



🏠 دیجی ممبر خدمات تلگرام خدمات اینستاگرام خدمات کلاب هاوس

وبلاگ همکاری در فروش

< قبلی بعدی >

۴.۷/۵ - (۱۰ امتیاز)

کپشن چیست؟ اصول کپشن نویسی حرفه ای در اینستاگرام

نوشتن کپشن خوب و مرتبط در اینستاگرام کار ارزشمند و گاهی سخت است.

منظور از این حرف این است که شما به راحتی می توانید کپشن های خنده دار برای حساب شخصی خود بنویسید. به هر حال ، دوستان و خانواده شما واقعاً به آنچه که شما در حساب کاربری شخصی خود نوشته اید اهمیت نمی دهند. اما زمانی که قصد استفاده از اینستاگرام برای یک فعالیت تجاری را دارید ممکن است نیاز به استفاده از کپشن های رسمی تر در صفحه خود را داشته باشید و در مورد انواع مختلف کپشن هایی که به اشتراک می گذارید تا ایموجی ها ، هشتگ ها ، فراخوان به اقدام و محتوای حمایت شده بایستی حساب شده عمل نمایید.

برای کمک به شروع کار یا شروع فعالیت خود در اینستاگرام این راهنما می تواند برای شما کمک کننده باشد. در این مسیر با دیجی ممبر

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

همراه باشید تا بهترین روشهای نوشتن کپشن اینستاگرام را با همدیگر یاد بگیریم.

بیج اینستا داریم در حد المپیک



حتی فالوور کلاب هاوسم با ما



کپشن نویسی چیست؟

این روزها که استفاده از شبکه‌های اجتماعی حسابی فراگیر شده است، یکی از بزرگترین دغدغه‌های تمام افرادی که در شبکه‌های اجتماعی فعالیت می‌کنند، نوشتن یک کپشن جذاب و حرفه‌ای است.

گاهی عکس‌ها و ویدیوها نمی‌توانند به تنهایی در شبکه‌های اجتماعی حرف مورد نظر ما را بزنند و کپشن در واقع همان متنی است که زیر آنها منتشر می‌کنیم تا بتوانیم توضیحات و جزئیات بیشتری را در اختیار مخاطبان بگذاریم. کپشن به تصاویر شما مفهوم و زمینه خاصی را می‌دهند، به شما اجازه می‌دهند تا ماهیت اصلی برند خود را از آن طریق نمایش بدهید و با مخاطبان خود ارتباط برقرار کرده و فالوورهای خود را مجبور به اقدام درخواستی خود کنید.

حتما بخوانید : آموزش نوشتن کپشن فارسی و کامنت
راست چین در اینستاگرام

ساختار اصلی یک کپشن عالی

۱. تیتتر

۲. لید

۳. مقدمه

۴. بدنه متن

۵. نتیجه گیری و فراخوانی

در همه کپشن ها این نکات رعایت نمی شود و گاهی هم نیاز نیست؛ اما اگر کمی دقت کنید بعضی کپشن ها به صورت یکپارچه و پیوسته این نکات را در خود دارند. گاهی تیتتر همان نوشته مهمی است که روی عکس یا ویدیو می زنید تا مخاطب بیشتر ترغیب شود که محتوای شما را دنبال کند. لید همان یکی دو خط اول کپشن است و بعد از آن شاهد مقدمه و بدنه اصلی هستیم. در انتها هم در کپشن خود نتیجه گیری کرده و از مخاطبان می خواهیم بازخورد (CTA) خود را ابراز کنند.



کپشن نویسی حرفه ای

کپشن اینستاگرام خوب شامل چه مولفه هایی است؟

کپشن های متقاعد کننده می توانند تعامل بیشتری ایجاد کنند، که در الگوریتم اینستاگرام بسیار مهم است. متن قوی در کپشن شما، داستان و شخصیت برند شما را شکل می دهد، که به نوبه خود به دنبال کنندگان شما کمک می کند که متوجه شوند به چیزی که شما می فروشید نیاز دارند. به طور خلاصه: زیرنویس های اینستاگرام می توانند به ارتقای موفقیت کسب و کار شما در رسانه های اجتماعی کمک کنند و این می تواند نتیجه شما را بهبود بخشد. هر چه کپشن نویسی شما عالی باشد با توجه به الگوریتم اینستاگرام جز بیشترین جستجو را شامل می شود و در اکسپلور بالاتر می رود. قبل از اینکه وارد کپشن نویسی شوید، باید اهداف اصلی از استراتژی اینستاگرام را انتخاب کنید. اهداف کلی مشترک عبارتند از:

- افزایش آگاهی از برند (با این کار شما به همه فالوور های شما و دیگر مخاطبین آگاهی کامل از برند خود می دهید و بیشتر به پیج خود هدایت می کنید)
- تبلیغ فروش، عرضه محصول جدید، یا راه اندازی مجموعه جدید
- جمع آوری محتوای تولید شده توسط کاربر با هشتگ های مارک اینستاگرام
- هدایت کردن فالوورها و فالوورهای بالقوه برای خواندن کپشن شما، رفتن به نمایه خود و کلیک بر روی لینک موجود در بایو
- واداشتن فالوورها به لایک کردن، نظر دادن یا اشتراک گذاری (با تگ کردن دیگران)
- کپشن های خوب در اینستاگرام، توضیح می دهند که عکس مربوطه درباره چیست، به دنبال کنندگان می گویند چه عملی انجام دهند یا نکات ظریف نهفته در تصویر را تفسیر می کند و در نتیجه

محتوا را لذت بخش تر می کند و دنبال کننده ترغیب می شود این
محتوا را به اشتراک بگذارد

چگونه یک کپشن جذاب در اینستاگرام بنویسیم؟

۱. از جمله اول نهایت استفاده را ببرید

اینستاگرام بعد از سه تا چهار خط کپشن شما را کوتاه می کند، بنابراین جزئیات مهم را در ابتدا قرار دهید. فقط درباره اولین جمله در فید کاربر دیده می شود، بنابراین مطمئن شوید که قانع کننده است یا سؤالی می پرسد و در پایان تماس خود را برای عمل قرار ندهید.

۲. سعی کنید کپشن شما شامل یک تماس برای

مخاطبین و یا پرسیدن یک سوال

این که شما در کپشن از مخاطبین سوال بپرسید و آنها را سرگرم کنید بیشتر پست لایک می خورد و حتی برای جواب کامنت بیشتری گذاشته می شود. حتما برای ارتباط بیشتر شما شماره تماس و یا لینک برای ورود به پیج بگذارید. این کار بیشتر برای زمانی است که پست شما در اکسپلور به مخاطبین عرضه می شود پس بین خود و مخاطبین پل ارتباطی قوی ایجاد کنید.

۳. هدف از کپشن خود را معین کنید

هر پست باید هدف و نیتی باید داشته باشد، بنابراین هر یک را با هدف خاص خود هدایت کنید. می خواهید فالوورها چه کاری انجام دهند:

- از وب سایت ویا پیج خود بازدید کنند؟
- برای یک محصول خاص خرید کنند؟
- پست را با دوستان به اشتراک بگذارند؟

- خرید تبلیغاتی؟
- در مسابقه یا هدیه شرکت کنند؟
- عکس بگیرید و با استفاده از یک هشتگ مشخص به اشتراک بگذارید؟ (این یک راه عالی برای جمع آوری محتوای تولید شده توسط کاربر است)

۴. حس مشارکت ایجاد کنید

نکته کلیدی کپشن نویسی تشویق مشارکت برای ایجاد حس گفتگو و گفتگو است. این نیز راهی برای کار کردن با الگوریتم اینستاگرام است؛ که به تعامل پست های شما به دنبال کنندگان کمک می کند. با تشویق به مشارکت احتمال اینکه پست شما در فیدهای سایر کاربران به عنوان یک "حساب توصیه شده" برای دنبال کردن ظاهر شود را افزایش می دهد. در اینجا برخی از اقداماتی وجود دارد که می توانید در عنوان خود تشویق کنید:

- روی لینک موجود در بیو کلیک کنید
- کامنت بگذارید، معمولا به عنوان پاسخ به یک سوال
- یک دوست را تگ کنید (این یک تاکتیک عالی برای افزایش دسترسی شما است)
- با استفاده از هشتگ مارک خود عکسی ارسال کنید
- از افراد برای شرکت در مسابقه دعوت کنید (به سادگی از مردم دعوت کنید تا با سیو و لایک و یا با کامنت و تگ دوستان خود در مسابقه شرکت کنند و جایزه ببرند).

۵. اضافه کردن ارزش

نکات و ترفندها یا هر نوع اطلاعاتی را برای کمک به آموزش یا اطلاع رسانی برای افزایش ارزش افزوده پست اینستاگرام خود ارائه دهید. در نتیجه افزودن ارزش به کپشن های اینستاگرام به کاربر کمک می کند و احتمال اشتراک گذاری و نشانک گذاری پست را افزایش می دهد.

