



🏠 دیجی ممبر خدمات تلگرام خدمات اینستاگرام خدمات کلاب هاوس

وبلاگ همکاری در فروش

> قبلی < بعدی >

۴.۸/۵ - (۱۱ امتیاز)

آموزش فروش در اینستاگرام با ۹ استراتژی موفق فروش آنلاین

از زمان تاسیس اینستاگرام در اکتبر ۲۰۱۰، تقریباً یک میلیارد کاربر، ماهانه از طریق رسانه های اجتماعی روزانه محصولات خود را به مشتریان خود معرفی کرده اند. فیس بوک در سال ۲۰۱۲ خدمات جامعه آنلاین بصری را با قیمت ۱ میلیارد دلار خریداری کرد و به تدریج فیس بوک تبدیل به یک ابزار چند منظوره ای می شود که به طور یکسان به مشاغل و مصرف کنندگان خود خدمات تجاری ارائه می دهد.

از آوریل ۲۰۲۰، ایالات متحده در صدر لیست کشورهای با بیشترین مخاطب اینستاگرام قرار گرفت. با توجه به اینکه ۵۰۰ میلیون نفر استوری های اینستاگرام را روزانه مشاهده می کنند، فرصت ارتباط خرده فروشان با مصرف کنندگان و فروشندگان محصولات در اینستاگرام در یک حد بسیار بالایی قرار دارد. جی بائر، مجری پادکست، برنده جایزه Social Pros و بنیانگذار Convince & Convert می گوید: "امروزه رسانه های اجتماعی

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 نیستا



کامنت باید وطنی باشه



سایر خدمات دیجی ممبر



بین شرکت ها و مشتریان خود یک رابطه خویشاوندی را ایجاد کرده اند که در آن خویشاوندی برابر با قصد خرید یک محصول می باشد. " اینستاگرام به عنوان یک پلت فرم از رسانه های اجتماعی با ویژگی های متعدد، به یک کاتالیزور برای مشارکت مصرف کنندگان و ابزاری برای موفقیت تجارت دیجیتال تبدیل شده است.

استراتژی فروش در اینستاگرام

۰۵:۰۱

استراتژی فروش در اینستاگرام به زبان ساده



چرا در اینستاگرام بفروشیم ؟

بر اساس داده های آژانس ۳۷ ، Omnicore درصد از افراد بزرگسال در ایالات متحده از اینستاگرام استفاده می کنند ، که بیشترین تعداد کاربران اینستاگرام در جهان را تشکیل می دهد ، اما این برنامه دارای کاربری در سراسر جهان می باشد. در آوریل ۲۰۲۰، Statista فهرستی از کشورهایی را که بیشترین تعداد مخاطبان اینستاگرام را دارند منتشر کرد:

- ایالات متحده (۱۲۰ میلیون)
- هند (۸۸ میلیون)
- برزیل (۸۲ میلیون)
- اندونزی (۶۴ میلیون)
- روسیه (۴۶ میلیون)

- ترکیه (۳۹ میلیون)
- ژاپن (۳۱ میلیون)
- مکزیک (۲۶ میلیون)
- انگلستان (۲۵ میلیون)
- آلمان (۲۲ میلیون)
- ایتالیا (۲۱ میلیون)
- فرانسه (۱۹ میلیون)

صاحبان مشاغل که می خواهند توان و قدرت فروش خود را بهبود بخشیده و دامنه فعالیت خود را گسترش دهند ، نباید از مزایای فروش در اینستاگرام غافل شوند. با توجه به تعداد زیادی از افراد که هر روز وارد پلت فرم اشتراک گذاری عکس و فیلم می شوند ، جای تعجب نیست که چرا مشاغل از فرصتی برای تسخیر بازارهای هدف با استفاده از دستگاه های تلفن هوشمند استفاده می کنند. سیاست های فروش در اینستاگرام را به شرح زیر می توان بیان کرد.



