



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جهان به مردم نادان دهد زمام امور  
تو اهل دانش و فضلی همین گناهت بس



شناسنامه:

نام کتاب : بازاریابی کپسولی اینستاگرام

نویسنده : سید علی علیزاده

ویراستار : دینا فراهانی

صفحه آرا : نرگس جلیلی

تاریخ انتشار : زمستان ۹۵

حق چاپ و نشر و هر گونه استفاده از مطالب حتی بدون ذکر منبع آزاد است و به هر نحوی می توانید از این کتاب استفاده کنید.



۷

اول ثبت نام در اینستاگرام

۷

از هشتگ‌ها استفاده کنید

۸

به روی مشتریان خود در اینستاگرام متمرکز شوید

۹

اینستاگرام و شبکه اجتماعی یعنی خلاقیت



میخواستم برای شما چیزی بنویسم ولی اینجا جای نوشتن نیست جای نگاه کردن است.



alializadeh.me

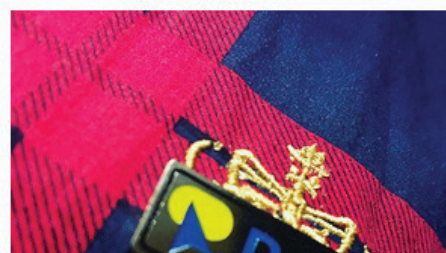
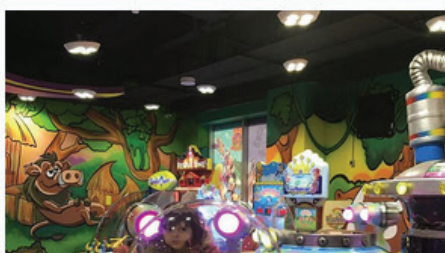
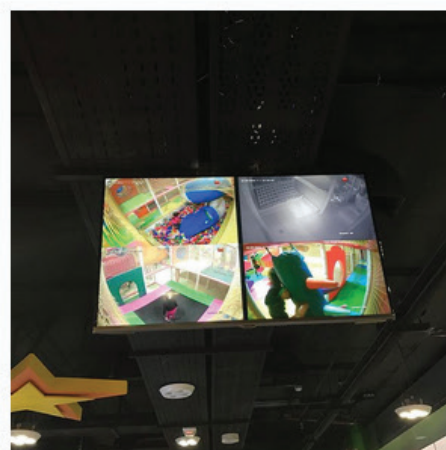
Follow

244 posts

1,236 followers

219 following

Ali Alizadeh یک نفر عاشق بازاریابی و ماهیگیری ورزشی [www.webbranding.org](http://www.webbranding.org)



اینستاگرام , اینستاگرام است

حتما برای شما هم این سوال پیش آمده که چطور از اینستاگرام برای بازاریابی تجارت خود استفاده کنید؟ آیا می دانید که چگونه میتوان دنبال کنندگان بیشتری در اینستاگرام به دست آورد؟ اینستاگرام یک شبکه اجتماعی ایده آل و نیز یک روش عالی برای برقراری ارتباط با مشتریان شما است.

### اینستاگرام امروزی یعنی:

• هر ماه ۱۳۰ میلیون کاربر فعال

• هر روز ۱ میلیارد عکس لایک شده

شما در اینستاگرام دو راه دارید، یا باید به شیوه ای درست از این ابزار استفاده کنید و تصاویر و ویدئو های شما ویروسی پخش شود یا اینکه اشتباه کنید و وقت خودتان را هدر داده و به برند خود صدمه بزنید.

