



بسم الله الرحمن الرحيم

آموزش فشرده اینستاگرام

ویراست نخست: تابستان ۹۷

معاونت تربیت و آموزش سازمان فضای مجازی

سازمان بسیج مستضعفین



فهرست مطالب

۵	بخش اول: آشنایی کلی با اینستاگرام
۵	اینستاگرام چیست؟
۵	مزیت اینستاگرام به دیگر شبکه‌های اجتماعی چیست؟
۵	آیا برای مشاهده اینستاگرام نیاز است که در آن عضو باشیم؟
۶	بخش دوم: آموزش ثبت نام در برنامه
۷	استفاده از چند اکانت به‌طور همزمان
۸	بخش سوم: معرفی چهار بخش اصلی برنامه
۱۰	بخش چهارم: معرفی منوی تنظیمات و کارکرد هر گزینه
۱۰	Invite Facebook Friends
۱۰	Invite Friends
۱۱	Facebook Friends
۱۱	Contacts
۱۱	Story Setting
۱۱	Edit Profile
۱۱	Two-Factor Authentication
۱۱	Post You've liked
۱۱	Blocked User
۱۲	Switch To Business Profile
۱۲	Private Acc
۱۲	Linked Acc
۱۲	Contacts
۱۲	Language
۱۲	Push Notification
۱۳	Celluar Data Use
۱۳	Comments
۱۳	Upload Quality
۱۳	Save Original Photo And Video
۱۳	Add Account
۱۳	تغییر اطلاعات پروفایل (عکس، آیدی، ایمیل و...)
۱۴	بخش پنجم: آموزش پست کردن عکس، آلبوم عکس و ویدیو
۱۶	اشتراک در سوشال مدیا:



- ۱۶..... بستن کامنت‌ها:
- ۱۶..... آگاه شدن از پست‌های جدید یک پیج
- ۱۷..... **بخش ششم: حذف یا ویرایش پست‌ها بعد از ارسال**
- ۱۷..... آموزش بستن کامنت‌ها یا سانسور آن‌ها
- ۱۹..... **بخش هفتم: هشتگ چیست؟ فواید و کاربرد آن**
- ۲۰..... فالو کردن هشتگ
- ۲۱..... پیدا کردن موضوعات و بحث‌های مورد نظر به کمک هشتگ
- ۲۲..... **بخش هشتم: تگ و منشن چیست؟ آموزش تگ و منشن کردن افراد**
- ۲۴..... **بخش نهم: آموزش ارسال پیام خصوصی توسط (Direct)**
- ۲۵..... **بخش دهم: معرفی استوری (Stories) و آموزش استفاده از آن**
- ۲۶..... آموزش ارسال استوری برای دیگران
- ۲۶..... تفاوت‌های بین پست عادی و استوری
- ۲۷..... هایلايت کردن استوری (تمدید همیشگی)
- ۲۸..... **بخش یازدهم: آموزش پخش لایو ویدیو (پخش زنده ویدیو)**
- ۲۹..... آموزش پخش مجدد ویدیوی زنده برای ۲۴ ساعت
- ۲۹..... جویین شدن به لایو دیگران
- ۳۰..... ارسال لایو به دیگران
- ۳۱..... **بخش دوازدهم: آموزش کپی کردن متن یک پست یا کامنت**
- ۳۲..... **بخش سیزدهم: افکت‌های واقعیت افزوده در استوری**
- ۳۳..... **بخش چهاردهم: جمع‌آوری پست‌های محبوب در یک آرشیو شخصی**
- ۳۵..... **بخش پانزدهم: تبدیل اکانت عادی به اکانت تجاری و فواید آن**
- ۳۵..... تفاوت اول:
- ۳۵..... تفاوت دوم:
- ۳۶..... **بخش شانزدهم: بلاک و ریپورت کردن کاربران مزاحم**
- ۳۶..... آیا بلاک شده‌اید؟
- ۳۷..... **بخش هفدهم:ترفندهای افزایش فالوور**
- ۳۷..... الف) روش اول: رایگان ولی نیازمند وقت و زمان زیاد و حوصله:
- ۳۷..... ۱- برای افزایش فالوور اینستاگرام در پست هایتان از هشتک استفاده کنید.
- ۳۷..... ۲- برای افزایش فالوورها در ایتستاگرام پست دیگران را لایک -Like کنید.



- ۳- در زیر پست دیگران کامنت -Comment- بگذارید. ۳۷
- ۴- دیگران را فالو کنید. ۳۷
- ۵- لینک بیوگرافی خود را تغییر دهید! ۳۸
- ۶- به طور منظم پست ارسال کنید. ۳۸
- ۷- برای خود یک استراتژی اینستاگرامی تعریف کنید. ۳۸
- ۸- پیوسته و در زمان مناسب پست بگذارید. ۳۹
- ۹- عکس‌های باکیفیت و جذاب منتشر کنید. ۴۰
- ۱۰- از استوری اینستاگرام استفاده کنید. ۴۱
- ۱۱- کپشن‌های جذاب بنویسید. ۴۱
- مختصر و مفید بنویسید: ۴۱
- کاربردی بودن را فراموش نکنید: ۴۱
- خلاق و شوخ طبع باشید: ۴۱
- سوال پرسید: ۴۱
- قصه بگویید: ۴۱
- اصول پلتفرم را رعایت کنید: ۴۱
- ۱۲- از هشتگ استفاده کنید. ۴۲
- ۱۳- به شیوه‌های مختلف با کاربران تعامل داشته باشید. ۴۲
- سوال پرسید: ۴۲
- فراخوان عمل ((Call to Action)): ۴۲
- پست کاربران را به اشتراک بگذارید: ۴۲
- اجتماعی باشید: ۴۳
- به Explore Tab اینستاگرام راه پیدا کنید: ۴۳
- ب) روش دوم پولی ، خرید افزایش فالوور اینستاگرام: ۴۳
- روش‌های غیر رایگان افزایش فالوور: ۴۳
- نتیجه گیری: ۴۴



بخش اول: آشنایی کلی با اینستاگرام

اینستاگرام چیست؟

اینستاگرام در واقع اپلیکیشنی است بر روی گوشیهای اسمارت ، ابتدا بر روی آیفون و آی پد پیاده شد و از چندی قبل ، قابل دانلود بر روی گوشیهای اندرویدی هم شد.

شبیه ترین سایت به اینستاگرام از لحاظ نحوه عملیات تویتر می باشد ، با این تفاوت که در تویتر شما متن و لینک به اشتراک می گذارید اما در اینستاگرام شما عکسی را با توضیح و یا بدون توضیح به اشتراک می گذارید. همانند تویتر یک عده شما را فالو می کنند (شما را دنبال می کنند) و یا شما آنها را دنبال می کنید برای همدیگر کامنت می گذارید و یا لایک می کنید.

اینستاگرام در سالهای اخیر رشد فوق العاده ای در جذب کاربران به خود داشته و توانسته است در کشورهای بسیاری از جمله ایران، به محبوب ترین شبکه ی اجتماعی تبدیل شود.

مزیت اینستاگرام به دیگر شبکه های اجتماعی چیست؟

اصلی ترین ویژگی شبکه های اجتماعی مجازی مربوط به قابلیت آن ها در ایجاد تعامل مابین کاربران است. اینستاگرام در این راستا سبکی منحصر به فرد را ایجاد کرده و به نوعی از طریق عکس و ویدیو مابین کاربران تعامل اصلی را ایجاد می کند. هر کاربر در اینستاگرام قادر به ارسال ویدیو و عکس خواهد بود سایر کاربران این ویدیوها و عکس های ارسالی را مشاهده و در صورت تمایل آن ها را لایک کرده و یا به ثبت کاملاً در زیر آن ها می پردازند.

آیا برای مشاهده اینستاگرام نیاز است که در آن عضو باشم؟

برای مشاهده مطالبی که کاربران به صورت عمومی منتشر می کنند، نیاز به عضویت در اینستاگرام نیست. اما برخی از کاربران اینستا، مطالب خود را به صورت خصوصی منتشر می کنند و دسترسی به آنها تنها با عضویت در سایت و دنبال کردن آن کاربر میسر است. البته در صورتی که او با درخواست تقاضای دنبال کردنتان موافق باشد. اما شناسه های مربوط به خبرگزاری ها، سازمان ها، شرکت ها و افراد مشهور و بسیاری دیگر از منابع خبری، معمولاً عمومی هستند و شما می توانید بدون عضویت در این سایت هم به محتوای منتشر شده دسترسی داشته باشید. اما با این حال برای استفاده بهتر از این سایت و دنبال کردن دائمی یک شناسه مشخص، بهتر است که در این سایت عضو شوید.



بخش دوم: آموزش ثبت نام در برنامه

English (United Kingdom) ▾

Instagram

Phone number, email or username

Password

Log In

Forgot your login details? Get help signing in.

OR

Log in with Facebook

PHONE EMAIL

app@zoomit.ir

Next

Don't have an account? Sign up.

Already have an account? Log in.

ثبت نام در اینستاگرام یکی از راحت‌ترین عضویت‌های موجود در اپلیکیشن‌های اجتماعی است. در همان ورود اول، از شما خواسته می‌شود که اطلاعات اکانت خود را برای ورود به اکانت وارد کنید. اگر این اولین مراجعه‌ی شما است، می‌توانید با لمس گزینه‌ی **Sign Up** و سپس **Signup with email or phone number** وارد صفحه‌ی ساخت اکانت شوید تا با وارد کردن ایمیل یا شماره تلفن خود، در برنامه ثبت نام کنید. اگر از روش ایمیل استفاده کنید **T** می‌توانید بدون تأیید لینک فعال‌سازی، وارد اینستاگرام شوید. اما اگر شماره تلفن را وارد کنید ابتدا باید کد تأیید را که به شما پیامک شده است در برنامه وارد کنید تا به مرحله‌ی بعد بروید.



در مرحله‌ی بعدی از شما خواسته می‌شود تا نام کامل خود (دلخواه) و یک رمز عبور برای اکانت انتخاب کنید. بعد از تکمیل این بخش و لمس گزینه‌ی **Next**، به مرحله‌ی اصلی یعنی تعیین نام کاربری یا آی‌دی خواهیم رسید. آی‌دی مورد نظرتان را وارد کنید و بعد از تأیید آزاد بودن آن، به مرحله‌ی بعدی بروید.

در این بخش از شما خواسته می‌شود تا برای پیدا کردن دوستان احتمالی، اکانت خود را به اکانت فیسبوک متصل کنید. اگر به هر دلیلی تمایلی به انجام اینکار ندارید گزینه‌ی **Skip** را انتخاب کنید تا به مرحله‌ی آخر ثبت نام وارد شوید.

در این بخش اینستاگرام مخاطبان شما را اسکن می‌کند و هر شخصی که اکانت اینستاگرام داشته باشد (با این شرط که شماره تلفن خود را در اکانت ثبت کرده باشد) به شما معرفی می‌کند تا در صورت تمایل او را فالو کنید. پیشنهادهای خود اینستاگرام نیز در تب جداگانه‌ای به شما نمایش داده می‌شوند تا با مرور محبوب‌ترین پیج‌های این شبکه، موارد دلخواه را فالو کنید.

کار تمام است. اکنون وارد محیط اینستاگرام شده‌اید. برای انتخاب عکس پروفایل نیز کافی است به پروفایل خود مراجعه کنید و با لمس طولانی روی عکس خام فعلی، یا مراجعه به بخش **Edit Your Profile** عکس مورد نظرتان را انتخاب و آپلود کنید.