۱. با جامعه هدف خود ارتباط برقرار کنید

به گفته HootSuite ، بیش از ۹۲۸.۵ میلیون نفر از طریق تبلیغات اینستاگرام قابل دسترسی می باشند. علاوه بر این ، اعتقاد بر این

است که ۹۰ درصد از کاربران اینستاگرام حداقل از یک حساب تجاری برخوردار هستند. دانش جمعیت شناسی علمی است که می تواند توانایی شما در ایجاد یک استراتژی بازاریابی موثر و قدرتمند در اینستاگرام که به سرخ ها و در نهایت درآمد فروش تبدیل شود کمک نماید.

صرف نظر از گروههای سنی که در صنعت کسب و کار هدف آن شناسایی گروههای سنی خاص و مخاطب خود می باشد، اینستاگرام دارای پایگاه کاربری متنوعی است و این ابزار را برای هر کارآفرین یا برند اجرایی کرده است. مرکز تحقیقاتی پیو سن جمعیت کاربران اینستاگرام در ایالات متحده را مورد بررسی قرار داد و نتایج نشان می دهد که درصد جمعیتی که از اینستاگرام بر اساس گروه سنی استفاده کرده اند متنوع می باشد:

- سنین ۱۸ تا ۲۴ سال: ۷۵ درصد
- سن ۲۵ تا ۲۹: ۵۷
- سن ۳۰-۴۹: ۴۷
- سن ۵۰-۶۴: ۲۳
- سن ۶۵ سال به بالا: ۸

۲. تعامل واقعی با مشتریان خود ایجاد کنید

تعامل و ارتباط درست، کلیدی است تا مخاطبان خود را به آنچه ارسال و در اینستاگرام می فروشید علاقه مند کنید. بر اساس Brand Watch، مشارکت برند در اینستاگرام ۱۰ برابر بهتر از فیس بوک، ۵۴ برابر بهتر از پینترست و ۸۴ برابر بهتر از توییتر است.

به خاطر داشته باشید که جذب فالوور تنها مرحله در فروش اینستاگرامی نیست، بلکه ارتباط درست با آنها است که فروش شما را را چندین برابر می کند. شما می توانید این کار را از طریق پست

های اینستاگرامی جذاب و معنی دار، استوری های اینستاگرام و ویدئوهای نمایش داده شده در صفحات مربوطه به انجام رسانید.

اینستاگرام به شما این امکان را می دهد که فالوورهای خود را از طریق استوری ها ، هشتگ ها، تصاویر ، ویدیو و IGTV درگیر تبلیغات و محصولات خود نمائید. سعی کنید از این ابزارها به درستی استفاده کنید و مشتریان خود را درگیر محتوای به اشتراک گذاشته شده خود نمایید چراکه این امر منجر به افزایش فالوور اینستاگرام و همچنین افزایش بیشتر تعاملات شما با فالوورهایتان می شود.

۳. آگاهی و آشنایی با برند خود را افزایش دهید.

اینستاگرام بستری مناسب و عالی برای نشان دادن اهداف، چشم اندازها و دستاوردهای برندهای مختلف می باشد که شهرت و شخصیت متمایزی را برای هر برند ایجاد می کند . بر اساس نتایج یک نظرسنجی به سفارش IQ فیس بوک ، ۷۸ درصد از کاربران اینستاگرام برند های اینستاگرام را محبوب می دانند ، در حالی که ۷۷ درصد جامعه آنها را خلاق ، ۷۶ درصد سرگرم کننده و ۷۲ درصد مربوط به حوزه های اجتماعی ذکر می کنند. علاوه بر این ، ۸۳ درصد از کاربران اینستاگرام از این پلتفرم برای کشف محصولات و خدمات جدید استفاده می کنند ، ۸۱ درصد از آن برای تحقیق و ۸۰ درصد تصمیم برای خرید از آن را دارند.