۶. مثل یک انسان (نه ربات) بنویسید

اصالت و نحوه حرف زدن شما بیشتر از همه در کپشن نویسی مهم است. در نتیجه خود واقعی خود را در نظر گرفته و همانطور که صحبت می کنید بنویسید. مطمئناً شما ممکن است بخواهید استراتژیک و هدفمند باشید، اما همچنین می خواهید با کاربر طبیعی و مانند یک دوست روبرو شوید.

۷. کپشن های اینستاگرام خود را در یک پلتفرم جداگانه

پیش نویس کنید

اگر شما زیرنویس های خود را روی پلتفرم دیگری بنویسید، به احتمال زیاد استراتژیک و بدون حواس پرتی فکر می کنید. اگر هنگام نوشتن کپشن های اینستاگرام برای کسب و کار خود را از تلفن خارج کنید، ذهن روشن تری دارید. پس می توانید مجموعه ای از زیرنویس ها را بنویسید، و با ویرایش دوباره آن، یک کپشن عالی ایجاد کنید. و هنگام کپشن نویسی اهداف کمپین و تعامل خود را در الویت قرار دهید. همیشه سعی کنید چند ایده جایگزین برای زیرنویس خود بیاورید، زیرا اولین موردی که می نویسید لزوماً بهترین نخواهد بود. اجازه دهید خلاقیت شما نفس بکشد و از این فرآیند لذت ببرید.

۸. کانال های اجتماعی دیگران را در اینستاگرام تبلیغ

کنید.

شما می توانید از کپشن پست اینستاگرامتان برای تبلیغ سایر حساب های کاربری تان در شبکه های اجتماعی دیگر استفاده کنید. این کار روش خوبی برای آگاه کردن دنبال کنندگان تان است تا بدانند که چطور و کجا می توانند شما را پیدا کنند. به این ترتیب دنبال کنندگان اینستاگرامی تان می توانند شما را در توییتر، تلگرام، آپارات و دیگر شبکه های اجتماعی هم دنبال کنند. مثلاً ممکن است شما کمپینی را که

در شبکه‌های اجتماعی دیگری راه‌اندازی کرده‌اید در اینستاگرام تبلیغ کنید

۹. از داستان سرایی استفاده کنید

از خنثی بودن خودداری کنید - شخصیت و چاشنی را به زیرنویس‌های خود اضافه کنید. به عبارت دیگر باید سعی می‌کنید دو تا سه کلمه، عبارت یا حکایت حسی را اضافه کنید، که تصویری را ترسیم شود. بنابراین لمس، طعم، صدا، بینایی، احساس، احساس را توصیف کنید. مشخص کنید

۱۰. از ایموجی‌ها استفاده کنید و با آنها سرگرم شوید

شکلک‌ها را بپاشید تا طعم بیشتری به کپشن اضافه کنید و متن را متحرک کنید. ایموجی‌ها همچنین راهی عالی برای هدایت خوانندگان به انجام یک کار خاص مانند کلیک کردن روی پیوند در بیو هستند. توجه کنید که اگر از شکلک‌ها استفاده می‌کنید، مطمئن شوید که با لحن صدا و برند شما هماهنگ هستند.

۱۱. طول کپشن را در نظر بگیرید

مانند بسیاری از استراتژی‌های بازاریابی، متن در کپشن اینستاگرام شما کیفیت بر کمیت است. می‌تواند کوتاه و سریع باشد یا دارای متن طولانی تر و عمیق تر باشد. در مورد نوشتن کپشن هیچ طول درست یا غلطی وجود ندارد. اگر پست شما جالب باشد، مردم آن را می‌خوانند. با این حال، اگر شک دارید که یک پست بیش از حد طولانی است، بهتر است کمی کوتاه کنید.

۱۲. از هشتگ‌ها استفاده کنید

هشتگ‌های اینستاگرام یک راه کلیدی برای جستجوپذیر کردن پست‌های شما هستند، بنابراین مطمئن شوید که از آنها به درستی استفاده

می کنید. هشتگ ها مانند کلمات کلیدی عمل می کنند، زیرا دارای قابلیت ردیابی و جستجو هستند. اگر توجه کنید برندها هشتگ ها را در انتهای متن نوشتاری خود گروه بندی می کنند و به ترتیب و علاقه مردم می نویسند. برخی حتی چندین خط فضا با نقطه اضافه می کنند تا هشتگ ها را جدا کرده و واقعاً آنها را از فضای توضیحات دور کنند.

