را انجام می‌دهد یا چهره تبلیغاتی این برند در یک کمپین بزرگ است. برخی از افراد اینفلوئنسرها حتی یک گام بیشتر می‌روند و با برندهایی که دوست دارند، در خط تولید محصولات همکاری می‌کنند. بنابراین، تعیین بررسی نوعی همکاری با این افراد می‌تواند نقش مهمی در تصمیم‌گیری ما داشته باشد.