مطمئناً ، محتوایی که در وبلاگ خود می نویسید می تواند کمک شایانی به ایجاد یک نام تجاری قوی در دنیای آنلاین بنماید، اما آیا قدرت محض درج کپشن های مرتبط با پست های اینستاگرام خود را در نظر گرفته اید؟

کمپین های اینستاگرام می توانند یک شبه ویروسی و مختل شوند ، بنابراین این بستر به مشاغل خود فضایی قدرتمند برای به اشتراک گذاشتن محتوای متمرکز بر نام تجاری خود را می دهد.

ترکیب عکس با متن یک راه فوق العاده برای نشان دادن برند شما می باشد.

شما اگر قصد افزایش لایک پست های اینستاگرامی خود را دارید، می توانید از سرویس **خرید لایک اینستاگرام** ارزان قیمت دیجی ممبر استفاده کنید.

فروش در اینستاگرام چگونه اتفاق می افتد؟

افزایش افرادی که کالاها و خدمات برند دار را به مخاطبان وفادار خود تبلیغ می کنند نشان داده اند که فروش در اینستاگرام می تواند یک کار بسیار سودآور باشد. اینستاگرام پتانسیل عظیمی به عنوان ابزار فروش و تجارت الکترونیک دارد.

درآمد تبلیغات اینستاگرام تا پایان سال ۲۰۲۰ در حدود سی درصد از درآمد غول رسانه های اجتماعی را شامل می شود. به همین خاطر است که معلوم می شود که چرا بسیاری از برند ها از اینستاگرام برای جذب مشتریان احتمالی استفاده می کنند.

برخی از تاکتیک های اصلی که می تواند به شما در کسب سود سالم و حفظ مشتریان خود کمک نماید شامل موارد زیر می باشد:

۱. عکس محصول و تبلیغات

خرید آنلاین برای خریدار و فروشنده راحت است. با این حال ، اینستاگرام فاقد یک عنصر فیزیکی است ، به همین دلیل باید از اینستاگرام به گونه استفاده کنید که همانند ویتترین بهترین مغازه شهرتان باشد که دوست دارید هر روز از آن مغازه دیدن کنید.

ارسال مداوم تصاویر با کیفیت و درک بالا از تبلیغات، اعتبار محصول و برند تجاری شما را افزایش می دهد، اما در صورت بارگذاری تصاویر بی کیفیت اینطور نخواهد بود. روی یک دوربین با کیفیت بالا سرمایه گذاری کنید یا یک عکاس حرفه ای استخدام کنید تا عکس های محصول شما را با کیفیت بالا به بهترین شکل و فیکور ثبت کند.

۲. عکس های مشتری و محتوای تولید شده توسط کاربر (UGC)

آیا می دانید که تقریباً ۹۰ درصد از مصرف کنندگان به UGC اعتماد دارند تا تصمیمات خرید خود را بر آن اساس به انجام برسانند؟ گزارشی که توسط Business Wire منتشر شده است نشان می دهد که ۸۵ درصد از خریداران بیشتر تحت تاثیر محتوای ایجاد شده توسط برند تجاری تحت تأثیر UGC- که به صورت متن ، تصاویر ، فیلم ها و نظرات ارائه می شود- هستند.

UGC (user-generated content) راهی را به صاحبان مشاغل ارائه می دهد تا بتوانند محتوای معتبرتری را برای کاربران و مشتریان خود ارائه نمایند.

شرکت های فعال در این زمینه این نوع محتوا را از طریق کانال های بازاریابی متعدد به اشتراک می گذارند ، اما اینستاگرام به یک پلتفرم پیشرو برای به اشتراک گذاری UGC تبدیل شده است. مصرف کنندگان ۲.۴ برابر بیشتر از محتوای ایجاد شده توسط برند تجاری ، UGC را مشاهده می کنند. این روش جدید با هدف جذب مشتریان جدید طراحی شده است که در حال ارائه خدمات به مشاغل بزرگتر در سراسر جهان می باشد.

دیجی ممبر یک نمونه برجسته از این طرح می باشد که به طور مرتب در ازای استفاده و بهره گیری روزمره از محصولات خود، جایزه یا هدایای نقدی را به مشتریان خود ارائه می دهد.

