

[قبلی](#) [بعدی](#) >

۴.۷/۵ - (۳۵ امتیاز)

بازاریابی در اینستاگرام، اینستاگرام مارکتینگ به زبان ساده و حرفه ای

بازاریابی اینستاگرام (Instagram marketing)، یعنی استفاده از علم بازاریابی در شبکه اجتماعی اینستاگرام برای افزایش فروش و جذب فالوور می باشد. در این مقاله قرار است تمامی ترفندهای بازاریابی در اینستاگرام را با مثال و جزئیات برای شما آموزش بدیم. پس برای یادگیری بازاریابی در اینستاگرام با ما همراه باشید.

اینستاگرام دومین شبکه پربازدید پس از فیسبوک می باشد. این رسانه اجتماعی تصویری اولین بار بیش از یک میلیارد کاربر فعال ماهانه و ۵۰۰ میلیون استوری روزانه را ثبت کرد. امروزه اینستاگرام پربازدیدترین اپلیکشن است که همه حداقل با یک اکانت در دنیای اینستاگرام فعالیت می کنند. آمار نشان داده است که اکثر کسب و کارها در اینستاگرام پیج فروش دارد.

مهم نیست که اهداف شما برای اینستاگرام چیست، نمی توان انکار کرد که رشد ارگانیک اینستاگرام به تدریج سخت تر و دشوارتر می

خدمات ممبر

ممبر تلگرام حراج شد

ویدیو تلگرام که هم ارزونه و هم واقعی!

ممبر تلگرام داریم مٹ شفتالو

ممبر پروکسی دار بخر، حالشو ببر

ممبر اد اجباری ارزان به شرط چاقو

خدمات فالوور

فالوور واقعی همینجاست

فالوور ارزون، جادار، مطمئن

خدمات ویو، لایک و کامنت

لایک هامون لایک دارن

ویدیو پست رو از ما باید گرفت

ویو که ویو نباشد، ویو نیست!

کامنت باید وطنی باشه

سایر خدمات دیجی ممبر

اما چگونه در اینستاگرام می توان با استفاده از محتوای بصری تعداد فالوورهای خود را افزایش داده و نرخ تعامل یا پیج اینستاگرام قدرتمندی ساخت؟ مارکتینگ یک ابزار قدرتمند است که این امکان را به شما می دهد با بازاریابی در اینستاگرام برند خود را بسازید و فروش اینستاگرام داشته باشید.

حتما مطالعه کنید : آموزش فروش در اینستاگرام با
۹ استراتژی موفق فروش آنلاین

آموزش دیجیتال مارکتینگ به زبان ساده

آموزش دیجیتال مارکتینگ به زبان ساده

۱۱:۳۳

چرا بازاریابی اینستاگرام برای کسب و کارها مهم است؟

برای کسب و کارهای کوچک و بزرگ که قصد **برندینگ** و کسب درآمد از اینستاگرام را دارند، اینستاگرام بهترین گزینه است.



وبلاگ همکاری در فروش

- در حدود ۱۴۰ میلیون کاربر اینستاگرام در ایالات متحده وجود دارد.
- اینستاگرام دومین شبکه پربازدید پس از فیس بوک است. کاربران به طور متوسط ۵۳ دقیقه در روز را صرف مرور اینستاگرام می کنند.
- حدود ۷۱ درصد از مشاغل آمریکایی از اینستاگرام استفاده می کنند.
- تقریباً ۴۵ درصد از کاربران اینستاگرام بین ۱۸ تا ۴۴ سال سن دارند.
- حدود ۹۰ درصد از کاربران اینستاگرام حداقل یک برند تجاری را دنبال می کنند
- بیش از ابیلیون کاربر ماهانه در اینستاگرام فعال هستند
- بیش از ۸۳ درصد از کاربران اینستاگرام محصول یا خدمات جدیدی را در این پلتفرم مشاهده می کنند و کاملاً واضح و آشکار است که اینستاگرام دیگر فقط برای استفاده شخصی نبوده و در حال حاضر یک پلت فرم جهانی است که به مارک ها اجازه می دهد محتوای خود را در معرض دید همگان قرار داده و استعدادهای جدید را جذب کرده و محصولات را به نمایش بگذارند و در مخاطبان خود انگیزه خرید یا استفاده از محصول را ایجاد نمایند.
- اینستاگرام جایی است که با کمترین سرمایه هم می توان شروع به کسب و کار کرد.
- پلتفرم اینستاگرام برای همه مردم در همه جهان است. به طوری که معمولاً بیشتر مشتری های شما غیر هم شهری خواهد بود
- اینستاگرام محصولات شما را رنگی تر نشان می دهد و نیاز به تولید همزمان چندین مدل ندارید بلکه با سفارش مشتری محصولات را می توانید افزایش دهید.

