

اینستاگرام امروزه به یکی از پرکاربردترین ابزارهای کسب درآمد و پرطرفدارترین اپلیکیشن های مجازی تبدیل شده است. دنیایی وسیع از هرآنچه که دنبال آن هستیم و یکی از مهم ترین و محبوب ترین پلتفرم هایی که مورد استفاده افراد متفاوت از طیف های گوناگون با سنین مختلف است.

اینستاگرام امکان تعامل افراد را به شکلی سریع فراهم کرده است به گونه ای که اصلی ترین دلیل تقریباً نیمی از افرادی که اینستاگرام را دنبال می کنند، جستجوی راحت محصولات برتر و آسان ارتباط برقرار کردن است.

همچنین برای صاحبان کسب و کار از اهمیت ویژه ای برخوردار است چرا که آن ها می دانند فعالیت در این شبکه مثل ویترونی است که محصولات، و به طور کلی کسب و کارشان را در معرض دید هزاران و میلیون ها انسان قرار می دهند و از این طریق می توانند کارشان را توسعه دهند. بازاریابی اینستاگرام یکی از شیوه هایی است که به راحتی می توانید در آن مشتری های هدف خود را بیابید و کسب و کار خود را رونق ببخشید.

اینستا به جای فیسبوک!

اینستاگرام یکی از شبکه های اجتماعی پر جمعیت است که 800 میلیون کاربر فعال دارد و به راحتی جای فیس بوک را گرفته است. جالب است بدانید که طی سال 2012 مارک زاکربرگ موسس فیس بوک، حاضر شد اینستاگرام را به مبلغی نزدیک به یک میلیارد دلار خریداری کند که به هیچ وجه قابل مقایسه با قیمت واقعی آن نبود.

در بازار جهانی قیمت آن حدود 500 میلیون دلار برآورد می شد. قطعاً زاکربرگ پشت این خرید، استراتژی مشخصی داشته که باعث شده هم اکنون بین 5 سرمایه دار برتر دنیا قرار بگیرد. مسلماً تاثیری که این اپلیکیشن می تواند در زندگی و کسب و کار هر شخصی داشته باشد قابل انکار نیست اما در ادامه این مبحث بیشتر به چگونگی استفاده از اینستاگرام اشاره خواهیم کرد و مفصل تر در مورد تاثیرات آن توضیح خواهیم داد.

اینستاگرام مارکتینگ چیست؟

اینستاگرام مارکتینگ یا بازاریابی اینستاگرام یکی از روش های پر بازده در بازاریابی شبکه های اجتماعی محسوب می شود. اینستاگرام مارکتینگ شامل تکنیک ها و المان هایی است که به افراد و شرکت ها کمک می کند تا فروش خود را افزایش بدهند، البته اکثر اوقات افزایش فروش مهم نیست بلکه برندسازی اهمیت دارد.

اینستاگرام این فرصت را در اختیار صاحبان تجارت می گذارد که با مشتریان خود ارتباط برقرار کنند و یا کاربران می توانند نظرات و پیشنهادات خود را از این طریق به صاحبان محصولات برسانند.

سال 2018 کاربران اینستاگرام به یک میلیارد کاربر فعال رسید که این موضوع نشان می دهد در حال حاضر اینستاگرام به معدن طلای مشتری بالقوه تبدیل شده است و از این طریق به راحتی می توان منبع درآمد داشت.

اینستاگرام برای چه کاربرانی مفید است؟

اینستاگرام برای همه می تواند مفید باشد و تمام افراد از هر قشری می توانند از آن بهره ببرند. بازاریابی اینستاگرام برای تمامی مشاغل از کارخانه دارها تا لوازم التحریر می تواند تاثیرگذار باشد به شرطی که روش آن را بشناسند.

چرا که اینستاگرام روز به روز در حال تکامل و پیشرفت است و تنها کسانی می توانند از این طریق موفق شوند که روش های بازاریابی اینستاگرام را بلد باشند.