۳. خرید از اینستاگرام

در سال ۲۰۱۹، هنگامی که ویژگی Shopping Checkout برای خرید اینترنتی معرفی شد، چشم انداز فروش در اینستاگرام برای برند های سراسر جهان بسیار واقعی شد. این فرایند به صاحبان مشاغل این فرصت را می دهد که پوزیشن پیج اینستاگرامی خود را به یک فروشگاه الکترونیکی قابل خرید تبدیل نمایند.

با باز کردن اینستاگرام، رفتن به بخش تنظیمات پروفایل خود، بر روی گزینه کسب و کار و خرید کلیک کرده و می توانید با Instagram در این امر مشارکت داشته باشید. در مرحله بعد، کافی است کاتالوگ محصولات را انتخاب کرده و آن را به حساب حرفه ای خود لینک دهید. به خاطر داشته باشید که گزینه فروش در اینستاگرام فقط برای افراد که در لیست کشورهای تحریم شده آمریکا (facebook) نیستند، امکان پذیر است.

بسیاری از برند ها نیز از این فرصت برای همکاری با اینفلوئنسر ها استفاده می کنند، در پست های خارجی اگر دقت کرده باشید، اینفلوئنسر ها لباس هایی را که پوشیده اند، مال یک شرکت خاص است که با کلیک بر روی پست تگ های هر کدام نمایش داده می شود و شما با کلیک بر روی هر تگ یا برچسب می توانید پست مربوطه به همراه قیمت آن را مشاهده کنید. در صورت نیاز می توانید آن را سفارش دهید.

۹ گام برای ساخت پیج فروشگاه حرفه ای در اینستاگرام

اپلیکشن اینستاگرام بیش از ۱۰ سال قدمت دارد و از بدو تاسیس ، از یک سایت اشتراک گذاری عکس به یک مرکز خرید دیجیتال تبدیل شده است. این کانال با فروش جدید خود کسب و کارهایی مانند Burrow ، Larq ، Bon Bon Bon ، Bliss World و Skullcandy را به دست آورده است.

برای موفقیت در اینستاگرام، باید ردپای افراد موفق را دنبال کنید:

۱. پیج تجاری اینستاگرام خود را بهینه نمایید.

بیوگرافی شما همان چیزی است که فالوورهای بالقوه اینستاگرام وقتی روی صفحه شما کلیک می کنند ابتدا آن را مشاهده می کنند ، و اگر از آنچه می خوانند خوششان نیاید ، به احتمال زیاد شما را دنبال یا فالوو نخواهند کرد. فراموش نکنید که نام اینستاگرام خود را طوری انتخاب نمایید که کاملاً در یاد ماندنی باشد. همچنین ممکن است بخواهید با قرار دادن هشتگ در بیوگرافی اینستاگرام خود آن را به عنوان راهی برای جذب مخاطب گسترده تر در نظر بگیرید. برای داشتن یک پیج اینستاگرامی استاندارد، می توانید از سرویس **خرید پیج اینستاگرام** دیجی ممبر استفاده کنید.

- **عکس پروفایل :** گذشته از نام اینستاگرام شما ، عکس نمایه شما اولین تصویری است که توجه افراد را به خود جلب می کند. باید مطمئن باشید که تصویر یا لوگو انتخابی برند شما به اندازه کافی بزرگ باشد تا به وضوح برای کاربران شما قابل درک باشد. اگر نام تجاری شما طولانی است ، ممکن است لازم باشد آن را کوتاه کنید تا در حلقه عکس پروفایل اینستاگرام قرار گیرد. متناوباً ، اگر رهبر یک تجارت یا چهره یک نام تجاری هستید ، یک عکس سرفصل با کیفیت از آن را بارگذاری نمایید.