”از نظر من اینستاگرام یعنی تعریف کردن داستان بصری برند شما و صد البته درگیر کردن کاربران از طریق نظراتشان با آن برند که به شدت با رنگها و بازاریابی عصبی درگیر است.“

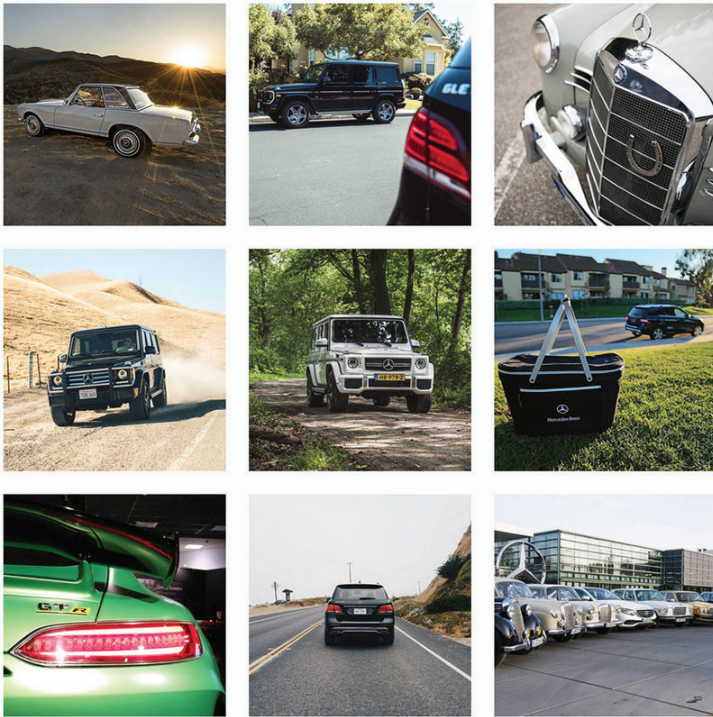
اگر شما به تازگی وارد فضای دیجیتال شده اید و می خواهید نحوه ی به دست آوردن دنبال کنندگان بیشتر در اینستاگرام را یاد بگیرید و یا به دنبال کسب نظرات بیش تر هستید، من برای بازاریابی برند شما به شیوه ی صحیح ۵۲ توصیه و نکته را گرد هم آورده ام که در این سری مقالات آن را برای شما بازگو خواهم کرد. بدین منظور پیش از هر چیز لازم است که برای خود حسابی در اینستاگرام باز کنید.

در اینجا سعی می کنم از مسائل ابتدایی با توضیحی مختصر عبور کنم.



## اول ثبت نام در اینستاگرام

### اول بنز:



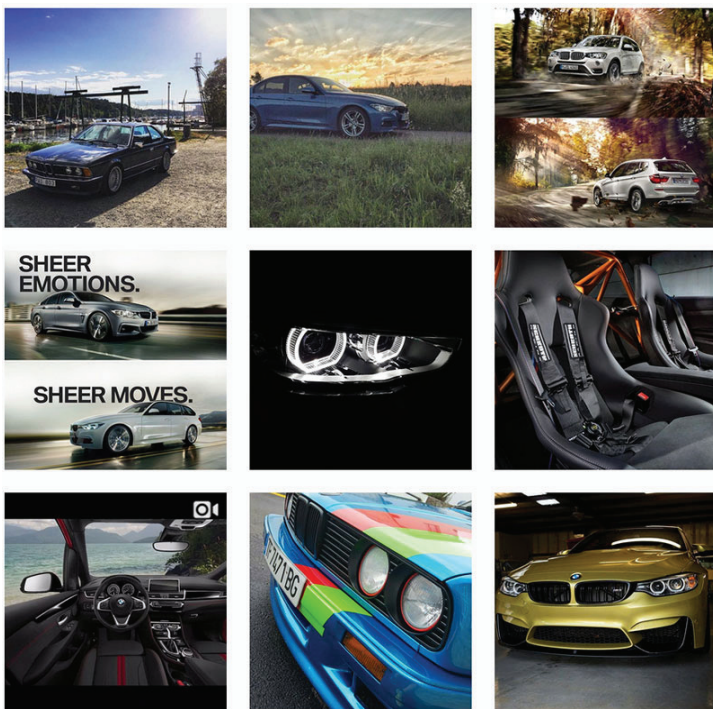
۱- برای فعالیت تجاری خود اکانتی در اینستاگرام باز کنید. باز کردن چنین اکانتی در اینستاگرام آسان است.

