



تکنیک های کاربردی تولید محتوا در اینستاگرام

1

اکتبر 22, 2022

آموزش اینستاگرام

adminv

🗨️

5/5 - (7 امتیاز)

در زمان گذشته هنگامی که بحث انتشار محتوا به میان می آمد افکار ما به طرف نوشتن متن، مقاله و کتاب می رفت، اما اکنون چون در شبکه های اجتماعی افراد زیادی در حال فعالیت هستند، عبارت تولید محتوا به معنایی دیگر کاربرد دارد و تکنیک های گوناگونی بر روی آن ایجاد شده است.

اکنون تولید محتوا در اینستاگرام برای بسیاری از صاحبین کسب و کارها تبدیل به درگیری فکری شده، چرا که که عده زیادی از مشاغل اینترنتی با استفاده از درگاه پرداخت اینترنتی در اینستاگرام می توانند محصولات خود را به فروش برسانند.

تنوع زیادی که در تولید محتوای اینستاگرام وجود دارد ممکن است کمی نگران کننده باشد، اما جای نگرانی وجود ندارد چون که تولید محتوا و انتشار آن در اینستاگرام قوانینی را دارا است که اگر آن ها را رعایت نکنید پیج کسب و کاری شما پیشرفت نمی کند و به هیچ عنوان موفق نخواهید شد، بنابراین اگر شما قصد دارید محتواهای خود را به نوعی جذاب و خلاقانه تولید کنید تا ادامه مطالب با ما همراه باشید.

آیا لازم است تقویم محتوایی اینستاگرام داشته باشیم؟

مهم نیست که صاحب یک پیج کسب و کار هستید یا می خواهید از طریق پروفایل شخصی خود درآمد زایی کنید، اولین تکنیک تولید محتوا در اینستاگرام این است که ایده های خود را یادداشت کنید و با توجه به آن ها محتواهای خود را تولید و منتشر کنید.

تعداد زیادی از شرکت های بزرگ که در اینستاگرام در حال فعالیت هستند، یک لیست بریا کمدریت صفحه خود آماده کرده اند.

بطور کلی تقویم محتوا در اینستاگرام جز مهم ترین ابزارها برای نظم دادن به اهداف بازاریابی شما می باشد و نشان دهنده این است که شغل شما در مسیر درستی قرار گرفته یا خیر؟

همچنین باعث می شود که ایده های خلاقانه و مثبت ایجاد شود چون که شما با توجه به یک برنامه ریزی خاص پیش می روید و زمان شما هدر نمی رود.

از دیگر مزایای تقویم محتوایی اینستاگرام مانع از هدر رفتن وقت و انرژی می باشد و با انجام این روش شما می توانید وقت بیشتری را برای تهیه محتوای جذاب و با کیفیت بگذارید، بنابراین باید آن را به نحوی طراحی کنید که در نهایت نتیجه مثبتی را به همراه داشته باشد.

زمان ایجاد تقویم محتوا برای اینستاگرام به این نکته توجه داشته باشید که فالوورهای هدف در چه زمان هایی پیج شما را مشاهده می کنند، سپس با در نظر گرفتن آمار و رفتار مخاطبان یک محدوده زمانی برای آپلود پست های خود تعیین کنید.

علاوه بر این لازم است محتوایی که در زمان گذشته در پیج خود آپلود کرده اید را دوباره بررسی کنید تا بتوان علایق کاربران را بررسی کرده و بفهمید کاربران به چه موضوع محتوایی علاقه بیشتری دارند.

در تقویم محتوایی که ایجاد می کنید بخشی از مطالب را به این موضوعات اختصاص دهید و توجه زیادی به آن ها داشته باشید. هنگامی که مشغول طراحی تقویم محتوای پیج اینستاگرام خود هستید توجه داشته باشید که درباره تک به تک استوری ها، پست ها و ... به این سوال ها جواب دهید.

موضوع اصلی محتوای مورد نظر چیست؟ مناسب ترین زمان برای منتشر کردن محتوا چه مواقعی می باشد؟ هدف از تهیه و منتشر کردن این محتوا چیست فالوورهای هدف من چه کسانی هستند و دارای چه ابهاماتی می باشند؟ چه راهکاری را برای حل این مسئله انتخاب کنم؟

اساسی ترین استراتژی را در تقویم محتوایی، مانع شدن از تهیه محتوای تکراری یا محتوایی است که بازخورد منفی از طرف فالوورها داشته است، پس با یک طراحی منظم و دقیق به آسانی می توانید بر روی مطالب خود متمرکز داشته باشید تا در آخر باعث تاثیرگذاری مثبتی برای صفحه شما شود.