وبلاگ همکاری در فروش

کنند و حداقل ۷ ساعت در هفته به مرور محتوا و تعامل با دوستان و تماشای محصولات برندهای مختلف می پردازند.

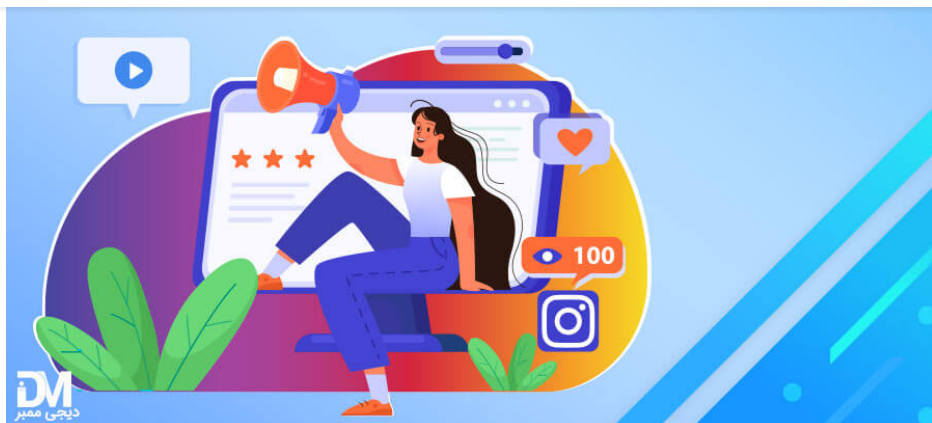
- اینستاگرام همچنین می تواند در افزایش آگاهی از برند و معرفی محصولات جدید کمک کننده باشد. ماهانه ۱۳۰ میلیون کاربر اینستاگرام درگیر موضوعات مختلفی از محتوای خرید می باشند. اینستاگرام امکان می دهد تا نام تجاری و محصول خود را به روشی دوستانه و معتبر برای مشتریان خود تبلیغ و معرفی نمایید.

با وجود این همه آمار قوی در اینستاگرام، افرادی هستند که هنوز از نحوه کار با اینستاگرام اطلاعات کافی ندارند.

مزیت اصلی شبکه اجتماعی اینستاگرام نسبت به سایر شبکه های اجتماعی ماهیت تصویری بودن آن است. اگر شغلی دارید که در آن از طراحی محصول سود می برید یا از خدماتی برخوردار هستید که دارای نتیجه نهایی آن فعالیت به شکل بصری قابل مشاهده است، اینستاگرام بهترین بستر برای نمایش آن محتوا می باشد.

ویدئو ، تصاویر و تصویرسازی همه برای محتوای این بستر رسانه اجتماعی مناسب هستند ، اما این استراتژی بازاریابی شماسست که در نهایت تعیین می کند که چه نوع محتوایی را منتشر کنید و چند بار آن را پست کنید. تعیین یک استراتژی مشخص قبل از وارد شدن مستقیم به یک بستر جدید از رسانه های اجتماعی شما را بر اهداف خود و – مهمتر از همه – به مخاطبان خود نزدیک خواهد کرد.

مقاله آموزشی: آموزش کسب درآمد از اینستاگرام، ۱۱ ایده تضمینی پول ساز از اینستا



استراتژی بازاریابی در اینستاگرام خود را طراحی کنید

۱. اهداف خود را در اینستاگرام مشخص کنید
۲. مخاطبان هدف خود در اینستاگرام را تعیین نمایید
۳. انجام تجزیه و تحلیل رقابتی از پروژههای تجاری خود
۴. تدوین یک پروسه زمانی برای فعالیت در اینستاگرام
۵. یک برند ثابت برای در اینستاگرام ایجاد نمایید
۶. فالوورهای خود در اینستاگرام را افزایش دهید