استفاده از چند اکانت به‌طور همزمان

شاید بتوان گفت محبوب‌ترین ویژگی جدیدی که در سال‌های اخیر به اینستاگرام اضافه شده است امکان استفاده‌ی همزمان از چند اکانت اینستاگرام است. اگر در حال استفاده از نسخه‌های جدید اینستاگرام باشید، در انتهای منوی تنظیمات اینستاگرام گزینه‌ای تحت عنوان **Add Account** مشاهده خواهید کرد که می‌توانید با استفاده از آن، اکانت‌های دیگر خود را (تا سقف ۵ اکانت) به اینستاگرام اضافه کنید و بدون نیاز به نصب نسخه‌های جداگانه، بین اکانت‌های خود جابه‌جا شوید.



بخش سوم: معرفی چهار بخش اصلی برنامه

در نوار ابزاری که در پایین صفحه قرار دارد ۵ گزینه وجود دارد که به جز گزینه میانی که مربوط به ارسال پست جدید است و در ادامه آن را معرفی می‌کنیم، ۴ گزینه دیگر به ۴ بخش اصلی اینستاگرام اختصاص دارند.

گزینه‌ی اول (آیکون خانه) مربوط به بخش اصلی برنامه یا به اصطلاح Feed-ها است. این بخش مانند Home Page فیسبوک عمل می‌کند و پست‌های ارسال‌شده توسط اشخاصی که آن‌ها را فالو کرده‌اید به صورت یکجا در این بخش به نمایش گذاشته می‌شوند. این بخش در ابتدا پست‌ها را به ترتیب زمان انتشار نمایش می‌داد که متأسفانه در اقدامی عجیب از سوی مسئولین اینستاگرام و با وجود مخالفت‌های اکثر کاربران این شبکه، ترتیب نمایش پست‌ها کاملاً به هم ریخت و هم اکنون پست‌ها به صورت به هم ریخته و شانسی نمایش داده می‌شوند. البته خود اینستاگرام اعلام کرده است که ترتیب پست‌ها را طوری نمایش می‌دهد که پست‌هایی که برای شما مهم‌تر است در بخش بالاتر نمایش داده شود؛ اما در عمل شاهد چنین موضوعی نیستید و پست‌ها به صورت کاملاً Random نمایش داده می‌شوند.

گزینه‌ی دوم (آیکون ذره بین) بخش جستجوی اینستاگرام است که در آن به موارد مهم و بااهمیتی دسترسی خواهید داشت.

اولین بخش که در بالای صفحه قرار گرفته، مربوط به بخش جستجو است. در این قسمت با چهار تب متفاوت (Top, People, Tags و Places) روبه‌رو خواهید شد. اگر کلمه مورد نظر شما در بخش اکانت‌ها (People) جستجو شود، صفحه‌های مربوط به آن و اگر همین کلمه در بخش هشتگ‌ها (Tags) جستجو شود نیز تمامی عکس‌های مرتبط با موضوع جستجو شده، برای شما به نمایش در خواهد آمد. بخش Top نیز ترکیبی از آی‌دی‌ها، هشتگ‌ها و مکان‌ها است و زمانی که کلمه‌ای را در کادر جستجو وارد می‌کنید می‌توانید در تب Top تمامی موارد مهم را اعم از هشتگ و... مشاهده کنید

دومین بخش مربوط به یک نوار باریک است که در آن می‌توانید لایو ویدیوها و استوری‌های محبوب و منتخب را مشاهده کنید تا در صورت تمایل آن‌ها را تماشا کنید. اگر با مفهوم لایو ویدیو یا استوری آشنایی ندارید در ادامه آن‌ها را توضیح خواهیم داد.

بخش سوم نیز مربوط است به عکس‌ها و ویدیوهایی که به صورت اتفاقی از حساب‌های مختلف اینستاگرام (که فالو نکرده‌اید) به شما نمایش داده می‌شوند. این انتخاب‌ها بر اساس علایق شما صورت می‌گیرد، به این معنا که اینستاگرام با آنالیز افرادی که فالو کرده‌اید و تصاویری که لایک می‌کنید، عکس‌ها و ویدیوهایی که احتمالاً برای شما جالب است، در این بخش برای شما نمایش می‌دهد.

گزینه‌ی سوم (آیکون قلب) بخش مدیریت اعلان‌ها است. این بخش شامل دو برگه جداگانه با عنوان You و Following است. در بخش You اگر کسی برای شما درخواست دوستی بفرستد، عکس شما را لایک کند یا برایتان کامنت بگذارد به شما اطلاع‌رسانی

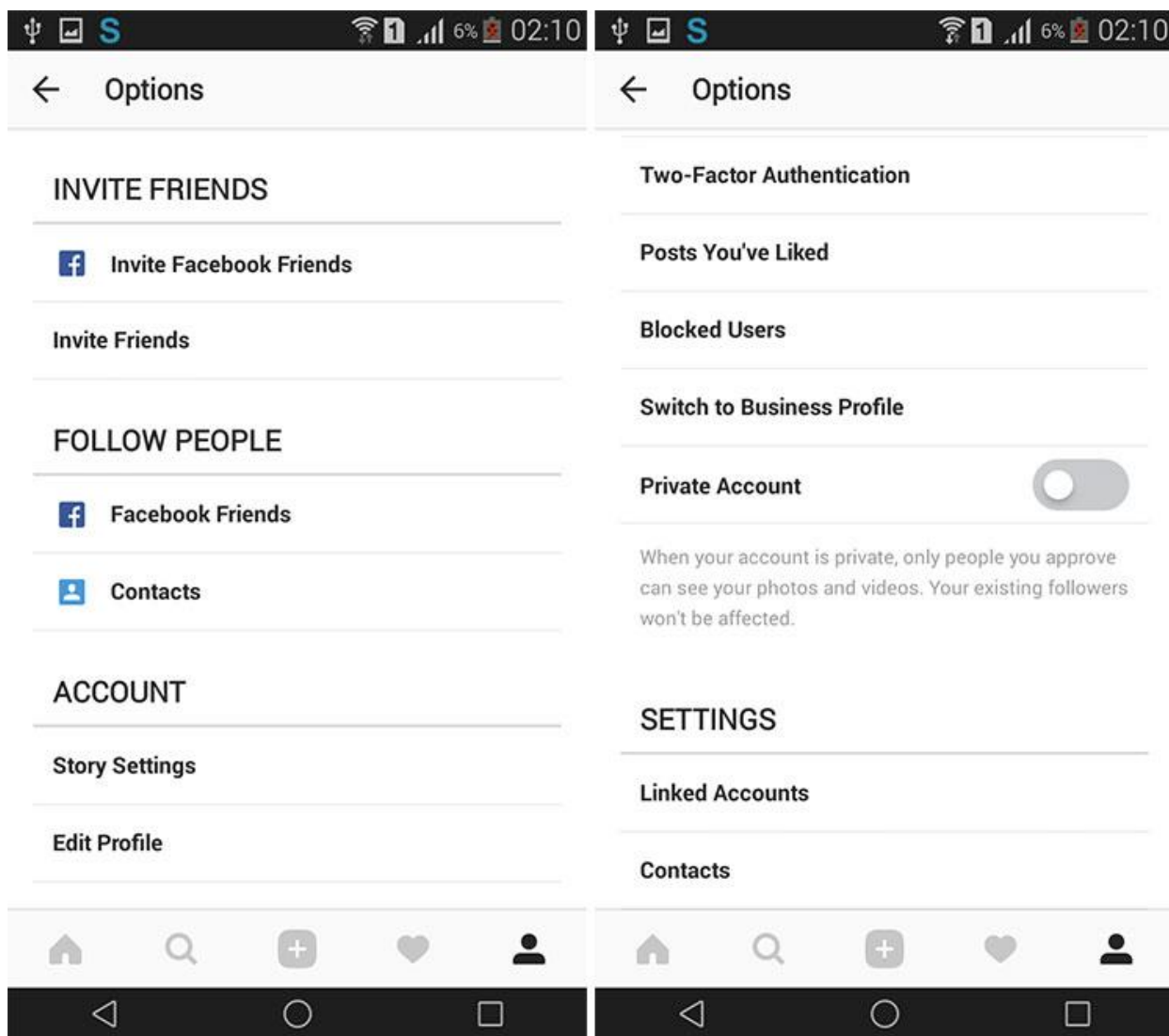


خواهد شد. در تب دوم نیز می‌توانید اطلاعات مختصری از افرادی که آن‌ها را فالو کرده‌اید پیدا کنید. برای مثال می‌توانید متوجه شوید که دوستان چه عکس‌هایی را لایک یا به تازگی چه صفحه‌ای را فالو کرده است.

گزینه چهارم (آیکون آدمک) نیز پروفایل شخصی شما است. در این بخش تمامی عکس‌ها و ویدیوهایی که ارسال کرده‌اید وجود دارند و می‌توانید به تغییر اطلاعات اکانت خود بپردازید.



بخش چهارم: معرفی منوی تنظیمات و کارکرد هر گزینه



زمانی که در صفحه پروفایل خود قرار دارید، می‌توانید با لمس گزینه «سه نقطه» در بالای صفحه، به تنظیمات اینستاگرام دسترسی پیدا کنید. در این منو چندین گزینه وجود دارد که در ادامه به معرفی جزئی آن‌ها خواهیم پرداخت.

:Invite Facebook Friends

توسط این گزینه می‌توانید با متصل کردن اکانت فیسبوک خود به اینستاگرام، اکانت خود را به دوستانتان معرفی کنید و از آن‌ها بخواهید که شما را پیدا و فالو کنند.

:Invite Friends

این گزینه نیز همان امر دعوت را با روش‌های دیگر همچون ایمیل یا اشتراک‌گذاری از طریق باقی اپلیکیشن‌ها در اختیار تان قرار می‌دهد.



: Facebook Friends

توسط این گزینه می‌توانید بعد از اتصال اکانت اینستاگرام شما به اکانت فیسبوک، دوستان فیسبوکی خود را که در اینستاگرام هم حضور دارند پیدا و در صورت تمایل فالو کنید.

:Contacts

این گزینه شماره تلفن‌های موجود در گوشی شما را اسکن می‌کند و افرادی را که عضو اینستاگرام باشند به شما نمایش می‌دهد. البته شرط این موضوع این است که دوستان شما شماره تلفنشان را در اکانت اینستاگرام ثبت کرده باشند در غیر این صورت حتی اگر عضو اینستاگرام باشند در این بخش نمایش داده نمی‌شوند.

:Story Setting

این بخش مربوط به تنظیمات استوری است که در آن می‌توانید مشخص کنید چه افرادی (همه یا فقط کسانی که فالو کرده اید) قادر به ارسال نظر درباره استوری‌های شما باشند. اگر دوست دارید شخص یا اشخاص بخصوصی قادر به تماشای استوری‌های شما نباشند نیز می‌توانید در همین صفحه آن‌ها را مشخص کنید. عمر استوری‌ها ۲۴ ساعت است و بعد از آن به‌طور خودکار حذف می‌شوند؛ بنابراین اگر می‌خواهید عکس یا ویدیویی که در استوری آپلود می‌کنید در گوشی نیز ذخیره شود، می‌توانید گزینه‌ی Save Sahred Photos را در بخش انتهایی این صفحه روشن کنید.

:Edit Profile

توسط این گزینه که در همان صفحه‌ی اصلی پروفایل نیز در دسترس قرار دارد می‌توانید اطلاعات اکانت خود را تغییر دهید. نام، آی‌دی، بیوگرافی، عکس پروفایل، لینک سایت، ایمیل، شماره تلفن و... از مواردی هستند که در این بخش می‌توانید آن‌ها را ویرایش کنید.

:Two-Factor Authentication

توسط این امکان می‌توانید ورود دو مرحله‌ای را برای اکانت خود فعال کنید. بعد از فعال‌سازی، از این پس هنگام ورود به اکانت علاوه بر رمز ورود، یک کد فعال‌سازی نیز (که به شماره شما پیامک می‌شود) مورد نیاز خواهد بود.

