



# کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام

تیم تحریریه اقیانوس آبی

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اکیانوس آبی](#) سر بزنید.

يکي از متداول ترين اقدامات براي تبليغات، بازاریابی و برندینگ، **طراحی کمپین تبليغاتی در اينستاگرام** است. در سال ۲۰۱۲ که اپليکيشن اينستاگرام به بازار معرفی شد، همزمان فصل جديدي در برگزاري **کمپین تبليغاتی** نیز آغاز شد. البته در سال های اوليه افراد زيادي به فکر راه اندازی کمپین تبليغاتی در اينستاگرام نبودند.

اما با گسترش کاربران و ايجاد شدن بلاگرهای مختلف، ایده تبليغات گروهی در اينستاگرام نیز به وجود آمد. اينستاگرام شبکه ای اجتماعی است که می تواند روياهای چند صد ساله را در عرض چند ساعت محقق کند. اما به نظر شما امکان اجرایی شدن اين روياهای وجود دارد؟ چه راهکارها و دلایلی وجود دارند که اينستاگرام می تواند کاربرهایش را به آرزوهایشان برساند؟ آیا می دانيد برای رسيدن به خواسته ها و آرزوهایتان در اينستاگرام بايد چه اقداماتی را انجام دهيد؟

برای آن که بتوانيد از کمپین تبليغاتی در اينستاگرام نتیجه بهتری بگيريد بايد اصولی را رعایت کنید. در اين مقاله در ادامه آموزش های مدیریت کسب و کار و تبليغات **گروه اقيانوس آبي** به بررسی انواع کمپین تبليغاتی در اينستاگرام و مزایای آن می پردازيم.

## واژه کمپین تبليغاتی به چه معناست؟

شاید عبارت کمپین تبليغاتی بارها به گوشتان خورده باشد و آن را در جاهای مختلف ديده يا شنیده باشيد. اما اين واژه و عبارت واقعا به چه معناست؟

واژه **کمپین** در واقع به حرکتی گفته می شود که به صورت هدفمند برای برآورده شدن یک نیاز صورت می گيرد. با اين تعريف می توان گفت که کمپین های تبليغاتی نیز برای اين انجام می شوند که نیاز های تبليغاتی را برآورده کنند.

برای مشاهده ساير مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

**کمپین های تبلیغاتی** به عبارتی به تبلیغات گسترده اشاره دارند که برای برآورده شدن یکی از اهداف برندینگ، بازاریابی، افزایش فروش و... انجام می شود.

## کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام چیست؟

قبل از این که به بررسی دقیق تر کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام بپردازیم ابتدا باید با مفهوم آن آشنا شویم. کمپین تبلیغاتی اینستاگرام که به آن کمپین اینستاگرامی *campaigns on Instagram* نیز گفته می شود در واقع محتواهای متنوع ویدیویی، تصویری، متنی و... است که در این رسانه به شکل پست و استوری برای تبلیغ یک برند، کالا و خدمات به اشتراک گذاشته می شود. برای اینکه این گونه تبلیغات موثرتر باشند، آن ها را در سطح گسترده تری هم می توان انجام داد.

این گونه از تبلیغات یعنی کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام یکی از متداول ترین روش ها برای تبلیغ و بازاریابی در شبکه های اجتماعی به شمار می رود و تاثیرات مثبتی که این گونه تبلیغات بر روی **افزایش فروش**، افزایش ورودی، برندینگ و... دارد ثابت شده است.

## آیا راه اندازی کمپین اینستاگرام مفید است؟

اولین سوالی که کسب و کارها و شرکت ها می پرسند این است که: آیا راه اندازی کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام مفید است؟ قطعاً همانطور که گفتیم رشد و گسترش تجارت بدون انجام تبلیغات امری محال است.

مهم ترین شبکه ای که امروزه توانسته است به خوبی کاربران خود را فعال نگه دارد، اینستاگرام است. کاربران این شبکه اجتماعی در ایران رقمی در حدود ۳۰ میلیون نفر هستند. خب این

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

جامعه مجازی از دید بسیاری از شرکت های بزرگ و قدیمی پنهان مانده است. اما شما این غفلت را انجام ندهید و پتانسیل های بزرگ این بازار هدف را در نظر بگیرید.

