

## ۶ ترند طلایی بازاریابی با اینستاگرام

چکیده:

اگر اکانت اینستاگرام دارید ، آیا اینستاگرام را بیشتر چک می کنید یا ایمیلتان را ؟ مسلما جواب اکثریت شما کاربران اینستاگرام خواهد بود . پس با ما همراه باشید تا ترندهای طلایی بازاریابی از این شبکه اجتماعی پربازدید را بررسی کنیم .



روز به روز بازاریابی با ایمیل سخت تر می شود. البته منظور این نیست که این شیوه قدرتش را از دست داده است و باید کنار گذاشته شود، بلکه برعکس هنوز بازاریابی ایمیلی اصلی ترین روش ارتباط و بازاریابی اینترنتی می باشد.

اما جلب توجه ، اطلاع رسانی مخاطب و بازاریابی از طریق رسانه های اجتماعی هر روز آسان تر می شود . زیرا این رسانه های اجتماعی برای مخاطب خیلی بیشتر از سایت ها و یا حتی ایمیل شخصیشان جذاب است.

### رسانه های اجتماعی در حال تبدیل شدن به سریعترین روش ارتباطی با مشتریان

#### هستند.

اینکه (( مردم دوست ندارند در اینستاگرام به آن ها محصول معرفی شود )) خیال باطلی بیش نیست .

مردم همیشه دنبال فرصت های خوب ، محصولات خوب و پیشنهاد های ویژه هستند . یکی از بهترین مکان های معرفی ، اینستاگرام می باشد .

جای هیچ شکی نیست که اینستاگرام توانسته رتبه اول را در تمام رسانه های اجتماعی موبایل به خود اختصاص دهد. اینستاگرام بیش از ۸۰۰ میلیون کاربر داشته که بیش از ۵۰۰ میلیون آن ها کاملا فعال هستند . نکته جالب این است که هم اکنون در این شبکه اجتماعی بیش از ۲۰ میلیارد عکس وجود دارد . یعنی به ازای هر فردی که روی کره زمین زندگی میکند ۳ عکس وجود دارد .

امروزه اکثر کسب و کارهای رایج دست به مدل جدیدی برای بازاریابی اینترنتی زده اند و آن هدایت افراد سایت به شبکه های اجتماعی خود است.

پس از آنکه بازدید کننده ، دنبال کننده یکی از شبکه های اجتماعی شد ، به او دسترسی دارید و می توانید پیام های بازاریابی را از این طریق برای او بفرستید.

حال به بررسی ۶ ترفند طلایی می پردازیم که می تواند بازاریابی شما را در اینستاگرام بهبود ببخشد.

## ۱- استفاده از لینک دانلود (اپلیکیشن و...) در پروفایل یا استفاده از آدرس سایت .

در اینستاگرام شما می توانید لینک دانلود اپلیکیشن یا آدرس سایت کسب و کار خود را در پروفایلتان قرار دهید.

اگر اپلیکیشن و سایت برای کسب و کارتان ندارید بهتر است این قسمت را خالی رها نکنید ، به جای این دو مورد می توانید آدرس کانال تلگرام یا پروفایل لینکدین خود را وارد کنید .

البته اگر سایت دارید بهترین کار این است که به جای وارد کردن آدرس صفحه اصلی سایت ، افراد مراجعه کننده را به صفحه فرود سایتتان هدایت کنید . صفحه فرود، صفحه ای است که در آن ایمیل مخاطب را دریافت می کنید و در ازای آن هدیه ای به او می دهید.

اما اگر در کنار سایت ، اپلیکیشن موبایل هم برای کسب و کار خود دارید بهترین و مفیدترین کار این است که در پروفایل اینستاگرامتان لینک دانلود اپلیکیشن کسب و کارتان را قرار دهید و کاربر را مستقیماً به اپلیکیشن خود هدایت کنید .

## ۲- نوشتن توضیحات پروفایل برای فالو شدن

در بخش توضیحات پروفایلتان که BIO نامیده می شود بدیهیات و موارد کلیشه ای ننویسید .

همچنین از خود و کسب و کارتان تعریف نکنید. بلکه فقط مطالبی که در این بخش می نویسید باید بر پاسخ یک سوال متمرکز شود:

### چرا باید دیگران شما را دنبال کنند؟

مهمترین مطلبی که باعث دنبال شدن شما می شود ارائه دلیلی قانع کننده برای این سوال است . در واقع خیلی واضح بگویید که مردم با دنبال کردن شما ، چه مزیتی را به دست می آورند ؟

مثال نادرست: بزرگترین سایت بانک مشاغل کاشان

مثال درست: با دنبال کردن این صفحه با کسب و کارهای موجود در کاشان و آران و بیدگل آشنا می شوید و می توانید سریع تر از دیگران از جشنواره ها و تخفیفات این مشاغل آگاه شوید.