:Post You've liked

در این بخش تمامی عکس‌ها یا ویدیوهایی در طول استفاده‌ی خود از اینستاگرام لایک کرده‌اید جمع‌آوری خواهند شد تا بتوانید در آینده به آن‌ها دسترسی داشته باشید.

:Blocked User

کاربرانی که بنا به هر دلیلی بلاک کرده‌اید در این بخش لیست خواهند شد تا در آینده و در صورت نیاز بتوانید آن‌ها را آن‌بلاک کنید.



:Switch To Business Profile

از این گزینه می‌توانید برای تبدیل اکانت خود به اکانت تجاری استفاده کنید. مشاهده‌ی آمار دقیق از بازدید پست‌ها، ساعات شلوغی پیج، اضافه کردن گزینه‌ی تماس یا آدرس و... از مواردی هستند که با تبدیل پیج عادی به پیج تجاری به اکانت شما اضافه خواهند شد.

:Private Acc

این گزینه حالت خصوصی را برای اکانت شما فعال می‌کند. در حالت عادی تمامی پست‌ها و ویدیوهایی که در اینستاگرام آپلود می‌کنید و حتی لیست افرادی که فالو کرده‌اید برای تمام کاربران قابل نمایش هستند و همچنین هر شخصی می‌تواند به‌طور آزادانه شما را فالو کند. اما با خصوصی کردن اکانت خود، هر شخص برای آنکه شما را فالو کند نیاز به تأیید شما دارد و تا قبل از آن نیز قادر به مشاهده‌ی پست‌هایی که در پیج دارید نخواهد بود.

:Linked Acc

این گزینه نیز برای متصل کردن اکانت فیسبوک، توئیتر و... به اینستاگرام به کار می‌رود که علاوه بر مزیت آن در بازیابی رمز عبور، می‌توان با استفاده از آن پست‌های ارسال شده را نیز بین اکانت‌ها همگام‌سازی کرد.

:Contacts

این گزینه شماره تلفن‌های موجود در گوشی شما را اسکن می‌کند و افرادی را که عضو اینستاگرام باشند به شما نمایش می‌دهد. البته شرط این موضوع این است که دوستان شما شماره تلفنشان را در اکانت اینستاگرام ثبت کرده باشند در غیر این صورت حتی اگر عضو اینستاگرام باشند در این بخش نمایش داده نمی‌شوند.

:Language

زبان برنامه در این بخش قابل تغییر است که البته زبان فارسی جزوی از آن نیست.

:Push Notification

اگر کسی عکس یا کامنت شما را لایک کند، برای شما کامنت بگذارد، شما را فالو کند، لایو ویدیو اجرا کنید و... اینستاگرام برای شما یک نوتیفیکیشن ارسال می‌کند تا شما را از آن باخبر کند. در این بخش می‌توانید به‌صورت تفکیک شده روی این موارد کنترل داشته باشید و مواردی که تمایلی به آن ندارید خاموش کنید. برای مثال بسیار مهم است که از کامنت‌ها یا دایرکت‌هایی که برایمان ارسال می‌شود باخبر شویم، اما دانستن آنکه چه کسانی ما را فالو کردند یا تصاویرمان را لایک کرده‌اند اهمیت چندانی ندارد و می‌توان اطلاع‌رسانی آن‌ها را خاموش کرد.



:Celluar Data Use

در این بخش می‌توانید در صورت تمایل حجم مصرفی اینستاگرام را مقدار کمی کاهش دهید. استفاده از این موضوع تجربه‌ی استفاده از اینستاگرام را کمی ناخوشایند می‌کند و ممکن است زمان بیشتر برای بارگذاری و حتی کیفیت کمتری در عکس‌های لود شده شاهد باشید.

:Comments

خوشبختانه اینستاگرام امکان بستن کامل کامنت‌ها را برای پست‌های اینستاگرام مهیا کرده است که در ادامه به آموزش آن خواهیم پرداخت. اما اگر دوست ندارید که کامنت‌ها را به‌طور کامل ببندید، می‌توانید از امکان سانسور کامنت‌ها استفاده کنید. در این بخش می‌توانید کلمات خاصی را مشخص کنید تا اگر کامنتی حاوی آن کلمات بود به‌طور خودکار سانسور شود و برای شما و کاربران دیگر نمایش داده نشود. برای مثال با وارد کردن برخی کلمات رکیک، نژادپرستانه، سیاسی و... می‌توانید فضای پاک‌تر و آرام‌تری در کامنت‌های خود داشته باشید.

:Upload Quality

این گزینه مربوط به کیفیت پست‌هایی است که آپلود می‌کنید اما بهتر است آن را دست نخورده باقی بگذارید.

:Save Original Photo And Video

اگر می‌خواهید یک عکس یا ویدیو را به‌صورت زنده و توسط دوربین داخلی اینستاگرام ثبت و آپلود کنید، می‌توانید با روشن گذاشتن این ۲ گزینه، اینستاگرام را طوری تنظیم کنید که بعد از ارسال، یک نسخه از آن‌ها را نیز در گالری گوشی شما ذخیره کند. اگر این ۲ گزینه خاموش باشند، پست‌هایی که از طریق دوربین داخلی اینستاگرام ثبت می‌کنید (نسخه خام) در گوشی ذخیره نخواهند شد.

:Add Account

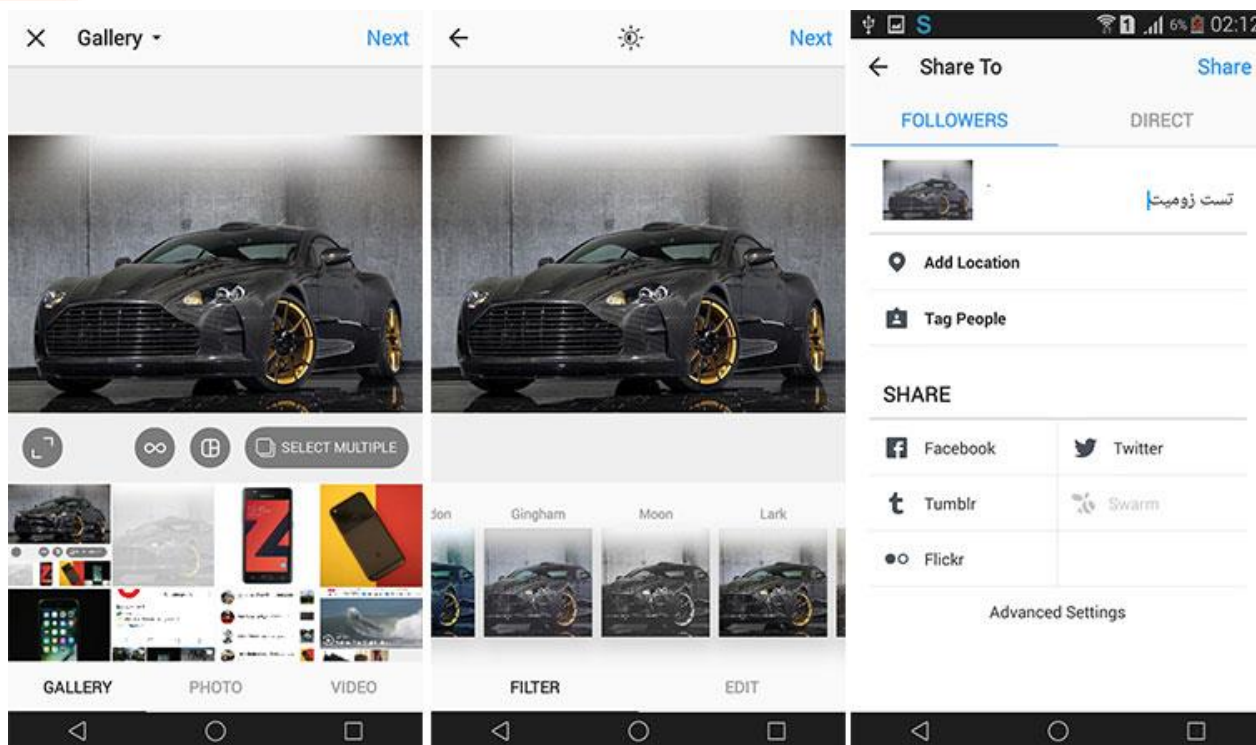
توسط این گزینه می‌توانید در صورتی که بیش از یک اکانت اینستاگرام دارید، آن‌ها را نیز در برنامه وارد کنید و به تفکیک به مطالب هر کدام دسترسی داشته باشید.

تغییر اطلاعات پروفایل (عکس، آی‌دی، ایمیل و...)

در نوار ابزار پایین اینستاگرام، با ورود به گزینه‌ی چهارم (آیکون آدمک) و کلیک روی گزینه‌ی Edit Profile، اطلاعات شما نمایش داده می‌شوند و می‌توانید به ویرایش هر کدام که مایل بودید بپردازید. نام، آی‌دی، بیوگرافی، عکس پروفایل، لینک سایت، ایمیل، شماره تلفن و ... از مواردی هستند که در این بخش می‌توانید آن‌ها را ویرایش کنید.



بخش پنجم: آموزش پست کردن عکس، آلبوم عکس و ویدیو



همانطور که در ابتدا گفته شد، اینستاگرام در نوار ابزار خود که در پایین صفحه قرار دارد ۵ گزینه را در بر گرفته است که ۴ مورد آن‌ها در بالا توضیح داده شدند. گزینه پنجم و میانی مربوط به ارسال پست جدید است. پست جدید شما می‌توانید یک عکس، یک ویدیو یا یک آلبوم عکس (۱۰ تایی) باشد.

برای ارسال پست جدید روی آیکون میانی "+" لمس کنید تا با صفحه‌ی ارسال پست مواجه شوید. در این بخش مستقیماً به گالری گوشی متصل خواهید شد که تمام عکس‌ها و ویدیوهای موجود در گوشی را به ترتیب تاریخ، به شما نمایش می‌دهد. عکس یا ویدیوی مورد نظر خود را در این لیست پیدا کنید و روی آن لمس کنید. پیش نمایش عکس شما در بالای صفحه به نمایش در خواهد آمد. در این بخش با لمس گزینه‌ی "< >" که در گوشه‌ی چپ تصویر قرار دارد می‌توانید قاب عکس را از حالت مربع، به حالت واید (عریض) تبدیل کنید. بعد از مشخص کردن این مورد، روی گزینه‌ی Next کلیک کنید تا وارد مرحله بعدی شوید.

