



نابغه اینستاگرام شو

Instagram

فوق ستاره فروش در اینستاگرام باشید

علی اسلامی



تقديم به:

خدایی که آفرید

جهان را، انسان را، عقل را، علم را، معرفت را و عشق را

و به کسانی که عشقشان را در وجودم دمید

مریم، مادر، پدر و

آیه که در سایه همدلیش این کتاب را نوشتم

و رفیقم مرتضی دهقان

که آرایید این کتاب را به قلم ویرایش



WWW.FARAADAN.COM

فراادان تعالی کیفیت زندگی

دوست عزیز، ابتدا سپاسگزارم که این کتاب را برای مطالعه انتخاب کردید و به شما این نوید را خواهم داد که با پیاده سازی کامل آن در کسب و کار و زندگی خود نتایج شگفت انگیزی خواهید گرفت. لطفاً برای دریافت عضویت یک ماهه رایگان شگفت انگیزان و همچنین مثالها و تمرینات بیشتر مربوط به مطالب کتاب **نسخه کامل کتاب را از طریق لینک زیر در سایت فراادان تهیه فرمایید.**

[کتاب نابغه اینستاگرام شو](#)

فهرست

عنوان	شماره صفحه
پیشگفتار	۱
فصل اول: اینستاگرام و مدیرانش	۵
بنیان گذاران	۵
نسخه های اینستاگرام	۶
خرید باور نکردنی فیسبوک	۷
درسی از موفقیت زاکبرگ	۹
تغییر برای کمال	۱۰
تغییر لوگو، ریسک بزرگ	۱۰
زاکبرگ نابغه را بشناسید	۱۲
۶ نصیحت از مارک زاکبرگ	۱۳
فصل دوم: اینستا باز شو!	۱۶
ساخت حساب کاربری	۱۶
چهار بخش اصلی برنامه	۱۷
منوی تنظیمات	۱۹
تغییر اطلاعات پروفایل (عکس، آی دی، ایمیل و ...)	۲۴
پست کردن عکس، آلبوم عکس و ویدیو	۲۵

عنوان	شماره صفحه
حذف یا ویرایش پست‌ها پس از ارسال	۲۸
تگ و منشن چیست؟	۲۸
ارسال پیام خصوصی توسط Direct	۳۰
معرفی استوری (story)	۳۱
لایو ویدیو (پخش زنده ویدیو)	۳۳
ذخیره پست‌های محبوب در یک آرشیو شخصی	۳۴
تبدیل اکانت عادی به اکانت تجاری و فواید آن	۳۶
فالو کردن هشتگ	۳۷
هایلایت کردن استوری	۳۸
آگاه شدن از پست‌های جدید یک پیج	۳۸
فراموشی رمز عبور	۳۹
فصل سوم: آماده پرواز شوید	۴۱
بدون استراتژی نفس هم نکشید!	۴۲
کاربران هدف خود را تعیین کنید	۴۴
رقیبانتان را زیر ذره بین بگیرید	۴۵
تقویم محتوایی بسازید	۴۷
شخصیت تجاری ایده‌آل خلق کنید	۴۹

۵۱	جزئیات حرف آخر را می‌زنند
۵۳	پرو فایل باشکوه
۵۹	محتوا پادشاه است
۶۷	کپشن (انگاره)
۶۷	توضیحی برای تازه واردها
۶۸	۱۲ نکته طلایی برای خلق کپشن‌های بی‌نظیر
۸۱	ایده‌هایی برای کپشن نویسی
۸۳	هشتگ، شمشیر شوالیه
۸۴	انتخاب هشتگ مناسب با برند
۸۴	۵ نکته برای یافتن هشتگ‌های متناسب با برند
۸۶	تعداد هشتگ‌ها مهم هستند
۸۷	هشتگ برند
۸۷	هشتگ برند چیست؟
۸۷	نحوه استفاده از هشتگ برند
۸۸	هشتگ را قورت بده
۹۰	هشتگ‌های محبوب

عنوان	شماره صفحه
فصل چهارم: فالوور جمع کنید	۹۳
۱۴ روش برای افزایش فالوور	۹۳
اکسپلور اینستاگرام	۹۹
معرفی اکسپلور اینستاگرام	۱۰۰
۶ نکته برای حضور در اکسپلور اینستاگرام	۱۰۳
فصل پنجم: در اینستاگرام خاص شوید	۱۰۷
انواع چینش در پروفایل	۱۰۸
چگونه عکس‌های حرفه‌ای بگیریم	۱۱۲
عکس خوب با گوشی هوشمند	۱۱۳
استوری	۱۲۲
معرفی استوری	۱۲۳
اضافه کردن لینک، لوکیشن و هشتگ به استوری	۱۲۴
ایده‌هایی برای درخشش در استوری	۱۲۴
آنالیز استوری	۱۲۵
سخن آخر از اینستاگرام	۱۲۸
فصل ششم: روانشناسی فروش	۱۳۱
۵ ویژگی بارز یک شخصیت قوی در فروش	۱۳۲

عنوان	شماره صفحه
اصل لبه پیروزی	۱۳۶
موانع فروش	۱۳۸
پل اعتماد	۱۴۰
با هیجان بفروشید	۱۴۱
دروغ ممنون	۱۴۲
سخن آخر	۱۴۳

پیشگفتار

آیا آماده هستید اولین قدم را به سمت زندگی ایده‌آل خود بردارید؟
این کتاب تنها برای کسانی نوشته شده است که دریافته‌اند اکنون
زمان آن است که به شیوه‌ی متفاوتی عمل کنند.

و تنها به این دلیل که شما کار با یک نرم‌افزار را بیاموزید نوشته نشده
است. اگر فقط به دنبال چنین چیزی هستید بسیار راحت‌تر و با صرف
وقت کمتر می‌توانید آنها را بیاموزید.

این کتاب برای کسانی است که هدفی بزرگ در ذهن خود دارند، و به
دنبال رسیدن به رویاهایشان هستند. رؤیای ثروتمند شدن، رؤیای
معروف شدن و رؤیای کمک کردن به سرزمین مادری.

شاید کمی برایتان عجیب شد اما من به شما خواهم آموخت که
چطور می‌توان با اینستاگرام به این رویاها رسید.

حتما شما هم مثال‌های زیادی در ذهن خود از افرادی دارید که
بوسیله‌ی همین اینستاگرام به ستاره تبدیل شده‌اند. کسانی که بجز



رویا، هدف و تلاش چیزی نداشتند. ولی امروز برای انتشار یک پست تبلیغاتی در صفحه‌ی آنها افراد حاضرند چند میلیون تومان بپردازند. یا مواردی که با اینستاگرام محصولات دست ساز خود را فروخته‌اند و هر روز معروف‌تر و موفق‌تر شده‌اند.