۱. اهداف خود را در اینستاگرام مشخص کنید

داشتن هدف مشخص از اولین رکن های بازاریابی در اینستاگرام می باشد. قبل از شروع به ارسال پست در اینستاگرام ، یک چیز را از خود (یا تیم خود) بپرسید: چرا در اینستاگرام هستید؟ به هر اندازه که این پلتفرم از محبوبیت بالایی برخوردار است ، پاسخ شما نباید این باشد: ” زیرا بقیه اینطور هستند.“ برای موفقیت در اینستاگرام دراز مدت ، باید هدف و اهداف مشخصی داشته باشید تا بتوانید زمان ، انرژی و سرمایه گذاری پولی خود را مدیریت نمایید. در واقع تعیین و درک دقیق هدف نهایی استفاده از اینستاگرام در راستای

شاید دوست داشته باشید از فید اینستاگرام (Instagram feed) خود برای ارسال و فروش محصولات خود به مشتریان استفاده کنید.

از مشخص بودن اهداف خود در اینستاگرام اطمینان داشته باشید. اینستاگرام شما می تواند چندین هدف داشته باشد که می توانید از تصاویر محصولات با محتوای تولید شده توسط کاربر (UGC) استفاده نموده و آنها را پست نمایید. از به اشتراک گذاری کیفیت و نوع پست های خود آگاهی داشته و به آنها اهمیت بدهید. با این کار شما می توانید نحوه عملکرد خود را اندازه گیری کرده و از ابزارهای Instagram Analytics استفاده کنید. اما اهداف انتخابی موفقیت در اینستاگرام شما باید چه ویژگی هایی داشته باشند؟

- دقیق و مشخص
- قابل سنجش
- واقع گرایانه و قابل تحقق
- مرتبط و متناسب
- زمان بندی شده

البته در حین اینکه به دنبال کسب جایگاهی در اینستاگرام هستید می توانید برخی اهداف خود را بر مبنای شاخص های کم ارزش تری مانند تعداد لایک، فالو و نظرات نیز تعیین کنید؛ اما مراقب باشید که تعیین اهدافی که با ذات واقعی کسب و کار شما پیوند دارند را از قلم نیندازید.

۲. مخاطبان هدف خود را در اینستاگرام تعیین کنید

قبل از شروع بازاریابی در اینستاگرام ، شما باید مخاطبین خود را تعیین کنید. باید در نظر بگیرید که محصول شما برای چه رده سنی،

وبلاگ همکاری در فروش

کسانی از این هشتگ ها استفاده می کنند و از آنها استفاده می کنند و مشخصات آنها را بررسی کنید. همچنین می توانید به فالوورهای رقیب خود نگاهی بیندازید چراکه اینستاگرام تعریف مخاطب را آسان می کند.

۳. تجزیه و تحلیل پیج اینستاگرام رقبا

یکی از ترندهای قدرتمند بازاریابی در اینستاگرام، شروع به تجزیه و تحلیل رقبا و همکاران است تا ببینید سایر بازاریابان در زمینه شما چه چیزی برای پست مطالب در نظر می گیرند.

اگر از قبل رقبای برتر خود را می شناسید ، ابتدا نمایه اینستاگرام آنها را مرور کنید. در غیر این صورت ، برای یافتن حساب های مشابه ، اقدام به جستجوی عبارت های مربوط به تجارت و صنعت خود استفاده نمایید.علاوه بر رقیب ها ی خود به سایر پیج های معروف هم سر بزنید و ببینید از چه تکنیک هایی استفاده کردند. برای این کار یک حسابرسی سریع برای حساب های مرتبط را انجام بدهید تا ببینید چه پست هایی بیشترین مشارکت را دریافت می کنند و از چه هشتگ های محبوبی استفاده می کنند و کپشن های آنها چیست ، هر چند وقت یکبار اقدام به پست مطالب می کنند و از چه سرعت رشدی برخوردار هستند. این اطلاعات می توانند به عنوان یک معیار برای شروع حساب شخصی شما عمل نمایند.

هنگام بررسی محتوای رقبای خود ، به فرصتهایی که ممکن است از دست داده باشند نیز توجه داشته باشید. افزودن محتوای منحصر به فرد به ترکیب و کسب و کار شما کمک می کند تا از بقیه رقبا متمایز و متفاوت باشید.

