

۶ راه برای به کار گیری از هشتگ در استوری اینستاگرام:

1. از نظر جغرافیایی

در استوری‌های اینستاگرام، تگ‌های مکان تقریباً شبیه به هشتگ‌ها عمل می‌کنند. کاربران همان طور که هشتگ‌ها را اضافه می‌کنند، یک مکان پیوندی را به تصویر یا ویدیو اضافه می‌کنند. تنها تفاوت‌ها عبارتند از:

1. یک مکان فقط با استفاده از استیکر اینستاگرام (بدون متن) قابل ارسال است.

2. فقط یک برچسب مکان می‌تواند در یک تصویر/فیلم باشد.

این تگ مکان بهترین گزینه برای تبدیل آن به یک استوری انبوه **اینستاگرام** است. تقریباً هر مکانی یک استوری اینستاگرام دارد. علاوه بر این، هنگامی که مکانی مانند یک محله را برچسب‌گذاری می‌کنید، تصویر یا ویدیوی برچسب‌گذاری شده می‌تواند در استوری شهر، داستان ایالتی یا حتی داستان کشوری در هر جایی که آن محله باشد قابل مشاهده باشد.

برچسب موقعیت مکانی مخصوصاً برای مارک‌های دارای محوطه دانشگاه خوب است. وقتی مخاطبان شما در استوری موقعیت مکانی پست می‌گذارند، افزودن به آن استوری، آن مخاطب را به معتبرترین روش جذب می‌کند. در واقع شما یکی از آنها هستید. برچسب موقعیت مکانی برای برندهایی که میزبان رویدادهای روابط عمومی محدود به مکان هستند نیز خوب است.

2. حمایتی

در حمایت از کمپین‌های برند، یعنی در اینجا بهترین حالت وجود دارد: هشتگ کمپین شما به قدری محبوب است که یک هشتگ جمع‌آوری شده Story ایجاد می‌شود تا تمام محتوای شگفت‌انگیز تولید شده توسط کاربران را برجسته کند. نکته مهم این است که برند شما (در حال حاضر) قادر به کنترل این تجمیع نیست.

متأسفانه، بهترین حالت همیشه محتمل‌ترین نیست. اگرچه ممکن است هرگز نتوانید تضمین کنید که کمپین شما دارای هشتگ انبوهی از استوری اینستاگرام است، افزودن یک هشتگ پیوندی مارک دار به تمام استوری‌های برند شما باعث افزایش تعامل و آگاهی از کمپین‌های شما در بین مخاطبان فعلی شما می‌شود.

3. استراتژیک

جایگاه خود را پیدا کنید و از آن استفاده کنید.

رسانه‌های اجتماعی که به درستی انجام شوند منجر به تبدیل می‌شوند. اجتماعی خوب منجر به افزایش سود می‌شود. اگر در ذهن خود پول دارید (همانطور که همه مدیران برند باید فرادی را که در حال حاضر با برند شما درگیر هستند، تعقیب کنید. از خود پرسید: آنها از چه هشتگ‌هایی در پست‌ها و استوری‌های خود استفاده می‌کنند؟ سپس از آن هشتگ‌ها استفاده کنید.

اگر در حال حاضر در شبکه‌های اجتماعی از یک مخاطب کوچک اما وفادار تبدیل شده‌اید، از آموخته‌های مخاطبان فعلی خود برای دسترسی به اینستاگرام‌های مشابه استفاده کنید. با درگیر شدن با مخاطبان فعلی خود همانطور که آنها با دوستان خود درگیر هستند، مخاطبان خود را افزایش دهید.

4. بیش از حد

استفاده هوشمندانه از هشتگ‌ها باعث می‌شود اینستاگرام به پیج شما ارزشی که از هشتگ می‌گیرد را بدهد اما اگر هشتگ‌های نا متعارف و نا مربوط استفاده کنید نمره منفی به پست‌های و استوری شما تعلق می‌گیرد پس باید همه چیز را، آزادانه، نامیدانه، مشتاقانه، همیشه هشتگ کنید. چرا که آن برند از تبلیغات بیش از حد خود بی‌شرمانه نباشد؟ اگر غرور با شخصیت برند شما مطابقت دارد، با آن همراه شوید. در پایان، شانس اینکه خود سلطنتی خود را

در مقابل چشم‌های بیشتری قرار دهید، افزایش خواهید داد. #شهرت #متاسفم متاسفم #با خود رفتار کن #مثل #صبح بخیر

5. کم

هشتگ برای ساخت برند شما در اینستاگرام ضروری نیست. تکرار می‌کنم، هشتگ‌ها برای قابل کشف کردن برند شما، به دست آوردن آن لایک‌های مورد علاقه یا ایجاد یک استراتژی رسانه اجتماعی سودآور ضروری نیستند. بنابراین، یک گزینه استفاده از آنها، سوء استفاده از آنها یا نگرانی در مورد آنها نیست.

برندی که بیش از حد از هشتگ‌ها استفاده می‌کند، ممکن است به نظر تمرکز زیادی روی لایک‌ها داشته باشد و به اشکال معتبرتری از تعامل زمان بدهد.

6. خلاقانه

با هشتگ داستان بگویید. خلق و خوی خود را تنظیم کنید.

توصیه ما به شما این است که فقط به یاد داشته باشید که هر یک از هشتگ‌های اینستاگرامی که در یک پست استفاده می‌کنید باید با محتوا مطابقت داشته باشد و نباید خیلی تکراری باشد. کل لیست ذخیره شده خود را در هر پست کپی و جایگذاری نکنید. استفاده خلاقانه از هشتگ‌ها و تکراری نبودن هشتگ سبب مدیریت استفاده شما از هشتگ‌ها میشود

کل حضور اینستاگرام خود را مدیریت کنید و در زمان خود صرفه جویی کنید. پست‌ها و استوری‌ها را برنامه ریزی کنید، بهترین هشتگ‌ها را بیابید، به راحتی مخاطب را درگیر کنید، عملکرد را اندازه‌گیری کنید و موارد دیگر. امروز آن را رایگان امتحان کنید.