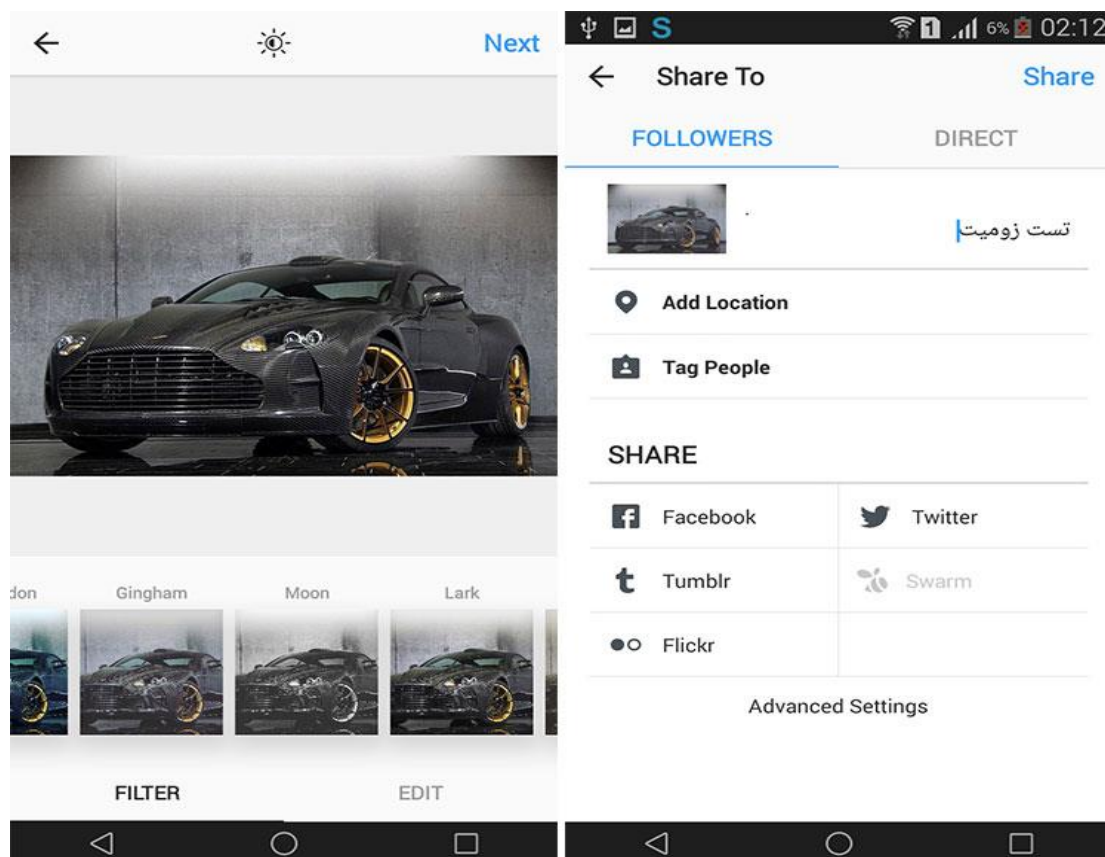
توجه ۱: در صورتی که قصد ارسال عکس یا ویدیو به صورت زنده و از طریق دوربین داخلی اینستاگرام دارید، کافی است در نوار ابزار پایین صفحه، گزینه‌ی Photo یا Video را انتخاب کنید تا دوربین گوشی اجرا شود. عکس یا ویدیوی خود را ثبت کنید و روی Next لمس کنید تا وارد مرحله‌ی بعد شوید.

توجه ۲: در صورتی که قصد ارسال آلبوم عکس دارید، باید در همین صفحه گزینه‌ی SELECT MULTIPLE را (سمت راست) انتخاب کنید و سپس از ۲ تا ۱۰ عکس یا ویدیو را در لیست عکس‌های پایین انتخاب کنید. بعد از اتمام انتخاب، روی گزینه‌ی



Next لمس کنید تا بعد از تنظیم ترتیب قرارگیری آن‌ها، وارد مرحله‌ی بعد شوید. در بروزرسانی جدید اینستاگرام امکان ارسال آلبوم عکس در سایز آزاد نیز اضافه شده است. کافی است قبل هنگام انتخاب عکس اول، سایز مربع، پرتره یا عریض را برای آن انتخاب کنید تا سایز عکس‌های بعدی نیز به همان شکل انتخاب شود.

با لمس گزینه‌ی **Next**، وارد مرحله‌ی افکت گذاری خواهید شد. در این صفحه ده‌ها افکت جذاب و چشم نواز (پایین صفحه) و یک آیکون خورشید برای تغییر روشنایی عکس (بالای صفحه) وجود دارند که می‌توانید روی عکس یا ویدیوی خود اعمال کنید.



اگر می‌خواهید عکس خود را به صورت خام و بدون هیچ تغییری آپلود کنید کافی است بدون دست زدن به هیچ گزینه‌ای، روی **Next** لمس کنید تا به مرحله‌ی آخر "ارسال پست" وارد می‌شوید.

وارد کردن توضیحات: در این بخش باید توضیحات متنی یا هشتگ‌هایی را که مد نظر دارید بنویسید. برای آنکه متن شما راست چین باشد ابتدا یک نقطه را تایپ کنید و **Enter** بزنید (به خط بعد بروید) و سپس شروع به نوشتن متن خود کنید.

لوکیشن و تگ کردن افراد: در پایین همین بخش نیز دو گزینه **Add Location** مشخص کردن لوکیشن عکس یا ویدیو و **Tag People** (تگ کردن کاربران) وجود دارد که در صورت لزوم می‌توانید از آن‌ها نیز استفاده کنید. تگ کردن کاربران به این معنا است که می‌توانید آیدی آن‌ها را روی عکس سنجاق کنید. برای مثال اگر عکسی از خود و دوستان منتشر می‌کنید، می‌توانید



با تگ کردن آی‌دی او روی عکس، بازدیدکنندگان را در پیدا کردن پیج او یاری کنید. در ادامه توضیحات بیشتری درباره تگ کردن کاربران خواهیم داد.

اشتراک در سوشال مدیا:

اگر اکانت‌های دیگر خود همچون فیسبوک، توییتر و... را به اکانت اینستاگرام خود لینک کرده باشید می‌توانید در این بخش و با انتخاب آن‌ها، پست ارسالی را به صورت خودکار در اکانت‌های فیسبوک یا دیگر خود نیز منتشر کنید.

بستن کامنت‌ها:

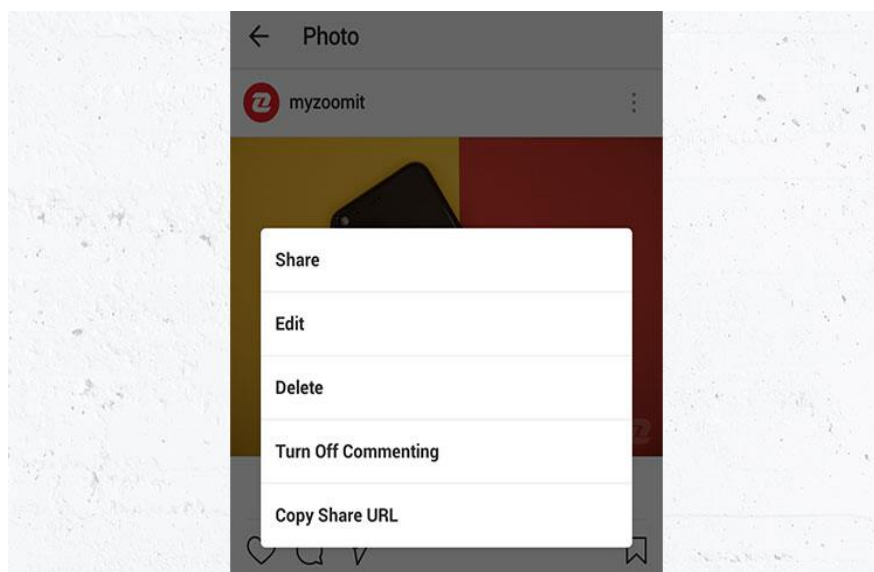
در انتهای صفحه نیز گزینه‌ای تحت عنوان **Advanced Settings** قرار دارد که با انتخاب آن می‌توانید امکان کامنت را به طور کامل برای آن پست ببندید.

آگاه شدن از پست‌های جدید یک پیج

در حالت عادی هیچ اطلاع‌رسانی خاصی برای پست‌های جدید افرادی که فالو کرده‌اید صورت نمی‌گیرد و تنها با مراجعه به بخش فیدها یا پروفایل آن شخص، قادر به مشاهده پست‌های جدید خواهید بود. اما با قابلیت **Turn Notification ON** می‌توانید افراد یا پیج‌هایی را که برای شما مهم هستند مشخص کنید تا در هر زمانی از روز که پست جدیدی از این افراد منتشر شد، توسط یک نوتیفیکیشن باخبر شوید و بتوانید به سرعت آن را مشاهده کنید. برای این امر کافی است به پروفایل افراد مراجعه کنید و بعد از لمس گزینه سه نقطه، روی گزینه **Turn Notification ON** لمس کنید. نکته مهمی که در رابطه با این ویژگی وجود دارد این است که برای مشاهده این گزینه، شما "باید" آن شخص را فالو کرده باشید در غیر این صورت چنین گزینه‌ای در پروفایل او مشاهده نخواهید کرد.



بخش ششم: حذف یا ویرایش پست‌ها بعد از ارسال



شما می‌توانید بعد از ارسال پست با لمس گزینه‌ی سه‌نقطه در بالای هر عکس و انتخاب گزینه‌ی **Edit**، به ویرایش آن بپردازید. برای حذف نیز کافی است در همین بخش، روی گزینه‌ی **Delete** لمس کنید. همچنین بستن یا باز کردن امکان کامنت در همین بخش وجود دارد و می‌توانید آن را برای هر پست و در هر زمانی که خواستید تغییر دهید.

آموزش بستن کامنت‌ها یا سانسور آن‌ها

یکی از پرحاشیه‌ترین موضوعاتی که در رابطه با اینستاگرام مطرح می‌شود مربوط به بخش کامنت‌های آن است که متأسفانه بخش قابل توجهی از کاربران درک چندان درستی از آن ندارند و بارها شاهد توهین‌ها و موارد نه چندان مناسبی مانند هجوم به پیج‌های مختلف بوده‌ایم. این روزها حتی اگر به پای صحبت‌های هنرمندان داخلی بنشینید بارها از توهین‌ها و انرژی‌های منفی که توسط برخی کاربران روانه‌ی آن‌ها شده است، خواهید شنید. امری که بسیاری از این افراد را وادار به بستن پیج و خداحافظی از اینستاگرام کرده است. خوشبختانه اینستاگرام در به‌روزرسانی‌های خود ابتدا امکان سانسور کامنت و بعد از آن نیز امکان بستن کامل بخش کامنت‌ها را ارائه کرد تا کاربران در صورت لزوم، بتوانند آن را برای پیج خود غیرفعال کنند. البته امکان سانسور کامنت چندان مورد توجه کاربران قرار نگرفته است، با این حال در ادامه روش فعال کردن آن را نیز آموزش خواهیم داد:

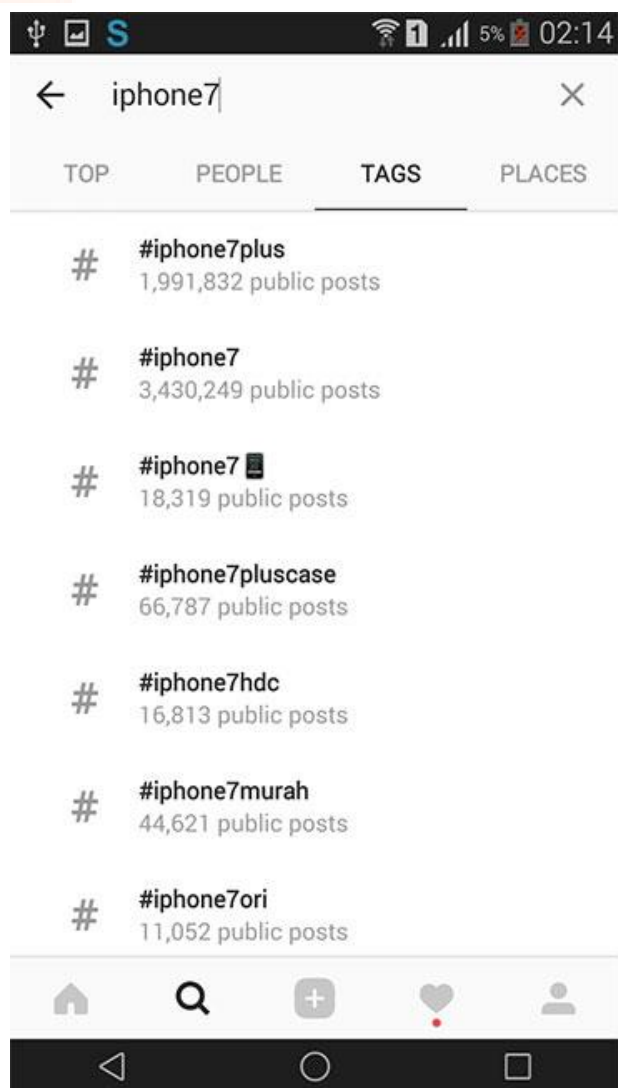
سانسور کردن کامنت‌ها: این ویژگی به شما قابلیت فیلتر کردن خودکار کامنت‌هایی را که حاوی کلمات توهین آمیز، منفی یا... هستند خواهد داد. برای مثال با مشخص کردن کلمه‌ی "زشت" از این پس کامنت‌هایی که شامل این لغت در متن خود باشند نه برای شما و نه برای دیگر بازدیدکنندگان پیج شما به نمایش در نخواهد آمد و تنها همان شخصی که آن را ارسال کرده است قادر به تماشا و خواندن آن خواهد بود. برای فعال‌سازی این ویژگی به تنظیمات اینستاگرام و سپس گزینه‌ی **Comment** مراجعه