برای این کار ابتدا باید هدف کسب و کار خود را از حضور در این اپلیکیشن و بازاریابی اینستاگرامی مشخص کنید و اهداف خود را بدانید.

کسب و کارها می توانند اهداف مختلفی در این زمینه داشته باشند مثلا برخی کسب و کارها برای تعامل بیشتر با مشتری وارد اینستاگرام می شوند تا مشتری از فعالیت هایی که کمتر دیده می شود و همچنین فرهنگ کاری آن برند بیشتر آشنا شوند.

از سوی دیگر بعضی از کسب و کارهای بزرگ از اینستاگرام برای تثبیت جایگاه خود استفاده می کنند مثلا شرکت [ال جی](#) برای افزایش فروش خود تلاش نمی کند بلکه از همین طریق برای تثبیت و به اشتراک گذاشتن فعالیت های بشردوستانه خود اقدام می کند تا در ذهن مردم ماندگار شود.

اکثر کسب و کارها از اینستاگرام برای افزایش فروش استفاده می کنند مثلا دیجیکالا با استفاده از این اپلیکیشن محصولاتتی که تخفیف دارند و یا محصولات جدیدش را به مخاطبان عرضه و معرفی می کند.

اهداف در اینستاگرام می تواند کاملا متفاوت و مختلف باشد و برای آن هیچ محدودیتی وجود ندارد.

شما می توانید از سایر مقاله های کاربردی و مهمی که در سایت مدرسه تحول فردی برای شما قرار دادیم استفاده کنید. مقاله هایی مثل [فروش چیست؟](#) [هوش کلامی](#)، [نحوه احوالپرسی](#)، [زبان بدن](#) و... که می توانند در میزان فروش و نحوه برخورد شما با مشتری کمک شایان توجهی کنند.

چگونه وارد اینستاگرام مارکتینگ شویم؟

بعد از اینکه هدف تان را مشخص کردید باید پیش نیازهایی را برای راه اندازی پیج فراهم و رعایت کنید؛

نام کاربری پیج

نام کاربری یا آیدی پیج معرف کسب و کارتان است پس بهتر است این نام را به گونه ای انتخاب کنید که در ذهن مخاطب بماند و به راحتی بتواند نام شما (برند تجاربتان) را بیابد. مثلا: مدرسه تحول فردی، صدف بیوتی، بیشتر از یک و... هر کسی با دیدن این اسم ها متوجه می شود که در چه حوزه ای فعالیت می کنند. نام کاربری پیج مثل انتخاب نام برای بچه تان اهمیت دارد.

عکس پروفایل

عکس پروفایل باید متناسب با کاری که انجام می دهید باشد مثلا اگر تجارتي دارید از لوگو خود استفاده کنید ولی اگر می خواهید خودتان برند شوید بهتر است یک عکس مناسب (ترجیحا همراه با لبخند یا کاملا رسمی) و با کیفیت بالا انتخاب کنید.

کیفیت بالای عکس اهمیت زیادی دارد و باید مطمئن شوید که عکستان پیکسل پیکسل و منقطع نشده باشد. در حال حاضر ابعاد عکس پروفایل اینستاگرام 110 در 100 پیکسل است ولی عکس های پروفایل روی PC بزرگ تر است بنابراین می توانید عکسی با ابعاد دسکتاپ تهیه کنید که اینستاگرام به طور خودکار ابعاد آن را تغییر می دهد.

متن بیو پیج

متنی که در قسمت بیو از خودتان یا کسب و کارتتان می نویسید بسیار پر اهمیت است و نقش بسیار مهمی در جذب فالور دارد.

