عنوان ظاهری: **بازاریابی دهان به دهان چه نقشی در افزایش فروش اینستاگرام دارد؟**

کلمۀ کلیدی کانونی: فروش اینستاگرام

نامک: What role does word-of-mouth marketing play in increasing Instagram sales?

عنوان سئو: بازاریابی دهان به دهان چیست؟/ راه‌های افزایش فروش اینستاگرام/ بازاریابی در اینستاگرام

متا: بازاریابی دهان به دهان یکی از روش‌های مؤثر و قدیمی بازاریابی است که می‌تواند کسب‌وکارتان را متحول و میزان فروش اینستاگرام شما را چندین برابر کند.

متن محتوا:

بازاریابی دهان به دهان یکی از قدیم‌ترین روش‌های بازاریابی است و شاید برایتان عجیب باشد که حتی از آن برای افزایش فروش اینستاگرام کسب‌وکارها و برندها نیز استفاده می‌شود. خود ما هم هر روز، بدون اینکه بدانیم، در حال انجام بازاریابی دهان به دهان هستیم. هر بار که شما از محصول یا خدمتی برای یکی از آشنایانتان تعریف یا آن‌ها را به دیگران معرفی می‌کنید، بازاریابی دهان به دهان می‌کنید. این بازاریابی راهی عالی برای رسیدن به مشتریان هدف است و آن‌ها را تشویق به خرید محصولات یا دریافت خدمات از برند و کسب‌وکاری خاص می‌کند.

در این مقاله بعد از تعریف بازاریابی دهان به دهان، با انواع این نوع از بازاریابی و تأثیر آن روی افزایش فروش اینستاگرام خواهیم پرداخت و یکی از مهم‌ترین شیوه‌های این بازاریابی، یعنی بازاریابی دهان به دهان از طریق اینفلوئنسر مارکتینگ را معرفی خواهیم کرد.

**بازاریابی دهان به دهان (WOMM) چیست؟ h2**

**اگر بخواهیم بازاریابی دهان به دهان یا همان Word Of Mouth Marketing را به زبان خیلی ساده تعریف کنیم، باید بگوییم روشی است که در آن شما از طریق ایجاد کردن یک موضوع چالش‌برانگیز، مشتری‌های فعلی‌تان را ترغیب می‌کنید که مثل بازاریاب‌های شما رفتار کنند و هر جایی که می‌رسند، دربارۀ برند و خدمات شما حرف بزنند! شاید در نگاه اول کار ساده و کم‌اهمیتی به نظر برسد، اما مردم عاشق این هستند که قبل از خرید، به حرف‌های یک فرد قابل اعتماد دربارۀ محصولات مختلف گوش کنند و بعد اقدام به نهایی کردن خریدشان بکنند.**

**درواقع شما در بازاریابی دهان به دهان به منظور افزایش فروش اینستاگرام، باید کاری کنید که مردم از طریق گوش دادن به حرف افراد مورد اعتمادشان، محصول شما را بخرند و برندتان را بشناسند. این اتفاق چه زمانی می‌افتد؟ کافی است مشتریان شما از کیفیت محصول و خدماتتان رضایت داشته باشند. آن وقت است که هر روز شما را به اطرافیان خود معرفی می‌کنند و به بازاریاب‌های رایگان شرکت شما تبدیل خواهند شد!**

**بازاریابی دهان به دهان چه کمکی به افزایش فروش اینستاگرام می‌کند؟ h2**

در تبلیغات دهان به دهان سنتی افراد در طول روز با تعداد کمی از نزدیکان و افراد خانوادۀ خود دربارۀ محصولات مورد علاقه‌شان صحبت می‌کردند. اما امروزه و به‌خصوص با گسترش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مثل فیسبوک، تلگرام، لینکدین و به‌خصوص اینستاگرام، هر یک از ما می‌توانیم روزانه با هزاران نفر در ارتباط باشیم.

همان‌طور که می‌دانید اینستاگرام یکی از محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در ایران است. بنابراین اگر شما هم صفحه‌ای برای کسب‌وکار خودتان در آن ساخته‌اید و به دنبال راه‌هایی برای افزایش فروش اینستاگرام می‌گردید، بهتر است بر روی تدوین و اجرای استراتژی‌های بازاریابی دهان به دهان برای اینستاگرامتان سرمایه‌گذاری کنید.