۴. تدوین و پیکربندی یک استراتژی برای فعالیت در

اینستاگرام

داشتن یک برنامه و استراتژی متداوم می تواند به شما در صرفه جویی در وقت و مدیریت حضور در اینستاگرام کمک کند، همچنین شما با این روش با الگوریتم های اینستاگرام نیز دوست خواهید شد و کمپین های بازاریابی اینستاگرام شما نیز بهترین بازدهی را خواهد داشت. تقویم زمانی خود را با برخی از انواع پست های اینستاگرامی پر کنید و زیرنویس ها، هشتگ ها و زمان ارسال مطالب خود را از قبل مشخص و برنامه ریزی نمایید. شما بایدزمان ارسال پست و استوری خود را زمان بندی کنید تا بیشترین بازدید را داشته باشید.

تقویم کاری شما همچنین مکانی عالی برای ثبت هرگونه رویداد کلیدی است که می توانید در حساب اینستاگرام خود آن را برجسته نمایید، مانند معرفی محصولات جدید یا پیشنهادات ویژه. با تقویم کاری ، می توانید به جای جستجوی پست های لحظه آخری ، مراقب فرصت های واقعی خود باشید حتی می توانید زمانی که برای کاری به مکان دیگر می روید از آن مکان به نوعی فرصت مکان های جدید را برای برچسب مکان استفاده کنید.

۵. یک برند ثابت و مشخص در اینستاگرام ایجاد کنید

قبل از کارهای اضافی به فکر برند کسب و کار خود باشید، چون براساس ماده ۶۶ قانون فضای مجازی، برند بر دامین و دیگر فعالیت

وبلاگ همکاری در فروش

فالوورهای شما گردد. برای جلوگیری این اتفاق شما یک نوع محتوای هدفمند در پیج اینستاگرام خود ارائه دهید. اگر برای کسب و کار خود پیج زدید، برای برند خود شخصیت سازی کنید. توجه داشته باشید که برندینگ یکی از اصل های بازاریابی اینستاگرام است.

شخصیت برند انتخابی شما بایستی روشن، تمیز و مشخص باشد و شرح آن هر سه ویژگی را منعکس کند. داشتن برند خوب و استفاده در بازاریابی تاثیر فعالیت شما را چندین برابر می کند. در حالت ایده آل ، زیبایی برند به شما کمک می کند تا شناخته شوید، بدین معنی که کسی می تواند تصویر شما را در فید (feed) خود مشاهده کند و فوراً بداند که این عکس متعلق به شماست حتی بدون دیدن نام شما.

هنگامی که شخصیت برند خود را تعیین کردید ، محتوای خود را برای مطابقت در آن اصلاح کنید. این حتی می تواند در مورد پالت رنگی که در عکس های شما استفاده می شود نیز اعمال شود. همیشه سعی کنید پایین محتوا تولیدی خود از لوگو برند خود استفاده کنید تا بهتر شما را بشناسند.

۶. تعداد فالوور اینستاگرام خود را افزایش دهید

افزایش فالوورهای شما زمان و انرژی جدی می طلبد. امروزه سایت های زیادی برای **خرید فالوور واقعی اینستاگرام** و **خرید لایک اینستاگرام** وجود دارند ولی نباید اعتماد کرد. سایت دیجی ممبر با سابقه چندین ساله مورد اعتمادترین سایت برای محصولات اینستاگرام است. با خرید فالوور از سایر سایت ها ممکن است نه تنها نتیجه نگیرید بلکه تعامل پیج شما پایین تر هم بیاید و تغییرات

وبلاگ همکاری در فروش

برای گرفتن بازدهی بالا در تبلیغات و بازاریابی اینستاگرام، باید ابتدا فالوورهای واقعی و فعال پیج اینستاگرام خود را افزایش دهید.