اینسایت اینستاگرام چیست؟

قبل از هرچیزی لازم است تا با معنای اینسایت در اینستاگرام آشنا شوید، این سایت جز مهم ترین ابزارهای اینستاگرام و تکنیک تولید محتوا در اینستاگرام به شمار می رود که با استفاده از آن می توانید به تحلیل داده های مربوط به کاربران پیج خود بپردازید.

اگر اندازه گیری و بررسی نحوه عملکرد محتوا را مقایسه کنید، می توانید قدم های تاثیرگذاری برای تهیه و آپلود محتوای مورد نظر خود بردارید.

اولین کار برای استفاده از قابلیت اینسایت ایجاد صفحه ای است که کسب و کار شما را نشان می دهد. پس اگر تا به حال از پیج شخصی برای کسب و کار خود استفاده کرده اید، باید وارد صفحه تنظیمات خود شوید و بر روی گزینه **Switch to Business Account** کلیک کنید تا پروفایل شما به یک پیج تجاری تبدیل شود.

اما اگر بنا بر دلایلی قصد داشته باشید دوباره اکانت خود را از **Business Account** به **Personal Account** تغییر دهید تمامی مشخصات تحلیلی و داده های اکانت شما پاک می شود، بنابراین سعی داشته باشید به هیچ عنوان این کار را انجام ندهید.

برای استفاده از ابزار اینسایت سه راه پیش روی شما وجود دارد که در ادامه آن ها را بیان می کنیم.

روش اول

در روش اول باید در قسمت سمت راست و بالای پروفایل کاربری خود باید بر روی سه خطی که وجود دارد کلیک کنید و گزینه سوم یعنی **Insight** را انتخاب نمایید.

روش دوم

یکی از پست های پیج خود را انتخاب کرده و در بخش پایین صفحه، طرف چپ پست، گزینه **View Insight** را انتخاب کنید تا به نمودار و پست مورد نظر دسترسی داشته باشید.

روش سوم

در قسمت استوری روی لیست افرادی که از استوری شما بازدید کرده اند ضربه بزنید و بعد از آن بر روی نماد نمودار کلیک کنید که جزئیات آماری به شما نمایش داده می شود.

شاخص های اینسایت اینستاگرام



کلمه هایی در اینسایت اینستاگرام وجود دارد که باید به بررسی آن ها بپردازید، هنگامی که به استفاده از اینسایت بپردازید با عنوان هایی چون **Activity content** و **Audience** رو به رو خواهید بود که هر کدام قسمت های مخصوص به خود را دارند.

محتوای صفحه اینستاگرامی ای همان **Content** شامل بخش هایی چون **Stories** که به تجزیه و تحلیل داده های استوری می پردازد، **promotions** یعنی تعداد دفعاتی که توسط اینستاگرام به تبلیغ محصول مورد نظر خود پرداخته اید و **Feed** یعنی تمامی آماری های مربوط به صفحه های کاری شما می شود.

آمار کلی فعالیت های پیج یا **Activity** شامل عملکرد کلی اکانت (**Discovery**)، تعداد کل افرادی که پست های شما را می بینند (**Reach**)، تعداد بازدید از پروفایل (**Profile visits**)، تعداد بازدیدی = از پست ها توسط مخاطبان (**Interaction**)، تعداد دفعاتی که کاربران بر روی تماس با شما کلیک می کنند (**Call**)، میزان دفعاتی که بر روی ایمیل شما کلیک می شود (**Email**) و میزان دفعاتی که کاربران بر روی لینک های موجود در پروفایل شما کلیک کرده اند (**Website clicks**) می شود.

مخاطبان هدف یا همان **Audience** شامل تعداد فالوورهایی که طی یک هفته اخیر پیج شما را آنفالو کرده اند می شود که همگی بر روی تولید محتوا در اینستاگرام بسیار تاثیر گذار هستند.

قواعد هشتگ گذاری و کپشن نویسی

نوشتن کپشن دارای قوانینی است که با رعایت کردن آن ها می توانید به بهبود محتواها خود کمک زیادی کنید. توجه به قوانینی که اینستاگرام دادر شما می توانید از 2000 کاراکتر و 30 هشتگ در کپشن استفاده نمایید.