۲- یک نام تجاری داشته باشید. از نام تجاری خود به عنوان نام کاربری استفاده کنید. اگر نام مورد نظرتان قبلاً توسط شخص دیگری انتخاب شده است، شناسه‌ی کاربری ای انتخاب کنید که برند شما، فوراً با آن شناخته شود.

۳- پروفایل خود را کامل کنید. یک عکس مارکتینگ جالب، یک بیوگرافی کوتاه ولی جامع از نظر اطلاعاتی و یک لینک به وب سایت خود، در پروفایلتان لحاظ کنید.

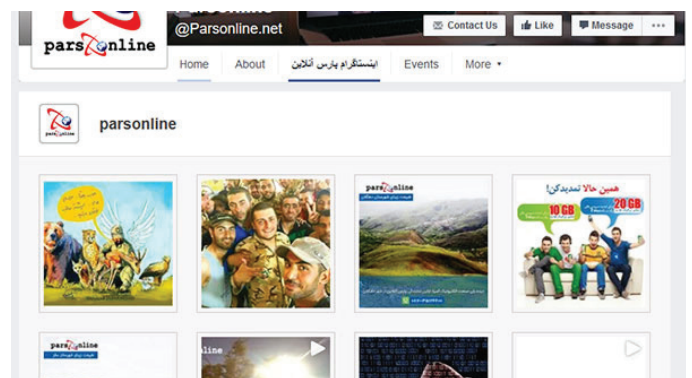
۴- حساب خود را با فیسبوک مرتبط کنید. اینستاگرام در اصل متعلق به فیسبوک است. این دو سایت رسانه‌ی اجتماعی قدرتمند را با هم مرتبط کنید تا تلاش‌های بازاریابی خود را پر ثمرتر کنید.

### حالا BMW:



۵- بر روی صفحه‌ی فیسبوک خود یک تب اینستاگرام ایجاد کنید. این امر باعث می‌شود شما به صورت فوری تصاویر اینستاگرام خود را برای طرفداران فیسبوکتان به اشتراک بگذارید. البته ناگفته نماند که با ظهور تلگرام و عدم فیلتر اینستاگرام خودبخود فیس بوک در ایران به حاشیه رفته است.

شرکت‌هایی نظیر پارس آنلاین در یکپارچه سازی محتوای اینستاگرام خود بر روی فیسبوک خوب عمل می‌کنند:



### از هشتک‌ها استفاده کنید.

۷- در به روز رسانی‌های خود از هشتک‌ها استفاده کنید. هشتک‌ها بخشی مهمی از اینستاگرام به شمار می‌آیند. کاربران از طریق جستجوی آن هشتک‌ها در موبایلشان در اینستاگرام شما را پیدا می‌کنند. برخلاف دیگر سایت‌ها (نظیر توییتر)، در رابطه با تعداد کاراکتر محدودیتی وجود ندارد. در پست‌های خود تعداد اندکی تگ (ولی نه خیلی زیاد) برای برقراری ارتباط، لحاظ کنید. اینجا مثل توییتر نیست که کسی از اسپم هشتک‌ها زیاد ناراحت بشود.

۶- یک استراتژی مشخص و ثابت برای برند خود داشته باشید. استراتژی محتوای اینستاگرام خود را بر شیوه‌ی نگرش برند خود به جهان، متمرکز کنید. حتماً در مورد استراتژی‌های دیجیتال برندینگ در اینستاگرام جلو تر بحث می‌کنیم. تفاوت صفحات بنز و BMW را ببینید. این شبکه آینه تمام نمای برند شماست.



