



راهنمای اینفلوئنسر مارکتینگ اینستاگرام

راهنمای اینفلوئنسر مارکتینگ اینستاگرام + آموزش تخصصی

اکتبر 22, 2022

کسب درآمد از اینستاگرام

aynaz

5/5 - (8 امتیاز)

اینفلوئنسر مارکتینگ نوعی بازاریابی است که در سال‌های اخیر بسیار رایج شده است. این شیوه بازاریابی اغلب در شبکه‌های اجتماعی و علی‌الخصوص اینستاگرام انجام می‌شود.

در این روش صاحبان برندها می‌کوشند که افراد مشهوری را بیابند که قدرت تاثیر گذاری بر تصمیمات فالوورهای خود را داشته باشند. سپس به کمک این افراد برند خود را به مشتریان معرفی کرده و در نهایت نیز یک رفتار مطلوب مانند خرید محصول شکل می‌گیرد. شما نیز می‌توانید با **خرید فالوور ایرانی** از سایت بانک فالوور میزان مخاطبان خود را افزایش دهید تا بند خود را بهت معرفی کنید.

مفهوم اینفلوئنسر مارکتینگ

چنانچه یک اینفلوئنسر و یک اسپانسر با هم همکاری کنند و در نتیجه این کار میزان فروش محصولات افزایش پیدا کند، اینفلوئنسر مارکتینگ انجام گرفته است. در واقع به کمک افراد مشهور در فضای اینستاگرام یک برند به کاربران معرفی شده و صاحب برند شاهد فروش بیشتر و توسعه تجارت خود خواهد بود.

دلیل این افزایش فروش این است که فالوورها به اینفلوئنسرها اعتماد دارند و در صورتی که آن‌ها خرید کالای خاصی را پیشنهاد دهند، دنبال‌کنندگان تحت تاثیر قرار گرفته و اقدام به خریداری آن می‌کنند.

اینفلوئنسر مارکتینگ برای چه کسب و کارهایی مناسب است؟

هر کسب و کاری تبلیغات خاص خود را می‌طلبد، اما Influencer marketing از آن جمله تبلیغاتی است که برای همه انواع بیزنس‌ها جواب می‌دهد. فرقی نمی‌کند که دارای کسب و کار سنتی باشید یا اینترنتی، در هر دو حالت این شیوه تبلیغات به طور موثری میزان فروش شما را افزایش می‌دهد.

مراحل راه‌اندازی یک کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ

امروزه کاربران اینستاگرام همه روزه کمپین‌های اینفلوئنسر مارکتینگ بسیاری را به وجود می‌آورند؛ اما همه آن‌ها برای اسپانسر و Influencer سودآور نیستند. به طور کلی اجرای استاندارد یک کمپین سه مرحله اصلی دارد که در ادامه بیان می‌شوند.

۱- تعیین اهداف و استراتژی، ۲- کسب

در گام نخست اجرای کمپین لازم است که اهداف به طور کامل مشخص شوند. این اهداف مواردی از قبیل شناسایی برند، افزایش فروش، افزایش فالوور و غیره را در برمی‌گیرد.

پس از تعیین هدف، مسیر رسیدن به آن نیز تعیین می‌گردد. برای مثال چنانچه هدف شما از اجرای کمپین فروش بیشتر یک کالای ورزشی باشد، باید اینفلوئنسری را برگزینید که درصد زیادی از فالوورهایش را ورزش دوستان تشکیل بدهند.

۲- پیدا کردن مناسبترین Influencer برای همکاری

در مرحله بعدی باید اینفلوئنسری را بیابید که در حوزه کسب و کار شما فعالیت داشته باشد. باید در انتخاب این فرد معروف فاکتورهایی نظیر بودجه و هدف کمپین خود را در نظر بگیرید.

مثلاً هرچه قدر که تعداد دنبال‌کنندگان فرد بیشتر باشد، به هزینه بیشتری برای تبلیغ تجارت خود نیاز دارید. یکسری آژانس‌هایی نیز وجود دارند که می‌توانند بهترین Influencer را متناسب با کسب و کارتان به شما معرفی کنند.

پس از پیدا کردن فرد مناسب، ضروری است که برای اجرای کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ به او پیشنهاد همکاری بدهید. معمولاً این کاربران محبوب و پرطرفدار راه‌هایی ارتباطی همچون شماره، ایمیل و غیره را در پیج خود درج می‌کنند، تا اسپانسرها بتوانند با آنها ارتباط برقرار نمایند.

۳- آنالیز کمپین

بعد از این که با Influencer قرارداد بستید و محتوای تبلیغاتی شما در صفحه اینستاگرام مربوط به اشتراک گذاشته شد، باید نحوه عملکرد کمپین را تجزیه و تحلیل کنید. مثلاً بررسی نمایید که در اثر انتشار چه نوع پستی بیشترین مشتری را جذب کرده‌اید. این کار باعث می‌شود که نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی کرده و در صورت لزوم تغییرات لازم را در کمپین اعمال نمایید.