به عبارت دیگر بیو پیج شما حکم کت و شلوار پیجتان را دارد و هرچه آراسته تر باشد قطعا جذاب تر خواهد بود. بهتر است از 150 کاراکتری که موجب معرفی پیجتان می شود، استفاده کنید. همچنین می توانید از شعاری که دارید یا توضیح مختصری از کسب و کارتتان در بیو استفاده کنید

مثلا مدرسه تحول فردی نوشته: شعار ما ثبات در مسیر درست است
بیش از یکصد محصول آموزشی در حوزه های کسب و کار، توسعه فردی، مهارتهای زندگی، مذاکره، استارتاپ بعد از آماده کردن این پیش نیازها استفاده از ابزارهای اینستاگرام مثل استوری، هشتگ، پست و... در راه اندازی و بالا بردن فالور تاثیرگذار هستند که در خصوص هریک از آن ها توضیح خواهیم داد.

استفاده از هشتگ

استفاده از هشتگ ها را باید خیلی جدی گرفت چون همانطور که در گوگل موضوعی را سرچ می کنید و مطالب مرتبط را پیدا می کنید،

هشتگ هم در اینستاگرام چنین کاربردی دارد و مخاطب

مثلا با سرچ #تولید_محتوا به مطالبی دست پیدا می کند که مرتبط با تولید محتوا است.

پس باید متناسب با موضوعی که در آن فعالیت می کنید هشتگ درستی را انتخاب کنید و آن را به عنوان برندی در اینستاگرام ثبت کنید.

اینستاگرام برای هر پست منتشر شده محدودیت 30 هشتگ دارد ولی نیاز نیست از تمام آن ها استفاده کنید.

معمولا استفاده از 10 تا 11 هشتگ در هر پست تاثیرگذار است.

هشتگ مثل کلمه کلیدی است و بهترین راه پیدا کردن هشتگ بررسی صفحات رقبا است.

اتفاقا هشتگ برند شما گزینه بسیار مناسبی برای بیو است

چراکه کاربران می توانند با استفاده از هشتگ شما برند کسب و کارتتان را بشناسند و

تبدیل به مخاطب شما شوند همانطور که مدرسه تحول فردی در بیو اینستاگرام خود از هشتگ استفاده کرده است.

URL را جدی بگیرید

URL کوتاه شده واژه Uniform Resource Locator است و به معنی تعیین محل منابع است. شما می توانید در بیهو اینستاگرام خود یک لینک مستقیم قرار بدهید و از URL استفاده کنید تا کاربران مستقیم به وبسایت شما دسترسی داشته باشند. urlدر واقع به پیج شما اعتبار و ارزش می دهد.

تگ لوکیشن

به یاد داشته باشید که حتما از تگ لوکیشن استفاده کنید چون کمک می کند در قسمت search اینستاگرام بهتر ظاهر شوید تا فالوور بیشتری به دست آورید. احتمالا خود شما به عنوان یک مصرف کننده این تجربه را داشته باشید که پستی را از روی لوکیشن آن دیدید و سپس آن پیج را فالو کردید. پس به ظاهر ساده ترین اقدامات هم می توانند در جذب فالوور بیشتر موثر باشند.

استوری

شما به واسطه استوری می توانید به میزان زیادی در فیدهای فالورهایتان دیده شوید. استوری ها کمک می کنند که مخاطبتان افزایش پیدا کند و کسب و کارتان همیشه پرتکاپو باشد. تعداد استوری ها اگر بیشتر باشند البته به شرط مناسب و مرتبط بودن، مخاطبان بیشتری را هم می توانید با خود همراه کنید.

ساعت پست گذاری

اینستاگرام الگوریتمی دارد که طبق آن اگر در ساعت پست گذاری تعامل کاربران با پست جدید بالا باشد، آن پست را در صفحات دیگران نشان می دهد. بنابراین بهتر است ساعاتی که کاربران بیشتر آنلاین هستند یعنی بین ساعت 6 تا 8 صبح، 12 تا 14 ظهر و آخر شب پست بگذارید. اگر دقت کرده باشید اکثر پیج های پر طرفدار معمولا آخر شب پست می گذارند مثل پیج مدرسه تحول فردی

محتوا اولین چیزی است که مخاطب را درگیر شما و کسب و کارتان می کند پس بسیار مهم است که چه نوع محتوایی را انتخاب می کنید. محتوای تبلیغات مهم ترین بخش آماده سازی است و باید متناسب با محوریت پیج باشد به گونه ای که جذاب هم باشد و مخاطب را دلزده نکند.