### ۳- ایجاد توقف و مکث بر عکس ها

در پست های خود از عکس هایی استفاده کنید که باعث کنجکاوی بیننده شود .

اگر عکس های بسیار معمولی و حتی با کیفیت عالی منتشر کنید ، هیچ انگیزه ای برای توقف بر عکستان ایجاد نمی کند.

اغلب مردم در اینستاگرام با عکس های بسیار زیادی مواجه هستند و تنها چیزی که باعث می شود مخاطب بر یک عکس خاص متوقف شود حس کنجکاوی است .

برای ایجاد کنجکاوی روش های زیادی وجود دارد که به اختصار در این جا به دو مورد از آنها اشاره می کنیم:

الف) می توانید از یک محصول از فاصله بسیار نزدیک عکس بگیرید که به راحتی قابل حدس زدن نباشد .

ب) گرفتن عکس از زاویه نامتعادل باعث می شود ایده اولیه درستی در ذهن کاربر ایجاد نشود و برای فهمیدن منظور عکس شما روی عکس توقف کند

### ۴- ارائه مطالب انحصاری

یکی از کارهای بسیار اشتباه که توسط بسیاری از بازاریابان اینترنتی انجام می شود ، انتشار تمامی پست ها در تمامی رسانه های اجتماعی و شبکه های اجتماعی است.

زیرا پس از مدتی کاربران می بینند که رسانه های اجتماعی شما کپی یکدیگر هستند . بنابراین به این نتیجه می رسند که لزومی ندارد تمام آن ها را دنبال کنند بلکه کفایت به یکی از آن ها نگاهی بیاندازند.

البته گاهی لازم است مطلبی را در تمام شبکه های اجتماعی خود منتشر کنید ولی در هر رسانه مطلب اختصاصی هم داشته باشید.

### ۵- اول آموزش، بعد فروش

در اینستاگرام به آموزش بپردازید.

شاید بعد از خواندن این جمله من با خودتان بگویید کار من آموزش نیست. من فروشگاه لوازم اتومبیل دارم .

حتی اگر لوازم اتومبیل می فروشید کار اصلی شما باید آموزش باشد .

البته منظور از آموزش ارائه نکات و ترفندهایی درباره لوازم اتومبیل است.

همچنین می توانید نکاتی را بگویید تا مخاطب با خواندن آن بتواند خرید بهتری را داشته باشد.  
در آموزش هایتان توضیح دهید چگونه می توان تشخیص داد محصول کیفیت مناسبی دارد یا خیر؟ راه های تشخیص محصول اصل از تقلبی چیست؟

## اغلب خریداران قبل از خرید به کمک و آموزش نیاز دارند.

یکی از دلایل موفقیت دیجی کالا را به جرات می توان ، ارائه توضیحات و اطلاعات محصول فروشی دانست.

بیشتر افراد برای کسب اطلاعات درباره محصول و مقایسه محصولات با یکدیگر به سایت مراجعه می کنند و در انتها به خریدار تبدیل می شوند.

## ۶- ارائه کوپن تخفیف در شبکه های اجتماعی

فرض کنید میخواهید برای اعضای اینستاگرام خود یک فروش ویژه بگذارید و مثلا ۳۰ درصد در فروش محصولات خود تخفیف بدهید.

اعلام این موضوع که محصولات ۳۰ درصد تخفیف دارند جذابیت چندانی ندارد.

بهترین کار این است که یک کوپن تخفیف ۳۰ درصدی به صورت کاملا انحصاری در اختیار دنبال کنندگانتان در اینستاگرام قرار دهید. در سایت و دیگر شبکه های اجتماعی هیچ صحبتی از این تخفیف به میان نیاورید.

به یاد داشته باشید که می توانید همین شیوه را برای سایر شبکه های اجتماعی تان به کار ببرید . مثل کانال تلگرام فروشگاهتان.

در پایان امیدواریم از مطالبی که امروز گفته شد بهره کافی را ببرید.

موفق و سربلند باشید.

تیم آموزش و پشتیبانی [کاشان تی وی](#)

[محمد رضا احمدآبادی](#)