۸- از هشتگ‌های خاص برند خود استفاده کنید. نام فعالیت تجاری خود را در بعضی از هشتگ‌های پست خود لحاظ کنید. همچنین برای کمپین‌های خاص بازاریابی که راه اندازی می‌کنید از تگ‌های خاص استفاده کنید. به عنوان مثال، اگر یک مسابقه‌ی عکس در اینستاگرام راه اندازی کرده‌اید، **یک تگ خاص**، فقط برای آن کمپین ایجاد کنید. این تاکتیک هم مسابقه‌ی شما را تبلیغ می‌کند، و هم یک تگ مجزا در اختیار کاربران شما قرار می‌دهد تا بتوانند با دیگر شرکت کنندگان در ارتباط باشند و بتوانند شاهد رقابت خود باشند. آسیا تک و "شروع داستان" را ببینید چطور تگ شده:

به یاد داشته باشید که در ابتدا برای استفاده از تصاویر از آن‌ها اجازه بگیرید! مسابقه اینستاگرامی با دستور مدیریت یک برند، موفق نمی‌شود. اینجا با یک شبکه اجتماعی خودمانی طرف حساب هستید نه پادگان نظامی.

**به نظر من**

مثال ایرانی خوب پیدا نکردم. مسابقات و درخواست‌های ایرانی چون با قدرت و برنامه ریزی درست همراه نبوده اند طبعاً موفقیت خوبی به همراه نداشته‌اند. (شاید در حیطه دید من.) کاله را ببینید و بعد آن را با استارباکس مقایسه کنید.

۹- از هشتگ‌های عمومی اینستاگرام استفاده کنید و تگ‌های عمومی را در پست‌های خود لحاظ کنید، به عنوان مثال، اگر شما یک کافی شاپ هستید و تصویری از کاپوچینوی خود پست کرده‌اید، تگ‌هایی نظیر **#کاپوچینو** یا حتی **#قهوه** را لحاظ کنید.

۱۰- از هشتگ‌های در حال رشد (trending hashtags) استفاده کنید. ترندها در اینستاگرام به سرعت نور رخ می‌دهند. اگر یک ترند را شناسایی کردید که با برند شما تطابق دارد، از آن استفاده کنید. پست شما عملاً توسط هزاران مخاطب علاقه مند در کسری از دقیقه دیده می‌شود.

۱۱- یک مسابقه‌ی هشتگ اینستاگرامی راه اندازی کنید. یک مسابقه‌ی هشتگ به طرفداران و دنبال کنندگان شما اجازه می‌دهد تا تصاویر را تحت یک هشتگ خاص آپلود کنند. تمامی تصاویر ثبت شده سپس در یک گالری به منظور رأی گیری در صفحه‌ی فیسبوک و یا وب سایت خود به نمایش بگذارید.



۱۲- بر هشتگ برند خود نظارت کنید. مصرف کنندگان شما از تگ‌های شما برای برقراری ارتباط با شما استفاده می‌کنند. هشتگ‌های اینستاگرام خود را چک کنید، همان کاری که با صفحه‌ی فیسبوک و منشن‌های توئیتر انجام می‌دهید. سریعاً به نظرات پاسخ دهید، تا از این طریق روابط بهتر و شادتری با مشتری برقرار کنید. اینستاگرام یک شبکه شاد است پس شاد با آن برخورد کنید.

**و بعد از آن چنین شد :**



در قسمت قبلی خیلی کپسول وار بر روی مقدمات اینستاگرام صحبت کردیم. در این بخش سعی می‌کنیم تجربیات بعضی شرکت‌های ایرانی را برای شما بازگو کنیم و همچنین بر روش‌های تعامل با مشتریان و ایجاد درگیری بیشتر با کاربر تمرکز کنیم. ولی فراموش نکنید که این سلسله مقالات کپسول وار هستند. یک لیوان چای بیاورید تا ادامه دهیم.

