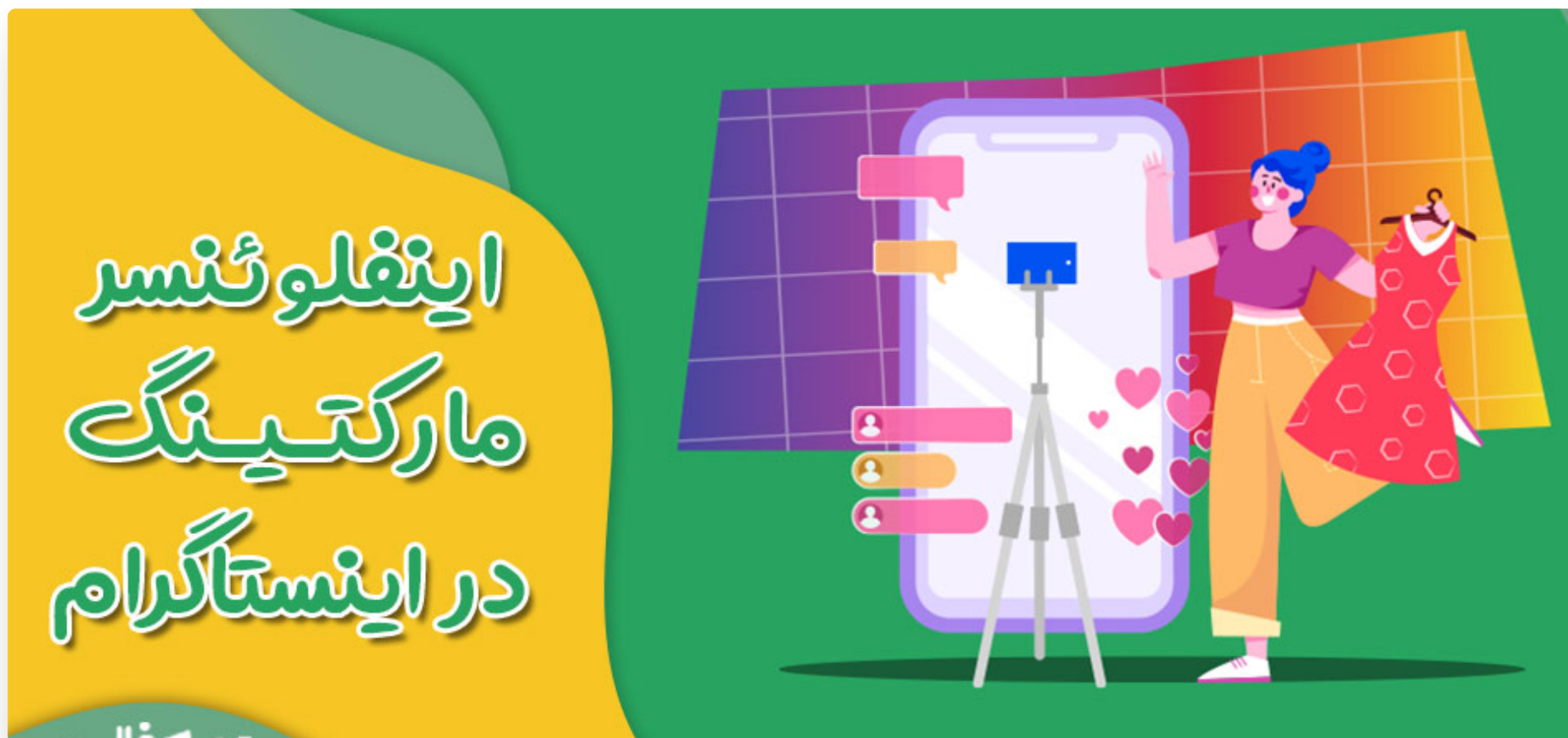




اینفلوئنسر مارکتینگ چیست؟ آشنایی با بازاریابی توسط افراد تاثیرگذار

1♥

2022, 28 جولای

ترندهای ادمن اینستاگرام

عرفان علیزاده

5

5/5 - (13 امتیاز)

اینفلوئنسر مارکتینگ (Influencer Marketing) یا بازاریابی توسط افراد تاثیرگذار در مجموعه‌ی روش‌های بازاریابی برون‌گرا قرار می‌گیرد. چون این کسب و کار است که گفتگو با مخاطب و مشتری بالقوه را آغاز می‌کند.

اگر قصد دارید یک تعریف علمی از اینفلوئنسر در فضای Influencer Marketing داشته باشید، تعریف براون و فیورلا می‌تواند مفید باشد **منبع**:

Influencer فردی حقیقی یا حقوقی است که کسب و کار به چشم مشتری به او نگاه نمی‌کند؛ بلکه از او می‌خواهد در مورد برند یا محصولش، محتوا تولید کند یا آن را مستقیماً به مخاطبان خود توصیه کند و در مقابل، به نوعی این تأثیرگذاری را جبران می‌کند.