در این کتاب خواهید آموخت، که چطور از اینستاگرام پله‌ای بسازید برای پیشرفت. هیچ قرص، کپسول و یا فرمول پیچیده‌ای در کار نیست. کتاب را تا آخر به دقت بخوانید و آن را در عمل مرحله به مرحله اجرا کنید. تا به راحتی به جایگاهی که دوست دارید برسید.

دانستن کافی نیست باید عمل کنیم، آرزو کافی نیست باید انجام دهیم. «لئوناردو داوینچی»

من با تجربه‌ای ۱۰ ساله در فروش و فروش اینترنتی، مشاوره بازاریابی و موفقیت‌های فراوان در ارتقاء سطح فروش شرکت‌های مختلف تصمیم به نگارش این کتاب گرفتم. برای رسیدن به این رویا و آنچه می‌خواستم با آن به مردم سرزمینم کمک کنم، باید نیروی کارآفرینی درونیم را که در حال منفجر شدن بود. آزاد می‌کردم تا به هدف بزرگم یعنی کمک به وضعیت اقتصادی مردم دست یابم.

در این کتاب با نرم‌افزار اینستاگرام به طور کامل آشنا خواهید شد. از صفر تا ۱۰۰، از سیر تا پیاز. از فصل اول و دوم که تاریخچه پیدایش و



و مطالب پایه‌ای کار کردن با نرم‌افزار است تا فصل‌های سوم، چهارم و پنجم که شما را یک متخصص کاربلد در اینستاگرام خواهد کرد.

چطور یک متخصص تولید محتوا شویم؟

چگونه صفحه‌ی منحصربفرد ما افراد را مجبور به فالوو کردن می‌کند؟

چه ترفندهایی هر روز فالوورهای جدید وارد کسب و کارمان می‌کنند؟

چگونه یک شخصیت تجاری ایده‌آل خلق کنیم؟

چه ایده‌هایی باعث می‌شوند یک کپشن نویسنده حرفه‌ای شویم؟

چگونه از جادوی هشتگ‌ها بهره ببریم؟

چگونه الگوریتم اینستاگرام را شکست دهیم؟

و عناوین فراوان دیگری که از شما یک نابغه در اینستاگرام خواهد ساخت.

همچنین بسیاری از تکنیک‌های عکاسی با تلفن همراه را در حدی خواهید آموخت که نتوانند تشخیص دهند، عکس شما توسط یک عکاس با دوربین حرفه‌ای گرفته شده یا یک کاربر اینستاگرام با یک گوشی هوشمند آن را ثبت کرده است.



و اما فصل آخر ...

می‌خواهم در این فصل شما را شگفت زده کنم. عنوان آن روانشناسی فروش است. دنیای جدیدی به رویتان گشوده خواهد شد. و نگرشتان به زندگی تغییر خواهد کرد. این بخش از کتاب را اصلا از دست ندهید چون به تنهایی قادر است مسیر زندگی شما را تغییر دهد و از شما فردی باهوش‌تر بسازد.

مهم نیست چه مهارتی دارید، این کتاب روش منحصر بفردی برای ایجاد کسب و کار پردرآمد به شما پیشنهاد می‌دهد. همین حالا یک شروع شگفت‌انگیز داشته باشید.

هیچ کار باشکوهی تاکنون به ثمر نرسیده است، مگر از سوی انسان‌هایی که شهامت داشتند باور کنند توانایی‌های درونشان از موفقیت‌های بیرونی برتر و بالاتر است.

«بروس بارتون»

فصل اول: اینستاگرام و مدیرانش

اینستاگرام یک شبکه اجتماعی برای اشتراک گذاری عکس و ویدئو (مدیا) است، اینستاگرام این امکان را به کاربران می‌دهد که مدیای خود را در دیگر شبکه‌های اجتماعی نظیر فیسبوک، توییتر، تامبلر و فلیکر به اشتراک بگذارند. همچنین این قابلیت را به شما می‌دهد که بر روی مدیای خود از فیلترهای جذاب استفاده کنید.

بنیان‌گذاران

«کوبین سیستروم» و «مایک کریگر» هر دو در دانشگاه «استنفورد» در رشته مدیریت علوم و مهندسی تحصیل می‌کردند. آنها در سال ۲۰۰۶ فارغ‌التحصیل شدند و در اکتبر ۲۰۱۰ اینستاگرام را ساختند. این



سرویس به سرعت محبوب شد و تا آوریل ۲۰۱۲ بیش از ۱۰۰ میلیون کاربر پیدا کرد و این عدد تا دسامبر ۲۰۱۴ به ۳۰۰ میلیون کاربر رسید.

نسخه های اینستاگرام

ابتدا اینستاگرام فقط برای کاربران گوشی های آیفون شرکت اپل در دسترس بود و آنها می توانستند عکس هایی با گوشی خود بگیرند و در این شبکه به اشتراک بگذارند.

اینستاگرام هر روز محبوب تر می شد ولی هنوز خبری از نسخه اندرویدی آن نبود و این در حالی بود که کاربران اندروید به سرعت در حال افزایش بودند. تا بالاخره **در تاریخ ۳ آوریل ۲۰۱۲ نسخه اندروید آن منتشر و در ۷ روز ۱۰ میلیون بار دانلود شد** و این روند رو به رشد ادامه پیدا کرد.

اینستاگرام از طریق «اپ استور» اپل، «گوگل پلی» و فروشگاه «ویندوز فون» قابل دسترسی است و این نرم افزار توسط آیفون، آی پد، آی پاد تاچ و گوشی ها و تبلت های اندرویدی و ویندوز فون قابل استفاده است.



خرید باورنکردنی فیسبوک!

مارک زاکربگ موسس شرکت فیسبوک در آوریل ۲۰۱۲، اینستاگرام را به مبلغ باورنکردنی یک میلیارد دلار!! (بصورت نقد و سهام) خریداری کرد. در آن زمان همه فیسبوک را به عنوان یکی از محبوب ترین و کامل ترین شبکه های اجتماعی می شناختند و این شبکه از نظر شهرت جهانی و تعداد کاربران در بهترین شرایط به سر می برد.

در چنین شرایطی «زاکربگ» تصمیم به خرید نرم افزاری را گرفت که یک صدم از امکانات و کاربران فیسبوک را هم نداشت، آن هم به قیمت باورنکردنی یک میلیارد دلار!! چرا؟ آیا این یک تصمیم احمقانه بود یا فوق العاده هوشمندانه؟!



در آن زمان اینستاگرام با موفقیت سریعی در حال رشد بود. در سال ۲۰۱۳ یعنی تنها یک سال بعد اینستاگرام ۲۳٪ رشد داشت و این در حالی بود که فیسبوک به عنوان کمپانی مادر تنها ۳٪ رشد را تجربه کرد.