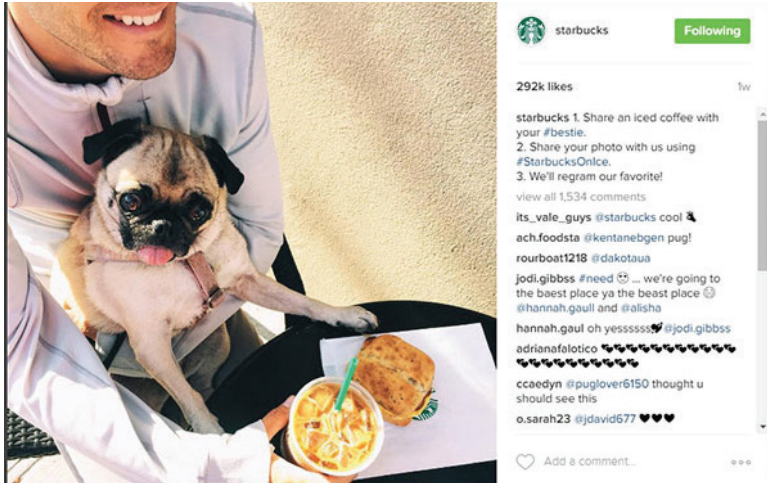
**روی مشتریان خود در اینستاگرام متمرکز شوید**

۱۳- من در مورد شبکه‌های اجتماعی یک عقیده کاملاً روشن دارم. دنبال کنندگان شما از خود شما مهمترند. سعی کنید با تکنیک‌های مختلف دنبال کنندگان خود را معرفی کنید. تصاویر دنبال کنندگانتان را روی شبکه‌های اجتماعی خود به اشتراک بگذارید. به مشتریان خود نشان دهید که قدرتان آن‌ها هستند و تصاویر آن‌ها را با طرفداران فیسبوک و دنبال کنندگان توئیتر خود به اشتراک بگذارید.



استار باکس یکی از سه برند برتر در اینستاگرام است. در این موضوع وسعت طرفداران برند و قدرت برند و صد البته تاثیر و کیفیت تصاویر ارسالی اولیه و ایجاد هیجان بسیار مهم است.

نمی دانم چرا کاله این دختر خانم خیلی زیبا ولی ناراحت را در اینستاگرام خود قرار داده است. خوب برداشت شما از بستی جیتو کاله بعد از این عکس چه می شود؟



برگردیم به استارباکس. آنها از این تاکتیک به دفعات استفاده می کنند. هر هفته از افراد مختلف می خواهند که تصاویر جالبی ایجاد کنند و در پایان از یکی از دنبال کنندگان خود که تصویر بهتری ایجاد کرده باشد، قدردانی می کنند. این تصاویر باید شامل محصولات آنها باشد. آنها با به روز رسانی کاورهای فیسبوک خود با استفاده تصاویر اینستاگرام، حتی یک گام فراتر می روند. طرفداران آنها عاشق این کار هستند. فکر کنید عکس من شما کاور استارباکس می شود!

### دوستان ما در کاله هم زحمت می کشند ولی ماه من کجا و ماه منجنون کجا؟

۱۴- تصاویر دنبال کنندگان خود را ثبت کنید. حتی در صورت امکان تصاویر اینستاگرام را در وب سایت خود و دیگر سایتها نیز ثبت کنید. از استارباکس ایده بگیرید و تصاویر جالبی از برند و محصول خود پخش کنید.

از آنها برای اشتراک گذاری تصاویرشان اجازه بگیرید، تا این حس را در آنها ایجاد کنید که به نوعی از آنها قدردانی شده و فراتر از تصور مهم هستند.

۱۵- تصاویر دنبال کنندگان خود را لایک کنید. فوق العاده بودن مشتریان خود را با لایک کردن تصاویر آنها تأیید کنید، به ویژه اگر آنها محصول شما را در تصاویر خود لحاظ یا از برند شما حمایت می کنند. دنبال کننده شما حتما نباید لیونل مسی باشد که مهم فرض شود. از نرم افزار Hootsuite یا Buffer کمک بگیرید و جزو برنامه های روزمره خود این کار را تکرار کنید.

۱۶- درباره تصاویر دنبال کنندگان نظر دهید. از طریق نظر دادن در مورد تصویری که دنبال کنندگان شما پست می کنند، با آنها درگیر شوید. برای آنها مهم است که برندی مثل شما در مورد ایشان و تصویر امروزشان نظر دهد.

۱۷- به تمامی کامنت های خود جواب دهید. اگر شخصی زیر پست شما نظر گذاشته است، به آن جواب بدهید. به ویژه زمانی که یک سوال، یا یک نظر منفی در رابطه با برند شما باشد، باید جواب کاملی داده شود. از پاک کردن نظرات منفی پرهیزید.



