



دليل إنستجرام الشامل

(كيف نستخدمه في الأعمال-المؤثرين-أرقام وإحصائيات)

دليل إنستجرام الشامل

(كيف نستخدمه في الأعمال-المؤثرين-أرقام وإحصائيات)



الطبعة الأولى
طبعة اسطنبول
حقوق الطبع محفوظة
حقوق الملكية الفكرية (محفوظة)
1440هـ - 2019م
يطلب من ..



مكتبة كتاب سراي - اسطنبول
جانب مسجد الخرقة الشريفة
+905340558303

دليل إنستجرام الشامل

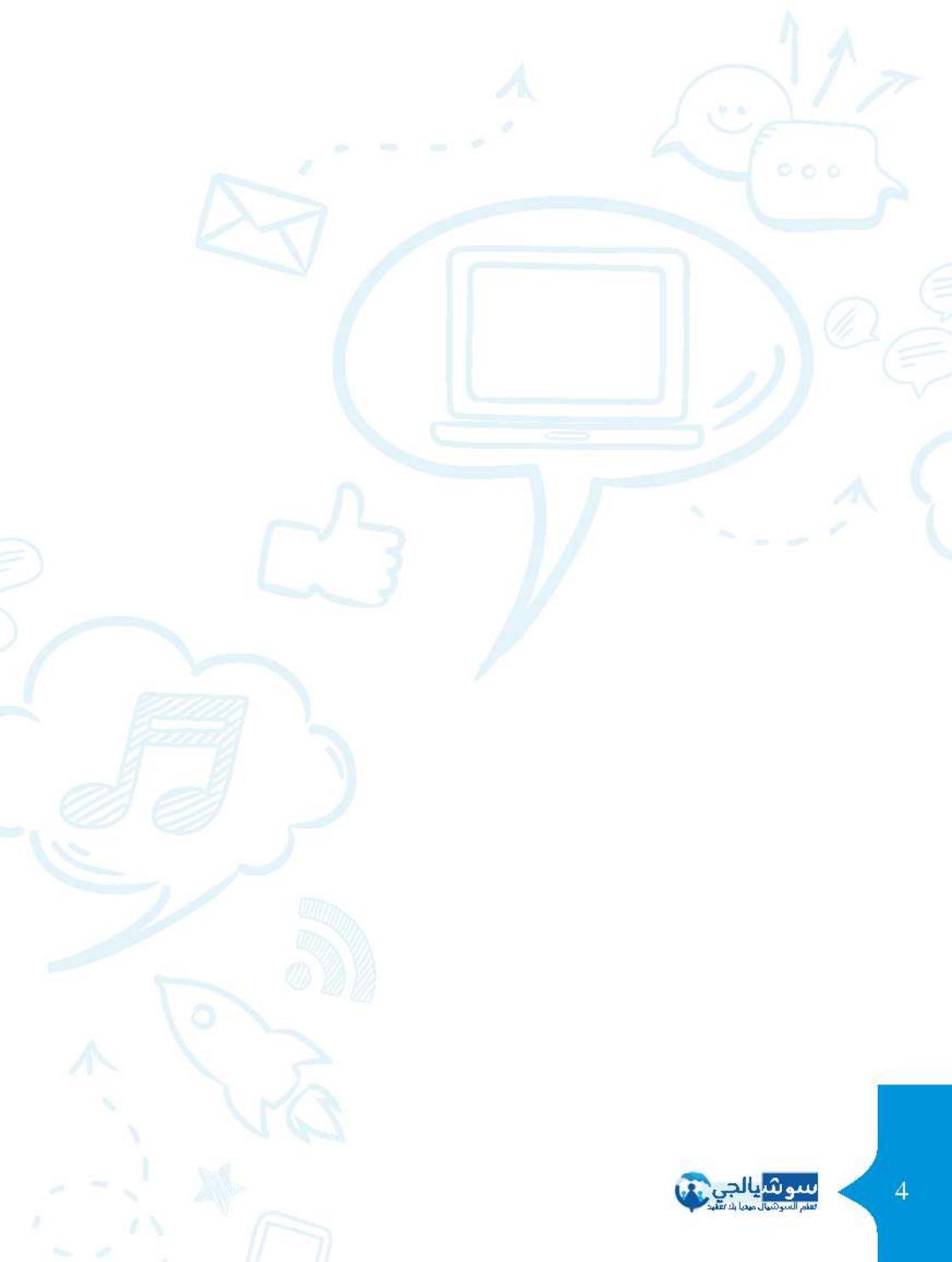
(كيف نستخدمه في الأعمال-المؤثرين-أرقام وإحصائيات)

