



بررسی آمارهای مربوط به حضور کسب و کارها در شبکه‌های اجتماعی

حجره‌داران اینستاگرام

محسن سمسارپور

پژوهش‌ها فقط اطلاع‌رسانی مد نظر بوده و به ظرفیت‌های دیگر اینستاگرام مانند امکان خرید از طریق این شبکه اجتماعی اشاره نشده است. (این امکان در کشور ما به دلیل تحریم‌ها فعال نیست)

استوری اینستاگرام

سال ۲۰۱۶ اینستاگرام امکان ارسال استوری را به این شبکه اجتماعی اضافه کرد. امکانی که به کاربران اجازه می‌داد محتوایی را منتشر کنند که فقط ۲۴ ساعت ماندگاری داشت. البته بعدها با اضافه شدن امکان هایلایت، کاربران توانستند استوری‌های خود را به صورت دسته‌بندی شده ماندگار کنند. حدود نیمی از کاربران اینستاگرام از امکان استوری استفاده کرده‌اند و این یعنی ۵۰۰ میلیون نفر از این امکان استفاده می‌کنند. با توجه به ماندگاری بالای استوری نسبت به پست در مواقعی که صفحه‌ها تعداد بالایی پست در روز دارند این امکان بستر مناسبی برای نمایش تبلیغات کاربران و برندهاست.

دنبال کردن برندها

اگر شما هم کاربر اینستاگرام باشید احتمالاً حداقل یکی از برندهای مورد علاقه خود را دنبال کرده‌اید. طبق آمارهای منتشر شده از هر دو نفر کاربر اینستاگرام یکی از آنها حداقل یکی از برندهای مورد علاقه خود را دنبال کرده است. این یعنی ۵۰ درصد کاربران برندهای مورد علاقه خود را دنبال می‌کنند و اینستاگرام را بستر مناسبی برای بررسی اخبار و اطلاعات برند مد نظر خود می‌دانند. این آمار از چشم اینستاگرام نادیده گرفته نشده و این شبکه اجتماعی هر روز امکانات بیشتری را به صفحه‌های مرتبط با کسب و کار ارائه می‌دهد. برای تبدیل شدن صفحه کاربری شما به یک صفحه مخصوص کسب و کار فقط کافی است چند مرحله ساده را طی کنید تا بتوانید از امکانات رایگان صفحات کسب و کار استفاده کنید. بسیاری از کسب و کارها با قرار دادن شماره تماس و آدرس ایمیل خود این امکان را به کاربران می‌دهند تا بتوانند به راحتی از طریق همین شبکه اجتماعی با آنها ارتباط برقرار کنند.

جذابیت و میزان علاقه کاربران

در تعامل کاربران با صفحات شخصی یا صفحات مربوط به برندهای مختلف مساله جذابیت صفحه و میزان علاقه‌مندی کاربران از اهمیت خاصی برخوردار است. شبکه اجتماعی اینستاگرام یک شاخص را برای رتبه‌بندی و اندازه‌گیری میزان علاقه‌مندی کاربران به صفحات مختلف در نظر گرفته است. این عدد از محاسبه میانگین لایک و کامنت‌های ارسالی کاربران در تعامل با پست‌های ارسالی مختلف به دست می‌آید. کسب و کارها، افراد مشهور و بسیاری از برندها دنبال افزایش تعداد دنبال‌کننده و از طرف دیگر، افزایش میزان تعامل کاربران هستند. البته کاربران غیرواقعی، ربات‌ها و... تعداد دنبال‌کنندگان برخی از صفحات را غیرواقعی کرده‌اند، اما بررسی دقیق این صفحات و میزان تعامل کاربران می‌تواند معیار خوبی برای اثبات واقعی بودن کاربران دنبال‌کننده باشد.

در سال‌های اخیر آمارهای مربوط به اینستاگرام به شدت افزایشی است. اینستاگرام که یک نرم‌افزار تلفن همراه اشتراک‌گذاری تصاویر است، امروزه به یکی از شبکه‌های اجتماعی معتبر و کاربر پسند در سراسر دنیا تبدیل شده است. نرم‌افزاری که روزهای ابتدایی‌اش به اشتراک‌گذاری تصاویر عکاسان و برخی افراد از لحظات شاد خود گذشت، حال بستر مناسبی برای معرفی و عرضه خدمات و کالاهای برندهای مختلف است تا بتوانند اطلاعات مربوط به محصولات و خدمات خود را در اختیار کاربران قرار دهند. با توجه به این موضوع، بررسی آمارهای این شبکه اجتماعی خالی از لطف نیست تا ببینیم چگونه بسیاری از برندها برای تعامل با مخاطبان خود، اینستاگرام را به عنوان بهترین راه ارتباطی در نظر می‌گیرند.

