



مختلف کردید باید همیشه این را در ذهن داشته باشید که بهتر است یک حد وسط و توازن میان فالوورها و فالووینگ‌هایی که دنبال می‌کنید وجود داشته باشد.

یک پروفایل قوی، در اینجا، کسی است که فالوورها یا دنبال‌کنندگان بیشتری داشته باشد و کسی که دنبال‌کننده بیشتری داشته باشد، به نوعی اینفلوئنسر شناخته می‌شود.

محتوای جذاب به اشتراک بگذارید (متن، عکس و ویدئو): این اصلی‌ترین پایه برای

داشتن یک کمپین موفق در شبکه‌های اجتماعی است. زمانی که ما درباره انتشار یک محتوا صحبت می‌کنیم، همیشه می‌گوییم که «محتوا پادشاه است» و این مطلب در شبکه‌های اجتماعی کاملاً صادق است. اگر شما یک مطلب جذاب و مفیدی را منتشر کنید که چندبار به اشتراک گذاشته شود، بازدیدکنندگان بیشتری به سایت‌تان سرزنند و در برخی موارد مشتری‌های بیشتری دریافت کنید، کارتان درست است.

در روز چندبار پست بگذارید اما این کار را زیاد نکنید: یک سؤال متداول که بین

افراد مبتدی معمولاً زیاد پیش می‌آید این است که «چند بار در روز باید پست گذاشت؟» جواب این سؤال با توجه به شبکه‌ای که در آن فعالیت دارید مختلف است. مطالعات و تحقیقات زیادی درباره تاثیر پست‌گذاری مداوم وجود دارد که می‌توانید خلاصه‌ای از آنها را در این پایین ببینید:

❖ فیسبوک - صفحه شخصی - هرچه قدر دل‌تان می‌خواهد

❖ فیسبوک - صفحه تجاری - بیشتر از ۱۲ در روز و بیش از ۷ تا پست در هفته نباشد

❖ توئیتر - هر توییت بیشتر، بازخورد بهتر و بیشتر پینترست - چند بار در روز کافی است

❖ هیچ‌وقت فالوبک را فراموش نکنید:

❖ خیلی از افراد روی این نکته تمرکز می‌کنند تا فقط فالوئر به‌دست بیاورند اما پادشان می‌رود که فالوبک کسانی که تازه دنبال‌شان کردند ضروری است. باید هر روز رفتار بازدید افرادی که شما را دنبال می‌کنند، بررسی کنید و تصمیم بگیرید که چه کسانی را دنبال کنید، اگر این کار را به صورت روتین انجام ندهید، احتمالاً آنفالو خواهید شد.

❖ قوانین را دنبال کنید و صبور باشید:

❖ شبکه‌های اجتماعی قوانینی دارند که باعث می‌شود اسپم‌زن‌ها را از خود دور کند. مثلاً، محدودیتی برای دنبال‌کردن افراد در روز در توئیتر وجود دارد، برای فیسبوک قوانین خاص خودش وجود دارد و... این به آن معناست که ممکن است زمان زیادی طول بکشد تا شما بتوانید هزاران دنبال‌کننده پیدا کنید پس به صبر نیاز دارید و اصلاً هم این قوانین را نقض نکنید. همچنین هیچ‌وقت به خرید فالوئر یا توییت یا بازدید و... روی نیاورید. تلاش کنید تا زمان خودتان را صرف تولید پروفایل عالی برای شبکه‌های اجتماعی کنید که تا مدت طولانی همراه با شما خواهد بود و شاید حتی در بخش پروفایل هم شما اینفلوئنسر حرفه‌ای شوید.



برای آغاز فعالیت
کسب و کارتان در
شبکه‌های اجتماعی،
یک پلتفرم را انتخاب
و روی آنها تمرکز کنید
نه این‌که روی تمام
پلتفرم‌ها همزمان و به
طور جداگانه کار کنید

