



نگاهی کنید تا ببینید کدام هشتگ‌ها، کاربران را به سوی خود کشانده‌اند. اگر از چند هشتگ استفاده کرده باشید، هشتگ جذب‌کننده کاربران را نمی‌توانید تشخیص دهید. اما اگر از ۳ تا ۵ هشتگ در هر پست استفاده کنید، پس از گذشت زمان، خواهید توانست آن را تعیین کنید.

از کلمه کلیدی مناسب استفاده کنید: در گذشته، اینستاگرام به کلمات کلیدی کپشن‌ها توجه نمی‌کرد ولی اکنون اینستاگرام توصیه می‌کند از کلمات کلیدی مرتبط در کپشن پست‌ها استفاده کنید. این تغییر برای برندهایی که مشهور نیستند، یک خبر عالی به‌شمار می‌رود زیرا به افراد اجازه می‌دهد محتوای شما را بدون جست‌وجوی نام حساب کاربری شما پیدا کنند. در بخش تگ‌ها می‌توانید محبوب‌ترین هشتگ‌ها برای هر کلمه کلیدی را پیدا کنید. از ابزاری مانند گوگل آنالیتیکس استفاده کنید و ببینید کدام کلمات کلیدی، بازدید سایت شما را افزایش داده است. این کلمات کلیدی را در پست‌های اینستاگرام خود به کار ببرید.

به تصاویر خود، Alt Text اضافه کنید: Alt Text در اینستاگرام همان شرح عکس یا ویدئوست که می‌تواند به افرادی که از انواع مشکلات بینایی رنج می‌برند در استفاده از محتوای شما کمک کند. همچنین Alt Text به افرادی که نتوانسته‌اند تصویر پیچ شما را به دلایلی مانند اینترنت ضعیف باز کنند کمک خواهد کرد. علاوه بر این موارد، Alt Text به اینستاگرام کمک می‌کند محتوای شما را بهتر درک کند و درباره مرتبط بودن آن به جست‌وجوی خاصی تصمیم بگیرد. اینستاگرام برای هر تصویر با تکنولوژی تشخیص اشیاء به صورت خودکار برای افرادی که از صفحه‌خوان استفاده می‌کنند، توضیحی اضافه می‌کند. این توضیحات درباره عکس شما به الگوریتم اینستاگرام و نتایج جست‌وجو اطلاعاتی را ارائه می‌دهد. البته این توضیح خودکار مانند متنی که توسط یک انسان نوشته شده است به جزئیات اشاره نخواهد کرد. برای مثال، اینستاگرام ممکن است عکس زنبرور را به اشتباه گل و طبیعت توصیف کند.

یک حساب کاربری با کیفیت داشته باشید: اینستاگرام محتوایی را که بی‌کیفیت، آزاردهنده و توهین‌آمیزند و نیز برای بازدیدکنندگان جوان‌تر مناسب نیستند را به هیچ‌کس پیشنهاد نخواهد کرد. کارهایی که نباید بکنید، عبارتند از: تله کلیک یا همان تصاویری برای فریب کاربر به کلیک روی محتوای اغراق‌آمیز مانند درمان معجزه‌آسا، محتوای کپی‌شده از منابع دیگر، ادعاهای گمراه‌کننده و خرید لایک، در صفحه راهنمای پیشنهادات اینستاگرام به موارد دیگری مانند محتوای مربوط به خودکشی، اختلالات تغذیه، رفتارهای خشونت‌آمیز و دعوا نیز اشاره شده است.

Alt Text در اینستاگرام

همان شرح عکس

یا ویدئو است که

می‌تواند به افرادی

که از انواع مشکلات

بینایی رنج می‌برند، در

استفاده از محتواهای

شما کمک کند



این روش‌ها را برای ارتقای سئو اینستاگرام‌تان جدی بگیرید

تکنیک‌هایی برای به‌تر دیده شدن

چگونه در دریایی از یک بیلیون کاربر اینستاگرام متمایز دیده شویم؟ با سئو اینستاگرام می‌توانید پست‌های خود را در صفحه‌های نتایج جست‌وجو ظاهر کنید و به مخاطبان بیشتری نشان دهید. هر کسب‌وکاری که می‌خواهد با دنبال‌کنندگان خود ارتباط برقرار کند، باید بداند سئو اینستاگرام چگونه کار می‌کند. سئو اینستاگرام، بهینه‌سازی محتواهای اینستاگرام برای ظاهر شدن در نتایج جست‌وجوست. هدف هر کسب‌وکاری این است که حساب اینستاگرام خود یا محتوای آن در بالای لیست جست‌وجوکنندگان دیده شود.



شیرین هنرمند اصل

روزنامه‌نگار

با کاربر دیگر متفاوت خواهد بود. کسب‌وکارها باید درباره هشتگ‌هایی که به احتمال زیاد توسط کاربران جست‌وجو می‌شوند تحقیق کنند.