- **بیوگرافی خوب :** همه بیوگرافی های اینستاگرام محدود به ۱۵۰ کلمه می باشند ، بنابراین اطلاعات شرکتی که ارائه می

دهید باید مستقیماً سر اصل مطلب باشد. این چیزی است که مردم می خواهند از همان لحظه ای که روی صفحه شما کلیک می کنند بدانند، زیرا این امر بر اینکه آیا شما را دنبال می کنند یا از شما چیزی خریداری می کنند یا خیر تأثیر می گذارد. برای نشان دادن شخصیت برند خود، یک نقل قول و برخی ایموجی ها را برای آن در نظر بگیرید.

- **لینک به فروشگاه آنلاین خود :** هنگامی که لینک را در بیوگرافی اینستاگرام خود قرار می دهید، به راحتی می توانید حجم زیادی از ترافیک را به وب سایت، وبلاگ، سرویس اشتراک ویدیو یا فروشگاه تجارت الکترونیک آنلاین هدایت کنید. از آنجا که افراد بیشتری در اینستاگرام فروش می کنند، برای بازاریابان متداول شده است که لینکی را در زیر عکس اینستاگرام خود قرار دهند که کاربران وب را به یک فروشگاه آنلاین منتقل می کند. یک فراخوان برای اقدام (CTA) و یک لینک می تواند برای تجارت شما معجزه کننده باشد.
- شما برای افزایش فالوور پیج اینستاگرام خود میتوانید از سرویس **خرید فالوور واقعی اینستاگرام** دیجی ممبر استفاده کنید.

۲. از تبلیغات اینستاگرام برای رسیدن به مخاطبان مورد نظر خود استفاده کنید.

اینستاگرام در سال ۲۰۱۵ با معرفی تبلیغات اینستاگرام همه چیز را یک قدم جلوتر برد. بازاریابان وقتی متوجه شدند که این سیستم تبلیغاتی به آنها این امکان را می دهد تا از یک میلیارد کاربر ماهانه پلتفرم رسانه های اجتماعی در بخش ها و دسته بندی های مختلف محتوا استفاده نمایند، بسیار خوشحال بودند ۷۲ درصد از کاربران اینستاگرام پس از مشاهده یک محصول در برنامه، آن را

خریداری کرده اند ، که برای مشارکت و کسب سود بسیار مناسب می باشد.

۳. استوری های اینستاگرام را با لینکهای محصول خود ایجاد نمایید.

برای استفاده از ویژگی فوق العاده مفید "Swipe-Up" در اینستاگرام ، باید یک حساب تجاری با بیش از ۱۰۰۰۰ دنبال کننده داشته باشید. اگر در حال حاضر فالوور ندارید نگران نباشید زیرا ارسال منظم آن مشکل را حل می کند. در نتیجه می توانید جذب مخاطب هدفمند و پاسخگو را شروع کنید. همچنین اگر قصد افزایش بازدید استوری و پست های خود را دارید، از سرویس **خرید بازدید استوری اینستاگرام** دیجی ممبر استفاده کنید.



ساخت استوری اینستاگرام برای فروش اینستاگرامی - دیجی ممبر

۴. ایجاد یک پست اینستاگرامی با قابلیت خرید

سیستم های اینترنتی با قابلیت خرید و فروش به کاربران خود امکان انتخاب و خرید وسایل مورد نیاز خود را فراهم آورده اند. جهت ایجاد یک فایل شاپینگ یا سیستم خرید و فروش اینترنتی از به روز بودن یا آپ تو دیت بودن پروفایل تجاری خود در اینستاگرام اطمینان حاصل نمایید. در این سیستم شما به عنوان یک مدیر کسب و کار مشارکت دارید که فهرست محصولات مرتبط با فروشگاه فیس بوک را در سامانه خود خواهید داشت که در آن تنها کالاهای فیزیکی قابلیت فروش را خواهند داشت.

در این روش میزان مشارکت کاربران خود را زیر نظر داشته باشید تا مشخص شود که چه چیزی برای مدل کسب و کار شما مورد نیاز است. یکی از اصول اساسی در مدل سیستم های تجاری این است که همیشه خودتان را جای مشتری ها گذاشته و وضعیتی را خلق نمائید که که نشان دهد چگونه محصولات شما می توانند در سبک زندگی روزانه افراد جای داشته باشند. سعی کنید به مخاطبان خود با تبلیغات و ارسال پیام کیفیت محصول خود را برایشان نشان دهید سپس اقدام به معرفی گروه های هدف و نحوه استفاده از کالای خود بنمایید.