ترجمة وتحرير
أحمد الزكي
الزهراء عزازي

مراجعة لغوية
زينب قناوي

إخراج صحفي
خديجة التوابتي

رسوم سوشياالجي
شيماء العسقلاني



كلمة الناشر

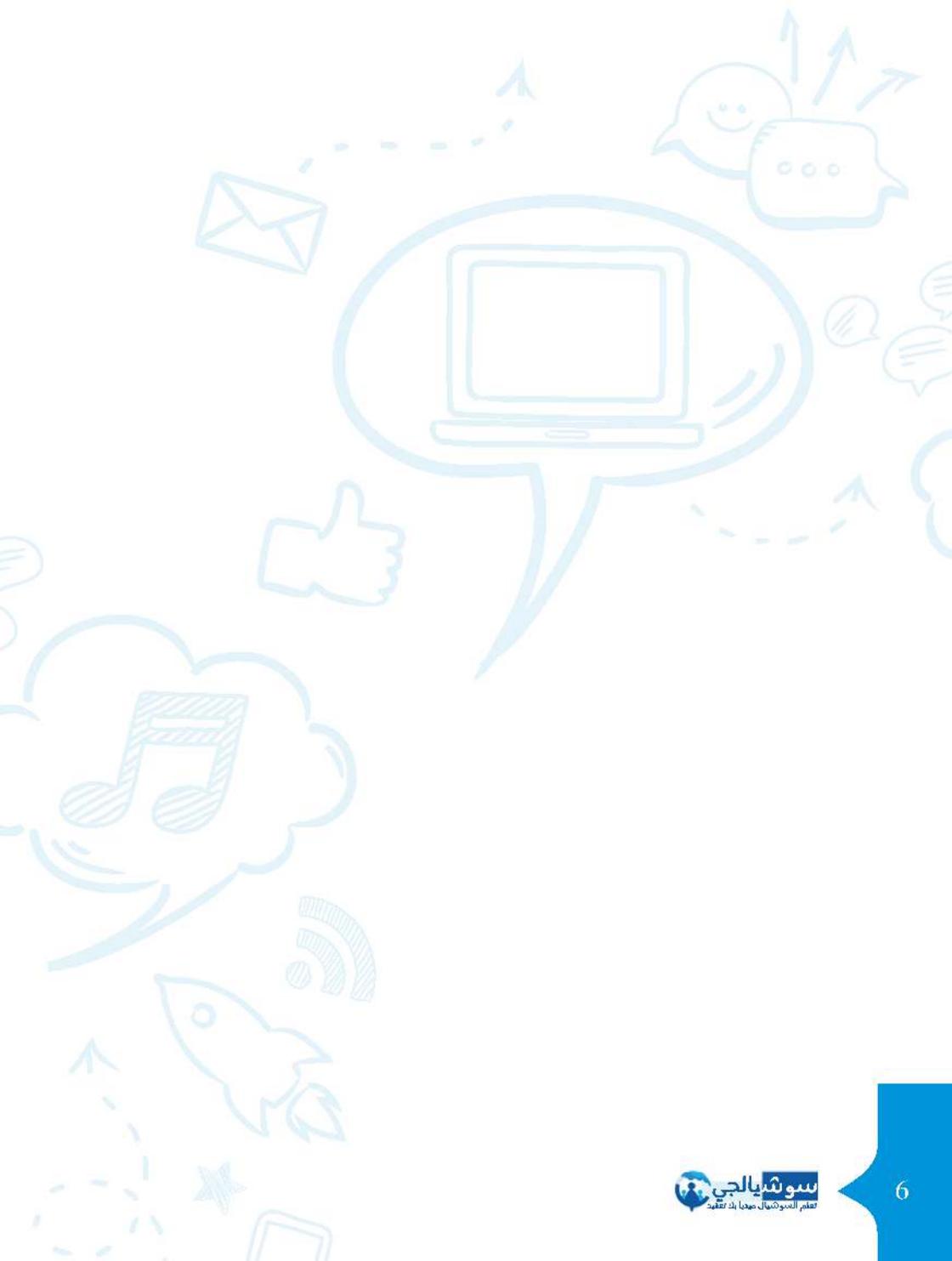
بأسرع من المتوقع، احتلت وسائل التواصل الاجتماعي صدارة اهتمامات الناس، وأصبحت حاجة لا يمكن الاستغناء عنها، ولم تعد مجرد وسيلة تواصل، بل أكثر من ذلك.