اگر قصد دارید عکسی را در پیجتان به اشتراک بگذارید حتما توجه داشته باشید در قدم اول عکس با کیفیتی را انتخاب کنید سپس سایز عکستان باید حداقل $1080*1080$ باشد (این سایز عکس ها برای پست است، بالاتر سایز عکس برای پروفایل را گفتیم)

شما می توانید با استفاده از اپلیکیشن های مختلف، عکس ها را متناسب با سایز دلخواهتان کات کنید و استفاده کنید اما نکته دیگری که حایز اهمیت است اینجاست که تصاویر روشن بیشتر از تصاویر تیره برای مخاطبان جذاب است. پس بیشتر از عکسهای با تم روشن استفاده کنید.

چطور پروفایل اینستاگرام خود را بهینه سازی کنیم؟

شاید این سوال برای خیلی از شماهایی که قصد دارید پیجتان را بالا ببرید پیش آمده باشد یا جایی دیده باشید اما ابتدا باید بدانید بهینه سازی به معنی استفاده حداکثری از فضایی است که در اختیار دارید. برای بهینه کردن پروفایل تمام مراحل که بالاتر به آن ها اشاره کردیم و روش هایی که عنوان کردیم را باید پیاده کرد تا به نتیجه ای که در ذهن دارید دست پیدا کنید و فالورتان افزایش یابد.

از رباط اینستاگرام استفاده کنیم یا نه؟

استفاده از ربات با توجه به کاری که شما انجام می دهید و زمانی که می گذارید، متفاوت است و کسی نمی تواند در این مورد بگوید استفاده از ربات درست است یا غلط یعنی می توان اینگونه گفت که استفاده از ربات های جذب فالوور کاملا سلیقه ای است اما بیایید بیشتر در موردش بدانیم، احتمالا تجربه داشتید زمانی که شخصی را فالو می کنید و پست هایش را لایک می کنید آن شخص هم متقابلا این کار را انجام می دهد و تمام یا اکثر پست های شما را لایک می کند و کامنت می گذارد.

این تعاملی که شکل می گیرد موجب می شود در نهایت بیشتر دیده شوید و سریع تر به مقصود خود برسید. البته باید در نظر داشته باشید که تعامل شما باید برنامه ریزی شده باشد نه اینکه الکی و بدون هدف با دیگران تعامل داشته باشید.

اما واقعیت این است که هیچ کس نمی تواند اینقدر زمان بگذارد و این کار گاهی امکان پذیر نیست یا با کیفیت انجام نمی شود.

پس در چنین شرایطی ربات ها به میان می آیند و با فعال کردن آن ها روی اکانت خود می توانند به صورت خودکار و 24ساعته فعال باشند.

در واقع ربات ها مثل یک کارمند، تمام وظایفی که بهش محول می شود را انجام می دهد.

شاید این سوال برای شما هم پیش آمده باشد که خب چگونه این کار را انجام می دهند؟

ربات های اینستاگرام با استفاده از API یک را بط پیاده سازی توسط نرم افزار است که به دیگر برنامه ها اجازه می دهد با آن ارتباط داشته باشند و از دسترسی هایی که گاهی دارای محدودیت است در بستر وب استفاده می کند (که اینستاگرام در اختیار برنامه نویسان قرار می دهد به اکانت شما متصل می شوند).

اینجاست که اهمیت ربات های ایمن مشخص می شود چرا که باید پسر خودتان را در اختیار ربات قرار بدهید و سازنده ربات اگر بخواهد به راحتی می تواند باعث ایجاد دردسرهایی شود اما معمولا و در عرف چنین اتفاقی نمی افتد.