اولین راهی که می‌توانید برای گسترش شغلتان انجام دهید این است که کمپین تبلیغاتی طراحی کنید. با اجرای این کمپین مزایای زیادی نصیب شما می شود که برخی از مهم ترین آنها عبارتند از:

- ثبت فروش بالا
- شناخته شدن برند شرکت
- گسترده شدن خدمات شرکت
- امکان تولید ارزش افزوده
- حضور در بازارهای بین‌المللی
- امکان تبلیغات برای دیگران

## انواع کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام

کمپین های تبلیغاتی در اینستاگرام انواع مختلفی دارد که هرکدام از آنها هدف های مختلفی را دنبال می کنند. در ادامه این مطلب از **مجله گروه اقیانوس آبی** به برخی از انواع این کمپین‌ها اشاره خواهیم کرد.

### ۱. آگاهی برند با کمپین تبلیغاتی اینستاگرام

در این نوع از تبلیغات تلاش کسب و کار این است که مخاطبین را از وجود برند، محصول و یا خدمات خود آگاه کنند. این **روش تبلیغات** برای کسب و کارهای نوپا، کسب و کارهایی که سعی

دارند با مخاطبين جديد ارتباط برقرار کنند يا کسب و کارهايي که محصول و خدمات جديدي دارند بسيار مهم است.

اين کمپين تبليغاتي همانند يك ويترين است که به مخاطبين شما مي گويد چه چيز هاي هيجان انگيز و متفاوتي در برند، محصول و خدمات شما نسبت به ساير رقبا وجود دارد.

اينستاگرام بستري است که کاربران آن علاقه دارند برندها و چيزهاي جديدي را کشف کرده و آن‌ها را فالو کنند. طبق بررسي ها، ۸۰ درصد از کاربران اينستاگرام حداقل يك برند يا يك صفحه تجاري را دنبال مي کنند. کسب و کارها مي توانند از اين شرايط استفاده کرده و براي خود يك کمپين آگاهي دهنده مناسب راه اندازي کنند.

## ۲. کمپين تبليغاتي علت محور در اينستاگرام

امروزه مصرف کنندگان ديگر تنها به اين که يك برند چه چيزي را به فروش مي رسانند اهميت نمي دهند، بلکه مسائلي مانند اخلاق و مسئوليت هاي اجتماعي برند ها براي مصرف کنندگان بسيار مهم تر شده است.

کمپين تبليغاتي در اينستاگرام علت محور، راهي است براي کسب و کار ها که به وسيله آن بتوانند به مخاطبين خود نشان دهند چه ارزش هايي براي آن ها مهم است و در واقع از خود يك قهرمان يا برندي که مسائل اجتماعي برایش مهم است در ذهن مخاطب بسازند.

### مثال:

براي مثال در چندي پيش مسئله آزمايش حيواني محصولات آرايشي و بهداشتي براي کاربران بسيار مهم و ترند شد. به همين دليل اگر شما يك کسب و کار توليد کننده اينگونه لوازم داريد و

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

از آزمایش بر روی حیوانات استفاده نمی‌کنید می‌توانید از کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام خود از این موضوع استفاده کنید و به کاربران نشان دهید که ارزش های اخلاقی برای برند شما بسیار مهم است.

با انجام این گونه از کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام می‌توانید **اعتماد و وفاداری مشتریان** را با خود همراه کنید.

### ۳. کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام برای فروش

تلاش برای افزایش فروش به وسیله کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام کاری است که بسیاری از برند ها و کسب و کار ها آن را انجام می‌دهند. در این گونه تبلیغات برندی که در حال تبلیغ کردن است سعی می‌کند تا کاربران را ترغیب کند تا به پروفایل آن ها مراجعه کرده و از **انواع تخفیف ها** یا شرایط ویژه ای که آن ها برای فروش دارند استفاده کنند.

انجام این گونه تبلیغات در مناسبت های خاص مانند نوروز، شب یلدا، روز مادر، روز پدر و... بسیار مناسب است. همچنین کسب و کار ها می‌توانند به وسیله این گونه تبلیغات محصولات مهم خود را که هنوز به بازار عرضه نکرده اند را پیش فروش کنند.

### ۴. برگزاری مسابقه در تبلیغات اینستاگرامی

یکی از پرطرفدار ترین گونه های کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام ایجاد مسابقه است. استفاده از اینگونه تبلیغات می‌تواند تعامل یا همان engagement شما با مخاطبین را بسیار بالا ببرد. کسب و کار ها می‌توانند برای آن که به اهدافشان نزدیک تر شوند شرایطی را برای این مسابقات تعیین کنند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

برای مثال برای معرفی شدن به مخاطبین بیشتر می‌توانید شرط بگذارید که شرکت کنندگان دوستان خود را در کامنت ها تگ کنند. این کار باعث می شود مخاطبین جدیدی به شکل صعودی با صفحه شما آشنا شوند.