۱۳. لینک در بیوگرافی پیج اینستاگرام

در نهایت، اگر می خواهید دنبال کنندگان خود را به آخرین پست وبلاگ خود هدایت کنید، کاری را انجام دهید که The Design Files انجام می دهد و به سادگی به مردم بگویید روی پیوند موجود در بیوگرافی خود کلیک نمایند

۱۴. از تکه کلام های خاص و ضرب المثل ها استفاده کنید

از تکه کلام های وایرال و یا ضرب المثل ها استفاده کنید تا بیشتر جذب توجهی کنید.

چرا کپشن نویسی در اینستاگرام مهم هستند؟

“به نظرم می آید که آخرین باری که اینستاگرام را بررسی کردم، یک پلت فرم اشتراک گذاری عکس بود...”

بله، در اینستاگرام همه چیز درباره به اشتراک گذاری تصاویر زیبا است. اما گول این را نخورید که به کلمات و عبارتهای بیان شده شما توجهی نمی شود.

نوشتن کپشن خوب در اینستاگرام بسیار مهم است. آنها به تصاویر شما مفهوم و زمینه خاصی را می دهند، به شما اجازه می دهند تا ماهیت

اصلی برند خود را از آن طریق نمایش بدهید و با مخاطبان خود ارتباط برقرار کرده و فالوورهای خود را مجبور به اقدام درخواستی خود کنید.

کپشن نویسی در اینستاگرام – مثال ۱

همچنین درباره قدرت قصه گویی حرف های زیادی برای گفتن وجود دارد. مغز ما برای داستان پردازی کمی سخت عمل می کند. وقتی با یک چیز خوردنی یا نوشیدنی با دوستان خود صحبت می کنیم یا یک شوخی خنده دار را سر شام مطرح می کنیم این خود نوعی داستان سازی به حساب می آید.

داستان ها افراد را درگیر خود می کنند و پس از جذب مخاطب به کاربران کمک می کنند تا یک برند و یا محصولاتی را که در ابتدا انتخاب آن برایشان گیج کننده بود، قدرت انتخاب داشته باشند.

در اینستاگرام می توان اشیا را با تصاویر برای افراد معرفی کرد ، اما استفاده از کپشن به مشاغل کمک می کند تا با کاربران خود ارتباط برقرار کرده و محصول خود را به شکلی تجاری سازی شده به افراد معرفی نمایند.

کپشن نویسی در اینستاگرام - مثال ۱

الگوریتم اینستاگرام طوری طراحی شده است که از پست هایی که لایک و نظرات زیادی را دریافت می کنند حمایت می کند. اساساً ، مشارکت یک سیگنال قوی به اینستاگرام می فرستد که شما محتوای با کیفیتی دارید و فالوورهای شما آن را دوست دارند و سایر کاربران نیز ممکن است بخواهند آن را ببینند.

کپشن های خوب اینستاگرام به شما این امکان را می دهند تا داستان برند خود را بیان نمایید و با فالوورهای خود ارتباط برقرار کرده و مخاطبان خود را افزایش دهید. اگر در پی افزایش فالوور اینستاگرام خود در سریع ترین زمان ممکن هستید می توانید از سرویس **خرید پست و لایک اینستاگرام** دیجی ممبر استفاده کنید.

برای نگارش کپشن های خوب در اینستاگرام نیازی نیست که یک نابغه علمی ادبی باشید. همچنین هیچ فرمول یا الگوی مخفی وجود ندارد که برای هر نگارشی از آن استفاده نمایید. میزان موفقیت کپشن های شما به مخاطبان شما بستگی دارد. شما باید بدانید که آنها چه کسانی هستند ، چه چیزی را دوست دارند و چه نوع محتواهایی برای آنها طنین انداز و مهم خواهد بود.

مهم این است که در کپشن های خود اصل کموضوع را به اطلاع مخاطبان خود برسانید. در این راه از کلمات خود برای ارائه زمینه به

تصاویر خود استفاده کنید و همیشه از CTA برای الهام بخشیدن به فالوورهای خود برای انجام برخی اقدامات استفاده کنید.

نوشتن کپشن خوب در اینستاگرام – مثال ۲

با ارایه مطالب و تصاویر مناسب می توانید شخصیت خود را به فالوورهایتان نشان بدهید! حتی اگر شما یک استودیوی یوگا یا یک شرکت معماری را اداره می کنید ، کپشن های شما به شما این فرصت را می دهد که داستان منحصر به فرد کسب و کار خودتان را بیان کنید.

نگارش کپشن به ۲۲۰۰ عبارت محدود شده و پس از سه سطر اول متن کوتاه می شوند. این به شما فضای زیادی می دهد تا آنچه را که می نویسید برای آن خلاقیت کافی داشته باشید. برخی از مشاغل از همه این فضا استفاده می کنند ، برخی دیگر کپشن های بسیار کوتاهی ارسال می کنند.