محبوبیت

به احتمال زیاد پست‌هایی که محبوب هستند در نتایج جست‌وجو، رتبه‌های بالایی به دست خواهند آورد. اینستاگرام محبوبیت را با فاکتورهای مانند تعداد کلیک، لایک، اشتراک‌گذاری، دنبال‌کنندگان، هشتگ و مکان تعیین می‌کند. اگر صاحب کسب‌وکاری هستید، در مناسب‌ترین زمان پست‌های خود را منتشر کنید تا تعاملات پست را افزایش دهید. این تعاملات اولیه پست شما را محبوب نشان می‌دهند و آن را به رتبه‌های بالای جست‌وجو می‌رسانند.

فاکتورهای رتبه‌بندی سئو اینستاگرام

می‌توان گفت سئو، هنر و دانش است. سئو اینستاگرام نیز چنین است. فرمول دقیقی وجود ندارد که با استفاده از آن حساب کاربری خود را در بالای لیست جست‌وجو ظاهر کنید. خوشبختانه، اینستاگرام درباره مواردی که برای رتبه‌بندی نتایج جست‌وجوی از آنها استفاده می‌کند، اطلاعاتی را در وبلاگ خود منتشر کرده است. با ما همراه باشید تا با نحوه رتبه‌بندی نتایج آشنا شوید.

متن جست‌وجو

تعجبی ندارد که عباراتی که مردم جست‌وجو می‌کنند، مهم‌ترین فاکتور در رتبه‌بندی نتایج جست‌وجو اینستاگرام باشد. اینستاگرام با توجه به عبارات جست‌وجو، به دنبال نام کاربری، کپشن، هشتگ، بيو و مکان می‌گردد. کسب‌وکارها باید بدانند مردم چه عباراتی را جست‌وجو می‌کنند تا محتوایی شبیه محتواهای آنها پیدا کنند. گوگل آنالیتیکس و سایر ابزارهای شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به شما کمک کنند تا عباراتی را که مردم جست‌وجو می‌کنند پیدا کنید.

فعالیت کاربر

فعالیت کاربر به معنی هشتگ‌ها و حساب‌های کاربری دنبال‌شده کاربر جست‌وجوگرست. همچنین پست کدام پیج را دیده، لایک کرده یا زیر آن کامنت گذاشته است نیز شامل فعالیت کاربر می‌شود. این موارد رتبه بالاتری در نتایج جست‌وجو خواهند گرفت بنابراین نتایج جست‌وجو هر کاربر



تله کلیک یا همان تصاویری برای فریب کاربر به کلیک روی محتوای اغراق‌آمیز مانند درمان معجزه‌آسا، محتوای کپی‌شده از منابع دیگر، ادعاهای گمراه‌کننده و خرید لایک، سئو اینستاگرام شما را ضعیف می‌کند

۵ تکنیک برای ارتقای سئو اینستاگرام

پروفایل اینستاگرام خود را برای جست‌وجو بهینه‌سازی کنید: پروفایل اینستاگرام یا همان بيو شما، بهترین مکان برای گذاشتن کلمه‌های کلیدی مرتبط و عبارات جست‌وجوست. ارتقای سئو اینستاگرام با نام حساب کاربری اینستاگرام شروع می‌شود. بيو و نامی برای خود انتخاب کنید که به محتواهای شما مرتبط باشد. اگر برند مشهوری هستید، مکان خوبی برای شروع است. برای مثال، اگر به پروفایل‌های رتبه‌های بالای نتایج جست‌وجو عبارت سفر توجه کنید، کلمه سفر را در بيو یا نام آنها خواهید دید. پس اگر هنوز اقدام به تغییر حساب خود به حساب حرفه‌ای نکرده‌اید، اکنون یک دلیل دیگر برای این کار پیدا کردید. روی آیکون پروفایل خود و سپس Edit Profile ضربه بزنید. در صفحه جدید گزینه Contact Options را انتخاب کرده و آدرس خود را وارد کنید.

از هشتگ‌های مناسب استفاده کنید: در گذشته مخفی کردن هشتگ‌ها در کامنت‌ها، یک ترفند شناخته می‌شد ولی اکنون طبق گفته‌های اینستاگرام، هشتگ‌ها و کلمه‌های کلیدی باید در کپشن استفاده شوند تا روی نتایج جست‌وجو تأثیر بگذارند. اینستاگرام توصیه می‌کند از ۳ تا ۵ هشتگ مرتبط در پست استفاده کنید و از هشتگ‌های نامرتب یا هشتگ‌هایی مانند explorepage# استفاده نکنید. بهترین هشتگ‌های سئو به کسب‌وکار و مخاطبان شما بستگی دارد. به Insights اینستاگرام

