

## هشتگ ها را جستجو کنید:

در اینجا، به جای بررسی نتایج از برگه «حساب‌ها»، می‌خواهید «برجسب‌ها» را بررسی کنید.

فهرستی از هشتگ‌ها را مشاهده خواهید کرد که شامل «پایدار» است. هر هشتگ مجموعه ای از پست ها را از حساب های مختلف به شما نشان می دهد. از اینجا می توانید تصمیم بگیرید که کدام رقبا را دنبال کنید.

نکته ۱: خواهید دید که مردم واقعاً از چه هشتگ هایی در اینستاگرام استفاده می کنند. برای افزایش دسترسی ارگانیک می توانید این هشتگ ها را در پست های خود قرار دهید.

نکته ۲: شما همچنین می توانید از این هشتگ ها برای جستجوی تأثیرگذاران جدید برای برند خود استفاده کنید.

برای شما پیشنهاد شده است:

راه دیگر برای پیدا کردن رقبای خود در اینستاگرام این است که برگه "پیشنهاد شده برای شما" را در پروفایل خود بررسی کنید.

## فالورها:

تعداد فالورها معیار خوبی برای اندازه گیری تمایل به برند است. می توانید فالورهای خود را با رقبای مستقیم خود مقایسه کنید تا متوجه شوید که برند شما در مقایسه با چه میزان محبوبیت دارد.

## می توانید نگاه کنید:

تعداد فالورها: تعداد کل فالورهایی که رقبای شما دارند

رشد فالور: فالورهای آنها با چه سرعتی در حال رشد هستند

به جای اینکه صرفاً به تعداد فالورها نگاه کنید، می خواهید بفهمید که حساب اینستاگرام رقبای شما با چه سرعتی در حال رشد است.

## عملکرد محتوا:

تجزیه و تحلیل محتوای رقبای خود به شما کمک می کند تا شکاف های موجود در استراتژی محتوای **اینستاگرام** خود را شناسایی کنید و جایی برای بهبود پیدا کنید. شما می خواهید ردیابی کنید:

تعداد پست ها: تعداد کل پست ها در حساب های رقبای شما

فرکانس ارسال: رقبای شما چند بار در اینستاگرام پست می گذارند

انواع پست ها: این شامل تصاویر ثابت، فیلم ها یا چرخ فلک ها و غیره است.