هنگام نوشتن کپشن ها وقت کافی را برای آن بگذارید. به جای نوشتن یک عنوان سریع در ۱۰ ثانیه ، کپشن های خود را بنویسید و بازنویسی کنید. هنگامی که از وقت و فضای کافی برخوردار هستید سعی کنید بهترین نگارش برای جذب مخاطب و معرفی برند خود استفاده نمایید.

نوشتن کپشن خوب در اینستاگرام – مثال ۲

استفاده مستمر از یک برند ثابت

تعیین یک هویت ثابت و مناسب برای برندتان مهم و تعیین کننده می باشد، چراکه این امر نه تنها بر نحوه نگارش کپشن ها اثر می گذارد، بلکه بر نوع تصاویر و فیلم هایی که به اشتراک می گذارید نیز تأثیر می گذارد.

سعی کنید قبل تصمیم تان را برای انتخاب یک صوت مناسب برای برند خود گرفته باشید و به مواردی که به عنوان نماینده کسب و کار شما خواهند بود فکر کنید. سعی کنید از کلماتی استفاده نمایید که بهترین توصیف در وصف شما و برند تجاری شما باشد. به عنوان مثال ، مشاغلی که لوازم کوهنوردی می فروشند ممکن است از عبارتهایی چون "ماجراجویانه" ، "جسورانه" و "دوستانه" استفاده نمایند.

صدای برند شما بایستی سازگار با وب سایت و حساب های اجتماعی شما باشد ، به عنوان مثال اگر از زبان های سرگرم کننده و عجیب و غریب در وب سایت خود استفاده می کنید ، این حالت را برای حساب Instagram خود نیز استفاده نمایید..

بهتر است لحن صدای خود را سبک و دوستانه نگه دارید. سعی کنید از کپشن های رسمی یا جدی اینستاگرام استفاده کنید، اگرچه همه چیز بستگی به وضعیت و حالت برند تجاری شما دارد چرا که آن به نمینده و نمایشگر شخصیت شما خواهد بود.

یک مثال عالی از انتخاب صوت برای مارک MailChimp است. راهنمای این شرکت موضوع "صدای آنها زیاد تغییر نمی کند" و "لحن آنها با احساسات کاربران ما سازگار است" را برای کاربران توضیح می دهد. بر این اساس شما می توانید صدای سرگرم کننده MailChimp به کپشن های اینستاگرام خود منتقل کنید.

استفاده درست و هوشمندانه از احساسات

بیان احساسات شما قطعاً بر روی خرید شما تأثیر خواهد گذاشت. استفاده از احساسات فالوورها با استفاده از نوع مناسب زبان در کپشن ها می تواند به برانگیختن احساسات خاص و افزایش فروش کمک کند.

۱. احساس ترس:

ترس از دست دادن ، معروف به FOMO ، می تواند فالوورها را به خرید محصول شما سوق دهد. به سادگی با گفتن این که سهام محدودی دارید یا محصولات شما فقط برای مدت محدود به فروش می رسند ، می توانید فالوورهای خود را برای خرید ترغیب نمایید

نقش احساسات در کپشن نویسی اینستاگرام – مثال ۱

۲. احساس وابستگی:

مردم مشتاق ارتباط هستند و احساس تعلق می خواهند. استفاده از زبانی که بتواند مستقیماً با کاربران شما صحبت کند می تواند به تقویت روابطی که به فروش برند شما کمک می کند، مفید باشد.

نقش احساسات در کپشن نویسی اینستاگرام – مثال ۲

۳. احساس الهام بخش بودن:

کپشن های جذاب که نحوه استفاده از محصول شما را نشان می دهند، می توانند به فالوورهای شما برای خرید الهام بخش کمک کننده باشند، حتی اگر آنها فرصت مشاهده محصول شما را نداشته باشند بخاطر دریافت الهام از بیان کپشن های شما اقدام به مشارکت خواهند کرد. لورنا جین از جامعه ای الهام می گیرد که هنگام پوشیدن لباس هایش سالم و جذاب باشند.

استفاده از فراخوان عمل (Call to Action) در اینستاگرام

گنجاندن فراخوان برای اقدام در کپشن اینستاگرام یک راه ساده برای الهام بخشیدن به فالوورهای شما برای انجام عمل است که این امر را می توان یا با طرح سوال یا از طریق ایجاد یک لینک انجام داد.