زاکبرگ در زمانی که هیچ کس فکرش را نمی کرد ممکن است یک نرم افزار با سابقه ۲ ساله و امکانات بسیار محدود کوچکترین خطری را برای فیسبوک ایجاد کند پیش بینی کرد که اگر اینستاگرام با چنین سرعتی پیش رود از فیسبوک بزرگ تر خواهد شد و با هوشمندی بسیار بالایی تصمیم به خرید یکجای آن را با این قیمت گرفت. بسیاری در آن زمان این را یک تصمیم احمقانه نامیدند.

ولی امروز بر کسی پوشیده نیست که این یکی از هوشمندانه ترین تصمیمات در تاریخ کسب و کار بوده است و او را تحسین می کنند.

کوین سیستروم، از بنیان گذاران اینستاگرام و مدیرعامل شرکت فست:

«این (اینستاگرام) بزرگترین موجودیت در جهان است»

شریل سندبرگ، عضو ارشد هیئت مدیره شرکت فیسبوک ادعا می کند بیش از ۲۵ میلیون شرکت اقتصادی در اینستاگرام صفحه مخصوص



به خود را دارند، که از این تعداد ۲ میلیون حساب به بازاریابان آنلاین
تعلق دارد.

درسی از موفقیت زاکربرگ

مهم نیست در چه جایگاهی از کسب و کار خود هستید. یک کسب و
کار کوچک دارید یا بزرگترین کمپانی در صنعت خود هستید، همیشه
باید تمام اتفاقات کوچک و بزرگ در صنعتتان را زیر ذره بین داشته
باشید و تهدیدهای کوچک و بزرگ را شناسایی کنید و آنها را به
فرصت های طلایی تبدیل کنید.

ممکن بود اینستاگرام امروز بزرگترین تهدید برای فیسبوک باشد یا
آن را زمین بزند ولی یک تصمیم هوشمندانه در زمان درست آن را به
یک فرصت طلایی برای کمپانی تبدیل کرد.

ارزشمندترین مدیران لزوماً آنهايي نیستند که یک استراتژی تجاری بی
نقص را از روز اول ایجاد می کنند. بلکه بر خلاف آن، ارزشمندترین
مدیران کسانی هستند که شجاعت دیدن نقص های استراتژی هایشان
را دارند و تاریخ انقضای آنها را به درستی تشخیص می دهند و گاهی
تا ۱۸۰ درجه بر خلاف استراتژی فعلی خود عمل می کنند.



در فصل آخر کتاب راه و روش‌های حیرت انگیزی برای موفقیت در کسب و کاری که دارید و یا قصد راه اندازی آن را دارید بیان خواهم کرد که در موفقیت شما قطعاً مؤثر خواهد بود.

تغییر برای کمال

اینستاگرام هر روز در حال شکوفایی است و به لطف پیوستن به فیسبوک موجی از امکانات جدید نیز به آن اضافه شد که در جذب کاربرهای چند صد میلیونی بسیار مؤثر بوده‌اند. این سرویس از زمان انتشار تاکنون تغییرات چشم‌گیری را تجربه کرده‌است. شاید نخستین تغییر چشم‌گیر آن در ماه مارس سال ۲۰۱۴ به منظور کاهش اندازه برنامه به نصف و همچنین بهبود کارایی آن صورت گرفت. تغییر عمده آن در سال ۲۰۱۷ و با اضافه شدن «استوری» رخ داد. که یک قابلیت بسیار جذاب در آن بشمار می‌آید. در فصل‌های آینده به طور کامل در مورد استوری و تکنیک‌های استفاده از آن در افزایش فروشتان صحبت خواهیم کرد.

تغییر لوگو، ریسک بزرگ

در سال ۲۰۱۷ تیم توسعه دهنده اینستاگرام تصمیم به تغییر لوگوی این شرکت می‌گیرد. یک تغییر عمده و کلی بعد از وفاداری ۷ ساله به



لوگوی قدیمی که همه کاربران آن را می‌شناسند و دوستش دارند یک ریسک بزرگ به حساب می‌آمد.

از آنجایی که آیکون نرم افزارها یکی از مشخصه‌های اصلی و هویتی آنها به حساب می‌آید و با در نظر گرفتن این واقعیت که صدها میلیون کاربر در جهان با لمس چنین مولفه‌ای با سرویس‌های اینستاگرام در تعامل هستند، باید واقعا پذیرفت که تیم توسعه دهنده تصمیمی واقعا سخت در این مقطع زمانی اتخاذ کرده است.

بد نیست بدانید که تیم طراحی در حدود ۹ ماه زمان صرف این آیکون جدید کرده است.



«یان اسپاتلر» سرپرست تقریباً جدید تیم طراحی که سابقه فعالیت در تیم طراحی یوتیوب (سرویس مشهور انتشار ویدئوی گوگل) را نیز در پرونده خود دارد، سخت‌ترین قسمت فرآیند تغییر لوگوی اینستاگرام را بررسی ۳۰۰ نمونه طراحی شده عنوان می‌کند. او در خصوص مشقت‌های موجود در این زمینه می‌گوید:

«تصمیم‌گیری در خصوص مهاجرت از آیکونی پر طرفدار و دوست داشتنی واقعاً دشوار است. مسئله بعدی این است که تا چه اندازه باید پیش برویم؟ قسمت اعظم فرآیند طراحی، تصمیم‌گیری در مورد حفظ و یا حذف ایمان‌های موجود در لوگوی قبلی بود»

هنوز هم بعضی از واکنش‌ها نسبت به لوگوی جدید منفی است ولی با تمام فشارها این کار به انجام رسید، **ایجاد تغییرات در کسب و کار گاهی بسیار ترسناک است ولی اگر به آن ایمان دارید لطفاً آن را انجام دهید. برای موفقیت و خاص شدن باید ریسک کنید. باید اقدام کنید و هزینه‌ی موفقیت را پرداخت کنید.**

زاکربگ نابغه را بشناسید

چهره سرشناس و موفق سال ۲۰۱۰ مجله «Time» همان دانشجوی انصرافی دانشگاه «هاروارد» بود که در خوابگاه دانشگاه شبکه‌ای را خلق کرد که امروز سومین کشور پر جمعیت (مجازی) دنیاست!