کنید. در بخش Custom Keywords می‌توانید هر لغتی را که دوست دارید اعم از فارسی، انگلیسی یا حتی فینگلیش (متون فارسی نوشته شده با حروف انگلیسی) بنویسید و آن‌ها را با علامت کامای انگلیسی (,) از یکدیگر جدا کنید. از این پس هر کامنتی که یکی از این لغات را در خود داشته باشد نه برای شما و نه برای کاربران دیگری که وارد پیج شما شده‌اند نمایش داده نمی‌شود. بستن بخش کامنت‌ها: فعال‌سازی این امکان بسیار ساده است. برای این امر کافی است هنگام ارسال یک پست، زمانی که به بخش نوشتن توضیحات آن می‌رسید، گزینه‌ی Advanced Settings را لمس کنید و با روشن کردن گزینه‌ی موجود، قابلیت ارسال کامنت برای این پست را به‌طور کامل ببندید. با انجام این کار آیکون کامنت‌ها نیز از زیر پست مورد نظر حذف خواهد شد. اگر قصد بستن کامنت برای پستی که در حال حاضر منتشر شده است دارید نیز کافی است به آن پست مراجعه و با زدن منوی سه نقطه، در کنار مواردی همچون Edit یا Delete، گزینه‌ی Turn Off Commenting را انتخاب کنید تا امکان ارسال کامنت در پست مورد نظر غیر فعال شود. برای باز کردن مجدد کامنت‌ها نیز همین مراحل را تکرار کنید و این بار گزینه Turn ON Commentin را انتخاب کنید.



بخش هفتم: هشتگ چیست؟ فواید و کاربرد آن



در بخش قبل از هشتگ‌ها نام بردیم. موضوعی که به جرئت می‌توان آن را مهم‌ترین رکن شبکه‌های اجتماعی همچون توییتر و اینستاگرام دانست. در این بخش به شما خواهیم گفت که هشتگ چیست و چرا مهم است و چه کاربردهایی دارد.

ساده‌ترین مثالی که می‌توان برای تعریف هشتگ به کار برد، طبقه‌بندی یا Category است. همان‌طور که در سایت‌ها، پست‌ها دسته‌بندی خاصی دارند (بازی، نرم‌افزار و...) پست‌های اینستاگرام نیز می‌توانند به کمک هشتگ‌ها، موضوع خود را مشخص کنند و در جستجوها به آسانی پیدا شوند. این موضوع با کمک کاراکتر # انجام می‌شود، به این معنا که با قرار دادن این کاراکتر در ابتدای کلمات، می‌توان آن‌ها را به یک دسته‌بندی برای پست تبدیل کرد. برای مثال اگر می‌خواهید عکسی از کاور آهنگ فندک تب دار محسن چاوشی که برای سریال شهرزاد خوانده است منتشر کنید، می‌توانید در متن پست از این هشتگ‌هایی مانند زیر استفاده کنید.



(#leader.ir یا هشتگ فارسی #لیدر)

به کمک این دو کلمه، شما دو دسته‌بندی متفاوت برای عکس خود مشخص کرده‌اید. حال اگر کاربران دیگر در بخش جستجوی هشتگ‌ها، کلمه‌ی leader یا لیدر را وارد کنند عکس شما نیز در لیست بلندبالای نتایج خواهد آمد.

حال که با تعریف هشتگ‌ها آشنا شدیم بهتر است نگاهی به دلایل اهمیت آن نیز داشته باشیم. هشتگ‌ها از ارزش و کاربرد بسیار بالایی برخوردارند که می‌توان از میان دلایل آن به ۳ مورد زیر اشاره کرد:

دلیل اول آنکه شما با جستجوی کلمه‌ای مانند CAT در بخش حساب‌های کاربری، تنها صفحه‌هایی را خواهید یافت که صرفاً به گربه‌ها پرداخته و به نوعی از کلمه‌ی cat در نام کاربری خود استفاده کرده‌اند. در حالی که ممکن است میلیون‌ها عکس دیگر وجود داشته باشد که کاربران دیگر در صفحه‌ی شخصی خود قرار داده باشند. به کمک هشتگ‌ها آن عکس‌ها نیز از چشم شما دور نخواهند ماند.

دلیل دوم سرعت‌عمل بالای هشتگ‌ها است به‌طوری که در اکثر برنامه‌های تلویزیونی زنده شاهد استفاده از این موضوع هستیم. به کمک هشتگ‌ها، می‌توان به سرعت کلمه یا موضوعی را در بین تمام کاربران اینستاگرام جستجو کرد. یک موتور جستجو برای اینستاگرام را تصور کنید با این تفاوت که نتایج آن برخلاف گوگل که مدتی طول می‌کشد تا در موتور جستجو ثبت شوند، به‌صورت آنی و تنها ۱ ثانیه بعد از ارسال پستی با هشتگ مورد نظر، نمایش داده خواهد شد.

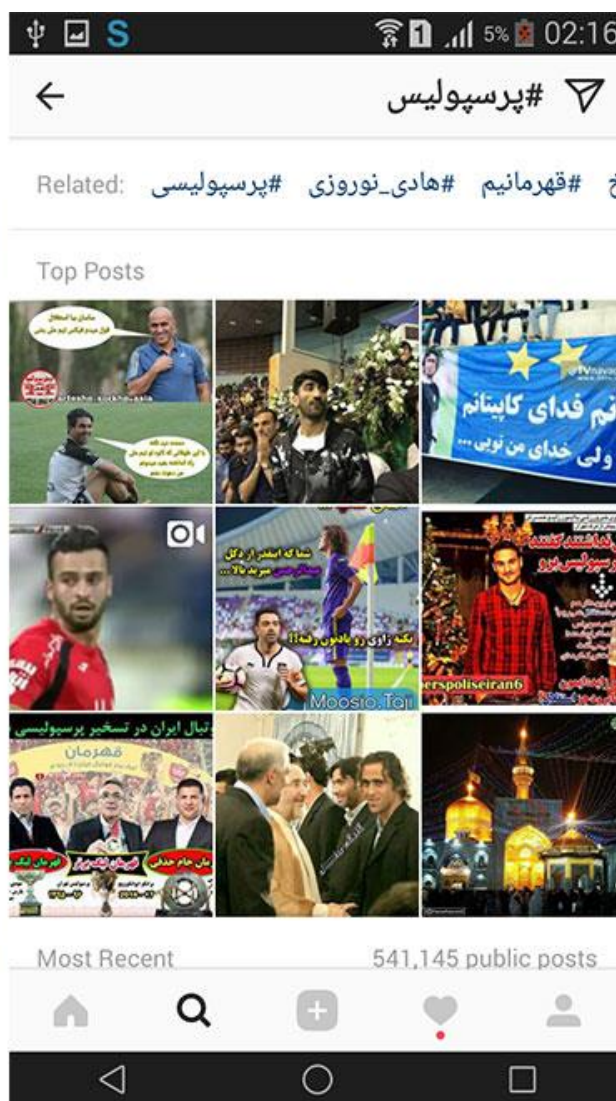
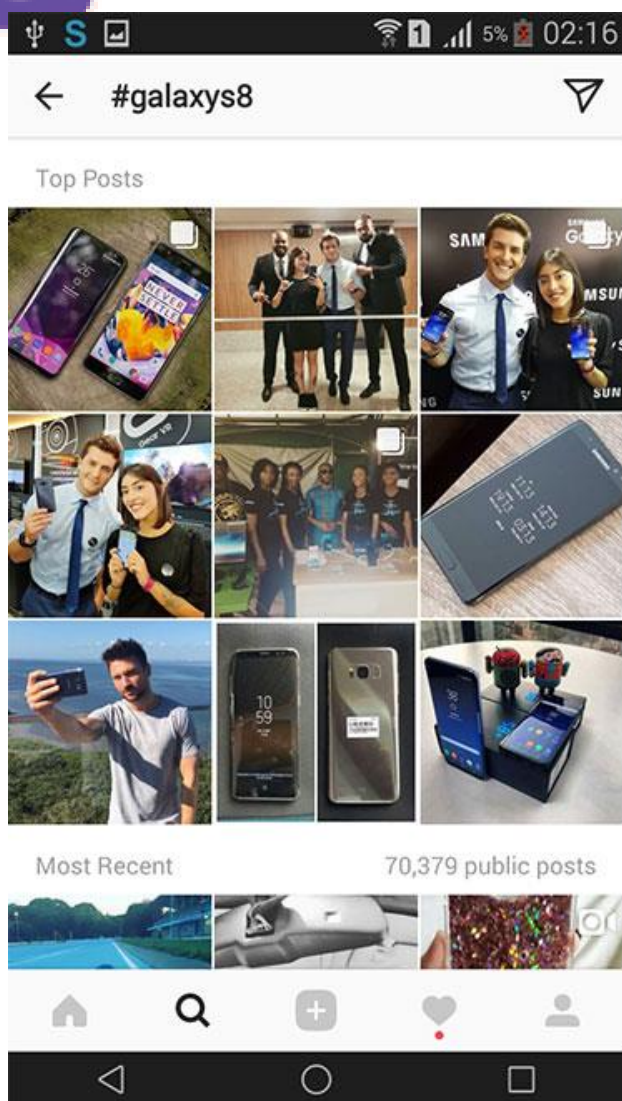
دلیل سوم قابلیت استفاده از هشتگ‌ها برای برگزاری کمپین‌های مختلف است. برای مثال اگر مسابقه‌ی عکاسی زومیت و مایکت را به خاطر داشته باشید، حتماً می‌دانید که به کمک یک هشتگ اختصاصی و خاص (#selfie4myket)، می‌توان مجموعه‌ای از عکس‌ها با محوریت‌های خاص را در مکانی عمومی جمع‌آوری کرد.

فالو کردن هشتگ

با ویژگی فالو کردن هشتگ، می‌توانید بدون نیاز به فالو کردن اکانت‌ها و افراد، تنها پست‌هایی که با هشتگ مورد نظر منتشر می‌شوند را در اختیار داشته باشید. برای مثال می‌توانید هشتگ #سامسونگ را فالو کنید تا هر پستی از هر اکانتی در اینستاگرام با این هشتگ را در صفحه فید خود مشاهده کنید. البته از آنجایی که سرعت ارسال پست‌ها در هشتگ‌های مختلف ثانیه‌ای است، اینستاگرام این ویژگی را فقط به Top Posts ها اختصاص داده تا صفحه فید شما صرفاً با هر پستی که شامل آن هشتگ بود بیش از حد شلوغ نشود. برای این کار کافی است به بخش جستجوی هشتگ‌ها بروید و هشتگ مورد نظر خود را جستجو کنید. با انجام این کار مانند همیشه تمام پست‌ها شامل آن هشتگ را مشاهده خواهید کرد با این تفاوت که در بالای صفحه، گزینه‌ای برای فالو کردن آن هشتگ وجود دارد. آن را لمس کنید تا هشتگ مورد نظر به لیست فالوینگ‌های شما اضافه شده و پست‌های برگزیده‌ی مربوط به آن در صفحه‌ی فید خانگی شما ظاهر شوند.