استراتژی و اصول بازاریابی در اینستاگرام

- مهمترین قدم برای هر پیج اینستاگرام نام کاربری قابل تشخیص و جستجو راحت می باشد. اگر مردم بعد شناخت شما در کمپین تبلیغاتی نتوانند شما را پیدا کنند، تمام هزینه های بازاریابی اینستاگرام شما به باد رفته است! همچنین توجه داشته باشید که بیوگرافی بهترین فرصت برای معرفی برند شماست پس با دقت آن را پر کنید. با این فرصت شما برند خود را بیشتر معروف می کنید.
- هنگامی که پیج اینستاگرام شما بهینه شد (که در این قسمت در مورد آن صحبت کردیم)، شروع به ارسال پست های مورد نظر خود نمایید. این موضوع ایده خوبی می تواند باشد که قبل از اینکه واقعا با مردم درگیر شوید، معرفی خود را با ده تا ۱۵ پست با کیفیت بالا پر کنید. اگر کاربران از نمایه شما دیدن کردند و آن را خالی دیدند، مطمئنا شما را فالوو نخواهند کرد.
- پیج و کسب و کارهایی را دنبال کنید که مربوط به کسب و کار شما باشد. به اینستاگرام مانند یک جامعه فکر کنید و به دنبال مشاغل دیگری در منطقه خود یا اینفلوئنسرهایی باشید که ممکن است از محصول یا خدمات شما لذت ببرند. همانطور که حساب ها را فالوو می کنید، اینستاگرام موارد مرتبطی را برایتان پیشنهاد می کند که شما نیز می توانید آنها را دنبال کنید.
- پس از پیگیری یک حساب، با محتوای آنها تعامل ایجاد نمایید. این طبیعی ترین روش برای جلب توجه به حساب

وبلاگ همکاری در فروش

شما را بررسی کنند و فالوور شما شوند. همیشه با پاسخ دادن به نظرات فالوورهای خود و درگیر شدن با مطالب آنها ، قدردان آنها باشید.

- دیگران را تشویق کنید تا مطالب شما را به اشتراک بگذارند. از نمایندگان و سفیران برندهای مختلف دعوت کنید تا حساب شما را به اشتراک بگذارند یا با حساب های مشابه همکاری کنند.

مقاله آموزشی : آموزش هایلایت کردن استوری
اینستاگرام با ۶ ترفند طلایی

تبلیغات بخش از بازاریابی است

زمانی که یک پایگاه اختصاصی برای فالوورهای ایجاد می کنید ، می توانید آنها را به مشتریان مالی تبدیل کنید. در اینجا برخی از این استراتژی ها ذکر شده است:

- تبلیغات: تخفیف ها بهترین روش برای جذب فالوور واقعی و فعال و یا فروش به مخاطبینی که اولین بار است وارد پیج شما شده است.
- برگزاری مسابقه: مسابقاتی را اجرا کنید که برای شرکت در آن شخص باید حساب شما را فالو یا با هشتگ پست کند. با این روش شما بیشتر فالوور جذب می کنید و امکان دیده شدن محصولات شما توسط بقیه بیشتر می شود.
- امور خیریه: اگر کمی دقت کنیم می بینیم که بیشتر مردم از بلاگرها و یا برندها انتظار دارند که یک نفع عمومی به امور خیریه داشته باشند. با انجام این کار می توانید برای نام

وبلاگ همکاری در فروش

مالی برای آن ها.

- **تیزرها:** اینستاگرام یک مکان عالی برای نمایش اجمالی محصولات جدید قبل از در دسترس بودن آنها به مخاطبان است. در حالی که نمی خواهید فیدهای دنبال کنندگان خود را فقط با عکس های محصول اسپم کنید ، استفاده از چند تصویر نمادین می تواند جلب توجه نماید.
- **راه اندازی مستقیم:** نمایش محصول یا خدمات جدید با استفاده از Instagram Live را در نظر بگیرید. سپس با درج پیوند خرید در بیوگرافی خود ، کاربران را به خرید سوق دهید.
- **تبلیغات در دیگر برنامه های خود:** شما باید برند خود را در سایر برنامه ها تبلیغ کرده و آیدی اینستاگرام را هم تگ کنید تا بیشتر در ملع عام باشد.

فراموش نکنید که از پیوند موجود در بیوگرافی اینستاگرام خود و همچنین نکات برجسته استوری اینستاگرام خود استفاده کنید زیرا این موارد می توانند فالوورهای خود را به وب سایت ، وبلاگ و صفحات خود متصل نمایند.

منبع: <https://www.hubspot.com/instagram-marketing>

برای خواندن این مقاله به صورت افلاین pdf را دانلود کنید.

**سوالات پرتکرار درمورد بازاریابی در اینستاگرام،
اینستاگرام مارکتینگ به زبان ساده و حرفه ای**