

INSTAGRAM PAZARLAMA STRATEJISI GELİŐTİRMENİN 5 İPUCU



Posted on 19 Temmuz 2019 by Sezgin



Category: [Sosyal Medya](#)

Bugünlerde Instagram'da oyunun önünde olmak istemeyen bir marka bulmak zor. Neden olmasınlar? Platform büyüklüğü, popüleriği ve teklifleri ile büyüyor. Sadece bu değil, aynı zamanda Instagram hesaplarının % 80'inin en az bir işletmeyi takip ettiği bilinmektedir. Elbette, sizinkinin onlardan biri olmasını istersiniz.

Talkwalker Quick Search'e göre, Instagram pazarlamasının yalnızca son 30 günde 131.8 bin kereden fazla çevrimiçi olarak bahsedildiği belirtildi. Peki, markalar ve pazarlamacılar bu güçlü platformdan nasıl yararlanabilir ve çevrimiçi topluluklarını nasıl kurabilir?



1. En yüksek ilgiyi çeken gönderilerin türünü belirleyin

Bir sosyal analiz aracı kullanarak, pazarlamacılar en yüksek katılım düzeylerine neden olan yayın türlerini kolayca tanımlayabilirler. Bu sadece fotoğraflar, videolar veya karuseller olup olmadığı anlamına gelmez. Pazarlamacılar, gönderileri analiz etmek ve en ilgi çekici gönderileri birbirine bağlayan bir tema olup olmadığını belirlemek için daha derine inmelidir.

Örneğin, [duygu odaklı pazarlama](#) bazı izleyiciler için çok iyi çalışabilirken, diğer izleyiciler estetiği

vurgulayan veya minimalist bir yaklaşıma sahip profillerle daha iyi ilişki kurabilir (kısa başlıklar düşünün ya da hiç yok!). Tek beden uyan tüm çözüm; bunun yerine, pazarlamacılar kendi izleyicilerini ve genel olarak kendi endüstrilerini öğrenmeye öncelik vermelidir.

2. Gerçek etkileyicilerden oluşan güçlü bir ađ oluşturun

[Etkileyici pazarlama](#), değeri ve fiili yatırım getirisi için giderek daha fazla sorgulanırken, doğru etkileyicilerle etkileşime girmenin önemli bir değer katabileceğine dair hiçbir şüphedir. Etkili etkileyici pazarlama kampanyaları, geleneksel [dijital pazarlamaya](#) göre 11 kat daha fazla yatırım getirisi sağlayabilir.

Doğru etkileyiciyi bulmak sadece onların takipçilerinden ibaret değildir. Pazarlamacılar, markalarıyla aynı ilgi alanlarını ve değerlerini paylaşan ve ayrıca kaldıraçları için güçlü ve alakalı bir ağa sahip olan gerçek etkileyicileri tanımlayabilmek için markaları ve endüstrilerinin tamamıyla dijital sohbetlere derinlikli şekilde uyarlanmalıdır.

3. Kapsamı seğin

Yerel olarak izleyicilere ev sahipliği yapan ve özel olarak hitap eden markalar, dünyanın dört bir yanındaki ofisleri ve izleyicileri ile küresel olanlara göre farklı bir Instagram stratejisine sahip olmalıdır. Giderek, küresel bir yaklaşım benimseyen markalar da görüyoruz. Köklerinin güçlü bir yerel lezzetini korurken, yaygın izleyici kitlelerine hitap etmek gibi. Bir markanın Instagram paylaşım programı, bölgesel zirve zamanlamaları, zaman dilimleri, hafta sonları ve hatta cirolar için ünlülerin seğimlerini dikkate alarak kapsamına uygun olmalıdır.

4. Instagram Hashtag'leri tanımlayın

Yaratıcı ve tanınabilir hashtag'ler bir Instagram stratejisi için harikalar yaratabilir. Markalar, yıl boyunca kullanılan genel hedefleri ve belirli bir süre için hedef kitleyi çeken kampanyaya özel olanları olduğundan emin olarak, etiketlerini sürekli olarak optimize etmeye çalışmalıdır. Buradaki kilit nokta, markaların bir hashtag izleme aracı kullanarak hashtag'leri takip etmelerini, analiz etmelerini ve optimize etmelerini sağlamaktır.

5. Dinle, analiz et, optimize et

Sosyal medya endüstrisi daima evrim geçirmekte ve yeni güncellemeler ve özellikler sürekli olarak test edilmekte ve tanıtılmaktadır. Başarılı bir Instagram pazarlama stratejisi de sürekli gelişiyor olmalıdır. Instagram analitik araçları, marka etkisini artırmak, rekabeti analiz etmek ve performansı sürekli olarak optimize etmek için kullanılabilircek çeşitli bilgiler sunar.