برای ایجاد دعوت به عمل ، تنها کاری که باید انجام دهید این است که از فالوورهای خود بخواهید کاری در قبال کپشن یا تبلیغ شما انجام بدهند. حال یا از یک متن ساده استفاده نمایند یا از یک لایک.

به عنوان مثال ، می توانید از پیروان خود بخواهید به سوالی پاسخ بدهند و سپس دوست خود را تگ نمایند . یعنی از آنها بخواهید که روی پیوند موجود در بیوگرافی خود کلیک کنند یا از هشتگ مارک دار خود استفاده نمایند.

با طرح سوال از فالوورهای خود آنها را تشویق می کنید تا علاوه بر اینکه نظر خود را می سنجند برای آن اظهارنظر هم می کنند که این امر راهی عالی برای ایجاد تعامل می باشد.

درخواست از مردم برای تگ کردن دوستان خود در بخش نظرات می تواند به افزایش آگاهی از نام تجاری شما و افزایش تعداد فالوورهایتان کمک کننده باشد. یک روش عالی دیگر برای جلب توجه تنظیم مسابقات و اهدای جوایز می باشد.

اسفاده از فراخوان عملی در کپشن اینستاگرام

اگر می خواهید ترافیک صفحه خود را به یک پست وبلاگ جدید در سایت خود یا به طور کلی وب سایت خود انتقال بدهید، می توانید از فالوورهای خود بخواهید روی پیوند موجود در بیوگرافی خود کلیک کنند. وقتی ایموجی just را درست قبل از پیوند قرار می دهید ، مشخص می شود که می خواهید فالوورهای شما روی آن کلیک کرده و از دستوری تبعیت نمایند.

کپشن ها در فیدهای کاربران پس از سه خط متن قطع می شوند ، بنابراین لازم است که فوراً نکته کلیدی خود را منتقل کرده یا اقدام مناسب آن را داشته باشید.

استفاده از یک یا دو کلمه را در ابتدای عنوان خود جهت برجسته نشان دادن برند خود ایده خوبی برای جلب توجه به نظر می رسد ، مانند اصطلاحات "هدیه دادن" یا "راهنمایی های سفر" برای جلب توجه افراد.

سعی کنید در برنامه های دعوت خود از کلمات عملی مانند "رایگان" ، "اکنون" و "عجله" در کپشن خود استفاده کنید. زبان عمل بیشتر از کلمات منفعل باعث ترغیب کاربران برای انجام یک اقدام خاص می شود.

شما فقط حق استفاده از یک لینک در بیوگرافی خود را دارید ، بنابراین از آن عاقلانه استفاده کنید! بسیاری از برندها لینک خود را به طور مرتب

می چرخانند ، اما خدماتی مانند Linktree به شما این امکان را می دهد که یک صفحه جایگزین به فالوورهای خود که روی لینک شما کلیک می کنند ، نشان بدهید.

استفاده از هشتگ در نوشتن کپشن اینستاگرام

استفاده از هشتگ در کپشن های شما یک راه ساده برای برجسته کردن کلمات مهم و کمک به فالوورهای خود برای کشف محتوا و برنامه های فروش جدید می باشد.

هشتگ گذاری از محدودیت ۳۰ هشتگ برخوردار است، اما هیچ دلیلی وجود ندارد که از تعداد زیادی عبارت استفاده کنید. موسسه Track Maven توصیه می کند برای به حداکثر رساندن تعامل ، از بیش از ۱۱ هشتگ استفاده ننمایید.

شناخت اینکه چه چیزی برای نام تجاری شما اهمیت دارد نیاز به بررسی و مطالعه فراوان دارد. بهتر است تحقیقات خود را انجام دهید و ببینید مردم در پیچ شما از چه هشتگ هایی استفاده می کنند و کدامیک بیشتر فعال می باشد.

بسیاری از مردم تمام هشتگ های خود را در پایان عنوان خود درج می کنند، اما هیچ دلیلی ندارد که شما نیاز به این کار داشته باشید (و مطمئناً برای این کار هیچ امتیازی از اینستاگرام دریافت نخواهید کرد!)

اسفاده از هشتگ در نوشتن کپشن

استفاده از ایموجی ها در کپشن ها هشتگ ها در کپشن های شما می تواند به خوانایی و افزودن زمینه به کلمات شما کمک کنند.

هیچ قانون سخت و سریعی برای استفاده از ایموجی ها وجود ندارد ، قسمت عمده هشتگ های خود را در اولین پست خود (یا بعد از چند با این تفاوت که استفاده از آنها ایده خوبی است زیرا آنها می توانند خط خالی) ارسال نمایید. این امر باعث می شود تا کاربران حواسشان توجه اطلاعات مهم را در کپشن های شما را جلب کنند و در عین حال پرت نشود و در عوض روی خواندن عنوان شما و عمل به CTA تمرکز شخصیت شما را نشان دهند.