وفي حين تستخدمها الشركات في التسويق، برز أيضاً الأفراد الذين يسوّقون لأنفسهم؛ حتى أصبحت نافذة حقيقية للدخول الى هذا العالم، والحصول على موطئ قدم فيه، حين اطلعنا على فكرة الكتاب التي عمل عليها الأستاذ أحمد حسن، وبذل فيها جهداً كبيراً، وجدنا أن نشر هذا الكتاب وتعميم الفائدة التي فيه من (المسؤوليات التي يجب أن تحظى بالاهتمام والنشر.

رسالتنا.. أن يتحوّل استخدام هذه الوسائل من روتين يومي اعتيادي إلى منهجية ذات فائدة حقيقية، وكلنا أمل أن يحقق الكتاب ذلك.

الناشر





التعريف بمشروع سوشيال جدي

في ظلّ عالم متسارع في التحديث والتطور، يُجاهد العاملون في مجال الإعلام الرقمي، لملاحقة زُكْب التغيّرات والتطورات اليومية والمتابعة في مجال السوشيال ميديا والتسويق الالكتروني. ويعاني عدد كبير من العاملين بالمجال في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من ندرة المصادر العربية المُحَكَّمة لتطوير مهاراتهم الشخصية، وإكسابهم تجارب جديدة.

من أجل ذلك كان مشروع سوشيال جدي، الذي بدأ من مصر عام 2015، والذي يهدف إلى ترجمة وتعريب المحتويات التعليمية، والأخبار التقنية المتعلقة بهذا المجال.

ترجم سوشيال جدي العديد من الموضوعات، والأدلة التعليمية، والشروحات المتعلقة بمجال السوشيال ميديا؛ هادفاً بذلك سدّ الفجوة بين العاملين في المجال بالغرب، ونظرائهم في الشرق الأوسط.

وهذا الكتاب هو أول جزء من سلسلة تعليمية مطبوعة مترجمة، لننتقل بالمشروع من العالم الافتراضي الي العالم الواقعي، للوصول إلى شريحة أكبر، سائلين المولى تعالى التوفيق.

أحمد الزكي

مقدمة

إنه لمن المدهش كمّ التطور الذي حَظِيَ به إنستجرام في سنوات قليلة فقط؛ إذ تحوّل من تطبيق خاص بالسيلفي وصور الطعام، ليصبح في 2019 من أكبر المنصات الخاصة بالتسويق للشركات، التي تضم شبكتها الاجتماعية أكثر من مليار شخص.

أطلق إنستجرام في 2018 وحدها العشرات من المميزات الجديدة والخاصة بالشركات، منها: أنواع إعلانات جديدة، وأدوات للشراكة المدفوعة، وطرق جديدة لزيادة الزيارات وإتمام المبيعات.

وكلما ازداد استخدام الشركات لإنستجرام في التواصل مع العملاء، كلّمًا توسعت إستراتيجية العلامة التجارية، لتشمل أهدافًا ومؤشرات أداء رئيسية.

