



۷ نکته برای تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی یکی از بزرگ‌ترین دارایی‌ها و ابزارهایی است که در اختیار برندها قرار گرفته است. شما به عنوان کارآفرین یا مالک کسب‌وکار باید این شبکه‌ها را در بالاترین اولویت خود قرار دهید. همه از مزایای این شبکه‌ها باخبریم؛ از تبلیغ محصولات گرفته تا ایجاد هویت برند و برقراری ارتباط با مخاطبان؛ اما در این مقاله نمی‌خواهیم در مورد مزایای این شبکه‌ها صحبت کنیم، بلکه روش‌هایی را به شما یاد می‌دهیم که بتوانید مخاطبان بیشتری به دست آورید.

نگران نباشید. نیازی نیست که هزاران دلار به آژانس‌های پر زرق‌وبرق تبلیغاتی بپردازید؛ اما از طرفی هم با آپلود کردن تعدادی عکس از محصولاتتان در اینستاگرام به جایی نمی‌رسید.

در عوض باید با تدبیر عمل کنید. به مخاطبان خود گوش دهید، چند حقه ساده اما سریع در مورد عکاسی یاد بگیرید (بله، می‌توانید با گوشی هوشمندتان هم عکس بگیرید) و در نهایت، هویتی خاص برای برندتان ایجاد و مخاطبان زیادی را به دست

آورید.

به منظور اینکه به شما کمک کنیم به این موارد دست پیدا کنید، از کندال کالی، عکاس، ویرایشگر و تصویرپرداز و همچنین مایکل لیون، عکاس، مدیر تولید محتوا و تصویرپرداز شبکه‌های اجتماعی دعوت کرده‌ایم تا نکاتی را برای شما بازگو کنند.

لیون می‌گوید: «باید صادقانه رفتار کنید، داستان خوبی برای تعریف کردن داشته باشید و رفتارتان انسانی باشد، نه مانند یک ماشین. برندهایی که بهترین عملکرد را دارند، داستان‌سرایان خوبی بوده‌اند».

در ادامه به هفت نکته‌ای اشاره می‌کنیم که برای تولید محتوا و برندسازی در شبکه‌های اجتماعی به آن‌ها نیاز خواهید داشت.

۱. تداوم، کلید کار است

لیون: «مهم‌ترین توصیه‌ای که برایتان دارم این است که در شیوه عکاسی، ارسال عکس‌ها و نوشتن زیرنویس‌های مناسب به شکلی مداوم عمل کنید. برترین برندها در شبکه‌های اجتماعی آن‌هایی هستند که در کارشان تداوم دارند و تصویری همیشگی از خود به مشتریان نشان داده‌اند».

۲. به مخاطبان خود تکیه کنید

لیون: «به مشتریانتان اجازه دهید بزرگ‌ترین معرف‌های شما باشند؛ به عنوان مثال فرض کنیم که شما به کار فروش تی‌شرت می‌پردازید و افراد زیادی در شبکه‌های اجتماعی با تی‌شرت‌های شما بر تنشان عکس می‌گیرند و شما را نیز تگ می‌کنند. اجازه دهید مردم معرف شما باشند؛ اما همچنین شما نیز عکس آن‌ها را در پیجتان منتشر و از خریدشان قدردانی کنید».

کالی: «گاهی باید برای انتشار عکس مخاطبان از آن‌ها اجازه بگیرید. این مسئله‌ای برد

- برد است و بیشتر مشتریان از این کار شما خوشحال نیز می‌شوند؛ اما به هر حال بهتر است مشتریانان را بشناسید و در صورت نیاز از آن‌ها اجازه بگیرید».

۳. سعی کنید از نور طبیعی روز استفاده کنید

کالی: «عاشق این هستم که در بیشتر عکس‌هایم از نور طبیعی استفاده کنم، چون به نظرم خیلی بهتر از نورهای مصنوعی هستند. البته مگر اینکه بتوانید از عهده پرداخت هزینه استودیوی عکاسی با دستگاه‌های نورپردازی حرفه‌ایشان برآیید؛ اما نور طبیعی تقریباً برای هر کسی قابل دسترس و استفاده است».

۴. بهترین راه استفاده از گوشی‌های هوشمند

اگر بدانید که در گوشی‌هایی با سیستم‌عامل اندروید یا iOS چطور باید گزینه‌های مربوط به تنظیم نور عکس را تنظیم کنید، می‌توانید محتوایی خارق‌العاده برای کسب‌وکار کوچکتان خلق کنید. من به وسیله گوشی آیفون و چند برنامه ویرایشگر تصویر، طوری عکس‌ها را ویرایش می‌کنم که انگار با دوربین حرفه‌ای گرفته شده‌اند. فکر می‌کنم که من ۹۹ درصد عکس‌هایم را با گوشی می‌گیرم. ضمناً وقتی می‌خواهید عکس‌ها را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید، نیاز به عکسی با تراکم پیکسلی خیلی بالا ندارید؛ چرا که مخاطبانان آن عکس‌ها را در صفحات نسبتاً کوچک موبایل‌هایشان خواهند دید.

کالی: «خرید دوربین‌های حرفه‌ای لزوماً از شما عکاس نمی‌سازد. داشتن دوربین عکاسی و عکاس بودن مترادف نیستند. البته ابزار اهمیت دارد، اما باید بدانید که چطور باید از آن ابزار استفاده کنید».

۵. الهام بگیرید

کالی: «کمی از وقت خود را به مشاهده و بررسی محتواهای موجود اختصاص دهید. خیلی از عکس‌های نوآورانه‌ای که می‌بینید، الهام گرفته از چندین عکس یا مفهوم هستند. مجموعه‌ای از عکس‌ها و تصاویر گرافیکی محبوبتان درست کنید. اگر قبل از ویرایش کردن عکس‌هایتان بدانید که چه می‌خواهید، کارتان خیلی سریع‌تر پیش خواهد رفت.»

۶. عکس‌های زیادی بگیرید و پاکشان نکنید

لیون: «وقتی می‌خواهید از یک محصول عکس بگیرید، سعی کنید از چهار یا پنج زاویه مختلف عکاسی کنید. هر کدام از این عکس‌ها نمایانگر بخشی از محصول هستند و می‌توانید در شبکه‌های اجتماعی مختلف از آن‌ها استفاده کنید. به عنوان مثال عکس‌های مربعی گزینه خوبی برای اینستاگرام هستند. تنوع داشته باشید و از تعداد عکس‌هایتان نترسید.»

۷. در مورد مسائل اجتماعی آگاهی داشته باشید

کالی: «بسیار مهم است که از اتفاقاتی که در دنیا می‌افتند، باخبر باشید. زمانی که فاجعه‌ای در جایی نزدیک به شما رخ داده است، اصلاً درست نیست که به ارسال عکس محصولاتتان پردازید. حواستان را جمع کنید و انسان خوبی باشید.»