۱۸- مشتریان خود را منشن کنید (@). استفاده از @ برای منشن کردن یک فرد، ویژگی بزرگ دیگر اینستاگرام است. دنبال کنندگان خود، مشتریان و هر کاربر دیگری که از محصولات شما تصاویر خوبی دارد را منشن کنید. شما قدردانی خود را به آنها نشان می دهید و در نتیجه آنها با برند و فعالیت تجاری شما درگیر می شوند.

۱۹- افراد مشهور و دیگر پیشروهای مرتبط با فعالیت تجاری خود را منشن کنید. اگر تصاویر شما در رابطه با افراد مشهور است، به آنها اطلاع دهید. آنها با به اشتراک گذاری آن تصاویر با دنبال کنندگان خود، از این کار شما قدردانی می کنند و شما منتفع می شوید.

۲۰- روی درگیر کردن مشتریان تمرکز کنید. تصاویر را برای مشتریان پست کنید. تصاویر خود در اینستاگرام را با زندگی روزمره مرتبط کنید و به صورتی دلنشین با مشتریان خود در ارتباط باشید.

### اینستاگرام و شبکه اجتماعی یعنی خلاقیت

۲۱- در رابطه با تصاویر خود خلاقانه عمل کنید. از فیلترها برای بهبود بخشیدن کیفیت عکس خود استفاده کنید. از زوایای جالب، حقه های عکاسی دیگر و شرایط نور دهی مختلف استفاده کنید. اگر صلاح میدانید یک عکاس استخدام کنید و یا این که خودتان ترندها را یاد بگیرید. به هر حال این کار را انجام دهید.

جور دیگری نگاه کنید. اینجا جایی است که چشم ها را باید شست.



از نسکافه یاد بگیریم.

نسکافه برای حرکت و کیت برای استراحت.

و حالا نمونه ای از توکلی در کنار آیس پک :



۲۲- ویدئو بسازید. اینستاگرام قابلیت نمایش فایل‌های ویدیویی کوتاه را دارد. از این قابلیت برای ایجاد فایل‌های ویدیویی بر روی اینستاگرام خود استفاده کنید.

۲۳- تصاویر و ویدئوهای کوتاهی از محصولات خود را پست کنید. تصاویر جالبی از کالاهای خود بگیرید و آن‌ها را پست کنید تا با کاربران اینستاگرام به اشتراک گذاشته شود.

۲۴- جلوه‌ی واقعی محصولات خود را نشان دهید. تصاویر محصولات خود را آنطوری که در زندگی واقعی هستند، نشان دهید.

یک نمونه از تصاویر مامان پز که نشان می‌دهد طرفداران آن‌ها سفره افطار را با محصولات ایشان پر کرده اند.



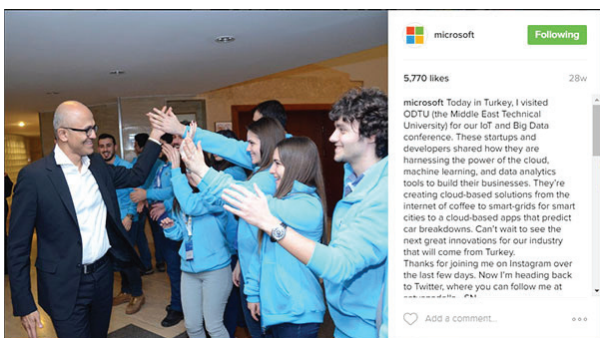
۲۶- داستان برند خود را بگویید. برای نشان دادن ارزش‌های مهم شرکت و برند خود تصاویر و ویدئوهای جالب پست کنید.

۲۷- نشان دهید چه کسی هستید. تصاویر و ویدئوهای جالب و خنده داری از کارکنان خود پست کنید. به افرادی که در اینستاگرام شما هستند پشت صحنه‌ی شرکت خود را نشان دهید. این کار باعث می‌شود که شما یک شرکت باحال به نظر برسید.