وبينما تستخدمه الشركات بشكل رئيسي، للتركيز على زيادة الوعي بالعلامة التجارية، فإن إنستجرام بالتأكيد يتحوّل ببطء لقناة مبيعات متكاملة، مع تهافت الشركات عليه أكثر من أيّ وقت مضى، للتركيز على إعلانات إنستجرام، والتسويق من خلال المؤثرين، والترويج للمنتجات.

بغض النظر عن نوع المجال الذي تعمل به، فمن المفيد لك أن تبني تواجدًا على إنستجرام، لكن إن أردت السّبق، ستحتاج لمعرفة المنصة (**وجمهورك!**) بشكل متقن، تلك المعرفة تشمل، أنواع المحتوى التي تلقى صدًى لدى الجمهور أكثر من غيرها، وكيف تبني إستراتيجية خاصة بقصص إنستجرام، وطريقة تتبّع مقاييسك، ومؤشرات أدائك.

أحمد حسن

الفهرس

الباب الأول: إنستجرام للأعمال

■ مقدمة

■ الفصل الأول: طريقة عمل خوارزمية

■ إنستجرام

■ الفصل الثاني: ملفك التعريفي على

■ إنستجرام

■ الفصل الثالث: قصص إنستجرام

■ الفصل الرابع: البث المباشر في إنستجرام

■ الفصل الخامس: التسويق من خلال المؤثرين

■ في إنستجرام

■ الفصل السادس: الإعلانات على إنستجرام

■ الفصل السابع: تتبّع نجاحك على إنستجرام

■ الفصل الثامن: إستراتيجيات نمو الشركات