این کارکترها تنها به کلمه ها اطلاق نمی شود، بلکه استفاده از شکلک ها، هشتگ ها، نقطه و ... به عنوان کاراکتری جدا محاسبه می شود. به عنوان مثال اگر در کپشن خود از 18 هشتگ و 4 شکلک استفاده کرده باشید می توان گفت 22 کاراکتر را به کار برده اید.

به این نکته دقت داشته باشید که این به معنای استفاده بیش از حد از هشتگ و شکلک نیست، بلکه باید مطالب را به نحوی نگارش کنید که اثر بخشی زیادی داشته باشد تا مخاطبان ترغیب به خواندن آن شوند.

شاید با خود بگویید اینستاگرام پلتفرمی تصویری محور است، بنابراین نیازی به نوشتن متن و کپشن ندارد، اما باید بگوییم تکنیک تولید محتوا در اینستاگرام شامل نوشتن متن هایی جذاب برای تصاویر و ویدیوها هم می شود.

نکات مهم نگارشی در خلق محتوا

هنگامی که به تولید محتوا می پردازید باید به رعایت قواعد نگارشی، استفاده از نیم فاصله، نوشتن کپشن با فونت فارسی، استفاده از جملات کوتاه، استفاده به جا از علائم نگارشی، پرهیز از به کار بردن لغات سخت، نوشتن عامیانه، استفاده از هشتگ های حرفه ای و خواندن محتوا بپردازید.

تکنیک های مهم در نوشتن کپشن

هنگام نوشتن کپشن باید به **تکنیک تولید محتوا در اینستاگرام** دقت زیادی داشته باشید، به عنوان مثال به سلیقه مخاطبان توجه کنید و بر اساس نظرات آن ها به تولید محتوا بپردازید،

از طرفی استفاده از هشتگ های پیش فرض، شناسایی هدف پیام، پرهیز از نوشتن متن های طولانی، پرهیز از به کار بردن هشتگ های نا مرتبط، و ... همگی از تکنیک های نوشتن کپشن به شمار می روند.

استفاده از بنرهای تبلیغاتی در اینستاگرام

اینستاگرام را می توان به نمایشگاهی تشبیه کرد که روزانه برگزار می شود و شما یک غرفه را برای عرضه محصولات خود در اختیار دارید، در چنین شرایطی باید تمام تلاش خود را برای معرفی هر چه بهتر محصولات و خدمات خود به کار ببرید تا تاثیر زیادی روی ذهن مخاطبان داشته باشد.

هنگام استفاده از بنرهای تبلیغاتی در اینستاگرام باید حس خوشایندی را در برقراری ارتباط ایجاد کنید، گاهی اوقات ممکن است تصویری را در مورد استفاده قرار دهید که هزاران بار آن را در پیج های دیگر مشاهده کرده باشید، بنابراین باید یک محتوای خلاقانه جدای از محتواهای تکراری تولید کنید.

به هر اندازه ای که روی مخاطبان شناخت داشته باشید، می توانید در تهیه محتواهای پیج خود موفق تر عمل کنید، چرا که با علایق مخاطبان خود آشنایی دارید و می توانید پاسخ مناسبی به نیازهای آن ها بدهید.

امروزه ساده گرایی در تبلیغات به وفور دیده می شود و از اهمیت زیادی هم برخوردار است، بنابراین در حین طراحی ساده نباید هدف مشخص خود را فراموش کنید و این هدف را با بیانی ساده به صورت کلی بیان نمایید. با انجام اینکار می توانید به محتوای پیج خود ارزش ببخشید که تعامل مثبتی را ایجاد می کند و در کوتاه ترین زمان ممکن می توانید به فروش خوبی برسید.

برای افزایش فالوور و لایک صفحه خود سایت بانک فالوور گزینه شگفت انگیز برای شماست با خرید فالوور اینستاگرام و **خرید لایک اینستاگرام** برای پست های اینستاگرام وارد اکسپلور شوید.

سوالات متداول تکنیک های کاربردی تولید محتوا در اینستاگرام

+ چقدر هزینه برای تولید محتوای پیج نیاز داریم؟
+ ابزار های زمانی تولید محتوا چیست؟

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

تولید محتوای اینستاگرام

تکنیک تولید محتوا در اینستاگرام

اینسایت اینستاگرام

اشتراک در توییتر

اشتراک در فیسبوک



نوشته قلی
۶ ایده پربازده کسب در...

نوشته های مرتبط