پیدا کردن موضوعات و بحث های مورد نظر به کمک هشتگ

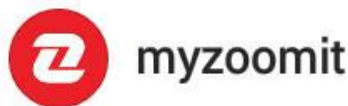


همانطور که گفته شد، کاربران می توانند با استفاده از هشتگ ها، پست های ارسالی خود را به صورت آنی به آرشیو اینستاگرام اضافه کنند. این موضوع باعث می شود تا جستجو کردن یک موضوع خاص در اینستاگرام به آسانی امکان پذیر باشد. این موضوع برای تمام موارد امکان پذیر است؛ برای مثال اگر هشتک GalaxyS8 را انتخاب کنید با انبوه پست های مربوط به آن مواجه خواهید شد. البته اگر می خواهید مطالب مورد نظرتان فارسی باشد باید از هشتک های فارسی مانند #گلکسی_اس8 استفاده کنید.

اما جذابیت اصلی جستجو بر اساس هشتک، امکان جستجوی موضوعات داغ روز است. برای مثال فرض کنید همین حالا مشغول تماشای یک مسابقه ی فوتبال بین پرسپولیس و استقلال هستید. شما در حین بازی یا بعد از پایان بازی می توانید با جستجو کردن نام پرسپولیس یا استقلال یا دربی در بخش هشتک ها، به سرعت به پست هایی که کاربران دیگر در همان لحظه در حال انتشار هستند دسترسی پیدا کنید. این موضوع باعث شده است تا هشتک، به مهم ترین ابزار برای دسترسی سریع به اطلاعات داغ و تازه باشد.



بخش هشتم: تگ و منشن چیست؟ آموزش تگ و منشن کردن افراد



کمی بالاتر و در بخش Tag People توضیح مختصری در رابطه با تگ کردن افراد روی عکس‌ها دادیم که در این بخش آن را به‌طور کامل‌تری شرح خواهیم داد.

آموزش تگ کردن افراد: حتما مشاهده کرده‌اید که با لمس روی بعضی از عکس‌های ارسال‌شده در اینستاگرام، چند نام برچسب‌مانند روی آن ظاهر می‌شود. این امر برای درج پروفایل افراد حاضر در عکس به کار می‌رود. این عمل، یعنی ثبت اکانت یک شخص در عکس، تگ کردن افراد نامیده می‌شود. برای این کار و تگ کردن افراد در عکس‌های خودتان کافی است هنگام ارسال پست، گزینه‌ی Tag People را انتخاب کنید و با لمس روی صورت شخص یا هر مکان دلخواه از عکس، آی‌دی پروفایل شخص یا پیج مورد نظر را به آن بچسبانید. به همین سادگی حساب کاربری واردشده، روی عکس مورد نظر درج خواهد شد. اگر قصد تگ کردن کاربری را در استوری دارید نیز کافی است به کمک ابزار نوشتار در استوری، آی‌دی او را با قرار دادن @ در ابتدا تایپ کنید. با انجام اینکار متن تایپ شده به‌صورت خودکار به آی‌دی لینک شده تبدیل می‌شود.

آموزش منشن کردن افراد: علامت @ در اینستاگرام به نوعی نقش لینک‌دهنده به اکانت‌ها را دارد. برای مثال نام کاربری ما در اینستاگرام leader.ir است. برای آنکه شخصی را به پیج ما هدایت کنید، کافی است علامت @ را در ابتدای نام کاربری

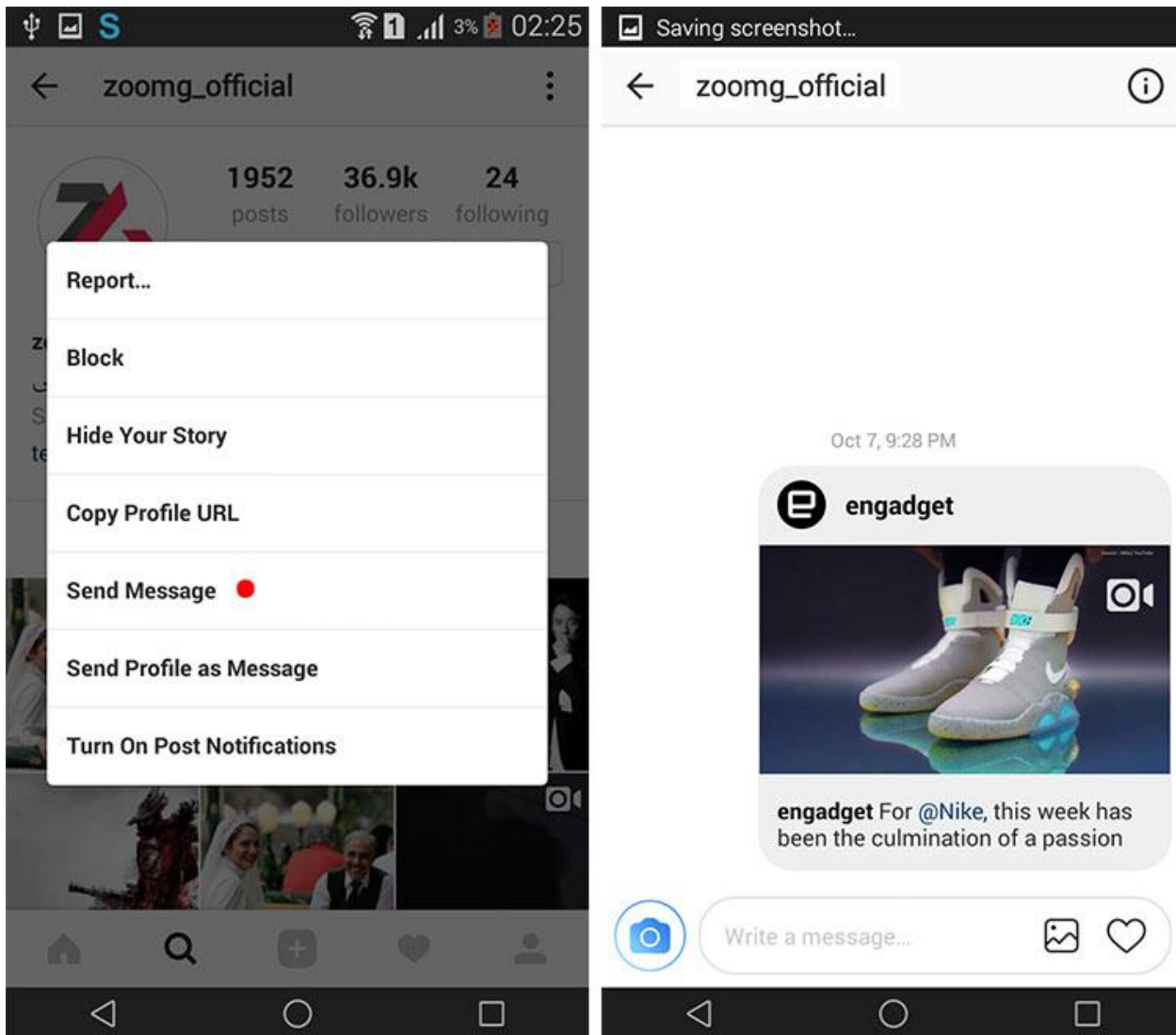


قرار بدهید و به صورت @leader.ir آن را وارد پست یا کامنت کنید. بعد از ارسال، این عبارت تبدیل به لینکی آبی رنگ می‌شود که با کلیک روی آن مستقیماً به صفحه‌ی زومیت منتقل خواهید شد.

این ۲ موضوع یعنی تگ و منشن کردن یک شخص در یک پست یا کامنت، حکم اطلاع‌رسانی برای صاحب آن اکانت را نیز خواهند داشت. به این معنا که اگر شما در یک عکس، پست یا کامنت، شخصی را منشن یا تگ کنید، آن شخص به محض آنالاین شدن پیغامی دریافت خواهد کرد و از اینکه شما او را تگ یا منشن کرده‌اید با خبر می‌شود. این موضوع زمانی کاربرد خواهد داشت که قصد جواب دادن به کامنت فردی را داشته باشید و با این امکان، بتوانید او را از جواب ارسال شده توسط خودتان آگاه کنید. ضمن آنکه از این ویژگی می‌توان برای هدایت دوستان خود به یک پست خاص که فکر می‌کنید برای او جالب است نیز استفاده کنید.



بخش نهم: آموزش ارسال پیام خصوصی توسط (Direct)



در اینستاگرام نیز می‌توانید مانند شبکه‌های اجتماعی دیگر با دوستان خود به صورت خصوصی در تماس باشید. برای اینکار باید از دایرکت مسیج استفاده کنید تا بتوانید به صورت متنی یا ارسال عکس و ویدئو، با دوستان خود به صورت دو نفره گفتگو کنید. دسترسی به اینباکس دایرکت مسیج به این صورت است که در صفحه اصلی برنامه و در منوی بالا، باید آیکون مربوط به دایرکت مسیج (موشک) را لمس کنید تا وارد اینباکس یا همان صندوق چت‌ها شوید. برای ارسال پیام دایرکت به افراد نیز کافی است به پیج آن‌ها رفته و با لمس سه نقطه در بالای صفحه، گزینه **Send Message** را انتخاب کنید. برای ارسال پیام‌های محوشونده نیز کافی است روی دکمه آبی رنگ دوربین (عکس بالا) لمس کنید و عکس یا ویدیوی مورد نظرتان را بفرستید.



بخش دهم: معرفی استوری (Stories) و آموزش استفاده از آن



شاید چند ماه پیش که امکان استوری به اینستاگرام اضافه شد کسی فکر نمی کرد که استوری ها تا این حد در بین کاربران محبوب و پراستفاده شوند. استوری یک بخش جداگانه برای ارسال عکس و ویدیو است که مطالبی که در آن آپلود می شوند به صورت اسلایدهای چند ثانیه ای و پشت سر هم نمایش داده می شوند و همچنین عمر آن ها تنها ۲۴ ساعت است و بعد از آن به طور خودکار حذف خواهند شد. ضمن آنکه قالب عکس ها و ویدیوهای استوری کاملاً تمام صفحه است و خبری از عکس های مربعی یا واید عادی نیست. اما کاربرد آن چیست؟ چرا با وجود بخش اصلی پست ها، باید چنین قابلیتی نیز اضافه شود؟ برای یک عده، استوری یک بخش جداگانه برای ارسال پست های به اصطلاح "دم دستی" است. مواردی که شاید آنچنان مهم نباشند که به صورت مستقل در پیج منتشر شوند (برای مثال خوشحالی از برد تیم محبوبشان در یک مسابقه فوتبال). اما برای عده ای دیگر استوری بخشی است که خاطرات گذری خود را برای اشتراک گذاری با فالوورها در آن منتشر می کنند (برای مثال عکس های یک سفر یا یک مهمانی). در هر صورت آنچه مهم است محبوبیت بالای این ویژگی است به طوری که کمتر کاربر "فعالی" را می توان پیدا کرد که در اکانت خود دارای استوری نباشد.