■ على إنستجرام

■ الخلاصة

الباب الثاني: التسويق من خلال مؤثرين

■ مقدمة

■ الفصل الأول: سبب نجاح التسويق من خلال

■ المؤثرين في إنستجرام

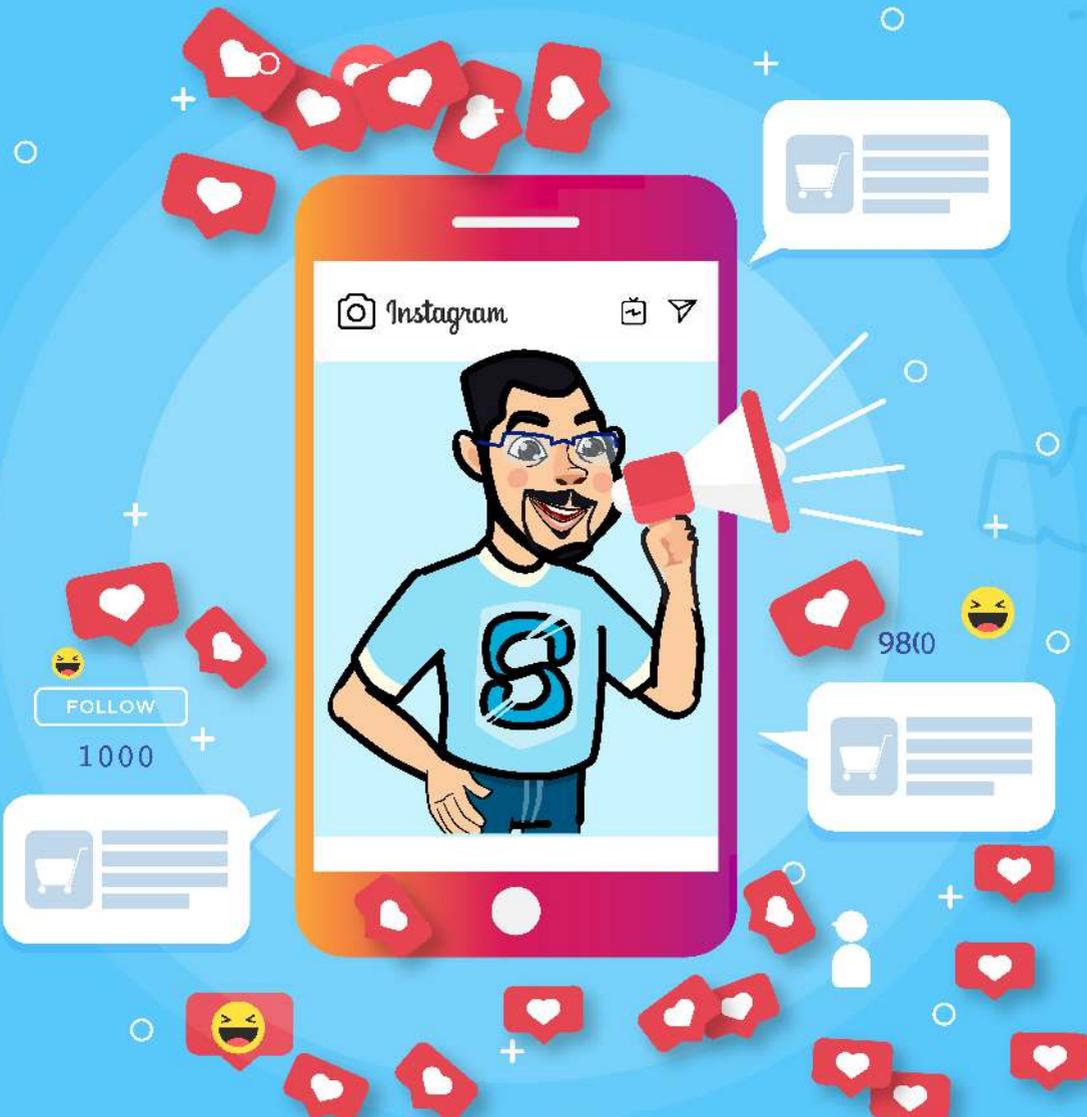
- الفصل الثاني: ازدياد التسويق من خلال صغار المؤثرين والمؤثرين متناهي الصغر
- الفصل الثالث: كيف تعثر على المؤثرين المناسبين لعملك
- الفصل الرابع: كيف تميّز المؤثرين المزيغين في إنستجرام
- الفصل الخامس: كيف نصل لمؤثري إنستجرام لعمل شراكة
- الفصل السادس: كيف تعلن عن تمويلك لمنشورات على إنستجرام بطريقة صحيحة
- الفصل السابع: كيف تتبّع نجاح تسويقك من خلال المؤثرين على إنستجرام
- الفصل الثامن: خمس طرق رئيسية للشركات لاستخدام التسويق من خلال المؤثرين
- الخلاصة

الباب الثالث: أرقام وإحصائيات

- الفصل الأول: لمحة عامة
- الفصل الثاني: الهاشTAGات
- الفصل الثالث: التفاعل
- الفصل الرابع: الإشارة للأشخاص
- الفصل الخامس: المجتمع
- الفصل السادس: المؤثرين
- الفصل السابع: المزيد من الإحصائيات



socialgi



Instagram



FOLLOW

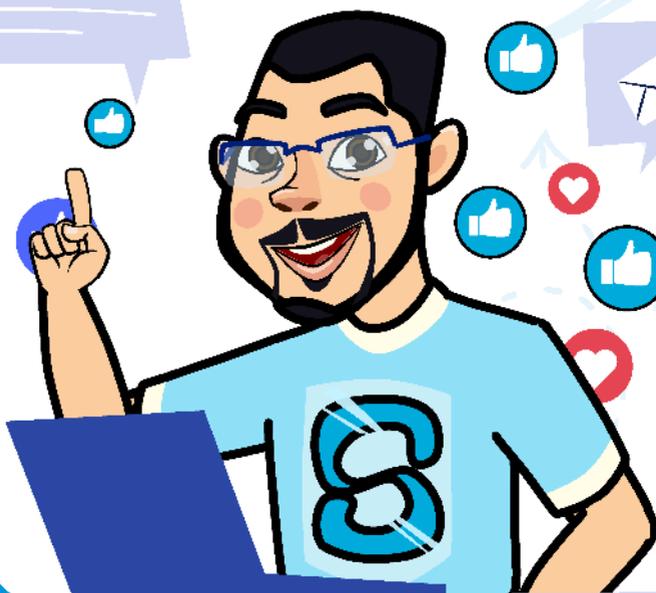
1000

98(0)