مثلا پیجی قصد دارد در راستای فروش محصولاتی فعالیت داشته باشد و در این راستا دنبال افرادی می گردد که علاقه مند یا نیازمند به چنین محصولاتی باشند و قصد تعامل بیشتر با این افراد را دارد. اینجا یک ربات اینستاگرام روی اکانت خود فعال می کند و ربات مخاطب های هدف را فالو و لایک می کند و برای آن ها کامنت می گذارد که در نهایت موجب می شود این افراد از صفحه مورد نظر دیدن می کند.

چند مدل ربات وجود دارد؟

ربات اینستاگرام آنفالو کننده

این ربات به صورت خودکار فالورهای شما را بررسی می کرد و افرادی که شما را آنفالو کرده بودند شناسایی و بعد به صورت اتوماتیک آن ها را آنفالو می کرد.

ربات اینستاگرام لایک کننده

این ربات با استفاده از دسته بندی که توسط اپراتور برای آن ها تعریف می شود، شما را قادر می کند که پست های مشخص شده ای را لایک کنید و تعامل برقرار کنید.

ربات اینستاگرام کامنت گذار

جدیدا این ربات ها با استفاده از هوش مصنوعی اکانت مورد نظر را بررسی می کنند و با توجه به محتوای آن ها جواب تبلیغاتی را طراحی و ارسال می کنند.

ربات اینستاگرام پست گذار

این ربات جز پرمخاطب ترین ربات ها محسوب می شود چون این ربات ها برای شرکت هایی که ساعت های خاصی فعال هستند و نمی توانند در ساعت های پربازدید آنلاین باشند و پست ارسال کنند، این کار را انجام می دهد.

ربات اینستاگرام ارسال دایرکت

این ربات ها برای ارسال دایرکت های تبلیغاتی استفاده می شوند از طرفی برای ارسال پیام های خوش آمدگویی و پرسیدن دلیل آنفالو هم از آن ها استفاده می شود. البته با محدودیت هایی که اینستاگرام ایجاد کرده استفاده از این ربات پیشنهاد نمی شود چراکه باعث اسپم شناخته شدن اکانت شما می شود.

ربات ایتستاگرام ارسال استوری

این ربات ها بیشتر از سوی شرکت هایی مورد استفاده قرار می گیرند که نیاز دارند به صورت زمان بندی شده استوری بگذارند البته که تا به امروز نتوانستند تاثیر لازم را داشته باشند.

این ربات ها به صورت یکجا در پنل هایی تحت وب یا اپلیکیشن، تمام کارهای مدیریتی پیج اینستاگرام را انجام می دهند. این ربات ها بیشترین کاربرد را دارند و جز محبوب ترین ها محسوب می شود.

مزایای استفاده از ربات های اینستاگرام

تمام افرادی که توسط این ربات به پیج شما اضافه می شوند واقعی هستند و به خواست خودشان پیج شما را فالو کردند. اگر هدف درستی داشته باشید بدون شک می توانید با بازاریابی مناسب آن ها را مشتری خودتان کنید.

ربات ها مخاطب هدف شما را می یابند مثلا اگر شما لباس فروشی در اصفهان داشته باشید، این ربات از روی هشتگ اصفهان یا مکان یابی کسانی که این شهر را انتخاب کردند آن ها را فالو می کند و به تعامل با این افراد می پردازد. با استفاده از ربات ها می توانید مشتریان رقیبان تان را برای خودتان کنید.

مثلا پیج رقیب خود را مورد هدف قرار می دهید و از ربات می خواهید که با طرفداران آن برند تعامل ایجاد کند. با توجه به اینکه مخاطبان رقیبتان به موضوع شما گرایش دارند شما می توانید در کوتاه ترین زمان آن ها را جذب برند خود کنید.

معمولا هر رباتی که درست و اصولی باشد بعد از مدتی آمار شما را در اختیارتان قرار می دهد تا با آنالیز این آمار تصمیمات درست را اتخاذ کنید.