در واقع اینفلوئنسر‌ها از افراد تاثیرگذار و پرتعداد شبکه‌های اجتماعی هستند که در میزان موفقیت کسب و کارها بدون تاثیر نیستند، بنابراین افراد زیادی برای رشد و ترقی کار خود به استفاده از اینفلوئنسر مارکتینگ می‌پردازند.

در این مقاله قصد داریم اطلاعاتی را در مورد اینفلوئنسر مارکتینگ‌ها و نقش آن در بازاریابی کسب و کارها را به شما ارائه دهیم.

تعریف اینفلوئنسر مارکتینگ

اگر شما وب سایتی را برای کسب و کار خود راه اندازی کرده اید باید بتوانید مردم را از طریق تبلیغات تشویق به خرید نمایید که با استفاده از اینفلوئنسر مارکتینگ ابزارهای دقیقی در اختیار شما قرار می گیرد.

به طور کلی اینفلوئنسر مارکتینگ روشی از بازاریابی در رسانه های اجتماعی است از طریق افراد تاثیر گذار تایید محصول را دریافت می کند. افرادی که از طرف داران اجتماعی اختصاصی برخوردار هستند و در حوزه ی خاص خود به عنوان متخصص شناخته شده اند کمک زیادی به تاییدی شدن محصولات می کنند.

علت کارایی زیاد بازاریابی از طریق اینفلوئنسر اعتماد بالایی است که مردم به آن ها دارند و توصیه های آن ها می تواند تاثیر زیادی برای استفاده از محصولات و خدمات داشته باشد، در نهایت مشتریان بالقوه ای را برای صاحبین کسب و کار به همراه دارند.

اینفلوئنسر مارکتینگ روشی از بازاریابی است که بر روی استفاده از افراد مؤثر و مهم برای انتقال پیام برند شما به بازار تمرکز دارد، به جای بازاریابی مستقیم برای تعداد زیادی از مصرف کنندگان شما در عوض می توانید از اینفلوئنسر ها و محبوبیت آن ها نهایت استفاده را ببرید.

اینفلوئنسر مارکتینگ با ۲ شکل بازاریابی رسانه های اجتماعی و بازاریابی محتوا همراه است، بیشتر کمپین های موثر شبکه های اجتماعی را در بر می گیرند که بعد از آن باید پیام آن ها از طریق صفحه های اجتماعی افراد تاثیرگذار پخش شود.

بسیاری از کمپین هایی که اجرا می شود از عنصر تولید محتوا تشکیل می شوند که یا خود اینفلوئنسر ها به تولید آن می پردازند یا این که شما باید محتوا را در اختیار این افراد قرار دهید. در واقع بازاریابی رسانه های اجتماعی و بازاریابی محتوا قسمتی از بازاریابی از طریق اینفلوئنسر ها معرفی می شود.

اینفلوئنسر مارکتینگ شامل قرار دادن خدمات و محصولات در محتواهای خلاقانه، باز کردن محصولات، بررسی محصولات و خدمات در تمامی رسانه های اجتماعی، برگزاری کمپین های تجاری و معرفی تمامی محصولات، اختصاص هدیه هایی در صفحه اینفلوئنسر ها، حمایت از هدف های اینفلوئنسر ها، به اشتراک گذاشتن کد کوپن تخفیفی و ... همگی از امکانات مناسب استفاده از اینفلوئنسر مارکتینگ بشمار می روند.

اشتباهاتی که هنگام بازاریابی با اینفلوئنسر رخ می دهد

تمامی برندها همیشه به دنبال راه حل های جدیدی هستند تا بتوانند مشتریان جدیدی را به دست آورند و به ارتباط مناسبی با آن ها بپردازند.

با توجه به این که رسانه های اجتماعی نسبت به گذشته با استقبال زیادی رو به رو بوده اند، بیشتر برندها به اهمیتی که اینفلوئنسر مارکتینگ برای آن ها دارد پی برده اند.

طبق بررسی هایی که انجام گرفته میلیون ها نفر از مصرف کنندگان در شبکه های اجتماعی عضو هستند و از آن شبکه ها به عنوان منبع اطلاعات، ارتباطات، تفریح و سرگرمی و غیره استفاده می کنند.

بسیاری از افراد به دنبال موفقیت کسب و کار خود هستند، بنابراین باید به دنبال گسترش جایگاه برند تجاری خود در فضای دیجیتالی چون اینستاگرام باشند.