الباب الأول

إنستجرام للأعمال

الفصل الأول



طريقة عمل خوارزمية إنستجرام



إن كنت بالفعل تستخدم إنستجرام للأعمال، فيُحتمل أنك لاحظت انخفاضاً حديثاً في التفاعل معك على إنستجرام، لا تقلق، فلست وحدك، إذ تحصل الحسابات بكافة أنواعها على مشاهدات وتعليقات ومتابعات أقل من ذي قبل، وهذا يرجع بالتأكيد لخوارزمية إنستجرام.

خوآا-- ماذا؟

إن كانت هذه أول مرة تسمع بها عن خوارزمية إنستجرام، إليك كل ما

يتعلق بها :

تتكون خوارزمية إنستجرام من مجموعة من العناصر والقوانين المعقدة، ويستخدمها إنستجرام لتحديد أي المنشورات، التي ستظهر بصفحة آخر الأخبار، وبأي ترتيب.

يختلف هذا الأمر كثيرا عن بدايات إنستجرام، إذ كانت آخر الأخبار مرتبة زمنيا في 2015، أي أن "وقت" نشر شيء ما كان هو العامل الأهم في ترتيب ما سيظهر في آخر الأخبار.

ثم أعلنت إنستجرام في 2016، أنها ستستبدل آخر الأخبار المرتبة زمنيا بخوارزمية، لأنه كلما نَمَتْ المنصة، كلما أصبح من الصعب عرض جميع الفيديوهات والصور التي يشاركها الأشخاص، واعتقد إنستجرام أن الخوارزمية يمكنها المساعدة في ترتيب ذلك المحتوى بشكل أكثر فاعلية.

أثر هذا الأمر بالطبع على الأعمال التجارية في إنستجرام بصورة كبيرة، فلم تكن حسابات الأعمال بحاجة للقلق بشأن وضع الإستراتيجيات، للحصول على أقصى قدر من التفاعل على منشوراتهم، إذ يمكنك الحصول على هذه التفاعلات بكل بساطة فقط من خلال النشر بشكل مستمر. اليوم لم يعد الأمر كذلك، إذ عليك تحسين العوامل التي تشكّل خوارزمية إنستجرام.

الجانِب الإيجابي؟ أوضحت إنستجرام مؤخرًا طريقة عمل الخوارزمية، وكيفية اختيارها للصور والفيديوهات التي تظهر في آخر أخبارك، ولأن التحسين لمواكبة خوارزمية إنستجرام في السابق كان يتطلب الكثير من التخمين، أصبحت الأعمال الآن في وضع أفضل بكثير، لتتمكن من النجاح على إنستجرام بعد هذا التصريح الأخير.

إليك أهم ثلاثة عوامل تحدد ما تراه على آخر الأخبار في إنستجرام:

كلما زاد اعتقاد إنستجرام بأنك "سـ"تعجب" بمنشور ما، كلما ازدادت فرصته للظهور في آخر أخبارك.

ووفقًا لإنستجرام، فهذا يستند إلى "التصرف السابق على المحتوى المشابه والرؤية المحتملة للدّلة التي تحلّل المحتوى الفعلي لهذا المنشور.

هذا الأمر يشبه إلى حد كبير طريقة عمل صفحة الاستكشاف "Explore" في إنستجرام، فبمجرد إعجابك بفيديو عن الكرة ، ستصبح