آشنایی با ابزارهای اینفلوئنسر مارکتینگ

خوشبختانه امروزه ابزارهای بسیار مفیدی برای برنامه ریزی کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ وجود دارد که توسط آنها می‌توانید تاثیر تبلیغات را بر رشد برند خود بسنجید. این اطلاعات کمک می‌کند که کمپین‌های بعدی را با قدرت بیشتری اجرا نمایید. تعدادی از این ابزارهای کاربردی و مفید عبارتند از:

hype Auditor

Hootsuite

Upfluence

deema.agency

اشتباهاتی که ممکن است در اینفلوئنسر مارکتینگ مرتکب شوید

بسیاری از صاحبان کسب و کارها در اینفلوئنسر مارکتینگ خطاهایی را مرتکب می‌شوند که منجر می‌گردد، از این تبلیغات آنلاین نتیجه دلخواه را دریافت نکنند. رایج‌ترین این اشتباهات به شرح ذیل می‌باشد:

۱- دنبال‌کننده زیاد مهم‌ترین فاکتور در انتخاب اینفلوئنسر نیست

در هنگام انتخاب Influencer لازم است که به تعداد فالوورها توجه کنید، اما این معیار باید اولویت اول شما باشد. مولفه‌ای که بیشترین میزان اهمیت را دارد، تأثیرگذاری فرد بر روی دنبال‌کنندگان است.

به همین دلیل امروزه بسیاری از اسپانسرها به سراغ میکرو اینفلوئنسر ها می‌روند. این دسته از کاربران رابطه صمیمانه‌ای با فالووران دارند، از این‌رو قادرند بر نظرات آن‌ها تأثیر بگذارند.

۲- با اینفلوئنسری همکاری کنید که در حوزه کاری شما فعالیت دارد

اشتباه رایجی که بعضی از افراد مرتکب می‌شوند، این است که به زمینه کاری Influencer توجه نمی‌کنند. این افراد مشهور و پرطرفدار هر کدام در یک حوزه کاری تخصص دارند.

برای مثال اگر تجارت شما در زمینه لوازم آرایش است، بهتر است فردی را انتخاب کنید که به صورت تخصصی روی این موضوع متمرکز شده و به تولید محتوا بپردازد. این امر موجب می‌گردد که از کمپین خود بهترین نتیجه را بگیرید؛ زیرا فالوورهای پیچی که تبلیغ برند خود را به آن می‌سپارید، همگی به موضوع بیزینس شما علاقه‌مند هستند.

۳- به اینفلوئنسر اعتماد کنید

این افراد به دلیل آن که کاربران را به خوبی می‌شناسند، ممکن است راه‌های خلاقانه را برای تولید محتوا پیشنهاد بدهند. پس بهتر است به آن‌ها اعتماد کنید و اطلاعات لازم را در اختیارشان بگذارید، تا فرآیند پرموت محصول را با تکیه بر خلاقیت خود انجام دهند.

۴- یک شبه میلیاردر نخواهید شد

بعضی از برندها تصور می‌کنند که با راه‌اندازی کمپین Influencer marketing راه صد ساله را در عرض یک شب طی می‌کنند و به فروش بسیاری می‌رسند. واقعیت این است که با این کار میزان فروش بالاتر می‌رود، اما این‌طور نیست که یک شبه میلیاردر شوید.

حتی هدف بعضی از این کمپین‌ها صرفاً شناخته شدن برند است، تا پس از آن میزان فروش به آرامی افزایش یابد.

۵- همه اینفلوئنسرها پیشنهاد همکاری شما را نمی‌پذیرند

تعدادی از اینفلوئنسرها به دلیل این که نمی‌خواهند فالوورهای خود را از دست بدهند، در انتخاب برندها وسواس به خرج می‌دهند. این افراد به خوبی می‌دانند که همکاری با یک برند نامعتبر تا چه اندازه می‌تواند اعتبار آن را خدشه‌دار کند.

البته گاهی نیز عدم پذیرش همکاری به دلیل مسائل مالی است. به هر حال این تصور که همه این افراد معروف پیشنهاد کاری شما را می‌پذیرند، نادرست است.

نتیجه‌گیری

همانطور که گفته شد یک Influencer می‌تواند بر تصمیمات فالوورهای خود تأثیر بگذارد و آن‌ها را نسبت به خرید محصولات برند خاصی مجاب کند. صاحبان کسب و کار به خوبی می‌دانند که اینفلوئنسر مارکتینگ تا چه اندازه می‌تواند باعث رونق تجارت آن‌ها شود. این امر باعث شده که این قبیل تبلیغات آنلاین در اینستاگرام محبوبیت بسیار زیادی پیدا کند.

[منبع مقاله](#)

سوالات متداول اینفلوئنسر مارکتینگ

+ اینفلوئنسر اینستاگرام کیست؟

+ اینفلوئنسر مارکتینگ چیست؟