مارک الیوت زاکربرگ از میلیونرهایی بود که در سن زیر ۳۰ سال میلیونر شده بود و اکنون جزو ۱۰ فرد ثروتمند دنیاست. او در سال ۲۰۱۰ تصمیم غیر قابل باوری گرفت و به همراه همسرش ۹۹٪ سرمایه و پولی که داشت را وقف خیریه کرد. او این عمل خود را اقدامی بشر دوستانه می‌داند و این کار را کرده چون می‌خواهد دنیا را به جای بهتری برای زندگی تبدیل کند. **موفقیت چشم‌گیر چنین افرادی اتفاقی نیست. آنها اهداف بزرگ دارند و برای چیزی بیشتر از پول کار می‌کنند. به همین جهت می‌توانند به شدت مؤثر شوند و به اهدافشان برسند.**

۶ نصیحت از مارک زاکربرگ

در این بخش می‌خواهم شما را با ۶ جمله و نصیحت از مارک زاکربرگ مالک فیسبوک و اینستاگرام آشنا کنم، تا با ایده‌های جوانی آشنا شوید که با هوشمندی و خلاقیت توانست بهترین استفاده را از فضای وب برای کسب درآمد میلیارد دلاری داشته باشد. حتما این جملات را جدی بگیرید و در رسیدن به رویایتان از آنها بهره ببرید.

۱- سریع حرکت کن و همه چیز را بهم بریز! تا وقتی که مرتب و منظم بخواهید در بازار پیشروی کنید، رقبا اجازه پیشرفت به شما نخواهند



داد. اگر به حد کافی اوضاع را به هم نریزید، به حد کافی سریع حرکت نمی‌کنید.

۲- فکر می‌کنم در کسب و کار قانونی ساده وجود دارد. «اگر شما کارهای ساده‌تر را زودتر انجام دهید، پیشرفت زیادی نخواهید کرد.»

۳- اگر فقط بر روی چیزهایی کار کنید که دوست دارید و برای انجام دادن آنها اشتیاق زیادی دارید، دیگر به یک برنامه جامع بلند مدت نیاز نخواهید داشت. همه چیز کم کم درست خواهد شد.

۴- سوال این نیست که ما می‌خواهیم چه چیزی از مردم بدانیم. بلکه سوال اینجاست مردم می‌خواهند چه چیزی درباره خودشان بگویند!

۵- بزرگترین ریسک، ریسک نکردن است. در دنیایی که به سرعت در حال تغییر است. بهترین و تنها استراتژی برای شکست ریسک نکردن است.

۶- مردم شاید یک ایده عالی داشته باشند که واقعا دنیا را تکان دهد، اما اگر به آن باور نداشته باشند، هیچ وقت این ایده به واقعیت تبدیل نخواهد شد.



فصل دوم: اینستا باز شو!

فصل دوم کتاب در نسخه رایگان موجود نمی باشد.

برای تهیه نسخه کامل کتاب از طریق لینک زیر به سایت فرادان مراجعه فرمایید.

[کتاب نابغه اینستاگرام شو](#)



فصل سوم: آماده پرواز شوید

تصور کنید در یک مهمانی بسیار رسمی حضور دارید و در این لحظه فرد جدیدی وارد سالن مهمانی می‌شود. شما آن فرد را نمی‌شناسید و احساس می‌کنید که بسیاری از افراد دیگر در مهمانی نیز او را



نمی‌شناسند. اما او یک انسان عادی بنظر نمی‌رسد. کت و شلوار فوق العاده شیک و اتوکشیده که مشخصا با وسواس و هنرمندی بخصوصی انتخاب شده و با سایر اجزا مانند کفش، پیراهن و کروات ست شده است. وقتی به کنار شما می‌رسد اصالت را در چهره‌ی او کاملا احساس می‌کنید و زمانی که از کنار شما عبور می‌کند بوی تلخ ادکلن او تا چندین ثانیه بخوبی حس می‌شود.

تمامی مهمانان با اینکه او را نمی‌شناسند توجهشان به او جلب می‌شود و نمی‌توانند او را نادیده بگیرند. بعضی‌ها ناخودآگاه از جا بلند می‌شوند و ورودش را خوش‌آمد می‌گویند.

احساسات درونی افراد متشخصی که در میهمانی حضور دارند، نمی‌توانند به او احترام نگذارند.

این مهمانی اینستاگرام است و شما فرد تازه وارد مهمانی هستید. در این بخش از کتاب به شما خواهیم آموخت چگونه قدم به این مهمانی بگذارید که نتوانند به احترامتان بلند نشوند.

بدون استراتژی نفس هم نکشید!

استراتژی مهم ترین بخش هر کاری است. ساده ترین کارهای زندگی هم بدون استراتژی به نتیجه نخواهد رسید. اگر می‌خواهید از یک



فروشگاه زنجیره‌ای خرید کنید، باید یک لیست خرید داشته باشید و بدانید در چه ساعت‌هایی باید به آنجا بروید که فروشگاه خلوت باشد و بتوانید به راحتی خرید کنید. همچنین باید ساعت کار فروشگاه را بدانید و تا حدودی از وضعیت ترافیک برای رسیدن به آگاه باشید.

بدون داشتن این اطلاعات کار شما یا بسیار به کندی و زحمت پیش خواهد رفت یا اصلاً مجبور خواهید شد روز دیگری دوباره روی آن وقت بگذارید.

نداشتن لیست خرید از همه بدتر است چون شما با دیدن هر تبلیغ یا پروموشنی به سمت آن کشیده می‌شوید و با صرف هزینه زیاد اجناسی را می‌خرید که ممکن است هیچوقت از آنها استفاده نکنید. همچنین ممکن است اجناسی که واقعا به آنها نیاز داشتید به کلی فراموش شده باشند.

بسیاری از کسب و کارها می‌دانند که باید در اینستاگرام حضور داشته باشند، اما نمی‌دانند با چه استراتژی وارد آن شوند. یعنی نمی‌دانند باید درون آن چه کنند! با هر تبلیغی به سمتی کشیده می‌شوند و وقت و سرمایه خود را هدر می‌دهند. در آخر هم می‌گویند اینستاگرام جواب نمی‌دهد و به سراغ شکست بعدی خود می‌روند.



از آنجا که میان اینستاگرام و سایر شبکه‌های اجتماعی تفاوت‌های زیادی وجود دارد، برای هر چه بهتر دیده شدن در آن نیاز به استراتژی متفاوتی می‌باشد.

به کمک آموزش‌های این فصل قادر خواهید شد سبک ایده‌آلی را برای شهرت نام تجاری خود و کسب درآمد در اینستاگرام ایجاد کنید.

کاربران هدف خود را تعیین کنید

درست مانند هر برنامه استراتژیک دیگر قبل از شروع باید کاربران هدف خود را انتخاب کنید. اگر شما فروشنده ساعت‌های لوکس با قیمت‌های میلیونی هستید اصلاً لازم نیست هزینه تبلیغی را بدهید که اقشار پایین جامعه هم آن را ببینند. با این کار نه تنها سرمایه خود را دور ریخته‌اید بلکه مشتریان اصلی و واقعی که اقشار پردرآمد هستند، با دیدن تبلیغ شما در جای نادرست، احساس می‌کنند محصولات شما آنچنان هم مناسب جایگاه خاص و لوکس آنها نیست.

