

برگزاری کارگاه آموزشی «اینستاگرام مارکتینگ در توسعه برند»

کارگاه آموزشی «اینستاگرام مارکتینگ در توسعه برند» در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان برگزار شد.



به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان در این کارگاه **محمد رضا شیخ بهایی**، مشاور دیجیتال مارکتینگ معرفی فرد و نوع فعالیت تخصصی وی، استفاده از هشتگ در بيو، قرار دادن راه های ارتباطی و اینکه نام صفحه کلمه کلیدی کسب و کار باشد را از اصول نگارش بیوگرافی حرفه ای عنوان کرد. وی در ادامه پست، استوری، لایو و IGTV را انواع محتوا در اینستاگرام معرفی کرد و افزود: از استوری عموماً برای نمایش مطالب روزانه استفاده می شود اما در IGTV انتشار ویدئو بدون محدودیت زمانی میسر خواهد بود. شیخ بهایی ضمن بیان اینکه طراحی و برنامه ریزی نقشه راه بازاریابی دیجیتال است گفت: برای راه اندازی یک کسب و کار اینترنتی در ابتدا باید به تحلیل موقعیت فعلی خود بپردازیم، سپس اهداف قابل دسترس و استراتژیهای دستیابی به این اهداف را تعیین و بعد به مشخص نمودن تاکتیک های مورد نیاز پرداخته و پس از انجام اقدامات لازم به کنترل و پیش اقدامات خود بپردازیم. مدرس و مشاور دیجیتال مارکتینگ در ادامه افزود: تجزیه و تحلیل موقعیت فعلی از طریق تحلیل رفتار تاثیرگذاران و شرکاء، بنج مارک کردن رقبا، تجزیه و تحلیل مشتری و مخاطب و در نهایت مشخص کردن فرصت ها و تهدیدها و نقاط قوت و ضعف کسب و کار انجام می شود. شیخ بهایی برقراری ارتباط تعاملی میان فروشنده و مشتری را در موفقیت فروش بسیار موثر دانست. وی در ادامه تاکید کرد: در فروش الکترونیک گاهی یک next اضافه منجر به ریزش شدید کاربر خواهد شد. شیخ بهایی با بیان اینکه هشتگ و تگ ابزارهای قدرتمند در توسعه برند می باشند افزود: بطور متوسط هر هشتگ اگر به درستی انتخاب شود منجر به افزایش 15 درصدی آمار بازدید خواهد شد اما بالاترین بهره وری را در هر مطلب 7 تا 11 هشتگ دارا می باشد. مدرس این کارگاه در ادامه با معرفی امکانات و قابلیت های اینستاگرام به بیان ترندهای افزایش فالوور، آنالیز و رهگیری روند تبلیغات در اینستاگرام و... پرداخت.