معایب استفاده از ربات اینستاگرام

اگر مخاطب هدف شما کامنت بی ربطی دریافت کند و متوجه این موضوع بشود که این کامنت از طرف یک ربات بوده احساس بدی پیدا می کند و در واقع اعتبار برند شما زیر سوال می رود. تجربه نشان داده که بعد از قطع فعالیت ربات، کیفیت پیج بلافاصله افت می کند و نرخ تعامل پیج به شدت کاهش پیدا می کند در نتیجه باعث ریزش بسیار زیاد فالورها می شود.

اینستاگرام پلتفرم هوشمندی است و با استفاده از ربات دیر یا زود شدوبن (شدوبن مسدود کردن و بلاک کردن محتوای کاربرانی است که محتوایی بر خلاف قوانین اینستاگرام منتشر می کنند، به گونه ای که اینستاگرام به کاربران اطلاع رسانی نمی کند) می شوید و در نهایت شاهد ضربه خوردن برندتان خواهید بود.

با تمام این تفاسیر آیا از ربات اینستاگرام استفاده کنیم یا نه؟

جواب این سوال بستگی به شرایط شما دارد یعنی اگر دنبال این هستید که برای پیجتان افزایش فالور هدفمند داشته باشید و نمی‌توانید تبلیغات کنید و برای تولید محتوا موثر هم مشکل دارید، بهتر است از ربات استفاده کنید تا اینکه فالور فیک بخرید. اما در هر صورت این کار دوامی ندارد و شاید در کوتاه مدت جواب بگیرید اما در بلند مدت با مشکل مواجه می‌شوید پس بهتر است زودتر به فکر تولید محتوای با کیفیت باشید

چطور تولید محتوا کنیم؟

امروزه استفاده درست از تولید محتوا شاه کلید موفقیت در بازاریابی و رشد کسب و کار محسوب می‌شود. پیش‌تر هم اشاره کردیم که مواردی مثل هشتگ‌ها، عکس، فیلم، کپشن و... از اهمیت زیادی برخوردارند. اینجا بیشتر به اهمیت هر کدام در خصوص تولید محتوا می‌پردازیم.

کپشن‌های خاص و منحصر به فرد بنویسید

احتمالا شنیدید که می‌گویند یک عکس بهتر از هزاران کلمه و جمله مفهوم مورد نظر را منتقل می‌کند اما همیشه اینگونه نیست و گاهی نیاز است که با یک کپشن خوب با مخاطب ارتباط برقرار کنید. مثال: "اصلا فکر نکن که حتما باید قانونی برای جذاب کردن پیجت وجود داشته باشه نه شما پیج منحصر بفرد خودتو بساز، چیزی که دوست داری و به سبک خودت بذار..."

اما برای اینکه بیشتر بتوانید با مخاطبان تعامل داشته باشید باید توجه داشته باشید که حتما سوال بپرسید این کار موجب می‌شود مخاطب ترغیب شود تا پاسخ بدهد در نهایت تعامل بیشتری داشته باشد. مثال: "چه آموزشی را ترجیح می‌دهید که برایتان آماده کنیم؟"

شوخی کنید

احتمالا شما هم دیدید کسانی که فالوور بالایی دارند و بعد از مدتی یک اصطلاح یا یک حالت خاص چهره را به شوخی انجام می دهند

اما رفته رفته به برند آن شخص یا آن کسب و کار تبدیل می شود و از این شوخی خود در کپشن هایشان به شکل ایموجی نیز استفاده می کنند.

اگر دنبال برند کردن نیستید بازهم سعی کنید گاهی در کپشن ها لحن شوخی را داشته باشید. شوخ طبعی حس صمیمیت و نزدیکی و خودمانی بودن به مخاطب می دهد و موجب می شود وفادارانه پیج شما را دنبال کند.

از ایموجی ها استفاده کنید اما به اندازه

استفاده از ایموجی برای نشان دادن احساسات شما زمان نوشتن کپشن است اما به یاد داشته باشید اگر بیش از حد از ایموجی ها استفاده شود نه تنها جذاب نیست بلکه نشان از عدم وجود محتوای هدفمند است.