یکی از مهم‌ترین روش‌هایی که می‌توان از بازاریابی دهان به دهان برای فروش اینستاگرام بهره برد، استفاده از روش اینفلوئنسر مارکتینگ است.

**چگونه با کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ بازاریابی دهان به دهان انجام دهیم؟ h2**

مردم به شنیدن داستان‌ها علاقه دارند. شما نیز باید ابتدا داستان برند خود را تعریف کنید و بعد به دنبال اینفلوئنسر مناسب برای کمپین تبلیغاتی‌تان بگردید.

برای اینکه در بازاریابی دهان به دهان از طریق اینفلوئنسر مارکتینگ موفق عمل کنید، بهتر است این کارها را مرحله به مرحله انجام دهید:

* **تحقیق کنید h3**

مخاطبان هدف شما چه کسانی هستند؟ آیا مخاطب هدفی در میان فالوئرهای اینفلوئنسری که قرار است برایتان تبلیغ کند دارید؟ بگردید و اینفلوئنسری را پیدا کنید که بیشترین شباهت را به برند شما دارند و مخاطبان مشترک زیادی دارد.

* **کمپین ایجاد کنید. h3**

بعد از یافتن اینفلوئنسرهای مناسب، باید یک کمپین تبلیغاتی ایجاد کنید و از اعتبار اینفلوئنسرها در میان مخاطبانشان برای تبلیغ محصول یا برندتان استفاده کنید. در صورتی که بخواهید میزان مؤثر بودن تبلیغ هر اینفلوئنسر در کمپین خود را بسنجید، می‌توانید از بخش Campaigns پلتفرم آنالیز و تحلیل دیتای [CoCo](https://coco.gl/) استفاده کنید.

شما با اضافه کردن نام و لینک پست کمپین‌های تبلیغی خود در [CoCo](https://coco.gl/) می‌‌توانید با تعیین هدف در سه حوزۀ اینگیجمنت، کامنت و لایک (با توجه به اولویت اصلی خودتان)، گزارش‌های دقیق و لحظه‌ای از کیفیت، میزان دیده شدن و محبوبیت پست‌های کمپین‌تان بگیرید و از این طریق کیفیت کمپین‌های ایجادشده را ارزیابی و تحلیل کنید.

* **داستان برندتان را تعریف کنید. h3**

داستان برند شما باید آنقدر جذاب باشد که اینفلوئنسرها را تحت‌تأثیر قرار دهد و این اشتیاق را با علاقه و صادقانه با مخاطبانشان به اشتراک بگذارند. شما باید یک معرفی کامل از محصول یا خدمات خود را در اختیار اینفلوئنسرها قرا دهید تا آنها بتوانند اطلاعات درست و کاملی را به مخاطبانشان منتقل کنند.

* **محصول یا خدمت شما باید مناسب مخاطب هدف باشد. h3**

کمپین‌های بازاریابی دهان به دهان زمانی موفق خواهد بود که محصول شما متناسب با شرایط و ویژگی‌های افرادی باشد که قرار است تبلیغتان را ببینند. به‌عنوان مثال اگر قرار است لوازم آرایشی تبلیغ کنید، باید به دنبال اینفلوئنسرهایی بگردید که بیشتر مخاطبانش خانم‌ها هستند.

**سخن پایانی h2**

اگر به دنبال افزایش فروش اینستاگرام کسب‌وکار خود و پیدا کردن مشتریان وفادار می‌گردید، باید بدانید که مهم‌ترین رکن بازاریابی‌های دهان به دهان «اعتماد« است. شما باید تمام تلاشتان را بکنید تا از طریق صداقت و ارائۀ اطلاعات درست به مخاطب، افزایش کیفیت محصول، ارائۀ معرفی‌ها و نقد و بررسی‌های دقیق و... اعتماد مخاطبان را جلب کنید. هر مشتری راضی می‌تواند به بازاریاب شما تبدیل شود و شما را به هزاران مشتری دیگر معرفی و توصیه کند.