آموزش ارسال استوری: برای آنکه شما نیز استوری خود را داشته باشید کافی است به صفحه‌ی اصلی اینستاگرام (فیدها) مراجعه کنید و در نوار بالای صفحه (که شامل استوری افرادی است که فالو کرده اید) روی پروفایل اول که متعلق به شما است و یک علامت کوچک "+" کنار آن قرار گرفته است لمس کنید تا به صفحه‌ی دوربین منتقل شوید. در این بخش می‌توانید با ثبت عکس یا ویدیوهای ۱۵ ثانیه‌ای، اقدام به ارسال پست‌های جدید در استوری خود کنید. اگر می‌خواهید به جای ثبت عکس با دوربین، از عکس‌های موجود در گالری استفاده کنید نیز کافی است صفحه‌ی دوربین را به سمت بالا بکشید تا تصاویر گالری در نواری باریک به نمایش گذاشته شوند. البته این بخش تمام عکس‌های گالری را نشان نخواهد داد و تنها مواردی قابل رویت هستند که در ۲۴ ساعت گذشته در حافظه ذخیره شده باشند. برای ارسال پست‌های بیشتر در استوری کافی است همین مراحل را مجدد تکرار کنید.

آموزش اعمال افکت، متن و... روی استوری: بعد از آنکه عکس مورد نظر خود را توسط دوربین یا گالری ثبت یا انتخاب کردید، به صفحه‌ی ویرایش پست قبل از ارسال وارد خواهید شد. در این بخش با کشیدن انگشت خود به سمت راست یا چپ می‌توانید افکت‌های مختلفی روی عکس یا ویدیوی خود اعمال کنید. همچنین توسط ابزارهایی که در بالای صفحه قرار گرفته‌اند می‌توانید استیکر یا متن اضافه کنید. قلم‌مویی نیز در اختیارتان قرار گرفته است تا در صورت تمایل از آن استفاده کنید و طرح‌های متنوعی را روی عکس یا ویدیو بکشید.

آموزش ارسال استوری برای دیگران

به لطف آخرین آپدیت اینستاگرام از این پس می‌توانید استوری‌ها را نیز برای دوستان خود ارسال کنید. پیش از این زیر هر پست در اینستاگرام آیکنی به شکل موشک وجود داشت که به کمک آن قادر بودید پست مورد نظر را به صورت دایرکت برای دوستان خود ارسال کنید. این قابلیت در آخرین نسخه به بخش استوری‌ها نیز اضافه شده است و از این پس می‌توانید با لمس آیکن موشک در پایین هر استوری، آن را برای دوستان خود ارسال کنید.

تفاوت‌های بین پست عادی و استوری

شما هم به صورت عادی هم در بخش استوری می‌توانید عکس و ویدیو آپلود کنید. اگر می‌خواهید بدانید این دو بخش چه تفاوتی با یکدیگر دارند و چرا باید یک پست را در استوری منتشر کرد می‌توانید توضیحات زیر را بخوانید.

اولین و شاید مهم‌ترین تفاوت این است که پست‌های عادی برای تمامی کسانی که شما را فالو کرده باشند قابل مشاهده خواهد بود اما پست‌هایی که در قالب Stories منتشر می‌کنید می‌توانند تنها برای افراد دلخواه شما نمایش داده شوند. اگر سری به تنظیمات Stories بزنید می‌توانید مشخص کنید چه افرادی (همه یا فقط کسانی که فالو کرده اید) قادر به ارسال نظر درباره استوری‌های شما باشند. اگر دوست دارید شخص یا اشخاص بخصوصی قادر به تماشای استوری‌های شما نباشند نیز می‌توانید در همین صفحه آن‌ها را مشخص کنید. ضمن آنکه با ورود به پروفایل هر شخص و کلیک روی گزینه‌ی سه نقطه، می‌توانید او را به لیست کسانی که اجازه‌ی تماشای استوری‌های شما را ندارند اضافه کنید.



دومین تفاوتی که وجود دارد این است که در حالت عادی شما تنها قادر به اعمال افکت‌های مشخصی روی عکس‌ها یا ویدیوها بودید؛ اما در بخش **Stories** شما می‌توانید روی ویدیو یا عکس مورد نظر متن اضافه کنید یا حتی با قلم‌مو روی آن نقاشی بکشید تا پست ارسالی خود را بیش از پیش جذاب و مدرن کنید.

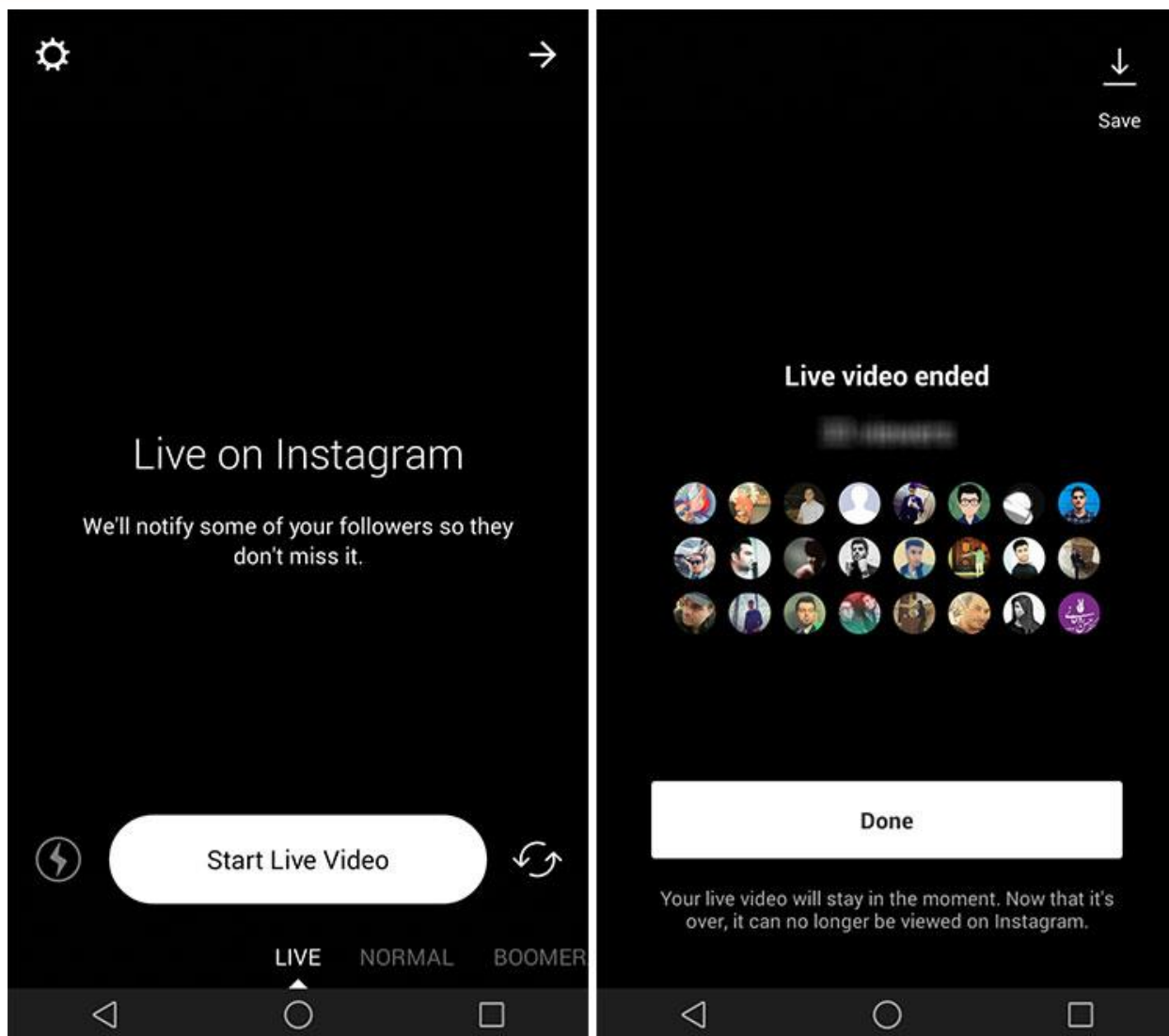
سومین تفاوت که در ابتدا به آن اشاره شد این است که پست‌هایی که در حالت **Stories** منتشر می‌کنید تنها ۲۴ ساعت ماندگاری خواهند داشت و بعد از آن به‌صورت خودکار حذف خواهند شد.

هایلایت کردن استوری (تمدید همیشگی)

اگر تصمیم دارید یک استوری را بیش از ۲۴ ساعت برای کاربران خود به نمایش بگذارید می‌توانید از امکان هایلایت کردن استوری استفاده کنید. در واقع همانطور که در عکس بالا قابل مشاهده است با هایلایت کردن استوری بخش جدیدی به پروفایل شما اضافه خواهد شد تا بتوانید استوری‌ها را به صورت همیشگی در آن قرار دهید. دلایل زیادی می‌تواند وجود داشته باشد که یک استوری را به این بخش اضافه کنید. استوری اضافه شده برای همیشه و مانند یک پست عادی در این بخش وجود خواهد داشت و کاربران شما می‌توانند با مراجعه به پروفایل شما، آن‌ها را مشاهده کنند.



بخش یازدهم: آموزش پخش لایو ویدیو (پخش زنده ویدیو)



به کمک ویژگی جذاب لایو ویدیو، می‌توانید به صورت زنده برای فالوورهای خود ویدیو پخش کنید. از این پس دیگر نیازی به تجهیزات حرفه ای دوربین و یک شبکه تلویزیونی برای ارتباط مستقیم و زنده با فالوورهای خود نیاز نخواهید داشت. کافی است اینستاگرام را روی گوشی هوشمند خود نصب کنید و با مراجعه به بخش **Live Video** به صورت زنده ویدیو پخش کنید. با اینکار، تمام کاربرانی که به آی دی شما مراجعه کنند می‌توانند پخش زنده‌ی شما را مشاهده کنند و برای شما کامنت بگذارند. این ویژگی به خصوص برای افراد مشهور می‌تواند بسیار مفید و جذاب باشد. برای مثال یک بازیگر می‌تواند با تعیین وقت قبلی، در ساعتی خاص اقدام به پخش ویدیوی زنده کند و علاوه بر صحبت با طرفدارانش، به صورت همزمان کامنت‌ها را نیز مشاهده و پاسخ دهد. یا یک خواننده می‌تواند در زمان کنسرتش، برای آن دسته از هوادارانی که موفق به حضور در کنسرت نشده‌اند به صورت افتخاری چند دقیقه‌ای را به شکل زنده پخش کند.

برای استفاده از این ویژگی ابتدا از به روز بودن اینستاگرام خود مطمئن شوید. سپس زمانی که در صفحه‌ی فیدها هستید روی آیکون دوربین در بالای صفحه لمس کنید تا به دوربین منتقل شوید. پیش از این در این بخش شما می‌توانستید در سه حالت



Normal, Boomrang و HandsFree فیلمبرداری کنید و آن ها را پست کنید. اگر ویژگی پخش زنده برای شما فعال شده باشد باید گزینه‌ی جدیدی با عنوان Live نیز به این بخش اضافه شده باشد تا برای آغاز پخش زنده‌ی ویدیوی خود از آن گزینه استفاده کنید. بعد از انتخاب این گزینه، اینستاگرام ابتدا کانکشن شما را بررسی می‌کند و سپس بعد از ثانیه شماری کوتاه، پخش زنده‌ی ویدیوی شما را آغاز خواهد کرد. به محض آغاز پخش زنده، نوتیفیکیشنی برای فالوورهای شما ارسال خواهد شد و آن‌ها را از پخش زنده‌ی شما با خبر خواهد کرد.

کاربران می‌توانند با مراجعه به ویدیوی لایو شما، علاوه بر تماشای ویدیو، به ارسال کامنت نیز بپردازند تا همزمان با شما در تعامل باشند. در صورتی که بنا به هر دلیلی علاقه‌ای به فعال بودن بخش کامنت‌ها ندارید می‌توانید با لمس گزینه‌ی سه نقطه در گوشه‌ی تصویر، کامنت‌ها را خاموش کنید.