در انتخاب مخاطبین هدف می‌توانید از عواملی مانند سن، موقعیت جغرافیایی، جنسیت، درآمد، منافع، انگیزه‌ها و ... برای محدود کردن استفاده کنید.



اگر شما متخصص طراحی منوی رستوران هستید با هزینه بسیار مناسبی می‌توانید صدای تبلیغ خود را فقط به صاحبان رستوران‌ها برسانید.

برای هدف‌گیری گروهی خاص در اینستاگرام به راحتی می‌توانید از هشتک‌های مورد علاقه‌ی هر گروه، که مربوط به کسب و کار شما هستند استفاده کنید. **بررسی هشتک‌ها و پروفایل افرادی که از آنها پیروی می‌کنند، انتخاب مخاطبین را برای شما بسیار ساده می‌کند.**

روش دوم برای هدف‌گیری توجه به فالوورهای رقیبتان است. افرادی که رقیب شما را دنبال می‌کنند، به احتمال بسیار زیاد به موضوع تجاری مشترک شما و او علاقه‌مند هستند پس شما می‌توانید به راحتی خود را در معرض انتخاب آنها قرار دهید. فقط در استفاده از روش دوم حتما به این نکته توجه کنید که رقیبتان از فالوورهای فیک و تقلبی استفاده نکرده باشد.

رقیبانتان را زیر ذره‌بین بگیرید!

قدم دوم پس از پیدا کردن کاربران هدف تجزیه و تحلیل رقباست. شما باید همیشه بدانید چه کسانی در موضوع تجارت شما هستند و چه می‌کنند. فقط در این صورت است که می‌توانید استراتژی پیروزی بر آنان را تدوین کنید و هر لحظه آن را بروز کنید.



اگر تعداد رقبایتان زیاد است مثلاً در صنعت چاپ هستید، رهبران اصلی را شناسایی و راه و روششان را تحلیل کنید. همچنین می‌توانید آنهایی را بیابید که مزیت رقابتی مشترک با شما دارند. مثلاً اگر یک مزون خانگی هستید و خودتان کارهای تک دوز و دستی زیبا و منحصر بفرد تولید می‌کنید، لازم نیست به دنبال راه و روش کمپانی‌های بزرگ تولید لباس بروید. تک دوزهای خانگی دیگر را پیدا کنید.

برای شناسایی صفحات رقبا در اینستاگرام کافی است با جست‌وجوی کلمات مربوط به کسب و کارتان و همچنین دنبال کردن هشتک‌های



مرتبط به راحتی آنها را بیابید. سپس یک لیست از آنها برای خودتان درست کنید و مزیت‌های رقابتی هر یک را یادداشت نمایید. علت پیروزی‌ها و شکست‌های مقطعی‌شان را بیابید، تا از تجربه‌ی آنها استفاده کنید. مطالب درج شده در صفحه‌هایشان را بررسی کنید! کدام یک موفق‌ترند؟ کدام مطالب بازخورد بهتری داشته است؟ هر چند وقت یک بار اقدام به گذاشتن پست جدید می‌کنند؟ و با چه سرعتی در حال رشد هستند؟ **این اطلاعات معیار بسیار مناسبی برای سنجش میزان رشد حساب کاربری شما است.**

بصورت دوره‌ای مثلاً هفته‌ای یکبار، یا ماهی یکبار زمانی را برای به روز کردن این لیست مشخص کنید. تغییرات آنها را دوباره تحلیل کنید و برنامه استراتژیکتان را بروز، قوی و کارآمد نگه دارید.

تقویم محتوایی بسازید

برای انتشار مطالبتان یک برنامه منظم داشته باشید. حواستان باشد فالوورهایتان را با پست‌های زیاد بمباران نکنید، **هوشمندانه‌ترین راه برای یافتن بهترین روش زمان بندی انتشار، قراردادن پست‌ها در فواصل و زمان‌های مختلف و سپس آنالیز کردن نتایج است.**

شرکت‌های تجاری به‌طور متوسط هفته‌ای ۶ پست در اینستاگرام منتشر می‌کنند، با وجود گستردگی عکس‌ها در اینستاگرام، انتخاب



آنچه می‌خواهید پست کنید کمی دشوار است. ایجاد یک تقویم محتوایی، یک راه مفید است برای برنامه‌ریزی روی آنچه که می‌خواهید منتشر کنید.

در این تقویم انواع عکس‌های مورد توجه در اینستاگرام و زمان دقیقی که می‌خواهید آنها را منتشر کنید، نوشته می‌شود. متن زیر عکس‌ها یا همان کپشن و هشتگ‌های مربوط به هر پست نیز از دیگر مواردی است که در تقویم خود اضافه می‌کنید.



تقویم محتوایی یک مکان عالی است برای ثبت هر رویداد کلیدی که می‌خواهید آن را در پروفایل خود برجسته کنید. مانند راه اندازی شعبات جدید، ورود محصولات جدید به شرکت و یا پیشنهادات ویژه و تخفیف‌ها.

مطالب مهم دیگری که در این تقویم باید درج شود، مناسبت‌های عمومی است. که شما می‌خواهید آن را در صفحه خود تبریک بگویید. مانند شب یلدا، عید نوروز، روز مادر و ... که با اضافه کردن آنها به تقویم، مطالب مربوط را آماده خواهید کرد.

این تقویم برای پیشرفت در بازاریابی بسیار مفید است و بازده کاری ما را به شدت افزایش می‌دهد.

شخصیت تجاری ایده‌آل خلق کنید

عکس‌های تصادفی و بی‌ربط مخاطبان را گمراه می‌کند و احتمال از دست دادن فالوورها را افزایش می‌دهد. لازم است در ابتدا یک نام تجاری سازگار و زیبا را در حساب کاربری خود ثبت کنید. در انتخاب نام تجاری به این سوال‌ها پاسخ دهید:

- ارزش‌های نام تجاری شما چیست؟
- آیا شما جسور، بازیگوش، گرم، جدی و یا پرماجرا هستید؟



هنگامی که شخصیت نام تجاری را تعیین کردید، باید محتوای مطابق با این شخصیت تولید کنید. لطفاً برای حفظ پرسونالیتی محتوا به سوال‌های زیر دقت کنید و در استراتژی خود آنها را منظور کنید.

- چه نوع عکس‌هایی پست می‌کنید؟
- آیا دستورالعمل خاصی برای نوشتن بر اساس برند خودتان دارید؟
- از چه هشتگ‌هایی استفاده می‌کنید؟
- آیا از ایموجی در کپشن‌های خود استفاده می‌کنید؟
- آیا نشانه‌های بصری متداولی وجود دارد که در هر پست رعایت می‌کنید؟

برای حفظ شخصیت تجاری خود باید قوانین ثابت و کلی داشته باشید. سبک شما باید طوری باشد که مخاطب بدون دیدن نام صفحه، متوجه شود این پست یا تصویر متعلق به شماست.