## ۵. عرضه محصول به کمک کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام

در صورتی که کسب و کار شما قرار است یک محصول جدید و هیجان انگیز را به بازار به زودی عرضه کند، کمپین‌های معرفی محصول جدید به بازار می‌تواند بسیار به آن‌ها کمک کند. این کار باعث می شود در بین مخاطبان هیجان ایجاد شده و امکان خرید آن‌ها بالا برود.

این کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام مزایای محصول مورد نظر را به شکلی واضح به نمایش می‌گذارد. این شکل از تبلیغات و **بازاریابی محصول** می‌تواند کمک کند تا فضا برای ارائه محصول آماده شود.

## ۶. کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام با محتوای تولید شده توسط مخاطبین

در این شکل از کمپین‌های تبلیغاتی مخاطبین شما می‌توانند برای شما تولید محتوا کنند. در واقع شما مخاطبین را تشویق می‌کنید تا در مورد برند یا محصولات شما پست‌هایی را به اشتراک بگذارند. این کمپین‌ها باعث آگاهی افراد بیشتری از برند شما خواهد شد.

## کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد؟

برای راه اندازی کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام باید دقیقاً بدانید چه شرایط و ویژگی‌هایی را باید در پست‌هایتان ایجاد کنید که به واسطه آنها هم دیده شوید و هم فروش خوبی داشته باشید.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

اگر خودتان به طور فردي مي‌توانيد مهندسي تبليغات را در ويديو هايي كه مي‌سازيد به خوبي اجرا كنيد، در اين صورت هزينه هاي‌تان كمتر خواهند شد.

ولي اگر فقط به دنبال معرفي محصولات هستيد مي‌توانيد از يك چك ليست استفاده كنيد تا تمام كليد واژه هاي فروش را اعلام كنيد. برخي از مهم‌ترين كليد واژه‌هايي كه در ذهن ناخودآگاه مشتريان عامل ايجاد ميليون‌ها سلول فكري مي‌شوند عبارتند از:

- همين حالا تماس بگير
- اكنون درخواست دهيد
- همين الان تصميم بگير
- هم اكنون سفارش بده
- هم اكنون دانلود كن
- سفارش بده و سود كن
- همين الان سود آينده را تضمين كن

## تعرفه تبليغات در اينستاگرام چقدر است؟

اگر مي‌خواهيد تعرفه تبليغات در اينستاگرام را بدانيد بايد از پيچي كه به دنبال تبليغات در آن هستيد سوال كنيد. زيرا ميزان: بازديدها، دنبال كننده ها و تعداد كامنت هاي هر پيچ، متفاوت از ديگري مي‌باشد. البته اگر تبليغات بيزينس شما را يك شركت خاص پذيرفته است در اين صورت تعيين كننده قيمت، همان شركت خواهد بود.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



برخی از شرکت‌ها به علت برخورداری از پیج‌های متفاوت تبلیغاتی، می‌توانند تبلیغات گروهی در اینستاگرام انجام دهند. لذا امکان پایین آمدن هزینه‌ها در صورت استفاده از این شرکت‌ها وجود دارد.

شاید برای بعضی‌ها سوال شود که: اگر از تبلیغات اینستاگرامی شرکت‌ها استفاده کنیم بهتر است یا از تبلیغات بلاگرها؟ به طور دقیق نمی‌توانیم بگوییم که کدام بر دیگری برتری دارد. زیرا این موضوع بستگی به نوع فعالیت کسب و کار شما دارد.

برای بعضی از کسب و کارها تبلیغات بلاگرها مفید است و برای بعضی دیگر تبلیغات شرکت‌ها. به همین جهت سعی کنید بر اساس نوع بیزینس خود، تبلیغات اینستاگرامی را ارائه نمایید.

## سوالات متداول در زمینه راه اندازی کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام

### ۱. آیا تبلیغات استوری اینستاگرام بهتر است یا تبلیغات ویدیویی در اینستاگرام؟

قطعاً تبلیغات ویدیویی در اینستاگرام تاثیر بهتری در معرفی محصولات و **بازاریابی خدمات** شما دارند. اما استوری نیز برای پیج‌هایی که بازدید بالایی دارند می‌تواند به عنوان یک بنر محسوب شود و بیزینس شما را معرفی کند.