افرادی که از اینفلوئنسر مارکتینگ کمک می گیرند موفقیت زیادی را به دست می آورند، البته راه اندازی کمپین ها برای همه افراد یکسان عمل نمی کنند. چالش های زیادی وجود دارد که بسیاری از افراد با آن ها رو به رو می شوند و برای ارتباط برقرار کردن با مشتریان باید بتوانند آن ها را شناسایی کنند.

سه اشتباه رایج هنگام استفاده از بازاریابی اینفلوئنسر وجود دارد که شامل همکاری با اینفلوئنسر هایی که با اهداف برند شما همخوانی ندارند، استفاده از مفاهیم کمپینی که خلاقانه نیستند و انتخاب موقعیت به عنوان یک برند که از هدف خاصی برخوردار نیست.

اینفلوئنسر مارکتینگ در اینستاگرام

اینستاگرام با توجه به این که یک پلتفرم محبوب در سراسر دنیا معرفی می شود برای بازاریابی از طریق اینفلوئنسر ها مکان بسیار مناسبی است. در واقع می توان گفت بیش از ۷۲ درصد از کاربران بعد از مشاهده محصولاتی در این پلتفرم ممکن است اقدام به خرید آن نمایند.

اینفلوئنسر مارکتینگ توانست دنیای رسانه اجتماعی را با تغییراتی همراه سازد، در سال های گذشته کاربران حاضر در این پلتفرم توانستند به وسیله اینفلوئنسر ها و راه اندازی کمپین های بازاریابی به درآمدزایی مناسبی برسند.

افرادی که در اینستاگرام از فالوورهای زیادی برخوردار هستند می تواند بر روی تصمیم گیری دیگران تأثیر زیادی بگذارند، چرا که طرفداران آن ها به نظرات و تبلیغات این افراد احترام می گذارند.

افرادی که از فالوورهای زیادی برخوردارند به دلیل شغل یا سرگرمی، سبک زندگی و ... داستان هایی را مورد استفاده قرار می دهند که باعث بدست آوردن طرفداران وفاداری خواهد شد.

با توجه به این که اینفلوئنسرهای زیادی در بستر اینستاگرام مشغول به فعالیت هستند، هر برندی به راحتی می تواند از اینفلوئنسر مارکتینگ اینستاگرام برای برند خود کمک بگیرد تا مشتریان هدف زیادی را بدست آورد.

روی کار آمدن اینفلوئنسر ها در اینستاگرام می تواند فرصت های زیادی را در اختیار کسب و کارها قرار دهد تا به فروش واقعی برسند.

علت مؤثر بودن بازاریابی از طریق اینفلوئنسرهای اینستاگرام

اینفلوئنسر مارکتینگ ها به نحوی تبلیغات را انجام می دهند که بسیار واقعی تر از تبلیغات سنتی می باشند، یعنی به جای این که به صورت مستقیم محصولات را به مشتریان بفروشند با آن ها روابطی را برقرار می کند تا بتواند فروش بیشتری را بدست آورند.

تمامی اینفلوئنسر مارکتینگ ها با فالوور های خود تعامل مناسبی دارند، چرا که جنبه های زیادی از روزمرگی خود را با کاربران به اشتراک گذاشته اند.

این جنبه ها باعث می شود که کاربران احساس شناخت بیشتری روی اینفلوئنسر ها داشته باشند، بنابراین زمانی که چیزی را معرفی می کنند مثل یک دوست صادق هستند در نتیجه کاربران به حرف آن ها گوش می دهند و ممکن است محصول مورد نظر را خریداری کنند.

نحوه توسعه کسب و کار با اینفلوئنسر مارکتینگ

یکی از بهترین استراتژی های بازاریابی از گذشته تا به امروز ارجاع می باشد؛ به عنوان مثال اگر شما مشکلی داشته باشید یکی از دوستانتان محصولی را برای رفع مشکل به شما معرفی می کند، در نتیجه ممکن است شما آن محصول را خریداری کنید که اینفلوئنسر مارکتینگ هم دقیقاً همین کار را انجام می دهد.

زمانی که اینفلوئنسر ها به طرفداران خود می گویند که محصول X چقدر عالی و با کیفیت است و به احتمال زیاد به خرید آن محصول می پردازند که تنها دلیل آن اعتماد به اینفلوئنسر ها می باشد.

طبق آماری که وجود دارد می توان گفت که حدود ۸۰ درصد از مصرف کنندگان تمامی خریدهای خود را با توجه به توصیه های اینفلوئنسر ها انجام می دهند و به صورت تقریبی می توان گفت ۵۰ درصد از آن ها قبل از خرید به خواندن و مطالعه محصول مورد نظر می پردازد.

مشخص کردن اهداف

مشخص کردن اهداف به عنوان مرحله اول برنامه ریزی برای برگزاری یک کمپین معرفی می شود که باعث ایجاد استراتژی ثابتی خواهد شد؛ از طرفی به شما در مورد معیارهایی که باید برای اندازه گیری موقعیت مورد استفاده قرار دهید، ایده هایی را ارائه می دهد.