این موضوع حتی می‌تواند در پالت رنگ مورد استفاده در عکس‌های شما اعمال شود. در فصل‌های بعدی در مورد طریقه چیدمان عکس‌ها به طوری که یک الگوی خاص را دنبال کنید و به عکس‌هایتان یک هویت بدهید، بطور کامل توضیح داده خواهد شد.



در اینجا فقط بدانید، برای نگارش یک استراتژی بی نقص باید الگویی را برای مطالبتان در نظر بگیرید، که نام و شخصیت تجاری شما را در ذهن مخاطبان حک کند. برای مثال شرکت Red Bull دارای تصاویر و ویدیوهایی با انرژی بسیار بالاست و با داستان برند این شرکت که فروش نوشیدنی‌های انرژی زاست هماهنگی دارد.

جزئیات حرف آخر را می زنند

حتما برای شما هم اتفاق افتاده که برای خرید یک کالا به ۲ مغازه مراجعه کردید و در شرایط کیفیتی و قیمتی یکسان، یکی از فروشگاه‌ها نظر شما را بیشتر جلب کرده است. اگر از شما دلیل بخواهند که چرا این مغازه را به دیگری ترجیح داده‌اید، نمی‌توانید هیچ دلیل منطقی برای آن بیان کنید و نهایتاً می‌گویید که از این مغازه بیشتر خوشم آمد. «آگاه» شما هیچ دلیلی برای آن ندارد اما «ناخودآگاه» شما به خوبی می‌داند چرا آن مغازه را به دیگری ترجیح داده است.

بسیاری از جزئیات تنها از طریق ناخودآگاه قابل تشخیص هستند. مثلاً این که یک فروشنده از یک تابلو نقاشی زیبا در مغازه‌ی خود استفاده کند از نظر منطقی هیچ ارتباطی به کیفیت محصولاتش ندارد، ولی باعث خواهد شد که شما تمایل داشته باشید از او خرید کنید! شاید



لبخند و لباس تمیز فروشنده با رنگ روشن یا رنگ‌های شاد، ناخودآگاه شما را چنان جذب کند که به کیفیت محصول توجه زیادی نکنید. عوامل بی‌شماری را می‌توان نام برد، در هر فضایی، حقیقی یا مجازی، اینستاگرام، وب سایت یا سایر شبکه‌های اجتماعی، این جزئیات هستند که حرف آخر را می‌زنند.

در بخش مربوط به فروش مباحث کامل‌تری در ارتباط با عوامل تعیین‌کننده در فروش بیان خواهد شد. در این بخش به بیان همین مقدمه برای درک اهمیت جزئیات بسنده می‌کنیم و به سراغ ۷ تکنیک فوق‌العاده مؤثر برای جذاب شدن صفحه‌ی پروفایل می‌رویم. آنها را جدی



بگیرید تا نسبت به رقیبانتان بهتر دیده شوید و ناخودآگاه مشتریان را جذب کنید.

پروفایل با شکوه

صفحه‌ی پروفایل شما اولین صفحه‌ای است که یک شخص غریبه آن را می‌بیند. این صفحه حکم همان فروشگاه را دارد. همانطور که صاحب فروشگاه با رعایت تمام جزئیات از دکور گرفته تا لباس و طرز برخورد فروشنده، همه تلاش خود را برای جذب مشتری می‌کند. شما هم باید به تمام جزئیات این صفحه توجه کنید.

۱- بیوی قوی (Bio)

بیوی صفحه جزو مهم‌ترین بخش‌هاست. در واقع شما در بیو خودتان یا کسب و کارتان را معرفی می‌کنید. در ساده‌ترین حالت ممکن شما باید پاسخ یک سؤال را به خوبی بدهید.

چرا افراد باید شما را فالو کنند؟ در ازای فالو کردن، شما چه چیزی به آنها خواهید داد؟

هر چقدر قدرتمندتر پاسخ سوال بالا را بدهید و دلالتان قانع کننده‌تر باشد احتمال اینکه شما را فالو کنند بیشتر است.

مثلا ننویسید: بزرگترین مؤسسه آموزشی در زمینه برنامه نویسی



بنویسید: با ما برنامه نویس حرفه‌ای شوید و از این طریق کسب درآمد کنید.

۲- آدرس سایت

همانطور که در توضیح تنظیمات گفته شد در قسمت Edit Profile بخشی برای درج آدرس وب سایت تعبیه شده است. **حتما آدرس سایت خود را در این بخش وارد کنید.** اگر سایت ندارید از آدرس «لینکدین» یا «کانال تلگرام» استفاده کنید. اما به هیچ وجه آن را خالی رها نکنید.

پیشنهاد می‌کنم اگر می‌خواهید آدرس سایت خود را درج کنید. بجای وارد کردن آدرس صفحه‌ی اصلی از صفحه‌ی فرود استفاده کنید. صفحه‌ی فرود صفحه‌ای است که آن را مخصوص ورود افراد از یک لینک خاص طراحی می‌کنند. مثلا شما یک صفحه در وب سایت خود طراحی می‌کنید که به محض ورود ایمیل از کاربر دریافت می‌شود و به او یک هدیه‌ی رایگان می‌دهید. سپس او را به بخش‌های دیگر سایت و هرجایی که دوست دارید او ببیند هدایت می‌کنید. هدیه می‌تواند یک کتاب الکترونیک رایگان، یک آموزش صوتی یا تصویری، یا هر اطلاعات جذاب دیگر باشد.



۳- افراد را روی عکس ها میخ کوب کنید

وقت آن رسیده که خلاق باشید. عکس هایی را در اینستاگرام خود قرار دهید که باعث کنجکاوی و توقف افراد روی پست هایتان شود. منظور این نیست که عکس باید حرفه ای و باکیفیت باشد (البته که عکس ها باید با کیفیت باشند). اما الان از شما می خواهم عکس هایی را خلق کنید که دارای نکته خاصی باشند و حس کنجکاوی را در مخاطبین بیانگیزند و آنها را میخ کوب کنند.



مثلا عکس گرفتن از فاصله‌ی خیلی دور و یا خیلی نزدیک، یا از زاویه خاصی که تا به حال دیده نشده باشد. در این بخش بزرگترین کمک را از خلاقیت خود بگیرید.

در فصل‌های آینده و در بخش «چگونه عکس‌های حرفه‌ای بگیریم» چندین تکنیک برای گرفتن عکس‌های خاص بیان خواهد شد. آن بخش را از دست ندهید و با استفاده از خلاقیت می‌توانید به جذابیت صفحه‌ی پروفایل و عکس‌هایتان بیفزایید.