صد البته که این به استراتژی‌های برند شما نیز بستگی دارد. به هر حال من هاب اسپات رو دوست دارم. ببینید:



۲۸- ویدیوهایی حقیقی و جالب از مدیر ارشد اجرایی خود پست کنید. کاری کنید که مدیران ارشد اجرایی شما جذاب و با شخصیت نشان داده شوند. ویدیوهایی کوتاه و ناگهانی از آن‌ها روی اینستاگرام پست کنید. به عنوان مثال آن‌ها را در مواقع استراحت نشان دهید، یا آن‌ها را وادار کنید که یک کار جالب در شرکت انجام دهند یا هر کار جالب دیگری. مدیر عامل جدید مایکروسافت چند وقت پیش در ترکیه غوغایی کرد.



۲۵- محصولات خود را با روشی متفاوت نمایش دهید. بیسکویت گرجی و کبریت توکلی نمونه‌های عالی از بازاریابی خلاقانه در اینستاگرام هستند. توکلی را ببینید. آن‌ها کبریت می‌فروشند، درست است؟

به نظر شما چه طور باید چنین چیزی را در اینستاگرام بازاریابی کرد؟ سخت تر از این هم میشود؟ صفحه توئیتر آنها خیلی بهتر است ولی صفحه اینستاگرام بسیار خوبی دارند و باید تیریک گفت. سخت ترین کالا را دارند. نمونه ای از پست های این شرکت خوب.





۲۹- محتوای انحصاری به اشتراک بگذارید. از اینستاگرام خود برای نشان دادن تصاویری که روی فیسبوک، توئیتر و یا بلاگ خود به اشتراک گذاشته‌اید، استفاده کنید. این کار باعث می‌شود دنبال کنندگان اینستاگرام شما حس خاص بودن داشته باشند.

۳۰- پست‌ها را در همان روز به اشتراک بگذارید و از کهنه شدن آن‌ها جلوگیری کنید. اگر می‌خواهید یک محصول جدید عرضه کنید، روز عرضه محصول خود، یک ویدیوی ۱۵ ثانیه‌ای از خود و کارکنانتان در پشت صحنه، که در حال آماده شدن برای عرضه محصول هستند به اشتراک بگذارید. به علاوه هنگام عرضه محصولاتتان از هیجان مشتریانتان فیلم بگیرید و این ویدئوها را در اینستاگرام پست کنید.

۳۱- فضای قبل از عرضه را محیا کنید. اگر شما قصد عرضه محصول جدید را از طریق اینستاگرام را دارید، سعی کنید که هیجان لازم را ایجاد نمایید. به عنوان مثال با یک ویدیوی ۱۵ ثانیه‌ای، سر به سر بازدیدکنندگان خود بگذارید، یعنی این که تصاویری از پشت صحنه تهیه کنید که در آن‌ها نحوه‌ی آماده‌سازی محصول نشان داده می‌شود بدون اینکه واقعا به آن‌ها نشان دهید که تصاویر مربوط به چه محصولی است.

#### (روش‌های بازاریابی به یادماندنی استیو جابز را به یاد بیاورید)

۳۲- مهمانی کارکنانتان بعد از عرضه محصول جدید را نشان دهید. جرأت این را داشته باشید که خودتان و کارکنانتان را به درستی نشان دهید، این کار را با پست کردن یک ویدیوی کوتاه بعد از عرضه محصول انجام دهید.

۳۳- در اینستاگرام با دیگر برندها ارتباط برقرار کنید. اگر یک فروشگاه تجاری کوچک هستید، و یا اگر یک شرکت بزرگ چند ملیتی، قطعاً با دیگر شرکت‌های تجاری رابطه دارید. اگر در اینستاگرام با همدیگر ارتباط دارید، آن‌ها را مجبور کنید که محصولات شما را در اینستاگرام خود به اشتراک بگذارند.

در روزهای آتی باز هم با هم ادامه می‌دهیم. دیجیتال مارکتینگ بسیار ساده و در عین حال بسیار سخت است.



پایان