ارسال پست در زمان های مشخص و پربازدید

باید امتحان کنید که چه زمانی پست شما بازدید بیشتری می گیرد اما بر اساس آمار کلی که به دست آمده ساعت 3 تا 4 بعدازظهر بازدید به کمترین میزان خود می رسد.

غیر از این ساعات متناسب با گروه مخاطبی که دارید و گروه سنی مخاطبان خود می توانید ساعت انتشار مختلفی را در نظر بگیرید.

البته روند کلی به این صورت است که تایم های غیراداری بهترین زمان برای انتشار پست به صورت عکس و فیلم است. (پیش تر به ساعات مشخص شده برای انتشار پست اشاره کردیم)

مسابقات پر جایزه راه بیندازید

با توجه به محصولی که اریه می دهید مسابقه راه بیندازید و در مورد هدفی که دارید توضیح بدهید تا مخاطب را به همان کاری که در نظر دارید ترغیب کنید و قبل از برگزاری مسابقه قوانینش را بیان کنید. مثلا از مخاطب خود بخواهید 3 نفر را تگ کند تا وارد قرعه کشی شود، یا بخواهید که 3 پست آخر شما را لایک کنند و کامنت بگذارند، یا هشتگ برند شما را استفاده کنند

مثل شرکت سامسونگ که هرچندوقت یکبار از مخاطبانش می خواهد با گوشی های خود عکس بگیرند و آن عکس را با برند #سامسونگ منتشر کنند، یا چند نفر از دوستانشان را تگ کنند و... همه این ها راه هایی است که پیج شما را به دیگران معرفی می کند و موجب بالا رفتن فالوورهایتان می شود.

از پشت صحنه کارتان بیشتر عکس و فیلم به اشتراک بگذارید

همیشه پشت صحنه هر کاری از خود آن کار جذاب تر بوده و مردم علاقه زیادی به دیدن پشت صحنه ها دارند به خصوص اگر با طنز و شوخی همراه باشد.

مثلا چندوقت پیش مدرسه تحول فردی، پشت صحنه یکی از کلیپ هایی که در حال ضبط آن بودند را منتشر کرد که در آن کلیپ سوتی جالبی دادند و اینگونه مخاطب را بیشتر در جریان روند کار و پشت صحنه اش قرار داد. البته بهتر است پشت صحنه ها را بیشتر در استوری به نمایش بگذارید تا اینکه آن ها را پست کنید.

استفاده از عکس ها و ویدیوهای جذاب

گاهی نیاز است که میان پست هایی که همیشه می گذارید، یک عکس یا ویدیو جذاب بگذارید که در واقع مثل زنگ تفریح برای مخاطب عمل کند و پست های شما برای او یکنواخت نباشد. البته تجربه نشان داده که جذابیت عکس ها از فیلم ها بیشتر است اما این موضوع دلیلی برای عدم استفاده از ویدیو نیست.

افرادی که متخصص در حوزه شما هستند را فالو کنید

حتما افراد و اینفلوئنسرهایی که تخصص شما را دارند بیابید و فالو کنید. این کار کمک می کند بیشتر در جریان اتفاقات رایج در حوزه تخصصی خودتان باشید و از ایده های همکاران خود آگاه باشید و ایده بگیرید. به طور کلی از روند تولید محتوای هم صنفی های خودتان آگاهی به دست می آورید و می توانید خود و کسب و کارتان را به روز نگه دارید.