خدمات دیجی ممبر: خرید ویو پست اینستاگرام

۵. تبلیغاتی مخصوص اینستاگرام خود تهیه کنید

با ارائه کد تخفیف، کوپن یا هدیه از طریق اینستاگرام به مخاطبان خود انگیزه خاصی را برای خرید در آنها ایجاد می کنید. به علاوه، از آنجا که تبلیغات فقط در اینستاگرام است، مطمئناً مشتریان شما احساس خاصی از این کار شما خواهند داشت. این کار به نوبه خود، افراد بیشتری را برای دنبال کردن پروفایل شما جذب می کند.

پس از شروع تبلیغ محصولات خود در اینستاگرام، تبلیغات در برگه Stories، Feed و Explore کاربران برنامه ظاهر می شود. برند سلامتی و زیبایی Bliss از این تکنیک برای تبلیغ کالاهای خود استفاده می کند.



تبلیغات مخصوص اینستاگرام برای افزایش فروش اینستاگرامی –
دیجی ممبر

۶. مشارکت با اینفلوئنسرهای اینستاگرام

طبق برآوردها حدود ۵۰۰۰۰۰۰ اینفلوئنسر در اینستاگرام فعال هستند. وقتی که ۸۰ درصد از بازاریابان اینفلوئنسر را به عنوان یک فاکتور ارزشمند برای کمپین های فروش در اینستاگرام خود معرفی می کنند، مشخص است که این روش فروش در اینستاگرام دارای پتانسیل زیادی برای درآمدزایی خواهد بود. جستجوی اینفلوئنسر با فالوورهای زیاد به شما کمک می کند تا به سرعت در تجارت الکترونیک خود رشد کنید.



استفاده از اینفلوئنسر در فروش اینستاگرامی - دیجی ممبر

گزارشی که توسط **Influencer Marketing Hub** در سال ۲۰۱۸ منتشر شد، نشان می دهد که چگونه ۹۲٪ از بازاریابان بازاریابی تأثیرگذار را یک استراتژی موثر می دانند که به ازای هر دلار سرمایه گذاری، ۱۸ دلار سود به دست می آورند. این استراتژی برای فروش در اینستاگرام بسیار متمرکز و مرتبط است، چرا که اینفلوئنسرهای اغلب پست های خود را با مخاطبان خود به اشتراک می گذارند که این کار باعث جذب و افزایش فالوور اینستاگرام و

معرفی بیشتر محصول می گردد و از آنجایی که کاربران به اینفلوئنسرها اعتماد دارند ، در نهایت به شما نیز اعتماد خواهند کرد.

۷. از هشتگ های مناسب برای تبلیغات و معرفی کار خود استفاده نمایید

در یک دهه گذشته، اطلاعات کمی در مورد هشتگ ها و تأثیر آنها بر صاحبان مشاغل تجارت الکترونیک در سراسر جهان وجود داشت. در حال حاضر ، بازاریابان نمی توانند بدون آنها زندگی کنند. هشتگ ها برای آگاهی از کارهایی که رقبا انجام می دهند ایده آل می باشند و می توانند تعاملات بالایی را بین فالوورهای خود ایجاد نموده و فالوورهای بیشتری را جذب کنند. این کار می تواند حداقل باعث افزایش ۱۲.۶ درصدی مشارکت در پست هایی شد که حداقل یک هشتگ دارند بگردد.