بعضی از اهدافی که می تواند به آن ها استراتژی بازاریابی، خود در نظر داشته باشد شما، آگاه از بداند بعد

برند خود را بشناسید، جلب نظر کاربران در مورد ارزش برند شما، به دست آوردن افراد بیشتر برای مشترک شدن با آن ها، دریافت اشتراک یعنی نظر و پسند، جلب نظر افراد برای خرید محصولات، لینک سازی که باعث بازگشت لینک های بیشتر به وب سایت می شود، وفاداری مشتریان و ... می شود.

انتخاب یک نوع کمپین

زمانی که هدف های خود را شناسایی کردید باید در مورد نوع کمپین بازاریابی که می تواند کمک زیادی به شما کند فکر کنید، به عنوان مثال از یک اینفلوئنسر مارکتینگ بخواهید که محتواهای خود را به تنهایی به اشتراک بگذارد و در ازای تبلیغ اسم برند شما پولی را به آنها پرداخت کنید.

شناسایی مخاطبان

زمانی که ایده مناسبی را در مورد هدف خود و نوع استراتژی بازاریابی انتخاب کردید و قصد پیاده سازی آن را داشتید نباید سریعاً به سراغ اینفلوئنسر ها بروید، یعنی قبل از انجام این کار باید تشخیص دهید که شما با کدام یک از مخاطبان هدف می توانید ارتباط برقرار کنید تا مشتریان ثابتی را به دست آورید.

پیدا کردن اینفلوئنسر مناسب

بعد از این که مخاطبان هدف را شناسایی کردید در نهایت باید به دنبال یک اینفلوئنسر مناسب باشید که بتواند به شما در رسیدن به اهداف و بازار هدف کمک زیادی کند.

سوالات متداول اینفلوئنسر مارکتینگ

اینفلوئنسر کیست؟	+
اینفلوئنسر مارکتینگ یعنی چه؟	+

اشتراک در توییتر

اشتراک در فیسبوک

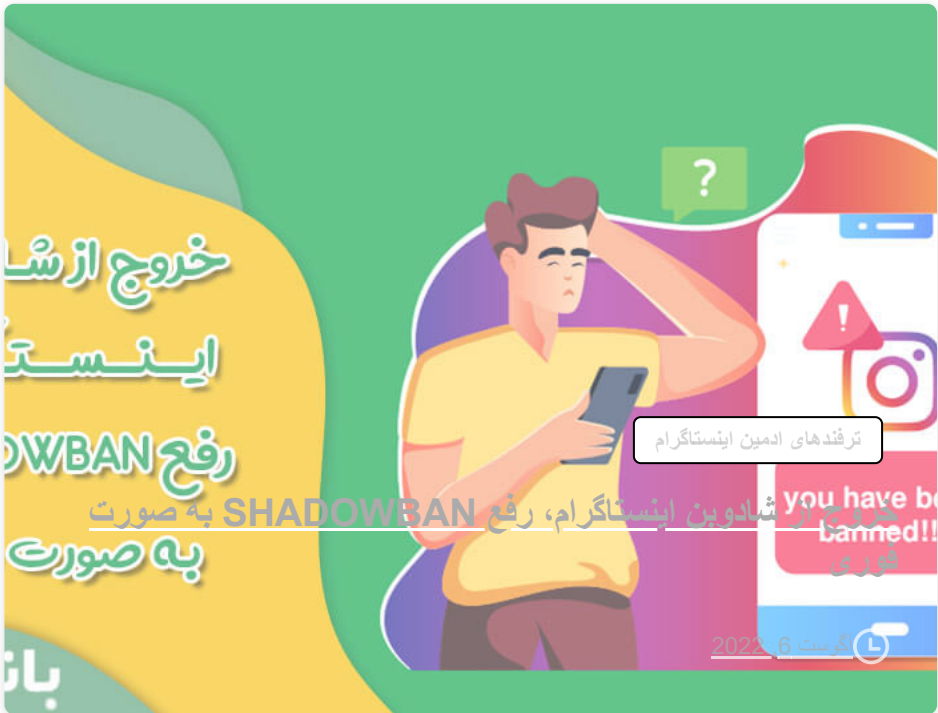


نوشته قبلی
آموزش ساخت استراتژ...



نوشته بعدی
گذاشتن لینک در استور...

نوشته های مرتبط





یک پاسخ بنویسید

وارد شده به عنوان [aynaz](#). خروج؟

دیدگاه

//

ارسال دیدگاه

ایمیل شما

تخفیف های ویژه

برای دریافت آخرین تخفیف های ویژه خرید می توانید ایمیل خود را ثبت کنید.

ثبت

لایک | بازدید | کامنت

فالوور اینستاگرام