۱۰ گام مهم در مارکتینگ شبکه‌های اجتماعی برای مبتدیان

اصول بازاریابی برای تازه‌کارها



لادن فلاح‌نیا
مترجم

بازاریابی شبکه‌های اجتماعی فرآیندی برای شناخته‌شدن درباره شما، محصولات‌تان، یا خدماتی که از کانال‌های شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌کنید، است. بازاریابی شبکه‌های اجتماعی یکی از سریع‌ترین راه‌های اطلاع‌رسانی درباره یک محصول یا خدمت جدید است. یک توییت می‌تواند در چند دقیقه و حتی سریع‌تر از رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون در کل دنیا فراگیر شود. اولین و مهم‌ترین هدفی که برای هر کمپین بازاریابی شبکه‌های اجتماعی وجود دارد این است که ترافیک وبسایت را هدایت کند، نمود محصول را افزایش دهد، دنبال‌کننده یا به اصطلاح فالوئر را بالا ببرد یا مشتریان بیشتری بیاورد. این روزها میلیون‌ها نفر مقدار زیادی از زمان خود را در شبکه‌های اجتماعی سپری می‌کنند. فیسبوک، توئیتر، پینترست، یوتیوب، اینستاگرام، لینکدین و تیک‌تاک این روزها از معروف‌ترین شبکه‌های اجتماعی در جهان هستند. اگر تازه‌کار و مبتدی در راه بازاریابی شبکه‌های اجتماعی هستید، این گزارش می‌تواند به شما کمک کند تا بدانید که در شبکه‌های اجتماعی باید چه استراتژی‌هایی برای بازاریابی داشت.

❖ انتخاب کنید که می‌خواهید از کدام پلتفرم(ها) استفاده کنید: به عنوان یک

مبتدی در شبکه‌های اجتماعی، باید یک یا دو شبکه اجتماعی انتخاب و روی آنها تمرکز کنید تا این‌که روی هر پلتفرم بخواهید همزمان و به‌طور جداگانه کار کنید. این اشتباهی است که بسیاری از مبتدیان در ابتدای کار انجام می‌دهند و در آخر هم از هیچ‌کدام سودی نخواهند برد.

❖ پروفایل شبکه‌های اجتماعی خود را بهینه‌سازی کنید

خب، زمانی که شبکه اجتماعی مورد نظر خودتان را انتخاب کردید، دومین گام بهینه‌سازی پروفایل‌تان در آن سایت‌هاست. با بهینه‌سازی پروفایل‌تان شانس افزایش فالوئرتان بالا می‌رود و برای کارهای سئوی سایت و شبکه اجتماعی مورد نظرتان نکته خوب و مثبتی خواهد بود.

❖ لینک سایت یا وبلاگ‌تان را در شبکه‌های اجتماعی قرار دهید: بعد از آن‌که

شبکه اجتماعی‌تان را آماده برای شروع به کار کردید، گام بعدی وصل کردن لینک



ضمن وصل کردن
وبسایت یا پیج‌های
تجاری‌تان در شبکه‌های
اجتماعی، نیاز دارید تا
آیکون‌های شبکه‌های
اجتماعی را به وب
سایت‌تان اضافه کنید
تا خوانندگان محتوای
شما را به اشتراک
بگذارند

وبسایت یا وبلاگ‌تان به پیج‌های شبکه‌های اجتماعی است. برای هر پلتفرم یک فرآیند خاص وجود دارد که باید آن را دنبال کرد و خیلی مهم است که این مراحل به‌درستی و با دقت دنبال شود. پیوند صحیح بین این دو به این معنی است که موتورهای جست‌وجو و وبسایت‌های رسانه‌های اجتماعی می‌دانند که کدام وبسایت با کدام صفحه رسانه اجتماعی مطابقت دارد.

❖ به وبسایت‌تان گزینه شبکه‌های اجتماعی را اضافه کنید: علاوه بر وصل کردن وبسایت با پیج‌های تجاری مناسب در شبکه‌های اجتماعی، نیاز دارید تا آیکون‌های شبکه‌های اجتماعی را به وبسایت‌تان اضافه کنید تا خوانندگان بتوانند به راحتی محتوای شما را به اشتراک بگذارند.

❖ اینفلوئنسرهای مرتبط با رشته خود را پیدا و دنبال کنید: قبل‌تر چند ابزار مناسب برای کسب‌وکار خودمان پیدا کردیم، پروفایل‌مان را بهینه‌سازی کردیم، وبسایت‌مان را به شبکه‌های اجتماعی‌مان پیوند دادیم و آیکون شبکه‌های اجتماعی‌مان را در سایت اضافه کردیم. گام مشخص بعدی این است که افرادی را دنبال کنید اما مهم‌تر از همه این است که برنامه‌ای برای دنبال‌کردن افراد مختلف داشته باشیم. پیش از آن‌که این کار را بخواهیم انجام دهیم، باید اول از همه افراد اینفلوئنسر در حرفه‌تان را شناسایی و دنبال کنید. این هم مشخص است که آنها شما را دنبال نخواهند کرد چراکه شما تازه با یک پیج تازه تاسیس آنها را دنبال می‌کنید.

❖ تعادل لازم را میان دنبال‌کنندگان و دنبال‌شوندگان به وجود آورید:

همین که شروع به دنبال‌کردن افراد