البته به یاد داشته باشید که تبلیغات استوری اینستاگرام حتماً در پیج‌هایی صورت گیرند که بازدید کننده‌های واقعی و حقیقی دارند. یعنی کاربرهای آن پیج‌ها ربات نیستند و کاربرهایشان فعال می‌باشند. علاوه بر این که زمان بیشتری در ویدیو متعلق به شما خواهد بود، تاثیر مشاهده طولانی مدت در ذهن، بیشتر از یک استوری است.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

يعني تاثير زماني که شما در طی پنج دقيقه و يا بيشتر برای ویدیویی صرف می‌کنید، بيشتر از یک استوری کوتاه خواهد بود. بر همین اساس بهتر است تبليغات ویدیویی در اينستاگرام را انتخاب کنید؛ زیرا بهتر می‌تواند ذهن مخاطبان را آماده ی پذیرش محصولاتتان کند.

## ۲. چه تبليغاتی در اينستاگرام امکان اجرا شدن دارند؟

کمپين تبليغاتی در اينستاگرام خود را محدود به موضوعی خاص نکنید. البته اگر به طور تخصصی کار کنید نتايج بهتری را دريافت خواهید کرد.

به طور مثال بلاگرها در ابتدای کار خود انتظار فالوورهای چند هزارتایی از موضوعات تبليغاتی پراکنده را ندارند. اما به مرور زمان با تخصصی شدن و بهتر کردن موضوع فعاليت خود توانستند به اهدافشان برسند. برخی از مهم ترین مواردی که می‌توانید از طریق آنها تبليغات اينستاگرامی را انجام دهید عبارتند از:

- در یک مرتبه مانند استوری
- تحقیقاتی
- سریالی
- آموزش دادن خرید
- تبليغات در قالب فایل های آموزشی
- تبليغات لحظه ای مانند لایو

۳. چالش ها چگونه می‌توانند فالوورها و کسب سود از تبليغات اينستاگرامی را افزایش دهند؟

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

اگر بتوانيد براي **تبليغات منطقه اي در اينستاگرام** از چالش ها استفاده كنيد، سود بالايي را تجربه خواهيد كرد. زيرا تبليغات منطقه اي به طور روزانه انجام مي شوند و مشتريان مي توانند در هر لحظه از روز، اجناس را تهيه كنند.

به طور مثال زماني كه محصولات شما مانند سبزيجات تازه در هر روز قابل برداشت هستند؛ ميتوانيد از روز قبل به صورت يك استوري برداشت اول محصولاتان را اعلام كنيد. با اين تبليغات مشتريان زيادي نه فقط از محل زندگي شما بلکه از شهرهاي اطراف نيز براي خريد محصولات ارگانيك به شما مراجعه مي كنند.

براي اينكه بتوانيد اين محصولات را به خوبي نشان دهيد بايد از تبليغات گسترده اينستاگرامي استفاده كنيد تا تمام کاربران منطقه متوجه شما شوند. چالش ها به علت جذابيتي كه دارند مانند يك آهنربا عمل کرده و مخاطبان را به سوي شما جذب مي كنند. به همين خاطر به هر ميزان كه بر تعداد چالش هاي جذاب شما افزوده شود، بر تعداد مخاطبان و فالوورهاي شما نيز افزوده خواهد شد.

## نتيجه گيري

اميدواريم در اين مطلب توانسته باشيم به شما نحوه راه اندازي کمپين هاي موفق اينستاگرامي را كه يكي از مهم ترين **کمپين هاي تبليغاتي** در حوزه ديجيتال هستند را آموزش دهيم. قطعاً اقدامي كه بدون تحقيق و مطالعه باشد اگر نگوئيم محكوم به شكست است، قطعاً نمي تواند به موفقيت مطلوب برسد.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

لذا انجام تحقیقات و مشورت نمودن امری لازم برای راه اندازی کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام و رسیدن به موفقیت می‌باشند. جهان امروز فقط جهان متعلق به صنعت نیست بلکه مهمتر از آن، جهان متعلق به ارتباطات است.

دارن هاردی ثروتمند خودساخته معروف، در کتاب “قطار سرعت بسوی ثروت” اولین کار آفرینی خود را توضیح می‌دهد. او می‌گوید که چگونه توانست فقط به واسطه ارتباط با مادر بزرگش اولین فروش فیلتر تصفیه آب را انجام دهد. لذا ایشان نقش ارتباطات را در گسترش کسب و کار اجتناب ناپذیر می‌داند.