کنند تا اینکه روی هشتگ دیگری کلیک کرده و پیج موجود خود را ترک **ایموجی** در ابتدای عنوان شما می تواند نقش تنظیم کننده لحن را داشته باشند. به عنوان مثال ، استفاده از این ایموجی 🍷 به افراد می گوید که جزئیات مهمی در عنوان شما وجود دارد یا شما قصد هدیه دادن به فالوورهای خود را دارید.

با خیال راحت هرچقدر که دوست دارید از تعداد زیادی ایموجی یا چند عنوان در ایموجی استفاده نمایید، حتی کل کلمات را با ایموجی جایگزین نمایید! چراکه ایموجی ها راهی عالی برای افزودن شخصیت یک کلام هنگام نوشتن کپشن های خوب در اینستاگرام هستند.

استفاده از ایموجی در کپشن اینستاگرام

منشن کردن پیج های اینستاگرامی دیگر

گنجاندن سایر حساب های اینستاگرام در کپشن های شما راهی عالی برای ارتباط با سایر کاربران و ایجاد مخاطبان از طریق برخی تبلیغات متقابل است. با منشن کردن دیگران در پست خود احتمال دیده شدن پست خود را افزایش می دهید ، با این روش بازدید پست شما افزایش پیدا می کند. برای افزایش بازدید پست و استوری خود می توانید از سرویس **خرید ویو پست اینستاگرام** و **خرید بازدید استوری اینستاگرام** دیجی ممبر استفاده کنید.

منشن کردن دیگران در کپشن اینستاگرام

استفاده از هشتگ های برند خودتان در کپشن

هشتگ های برنددار یک راه عالی برای تبلیغ محصولات ، تبلیغات ، مسابقات و رویدادهای حمایتی هستند.

برای ایجاد یک هشتگ مارک دار ، کافی است که یکی از آنها را برای خودتان ایجاد نمایید! ممکن است بخواهید نام تجاری ، محصولات یا نام کمپین خاصی را در آن برای خود درج کنید. جالب اینجاست که ۷۰ درصد هشتگ های اینستاگرام برنددار هستند.

همیشه قبل از شروع استفاده از هشتگ ، بررسی کنید که آیا دیگران از آن استفاده می کنند یا خیر. آخرین چیزی که می خواهید این است که بعد از شروع تبلیغات خود بفهمید که طرح یا هشتگ مورد استفاده قرار گرفته یک از طرح فوق العاده استفاده شده است یا نه.

هشتگ برنددار در کپشن نویسی

معرفی حامیان برند و فعالیت شما در کپشن پست

ها

به فالوورهای خود اطلاع دهید که پست های شما از یک منبع حمایتی خاصی برخوردار هستند. با افزایش مشارکت های تأثیرگذار مالی و تأیید در اینستاگرام، علاقه کمیسیون تجارت فدرال (FTC) به سرمایه گذاری در آن افزایش یافته است.

برای جلوگیری از دریافت نامه هشدار دهنده ، سعی کنید همیشه در پست های حمایت شده خود از عبارت "ad#" یا "sponsored#" د ابتدای کپشن خود استفاده نمایید. این امر به فالوورها می گوید که برای تبلیغ یک محصول یا نام تجاری شما مبلغی را دریافت نموده اید.

شما می توانید حمایت های خود را بدون هشتگ اعلام کنید ، اما باید مشخص کنید که این پست یک تأیید است. به عنوان مثال ، بر روی عکاس امیلی ریستفسکی بنویسید "با تشکر از americanair برای این ماجراجویی جدید!"

به یاد داشته باشید ، هدف شفافیت است. دنبال کنندگان شما باید بتوانند تفاوت بین پست های معمولی و حمایت شده شما را به وضوح تشخیص دهند.

انواع کپشن های خوب اینستاگرام

حالا که با نحوه نوشتن کپشن های خوب در اینستاگرام آشنا شدید ، اجازه دهید برخی از انواع مختلف کپشن ها را که می توانید استفاده کنید را مورد بررسی قرار بدهیم.

۱. مینیمالیستی

شرکت تسلا از یک عبارت خلاصه برای تبلیغ استفاده می کن که شامل عبارت "کمتر بیشتر است" می باشد. کپشن های شرکت معمولاً کوتاه هستند ، معمولاً فقط مدل یک ماشین خاص را نشان می دهند ، و گاهی اوقات فقط از یک ایموجی استفاده می نمایند.