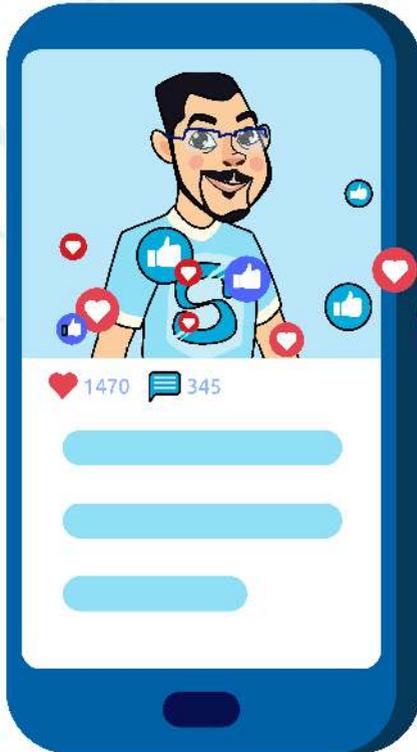
صفحة الاستكشاف الخاصة بك بأكملها مليئة بفيديوهات عن الكرة، وإن قام أحد من متابعهم بنشر فيديو عن الوحل، سيخمن إنستجرام أنك ستحب هذا الفيديو أيضًا.

■ التوقيت

متى آخر مرة نشرت فيها فيديو أو صورة؟ نعطي خوارزمية إنستجرام الأولوية للمنشورات الحديثة، لذا سترى على الأرجح منشورات أقل من المنشورات التي مضى عليها أكثر من أسبوع.

ورغم أن آخر الأخبار لن تعود بأي شكل كان للظهور وفقا للترتيب الزمني، إلا أن إنستجرام بدأت تولي المزيد من الاهتمام لوقت النشر، بدلًا من محتوى المنشور أو التفاعل عليه فقط.

أكدت إنستجرام هذا الأمر في أواخر عام 2017، عندما تعهّدت بمنع المنشورات الأقدم من الظهور في آخر الأخبار.



نتيجة لذلك ستحتاج الشركات أن تكون أكثر دراية بالوقت الذي يكون به جمهورهم أكثر نشاطًا على إنستجرام، ليتمكّنوا من تحسين منشوراتهم للظهور في هذا الوقت.

كيف تعرف الحسابات التي تظهر في آخر أخبارك؟ إن كنت غالباً ما تعلق على صور بعض الأشخاص،

أو تجرى الإشارة إليك في صور بصحتهم، فهذه تمثل علامات إنستجرام، تقول بأن هؤلاء الأشخاص يقعون ضمن فئة "العائلة والأصدقاء"، ونتيجة لذلك، سترى على الأرجح المزيد من المحتويات التي ينشرونها (والعكس صحيح).

هذه أخبار رائعة بالنسبة للعلامات التجارية، لأنها تمنحهم وسيلة للبقاء في قمة اهتماماتك، فقط اطلب من متابعيك أن يُشيرُوا إليك في منشوراتهم، وتأكّد من تحسين منشوراتك وقصصك على إنستجرام، للحصول على أكبر كمّ ممكن من التعليقات.

العوامل الأخرى التي تؤثر على خوارزمية

إنستجرام هي:



كم مرة تفتح تطبيق إنستجرام؟ إن كنت

متصفحاً دائماً ستبدو آخر أخبارك مرتبة ترتيباً زمنياً بشكل أكبر؛ لأن إنستجرام يحاول أن "يعرض لك أفضل المنشورات منذ آخر زيارة لك".

إن كنت تتصفح تطبيق إنستجرام بشكل أقل من

المعتاد، إذن سيُجرى وضع المزيد من المنشورات التي تعتقد إنستجرام أنك ستعجب بها في آخر الأخبار لديك بدلاً من الترتيب الزمني.

■ المتابعات

كم عدد الأشخاص الذين تتابعهم على إنستجرام؟ إن كنت تتابع كثيراً من الأشخاص، إذن سيكون لدى إنستجرام المزيد من الخيارات للاختيار بينها، لذا لن ترى - على الأرجح - جميع المنشورات من كل الحسابات.

■ الاستخدام

إن كنت تقضي كثيراً من الوقت على إنستجرام، إذن سترى المزيد من المنشورات كلما تعمق إنستجرام في الصور الخاصة به، إن كنت تقضي دقائق قليلة فحسب على التطبيق كل يوم، عندها سترى فقط أبرز المنشورات من الخوارزمية.