۴- تعویض عکس پروفایل

عکس پروفایل را بصورت ماهانه عوض کنید. این کار باعث می‌شود از نظر دیگران فعال‌تر بنظر بیایید. حتی اگر از لوگوی خود در عکس پروفایل استفاده می‌کنید، می‌توانید بصورت دوره‌ای و با مناسبت‌های مختلف آن را تغییر دهید. برای مثال در ابتدای فصل بهار کمی گل و گیاه به زمینه آن اضافه کنید و یا در شب یلدا اِلَم‌های این شب مانند انار را در طراحی‌های خود بگنجانید. این کار پیچ شما را بسیار جذاب می‌کند و اعتبار شما را نزد مخاطبین افزایش می‌دهد. بهترین مثال در این زمینه شرکت گوگل است، که در مناسبت‌های مختلف لوگوی خود را تغییر می‌دهد.



اما تأکید من بر تعویض عکس پروفایل دلیل دیگری هم دارد. این کار باعث می‌شود در قوانین اینستاگرام شما فرد فعال‌تری محسوب شوید و هر چه فعال‌تر باشید در جست و جوها و همچنین دیده شدن پست‌هایتان توسط فالوورها وضعیت بهتری خواهید داشت.

شاید باعث تعجب‌تان شد ولی درست فهمیدید. پست‌های شما برای بسیاری از فالوورهایتان نمایش داده نمی‌شود. طبق آخرین تغییرات الگوریتم اینستاگرام وقتی یک پست را منتشر می‌کنید، فقط ۱۰٪ از فالوورها آن را در صفحه اصلی (Feed) می‌بینند. اما راه‌هایی برای شکست این الگوریتم و بالا بردن درصد نمایش وجود دارد که در بخش‌های بعدی آنها را بصورت حرفه‌ای خواهید آموخت.

۵- ارائه مطالب انحصاری

مطالب و اخبارتان را در تمام شبکه‌های مجازی قرار ندهید این اشتباه باعث می‌شود پس از مدتی دنبال کنندگان شما متوجه شوند خبرنامه‌هایتان همه جا هست. اینستاگرام، فیسبوک، لینکدین و ...

مخاطبانان با حضور در تمام شبکه‌های اجتماعی مطالب تکراری دریافت می‌کنند. لذا بهتر است مطلبی را منحصراً در اینستاگرام منتشر کنید.



۶- کوپن تخفیف فقط در اینستاگرام

گاهی برای ایجاد ارزش برای کاربران اینستاگرام و در جهت حفظ مخاطبان در همه‌ی شبکه‌های اجتماعی لازم است امتیاز خاصی برای آنها در نظر بگیرید. مثلاً اعلام کنید ۲۰٪ تخفیف فقط برای دنبال‌کنندگان اینستاگرام. با این روش افراد همیشه شما را دنبال می‌کنند، تا پیشنهادات ویژه شما را از دست ندهند.

۷- آموزش دهید و بفروشید!

صفحه‌ی اینستاگرام خود را به یک دانشگاه تبدیل کنید. یک راهکار هوشمندانه در حوزه فروش وجود دارد و آن آموزش است. شاید کمی



برایتان عجیب باشد، یا اصلا بگویید کار من آموزش نیست. ولی در هر شغل و کسب و کاری که هستید وقتی به مشتری خود آموزش می‌دهید، او از شما اطلاعاتی دریافت می‌کند که به انتخاب و خرید محصولات شما کمک خواهد کرد.

همچنین فایده‌ی دیگر این روش این است که **مشتری شما را به عنوان فرد متخصص در آن حوزه خواهد شناخت و فروشتان آسان‌تر می‌شود.**

برای مثال شما فروشنده دمنوش‌های گیاهی در اینستاگرام هستید کاری که بسیار پرسود است و این روزها افرادی مشغول به آن هستند. وقتی در صفحه‌ی خود از خواص و ویژگی‌های هر یک از دمنوش‌ها آموزش‌هایی قرار می‌دهید، هم به مشتریانانتان در انتخاب بهترین دمنوش کمک کرده‌اید و هم مخاطبان شما را به عنوان فردی متخصص خواهند شناخت و تمایل دارند از شما خرید کنند.

محتوا پادشاه است!

محتوا مهمترین بخش از فروشگاه شماست. همه نگاه‌ها به پست‌های شما دوخته شده است. تمام جزئیات با اهمیت هستند تا وقتی که شما محتوای باکیفیتی دارید. در غیر اینصورت اصلا کار به



جزئیات کشیده نخواهد شد. و در همان ابتدا از نام شما عبور می‌کنند
و به سراغ رقیبتان خواهند رفت.



شاید این جمله از بیل گیتس بنیان‌گذار و مدیرعامل شرکت مایکروسافت و یکی از ثروتمندترین مردان دنیا بهترین گواه بر اهمیت محتوا باشد. او در ژانویه‌ی سال ۱۹۹۶ میلادی معادل دی ماه ۱۳۷۴ شمسی در یادداشتی چنین نوشت:

«Content Is King»

«محتوا پادشاه است» سپس ادامه داد: «محتوا جایی است که من انتظار دارم درآمد زیادی از آن حاصل شود، دقیقاً مانند تلویزیون».

انقلاب تلویزیون که نیم قرن پیش رخ داد. موجب بوجود آمدن تغییرات بزرگ در بسیاری از صنایع شد. این نوشته دید وسیع بیل گیتس در زمانی را نشان می‌دهد که هیچ کس به محتوا اهمیتی نمی‌داد.

در نهایت برندگان بیزینس کسانی هستند که قوی‌ترین محتوا را تولید می‌کنند و این محتواست که باعث جذب مخاطبان و حفظ آنها می‌گردد.

محتوا که اصولاً در شبکه‌های اجتماعی به آن «پُست» می‌گویند در اینستاگرام شامل عکس و ویدئو است که با یک متن و هشتگ کامل می‌شود. کپشن اصطلاحی است که به متن زیر عکس‌ها گفته



می‌شود. برای تولید محتوای با کیفیت باید روش کار با این ابزارها را بدانید. در این بخش اطلاعات مفیدی برای ایجاد یک محتوای مخاطب پسند و رقابتی آموزش خواهیم داد. اما در فصل‌های آینده برای کیفیت بخشیدن هر چه بیشتر به محتوا تکنیک‌هایی را بصورت کامل بیان خواهیم کرد.

مثال مهمانی باشکوه و فرد تازه وارد را به یاد آورید. شما قرار نیست یک مهمان معمولی باشید. با رعایت ۷ نکته‌ی کلیدی به کسی اجازه نخواهید داد به راحتی و بدون فشردن دکمه فالو از پروفایلتان خارج شود.