۲. آموزنده

نشنال جئوگرافیک اغلب شامل کپشن های طولانی با اطلاعات دقیق است و زمینه ای برای عکاسی خیره کننده آن فراهم می کند و در عین حال به فالوورهای خود نحوه عکاسی کردن حرفه ای را آموزش می دهد.

۳. سوال بپرسید

مربی شخصی Kayla Itsines با بیش از ۱۰ میلیون فالوور در دنیای از تناسب اندام بسیار محبوبی برخوردار است. هنگامی که او اخیراً مطلبی را ارسال کرده بود از فالوورهای خود خواسته بود که بهترین توصیه خود را برای وی به اشتراک بگذارند ، که در این امر او بیش از ۲۰۰۰ کامنت و ۳۰ هزار لایک دریافت کرد. اگر دوست دارید لایک و کامنت واقعی پست های اینستاگرام خود را افزایش دهید، از سرویس **خرید لایک اینستاگرام و خرید کامنت اینستاگرام** دیجی ممبر استفاده کنید.

۴. نقل قول

استفاده از تصاویر با نقل قول در اینستاگرام بسیار محبوب است. اما استفاده از نقل قول در کپشن ها می تواند بسیار قدرتمند عمل نماید ، مخصوصاً وقتی شخص یا گروهی در تصویر شما حرف خاصی برای گفتن دارد.

۵. داستان

کپشن های نیویورک تایمز معمولاً شامل اطلاعات و حقایقی است که از داستانهای اخیراً منتشر شده گرفته شده اند. این نوع کپشن به فالوورها نگاهی گذرا از آنچه می توانند در مورد یک خبر یا یک رویداد انتظار داشته باشند می دهد.

۶. آموزشی

Pinch of Yum شامل دستور العمل هایی در کپشن هاست تا کاربران بتوانند در حین تماشای آن علاوه بر دنبال کردن موضوع امکان اظهارنظر شخصی هم داشته باشند.

۷. هدیه / مسابقه

افرادی که حساب اینستاگرام خود را برای ساختمان امپایر استیت مدیریت می کنند ، مرتباً مسابقه هایی را برگزار می کنند که کاربران را تشویق می کند تا عکس های خود را از به اشتراک بگذارند.

۸. پشت صحنه

آژانس خلاق Smack Bang Designs مرتباً عکسهای مقر زیبای استرالیا را به اشتراک می گذارد. این تصاویر از پشت صحنه به کاربران اجازه می دهد تا نحوه کار با مشتریان را ببینند.

۹. لینک در بیوگرافی پیج اینستاگرام

در نهایت ، اگر می خواهید دنبال کنندگان خود را به آخرین پست وبلاگ خود هدایت کنید ، کاری را انجام دهید که The Design Files انجام می دهد و به سادگی به مردم بگویید روی پیوند موجود در بیوگرافی خود کلیک نمایند.

نتیجه گیری

صرف نظر از آنچه در اینستاگرام تبلیغ می کنید ، خواه به قصد کسب و کار شما باشد یا معرفی یک محصول از برند خاص، توجه داشته باشید که رعایت این نکات به پیشرفت تجاری شما کمک خواهد کرد. استفاده از یک کپشن مناسب علاوه بر اطلاع رسانی صحیح از کار شما، جذب و افزایش فالوور واقعی اینستاگرام را نیز برای شما انجام خواهد داد.

نوشتن کپشن خوب در اینستاگرام کمی تمرین می خواهد. به جای نوشتن سریع کپشن، بر روی آنها وقت بگذارید و در نظر داشته باشید که چه نوع کپشنی را می خواهید منتشر کنید و در صورت امکان CTA را در آن قرار دهید. بهترین کار این است که چند بار متن کپشن خود را

بازنویسی کنید و تا زمانی که به این نتیجه نرسیده اید که کپشن شما کاملاً آنچه را که می خواهید بگویید نشان نمی دهد آن را تکرار نمایید.

(فراموش نکنید که کپشن های اینستاگرام را در برنامه بازاریابی خود برای این پلت فرم قرار دهید.)

منبع: [/https://revive.social/good-instagram-captions](https://revive.social/good-instagram-captions)

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

سوالات پرتکرار درمورد اصول کپشن نویسی حرفه ای در اینستاگرام

+ حداقل طول کپشن باید چقدر باشد؟

+ کپشن اینستاگرام چیست؟

به اشتراك بگذارید!        

مطالب مرتبط



ثبت دیدگاه