استفاده از هشتگ درست در اینستاگرام برای فروش اینستاگرام –
دیجی ممبر

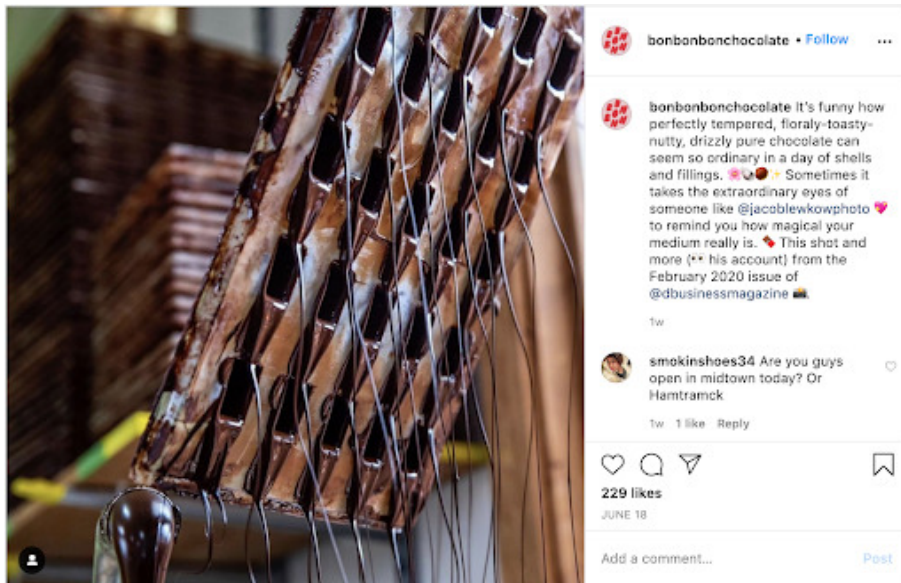
Larq با استفاده از هشتگ #drinkbrilliantly برای مشخص کردن و برند سازی اطلاعات خود، تسلط کاملی بر روی کاربران و فالوورهای خود ایجاد کرده است.

۸. کپشن زیبا و مفید برای پست های خود داشته باشید

با این کار شما این فرصت را خواهید داشت که با بیان یک داستان و یا یک موضوع خاص حسی را در بین مخاطبان خود ایجاد نمایید که تمایل به دنبال کردن هدف شما را داشته باشند. به همین خاطر ضرورت دارد که از این فرصت استفاده کرده و پیام شرکت خود را برای اطلاع فالورهای خود در مورد ماهیت و هدف شرکت از این طریق به اطلاع آنها برسانید.

هنگام نوشتن کپشن اینستاگرام، با پرسیدن سوالات از فالورها به دنبال تگ کردن دوست خود در قسمت نظرات باشید تا بتوانید از این طریق توجه آنها را روی یک موضوع خاص و مورد نظر خود جلب کنید. برخی افراد متن های کوتاه پشت سر هم را ترجیح می دهند، اما می توان با نوشتن پاراگراف های آموزنده همانطور که Bon Bon Bon انجام داده است، تأثیر خود را بر روی فالورهای خود ایجاد نمایید.

مقاله آموزشی : کپشن چیست؟ اصول کپشن
نویسی حرفه ای در اینستاگرام



نوشتن کپشن اینستاگرام برای فروش بیشتر در اینستاگرام –
دیجی ممبر

۹. طراحی مسابقه و چالش در اینستاگرام برای جذب فالوور

چرا فالوورهای موجود را ترغیب نمی کنید تا دیگران را برای شانس برنده شدن جایزه یا تخفیف بر روی محصولات خود تگ کنند؟ اجرای مسابقه می تواند توجه برند و محصولات شما را برای افراد جلب نماید، چراکه این امر می تواند به طور قابل توجهی در جذب افراد و مخاطب نقش داشته باشد.

ایده های طراحی مسابقه در اینستاگرام

لایک و کامنت دهید تا برنده شوید

مسابقه شرح عکس

چالش های کوچک و باحال

با انتشار بهترین تصویر یا داستان برنده شوید

مسابقه را با موضوع هدف برند و تجاری خود تبلیغ کنید و اگر پروفایل تجاری دارید ، لینکی به وب سایت خود برای ارسال آثار