۱- ایجاد فاصله بین محتوای تصویری

باید در عکس‌هایتان هارمونی را رعایت کنید. اما به ۲ دلیل نمی‌توانید این هارمونی را در کل پست‌ها حفظ نمایید. دلیل اول اینکه رعایت هارمونی کار بسیار سختی است و بعد از مدت کوتاهی با تمام وجود می‌خواهید که از این چارچوبی که برای خود ساخته‌اید خارج شوید. و دلیل دوم اینکه مخاطبین بعد از مدت کوتاهی از عکس‌های یکنواخت خسته می‌شوند. لذا پیشنهاد می‌شود قالب‌ها، تم‌ها و رنگ‌های مختلف را در گروه‌های ۶، ۹ و یا ۱۲ تایی اجرا کنید و سپس آن را تغییر دهید. برای مثال یک کافی شاپ برای عکس‌های



خود می‌تواند از رنگ‌های تیره و قهوه‌ای با فنجان‌های قهوه و محیط‌هایی با نور کم به عنوان تم اصلی استفاده کند. اما لازم است گاهی این تم را تغییر دهد تا مخاطبان احساس تکراری بودن و کسل کننده بودن عکس‌ها را نداشته باشند. این نکته را در اعمال چینش‌ها و تم شخصیتی و رنگی عکس‌ها و همچنین استفاده از فیلترها که در نکات بعدی توضیح داده می‌شود در نظر بگیرید.

۲- طراحی چیدمان

قبل از هر کاری یک چیدمان خوب برای عکس‌های خود انتخاب کنید. داشتن یک چیدمان کلی به شما کمک می‌کند یک پروفایل منظم و زیبا داشته باشید. هر مربع در این چیدمان نقش مهمی را ایفا می‌کند. برای انتخاب نوع چیدمان عجله نکنید انواع چیدمان‌های رایج را در این کتاب فرا خواهید گرفت. با اجرای هر کدام به راحتی می‌توانید پروفایلی داشته باشید که دیگران را متحیر کند.

۳- شخصیت بخشی

همانطور که در بخش استراتژی هم گفته شد، به صفحه پروفایلتان یک شخصیت دیداری بدهید. بگذارید عکس‌هایتان روح اختصاصی داشته باشند. این حس و حال خاص محتوا و داستان صفحه‌ی شما را در بر می‌گیرد. برای صفحه خود چه رنگ‌هایی را انتخاب می‌کنید؟



صفحه‌ای رنگی رنگی، شلوغ، سیاه سفید و یا مینیمال؟ رنگ‌های گرم استفاده می‌کنید یا سرد؟ به چه موضوعاتی علاقه‌مندید؟ در مورد رنگ‌ها موضوعات زیر را مد نظر بگیرید تا معجزه آن را در کسب و کارتان حس کنید.

- ۳ یا ۴ رنگ را برای عکس‌هایتان انتخاب کنید و آنها را در همان قالب‌های ۶، ۹ و ۱۲ تایی که صحبتش را کردیم، تکرار کنید. همچنین می‌توانید از عکس‌هایی استفاده کنید که ترکیب این رنگ‌ها را در بر دارند.

- بین عکس‌ها هماهنگی رنگی و یا کنتراست (تضاد) ایجاد کنید. از طیف‌های مختلف رنگ‌ها از روشن گرفته تا تیره برای هماهنگی و با رنگهایی که با هم در تضاد هستند کنتراست ایجاد کنید.

- در انتخاب عکس‌ها به رنگ زمینه و رنگ عناصر عکس توجه کنید. برای مثال در یک عکس از زمینه آبی استفاده کنید و در عکس کناری از عناصری استفاده کنید که رنگ آبی دارند.

۴- فیلترهای هماهنگ

تلاش کنید از فیلترهای یکسان استفاده کنید. این کار باعث می‌شود هارمونی عکس‌هایتان حفظ شود. مثلاً اگر می‌خواهید تم مینیمال



داشته باشید از فیلترهای روشن استفاده کنید و اگر تم شاد با رنگ‌های تند دارید، فیلتری استفاده کنید که این رنگ‌ها را تقویت کند، تا جذابیت دوچندان شود. **فیلترهای متفاوت دورنمای عکس‌هایتان را به هم می‌ریزد.**

۵- قاب‌های هم شکل

برای عکس‌هایتان یک سایز مشخص انتخاب کنید و همه عکس‌ها را با همان سایز قرار دهید. برای مثال اگر از عکس‌های مربع استفاده می‌کنید، تمام عکس‌هایتان را مربع قرار دهید. یا اینکه می‌توانید ۲ یا ۳ نوع قاب را انتخاب کنید و آن را در تعداد ۶، ۹ یا ۱۲ تایی تکرار کنید.

۶- نمای بسته، نمای باز

نمای بسته (Close Up) و نمای باز (Long Shot) از دیگر خواص عکس‌ها هستند. وقتی که تقریباً بیشتر فضای عکس را سوژه گرفته است و ما جزئیات سوژه را می‌بینیم اصطلاحاً عکس نمای بسته است و زمانی که سوژه از دوربین فاصله دارد و فضای کمی از عکس را پر کرده است اصطلاحاً عکس نمای باز است. می‌توانید با استفاده از این ویژگی، هارمونی مورد نظرتان را برای جذاب شدن پروفایل خود ایجاد کنید.



۷- اهمیت عناصر عکس

در یک عکس به سوژه‌هایی که روی زمینه قرار می‌گیرند عناصر عکس گفته می‌شود. این عناصر می‌توانند انسان‌ها، محصولات، غذاها و هر چیز دیگری باشند. میزان شلوغی یا پراکندگی عناصر در عکس کاملاً محسوس است و شما می‌توانید با رعایت هارمونی خاصی از آن به عنوان یک ترفند جذابیت استفاده کنید. برای مثال به صورت سطری، ستونی و یا یکی در میان از عکس‌های شلوغ و خلوت استفاده کنید.



با رعایت نکاتی که گفته شد، مهمترین شگردها برای داشتن جذابترین صفحات در اختیار شماست.

اینستاگرام ابزاری است که حتی بزرگترین کمپانی‌های دنیا نیز برای بازاریابی و فروش خود از آن بهره می‌برند و با تبلیغات در آن به موفقیت‌های باورنکردنی دست می‌یابند. اکنون **فرصت را از دست ندهید و خلاقیت را چاشنی دانش کنید تا نتایج شگفت انگیزی کسب نمایید.**

ادامه کتاب در نسخه رایگان موجود نمی‌باشد.

برای تهیه نسخه کامل کتاب از طریق لینک زیر به سایت فرادان مراجعه فرمایید.

کتاب نابغه اینستاگرام شو