کاربران جهانی و ایرانی

«تعداد کاربران اینستاگرام از یک میلیارد نفر گذشت.» این خبری بود که نظر بسیاری از مردم و برندها در سراسر جهان را به خود جلب کرد. البته کاربران ایرانی اینستاگرام هم کم نیستند و طبق آمارهای غیررسمی سال ۹۷ بیش از ۲۴ میلیون نفر کاربر ایرانی در اینستاگرام فعالیت داشته‌اند. به طور روزانه بیشتر از ۵۰۰ میلیون کاربر فعال در این شبکه اجتماعی فعالیت می‌کنند که برای یک شبکه اجتماعی بر بستر تلفن همراه آمار بسیار خوبی است.

دومین شبکه اجتماعی جهان

اینستاگرام بعد از فیس‌بوک، دومین شبکه اجتماعی برتر در نظر تعامل کاربران است. تعامل کاربران و ایجاد هیجان و لذت در آنها یکی از شاخص‌های مهم در هر یک از شبکه‌های اجتماعی است که اینستاگرام توانسته در این شاخص آمار مناسبی را به خود اختصاص دهد. امروزه بسیاری از برندها برای ساخت فضای مناسب در شبکه‌های اجتماعی، اینستاگرام را برای تعاملات خود با مخاطبان انتخاب می‌کنند، چراکه این شبکه اجتماعی امکانات خوبی از جمله اشتراک‌گذاری فیلم و عکس، ایجاد استوری تعاملی و امکان برقراری ارتباط زنده با مخاطبان را در کنار هم در اختیار آنها قرار داده است.

شبکه اجتماعی جوان‌پسند

آمارها نشان می‌دهد ۷۱ درصد کاربران اینستاگرام را افراد زیر ۳۵ سال تشکیل داده‌اند. از این رو به نظر می‌رسد اینستاگرام یک شبکه اجتماعی جوان‌پسند است. طبق این آمار بیشترین کاربران اینستاگرام، افراد

بین ۲۴ تا ۳۵ سال هستند و بعد از آن ۱۸ تا ۲۴ ساله‌ها مقام دوم کاربران اینستاگرام را به خود اختصاص داده‌اند. اگر مخاطبان محصولات و خدمات برندها این رده سنی باشد، احتمالاً یکی از اولین انتخاب‌ها برای تبلیغات و معرفی کالاهای و خدمات، اینستاگرام است.

۵۳ دقیقه در روز

یکی از آمارهای عجیب و جذاب منتشر شده در مورد اینستاگرام میانگین حضور کاربران در این شبکه اجتماعی است. طبق آخرین آمار منتشر شده، کاربران به طور روزانه حدود ۵۳ دقیقه در اینستاگرام حضور دارند. بعد از فیس‌بوک که آمار آن حدود ۵۸ دقیقه در روز است اینستاگرام با فاصله نسبتاً کمی در مقام دوم ایستاده است. البته برای هر یک از برندها و مخاطبان آنها زمان‌های مناسب برای ارسال پست و تعامل کاربران متفاوت است که از طریق خود نرم‌افزار اینستاگرام می‌توان به این آمارها دسترسی داشت، ولی به طور کلی حدود یک ساعت از وقت کاربران صرف مشاهده پست‌ها و محتوای تولیدی برندهای مختلف می‌شود و این فرصت بسیار مناسبی برای تعامل با کاربران را فراهم کرده است.

طبق آمارهای منتشر شده از هر ۲ نفر کاربر اینستاگرام یکی از آنها حداقل یکی از برندهای مورد علاقه خود را دنبال کرده است

تاثیرگذاری اینستاگرام

طبق بررسی‌های انجام شده و طبق گزارش‌های منتشر شده، ۸۳ درصد کاربران اینستاگرام معتقدند از طریق این شبکه اجتماعی از محصولات و خدمات برندهای مورد علاقه خود باخبر می‌شوند. این مساله نشان می‌دهد آنها اینستاگرام را به عنوان یک کانال ارتباطی به روز و شاید سریع‌تر از دیگر کانال‌های ارتباطی برای به دست آوردن آخرین اخبار مرتبط با برندهای مورد علاقه خود در نظر گرفته‌اند. البته در این گونه



فره‌بین



اگر مطالب این صفحه را می‌پسندید، عدد ۷۳۳۲ را به شماره ۳۰۰۱۱۲۲۶ پیامک کنید