



AWARENESS

INTEREST

DECISION

ACTION

چگونه قیف فروش
در اینستاگرام بسازید؟

اکیانوس آبی



چگونه قیف فروش در اینستاگرام خود بسازید؟

تیم تحریریه اکیانوس آبی

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



هنگامی که اکانت اینستاگرام شما به طور کامل راه اندازی شد، راهی روشن برای بازگشت ترافیک به سایت شما وجود ندارد. درک اهمیت و طراحی قیف فروش در اینستاگرام شما برای افزایش ترافیک و **افزایش فروش** بسیار کلیدی است. قیف فروش در اینستاگرام حتی گاهی از الگوریتم های اینستاگرام نیز مهم تر است.

Instagram بیش از ۷۰۰ میلیون کاربر فعال با علایق در تمام صنایع از زیبایی و مد گرفته تا ماشین و حسابداری دارد. مهم نیست که برند شما چه چیزی را نشان می‌دهد، تقریباً تضمینی است که مخاطب هدف خود را در شبکه اجتماعی پیدا خواهید کرد.

تنها مسئله این است که وقتی حساب نام تجاری شما تماماً راه اندازی شد، هیچ راه روشنی برای بازگرداندن ترافیک به سایت شما وجود ندارد. درک اهمیت قیف فروش در اینستاگرام برای افزایش ترافیک و افزایش فروش کلیدی است. حتی ممکن است مهم تر از الگوریتم گریزان باشد.

ویژگی های اینستاگرام

اینستاگرام قبلاً قابلیتی به نام خرید اینستاگرام را برای بسیاری از کاربران در ایالات متحده معرفی کرده بود که به برندها اجازه می‌دهد محصولات را در تصاویر اینستاگرام خود با نام محصول و قیمت برچسب گذاری کنند.

هنگامی که یک کاربر اینستاگرام روی عکس ضربه می‌زند و سپس روی نام محصول کلیک می‌کند، به صفحه توضیحات محصول منتقل می‌شود، جایی که می‌تواند تصمیم بگیرد به وب سایت برند کلیک کند.

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



بسیاری از برندها سال هاست که منتظر هستند تا اینستاگرام چنین چیزی را معرفی کند. با این حال، برای استفاده از این ویژگی، شرکت شما باید یک صفحه فیس بوک و همچنین راه اندازی بخش فروشگاه فیس بوک داشته باشد.

اگر شرکت شما هنوز به خرید اینستاگرام دسترسی ندارد، یا تنظیمات بخش فروشگاه فیس بوک را ندارید، نگران نباشید، همچنان می‌توانید از طریق کیف فروش در اینستاگرام، فروش خود را از اینستاگرام انجام دهید.

اما، ما دقیقاً به شما نشان خواهیم داد که چگونه کیف فروش در اینستاگرام خود را ایجاد کنید و موفقیت را در طول مسیر اندازه گیری کنید.

اول، آیا از خود می‌پرسید که **کیف فروش** یا بازاریابی چیست؟ این فقط یک روش فانتزی برای صحبت در مورد مراحل مختلف فرآیند خرید است که یک شرکت بالقوه خود را از طریق آن هدایت می‌کند. وقتی در این پست حرکت می‌کنیم، همه چیز منطقی خواهد بود، بنابراین بیایید مستقیماً وارد آن شویم.

مراحل کیف فروش در اینستاگرام

در ادامه مراحل کیف فروش در اینستاگرام را بررسی می‌کنیم با **مجله اقیانوس آبی** همراه باشید:

۱. بالای کیف فروش در اینستاگرام

در بالای کیف فروش در اینستاگرام **Sales funnel on Instagram** شما دنبال کنندگان شما قرار دارند همان جایی که مخاطبین **شعار تبلیغاتی** شما را مشاهده می‌کنند. هدف این است که کیف خود را تا آنجا که ممکن است با تعداد بیشتری از مخاطبان مورد نظر خود پر کنید.

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

هرچه تعداد افراد بیشتری را در قیف خود قرار دهید، می‌توانید افراد بیشتری را برای تبدیل و انجام اقدام دلخواهتان در وب سایت خود دریافت کنید. میانگین نرخ تبدیل در تمام صنایع و منابع ترافیک آنلاین حدود ۳ درصد است.

– اهمیت تعداد فالوورها در قیف فروش اینستاگرام

هرچه تعداد افراد بیشتری شما را در اینستاگرام دنبال کنند، افراد بیشتری را می‌توانید برای کلیک بر روی سایت خود ترغیب کنید تا بتوانید **استراتژی فروش** خود را اعمال کنید. دقیقاً به همین دلیل است که افزایش فالوور اینستاگرام بسیار مهم است.

می‌توانید از سایتی برای خرید فالوورهای جعلی استفاده کنید، اما این ربات‌ها هرگز روی سایت شما کلیک نمی‌کنند و خریدی انجام نمی‌دهند؛ بنابراین بی‌فایده هستند.

بهتر است زمان (و پول) خود را صرف افزایش فالوور اینستاگرام خود با افراد واقعی کنید. شما می‌توانید این کار را با استفاده از هشتگ‌های محبوب برای صنعت خود و همکاری با سایر کسب و کارهای مکمل برای تبلیغ متقابل یکدیگر انجام دهید.

