

محتوای محصول محور:

مصرف کنندگان می خواهند محصول شما را در عمل ببینند! چه از طریق نمایش‌های منظم توسط تیم شما باشد، چه محتوای تولید شده توسط کاربر از سایر مشتریان خوشحال، یا نظرات مثبت، محتوای مرتبط با محصول می‌تواند نتایج مثبتی را ارائه دهد. هنگام ساخت استوری‌های اینستاگرام، راه‌های خلاقانه‌ای برای ارائه محصولات خود پیدا کنید که برای مخاطبان شما جذاب باشد.

محتوای تعاملی:

در استوری‌های اینستاگرام، فریم‌های تعاملی یک فراخوان ویژه یا روشی دارند که بینندگان می‌توانند از درون برنامه درگیر شوند. این اغلب شامل استفاده از استیکر نظرسنجی یا مسابقه اینستاگرام، دعوت از کاربران برای اشتراک‌گذاری یک محتوای خاص یا یک بازی است.

محتوای مد روز:

محتوای مرتبط با روند مستلزم پوشش یک لحظه فرهنگی یا خبر اخیر است. این نوع محتوا می‌تواند از آموزنده (اخبار فوری) تا طنز (پست کردن یک میم مربوط به یک رویداد اخیر) باشد. محتوای مرسوم، برای استوری‌های اینستاگرام مناسب است زیرا به بهترین وجه سریع و در عین حال مرتبط مصرف می‌شود. برخلاف یک پست فید که ممکن است روزها طول بکشد تا به مخاطب برسد، دوره ۲۴ ساعته استوری اینستاگرام می‌تواند مکانی عالی برای اشتراک‌گذاری محتوایی باشد که فقط برای مدت کوتاهی مرتبط است.

اکنون که می‌دانیم بازاریابان محتوا در استوری‌های اینستاگرام چه مواردی را در اولویت قرار می‌دهند، بیایید ببینیم مصرف‌کنندگان چه قالب‌هایی را ترجیح می‌دهند و اغلب با آنها تعامل دارند.

چه فرمتی را مصرف کنندگان واقعاً تماشا می‌کنند؟

در حالی که برخی از برندها و کاربران استوری‌هایی را ارسال می‌کنند که صرفاً بر روی ویژگی‌های تعاملی متمرکز شده است، برخی دیگر ممکن است محتوای داستان سرایی بصری مانند روایت‌های کوتاه یا داستان‌های ویدیویی طولانی‌تر را ارسال کنند که بیشتر شبیه به مستند است.

اما، کدام یک از بسیاری از قالب‌های استوری اینستاگرام برای مردم جذاب‌تر است؟ برای اینکه بفهمیم کدام سبک Story جذاب‌ترین است، من از ۲۵۰ نفر نظرسنجی کردم تا درباره قالب‌های Story مورد علاقه، ترجیحات صدا و طول داستان ایده‌آل اطلاعات بیشتری کسب کنم.

در این مرحله، ممکن است پیش‌بینی‌های خود را از نحوه رأی دادن مردم داشته باشید. در حالی که تحقیقات می‌گوید استیکرهای تعاملی، مانند آزمون‌ها، نظرسنجی‌ها یا سؤالات بسیار جذاب هستند، ممکن است به زمان‌هایی فکر کنید که از طریق استوری از ویدیوهای پشت صحنه یک تأثیرگذار یا برند استفاده کرده‌اید. بنابراین، در نهایت مردم کدام را انتخاب کردند؟

داستان‌هایی که حول استیکرهای Quiz یا Poll متمرکز شده‌اند، یکی از محبوب‌ترین قالب‌ها با ۱۵ درصد آرا بودند. با این حال، ۲۵٪ از مصرف‌کنندگان در واقع روایت‌های کوتاه با ترکیبی از عکس، متن و فیلم را ترجیح می‌دهند.