چطور فالوورها را بالا ببریم؟

اگر پیچی دارید که قصد ارتقا آن را دارید در اصل می دانید که افزایش فالور اصلی ترین کار شماست و احتمالا تا اینجا متوجه شدید که انتخاب هر روشی برای بالا بردن فالوور درست نیست و بعد از مدتی شما را با مشکل مواجه می کند به غیر از شیوه اصلی که برای این کار وجود دارد! تکنیک های زیادی در این راستا وجود دارند که با به کارگیری آن ها می توانید فالوور خود را افزایش بدهید اما در این میان شاید چشم تان به چند مورد آشنا بخورد که بالاتر در مورد آن ها صحبت کردیم. این موارد تکراری از اهمیت بسیار بالایی برخوردارند و تکرار آن ها جهت تاکید بر اهمیتشان است؛

هدف خودتان را مشخص کنید

هدف تان از راه اندازی یک پیج که نیاز به فالوور بالا دارد چیست؟ اگر این پیج به کسب و کار شما کمک می کند قبل از هر چیزی باید بدانید که چه می خواهید. مثلا اگر مغازه یا فروشگاه لباس دارید، می توانید از طریق اینستاگرام به فروش و معرفی محصولاتتان بپردازید. همچنین به مرور زمان می توانید برندسازی کنید.

کاربر فعال باشید

باید به صورت مداوم فعالیت داشته باشید و در حال تعامل با کاربران و مخاطبین تان باشید.

دوستانان را تگ کنید

این کار باعث می شود دوستان آن هایی که تگ کردید، عکس شما را ببینند و این موضوع می تواند به افزایش فالوورهای شما کمک کند.

با مردم در ارتباط باشید

حواستان باشد زمانی که کامنت می گذارند یا دیرکت می دهند حتما پاسخ بدهید و با آن ها تعامل داشته باشید. از سوی دیگر تلاش کنید در بحث ها شرکت کنید و پیج خودتان را معرفی کنید.

اطلاعات مربوط به خودتان را به روز کنید

اطلاعاتی که مربوط به شخص شما یا برندتان می شود مثل عکس پروفایل، اطلاعات تماس، آدرس وب سایت و... را به روز کنید.

کپشن های جذاب بنویسید

یکی از مهم ترین ویژگی های یک کپشن مناسب این است که ساده، قابل فهم و روان نوشته شده باشد. کوتاه بنویسید، قصه بگویید، از تجربیات خودتان بنویسید، سوال بپرسید، شوخ طبع باشید و... برای این کار می توانید از پیج افرادی که در حوزه کاری شما فعالیت می کنند و فالوور بالایی دارند، دیدن کنید و ایده بگیرید.

در رخدادهای عمومی شرکت کنید

توجه به مراسمات و رخدادهای عمومی مردم را به سمت شما جلب می کند به خصوص این موضوع در کشور ما ایران بازدهی بسیار بالایی دارد.

اگر از مطالب بی محتوا برای جذب فالوور استفاده می کنید شک نکنید که دیر یا زود شما را آنفالو می کنند. صادقانه رفتار کردن نه تنها موجب جذب فالوور می شود بلکه موجب می شود به نیکی از شما یاد شود.

در پایان...

در نهایت باید بگویم اگر می خواهید در اینستاگرام موفق عمل کنید باید ابتدا در زمینه فعالیت خودتان خوب باشید. سپس برنامه ریزی و استراتژی داشته باشید و مطابق با خواسته خود نکاتی که در طول این مقاله به آن ها پرداختیم را رعایت کنید.

به تدریج متوجه می شوید که بیشتر فالوورهایتان چه رنج سنی دارند و چه سبکی مناسب برای آن ها است. در طول مسیر باید محتوای جذاب تولید کنید تا کاربران وفادار به شما و برندتان بمانند.

موضوعی دیگری که حتما باید به آن اشاره کنم این است که شاید در این مقاله صادق بودن با مخاطب را در مبحث "چطور فالوورها را بالا ببریم؟" بیان کرده باشم اما باید توجه داشته باشید که قطعاً صداقت در مبحث مرتبط با تولید محتوا یا حتی استفاده از ربات و... موثر است. در واقع برای موفق شدن پیج و بالا بردن فالوورهای آن رعایت همزمان تمام این نکات الزامی است و نمی توان بخش مهم تری را در نظر گرفت یا رعایت بخش کم اهمیت تر را به بعد موکول کرد.