۲. وسط قیف فروش در اینستاگرام

همانطور که تعداد فالوورهای اینستاگرام خود را افزایش می‌دهید، باید میزان تعامل خود را نیز در نظر بگیرید؛ یعنی افرادی هستند که به طور فعال پست‌های شما را دوست دارند و نظر می‌دهند.



در حالی که داشتن تعداد زیادی دنبال کننده عالی است، این تنها اولین قدم در فرآیند قیف فروش در اینستاگرام شما است. شما باید با آن افراد ارتباط برقرار کنید تا نشان دهید چرا باید از شما خرید کنند.

شما می‌توانید با ارسال عکس‌های باکیفیت از محصولات خود، پاسخ به نظرات (به ویژه سوالات مخاطبان)، پرسیدن سوال در پست‌های خود و درج یک فراخوان قوی برای اقدام در هر عنوان پست، تعامل افراد با پیجتان را بالا ببرید.

۳. پایین قیف فروش در اینستاگرام

در انتهای قیف فروش اینستاگرام شما افرادی هستند که بیشترین خرید را دارند. آن‌ها پست‌های شما را دنبال می‌کنند و مکرراً با آن‌ها شما درگیر می‌شوند که نشان دهنده علاقه شدید به نام تجاری و پیشنهادات شما است. اینها افرادی هستند که واقعاً می‌خواهید وارد وب سایت شوند و خرید کنند.

در طراحی قیف فروش در اینستاگرام مراقب باشید صفحه‌ای که به آن لینک می‌دهید همیشه با محتوای اینستاگرام شما مرتبط بوده و برای آن مخاطب خاص بهینه شده باشد. این بدان معناست که صفحه فرود شما یا همان landing page باید بهینه سازی شده برای تلفن همراه باشد و مستقیماً با آنچه که در اینستاگرام گفته‌اید مرتبط باشد.

بهتر است آدرس وب سایت خود را در bio اینستاگرام قرار داده و آن را UTM دار کنید تا راحت‌تر بتواند نرخ تبدیل ورودی سایت از اینستاگرام را تحلیل و آنالیز کنید.

مثال طراحی قیف فروش دیجیتال

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



در مثال زیر ۴ مرحله قیف فروش در اینستاگرام را به وضوح می‌بینید. در این جا قیف فروش دیجیتال مارکتینگ را بررسی می‌کنیم:

۱. یک بازدید کننده از طریق جستجوی Google یا شبکه‌های اجتماعی به وب سایت شما وارد می‌شود.

او اکنون یک مخاطب بالقوه محسوب می‌شود. **(آگاهی)**

۲. اگر طراحی وب سایت شما درست باشد، این بازدید کننده ممکن است چند پست وبلاگ شما را بررسی

کند یا لیست محصولات شما را مرور کند. در جایی از وب سایت به او فرصت می‌دهید تا در لیست

ایمیل شما ثبت نام کند. **(جلب توجه)**

۳. اگر بازدید کننده فرم شما را پر کند، به یک سرخ یا لید تبدیل می‌شود. اکنون می‌توانید روی مشتری

در خارج از وب سایت خود از طریق ایمیل، تلفن یا پیامک - یا هر سه مورد - بازاریابی انجام

دهید. **(تصمیم‌گیری)**

۴. هنگامی که با پیشنهادات ویژه، اطلاعات مربوط به پست‌های جدید وبلاگ، کوپن **تخفیف دادن** یا

سایر پیام‌های جذاب با سرخ‌ها تماس می‌گیرید، معمولاً به وب سایت شما باز می‌گردند و عملی که

شما خواستید را انجام می‌دهند. **(اقدام)**

جمع بندی

در این مطلب از **گروه اقیانوس آبی** سعی شد با ارائه مطالب درک بهتری درباره نحوه عملکرد قیف

فروش اینستاگرام داشته باشید، پس وقت آن است که یک برنامه عملیاتی تهیه کنید.

اینکه در حال حاضر فالوور قابل توجهی در اینستاگرام داشته باشید یا از ابتدا شروع کنید، مهم

نیست. شما همچنان می‌خواهید هر روز تا آنجایی که می‌توانید بالای قیف خود را با دنبال کنندگان

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به **اقیانوس آبی** سر بزنید.

جدید و هدفمند پر کنید و سپس با استفاده از تعامل و یک فراخوان قوی، آن‌ها را به پایین قیف ببرید.

همانطور که می‌بینید، هر مرحله از قیف به طور طبیعی خود را به مرحله بعدی هدایت می‌کند تا در نهایت به گفتگو یا فروش برسید. برای اطمینان از اینکه قیف شما به درستی کار می‌کند، حتماً هر روز به معیارهای خود توجه کنید. یعنی بررسی کنید:

- **بالای قیف:** بررسی تعداد فالوورهای خود
- **وسط قیف:** تعداد نظرات و لایک‌هایی که در هر پست دریافت می‌کنید، یا تعداد افرادی که روی لینک بيو شما کلیک می‌کنند.
- **پایین قیف:** چه تعداد تبدیل از طریق صفحه فرود مخصوص اینستاگرام خود دریافت می‌کنید.