در بالای صفحه تعداد کاربرانی که در حال تماشای این لایو ویدیو هستند، نمایش داده خواهد شد. در کنار تعداد بازدیدکنندگان نیز گزینه‌ای نیز تحت عنوان End وجود دارد که با لمس آن، می‌توانید به این ویدیوی زنده پایان دهید.

اگر لایو ویدیو مربوط به شما نیست و مشغول تماشای لایو ویدیوی شخص دیگری هستید نیز می‌توانید با یک بار لمس روی صفحه، کامنت‌ها را مخفی کنید و ویدیوی لایو مورد نظر را به‌صورت کامل و بدون نوشته‌های مزاحم مشاهده کنید.

آموزش پخش مجدد ویدیوی زنده برای ۲۴ ساعت

در به‌روزرسانی‌های اخیر اینستاگرام امکان جالبی اضافه شده است که به کمک آن می‌توانید ویدیویی که به‌صورت زنده برای دنبال‌کنندگان خود پخش کرده‌اید، برای ۲۴ تمدید کنید تا کاربرانی که در آن لحظه موفق به تماشای لایو شما نشدند، بتوانند تکرار آن را مشاهده کنند. در پخش مجدد لایو همه چیز به‌صورت کامل ضبط خواهد شد به این معنا که کامنت‌های کاربران نیز در زمان پخش نمایش داده خواهد شد. نکته‌ی جالب دیگر امکان عقب یا جلو بردن ویدیو در حالت پخش مجدد است. برای این امر کافی است بعد از اتمام پخش زنده، گزینه‌ی تمدید برای ۲۴ ساعت را فعال کنید.

جوین شدن به لایو دیگران

اگر در جریان آپدیت‌های اینستاگرام باشید حتما می‌دانید که مدتی است که اینستاگرام امکان لایوهای دو نفره را برای کاربران مهیا کرده است. تا امروز تنها خود پخش‌کننده می‌توانست تعیین کند که چه کسی را به لایو خود اضافه کند اما از امروز گزینه‌ای برای درخواست به این بخش اضافه شده است تا در صورت تمایل بتوانید درخواست خود را برای حضور در لایو شخص پخش‌کننده ارسال کنید.



ارسال لایو به دیگران

تصور کنید یکی از شخصیت‌های مشهور اینستاگرام لایو ویدیوی جالبی را در حال پخش دارد و شما تصمیم دارید دوست خود را از این موضوع با خبر کنید. تا پیش از این تنها راه حل شما مراجعه به پروفایل دوست خود، و نوشتن پیامی در این رابطه برای او بود. اما حالا و به لطف آیکون جدیدی که به صفحه لایو ویدیوها اضافه شده می‌توانید تنها با یک لمس، لایو ویدیو را مانند استوری برای دوست خود دایرکت کنید. دوست شما می‌تواند با لمس استوری در بخش دایرکت مستقیماً به تماشای ویدیوی مورد نظر بپردازد.



بخش دوازدهم: آموزش کپی کردن متن یک پست یا کامنت

در کنار عکس‌ها و ویدیوهایی که ممکن است علاقه به دانلود کردن آن داشته باشید، متن‌هایی نیز در اینستاگرام وجود دارند که ممکن است خواستار ذخیره‌ی آن یا حتی استفاده از آن در شبکه‌های دیگر باشید. اما همانند عکس‌ها و ویدیوها، اینستاگرام برای کپی متن پست‌ها نیز امکانی مهیا نکرده است و کاربران مجبور به استفاده از نسخه‌ی مودشده‌ی اینستاگرام (OGInstagram) خواهند بود. برای این کار کافی است تا بعد از دانلود OGInstagram به پست مورد نظر مراجعه، و روی آیکون کامنت، در زیر هر پست لمس کنید تا به صفحه‌ی کامنت‌ها منتقل شوید. در این بخش با کلیک روی هر کامنت یا حتی متن اصلی پست (در بالاترین بخش صفحه)، یک نوار جدید به بالای صفحه اضافه می‌شود که گزینه‌ی Copy در آن به چشم می‌خورد و با لمس روی آن، متن مورد نظر کپی خواهد شد.

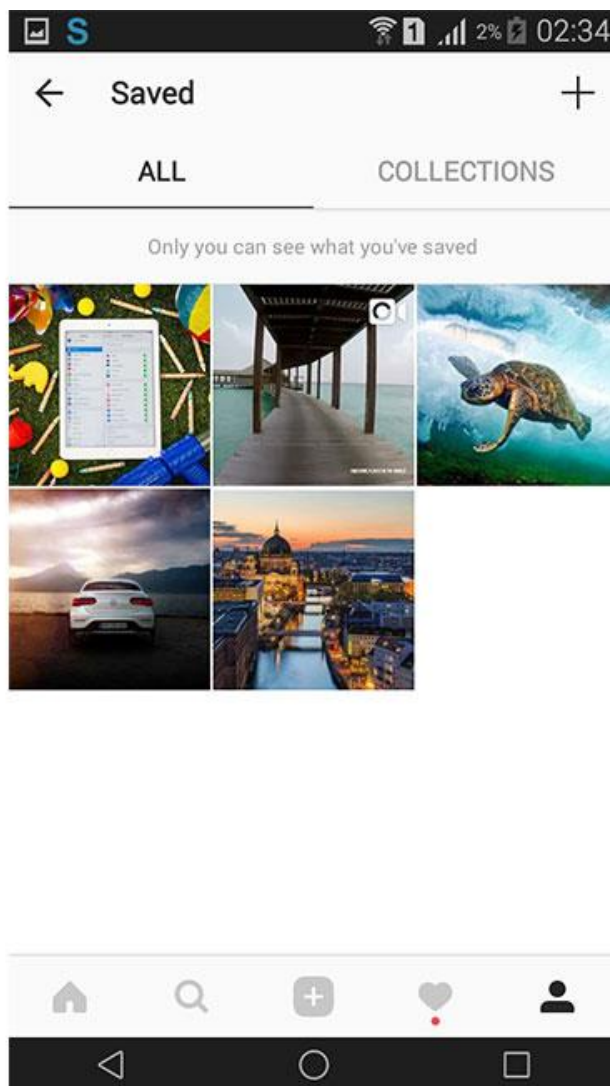
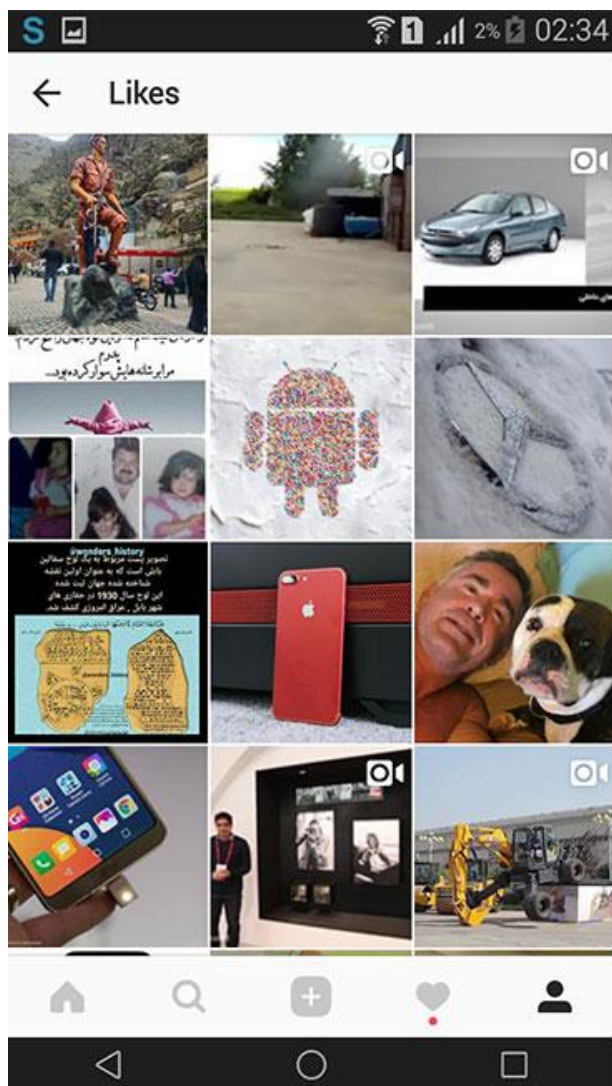


بخش سیزدهم: افکت های واقعیت افزوده در استوری

اینستاگرام با به روزرسانی نسخه ی ۱۰,۲۱ سرانجام پای افکت های واقعیت افزوده را به اپلیکیشن خود باز کرد. از آنجایی که این افکت ها در اسنپ چت و MSQRD از محبوبیت غیرقابل تصویری در بین کاربران برخوردار هستند، انتظار می رفت که اینستاگرام خیلی زودتر از این ها چنین قابلیتی را به اپلیکیشن خود اضافه کند. حال در نسخه ۱۰,۲۱ انتظار کاربران اینستاگرام به پایان رسید و افکت های واقعیت افزوده در اینستاگرام در دسترس کاربران قرار گرفتند. اگرچه تعداد این افکت ها فعلا به ۸ نمونه خلاصه شده است؛ اما مطمئنا اینستاگرام برنامه های ویژه ای برای این بخش دارد و احتمالا به زودی شاهد اضافه شدن تعداد بیشتری از افکت های واقعیت افزوده خواهیم بود. برای استفاده از این ویژگی کافی است دوربین داخلی اینستاگرام را اجرا کنید و با لمس آیکون صورتک جدیدی که به این صفحه اضافه شده است، به لیست افکت های واقعیت افزوده دسترسی داشته باشید.



بخش چهاردهم: جمع‌آوری پست‌های محبوب در یک آرشیو شخصی



در اینستاگرام شما می‌توانید با لایک یا بوکمارک کردن پست‌ها، آن را برای مطالعه در آینده ذخیره کنید. برای مثال اگر پست مهمی را مشاهده می‌کنید اما در حال حاضر فرصت مطالعه کردن آن را ندارید، یا اگر یک پست جالب به چشمتان می‌خورد و می‌خواهید آن را در آینده به دوست خود نشان دهید، می‌توانید توسط لایک یا بوکمارک کردن آن پست، آن را در یک بخش جداگانه جمع‌آوری کنید تا در آینده بتوانید به‌طور سریع تری به آن دسترسی داشته باشید.

جمع‌آوری توسط لایک: در اینستاگرام نیز مانند فیسبوک، امکان لایک کردن پست‌ها وجود دارد. تنها با دوبار کلیک روی هر عکس یا ویدیو، پست مورد نظر به لیست پست‌های لایک شده توسط شما اضافه می‌شود و آیکون قلب زیر آن نیز قرمز می‌شود (برای آنالایک کردن نیز کافی است تا روی قلب قرمز شده کلیک کنید تا دوباره به حالت عادی باز شود). برخلاف فیسبوک، لایک کردن پست‌ها در اینستاگرام علاوه بر نشان دادن حمایت یا علاقه‌ی شما به یک پست، به معنای جمع‌آوری آن‌ها در یک آرشیو شخصی نیز خواهد بود. این تصاویر یا ویدیوها به بخش **Posts You've Liked** در بخش تنظیمات اکانتتان اضافه می‌شود و می‌توانید آرشیوی کامل از عکس‌ها و ویدیوهای مورد علاقه و لایک شده را در این بخش جمع‌آوری کنید.



جمع‌آوری توسط بوکمارک: در چند نسخه پیش، اینستاگرام یک آیکون جدید به زیر هر پست اضافه کرد که توسط آن می‌توانید پست‌های مورد علاقه‌ی خود را برای استفاده مجدد در آینده جمع‌آوری کنید. این آیکون ربان که در پایین، سمت راست هر پست قرار گرفته است کارکردی مشابه با لایک کردن پست‌ها دارد اما با یک فرق بسیار مهم! وقتی شما عکس یا ویدیویی را لایک می‌کنید، شخص مقابل از لایک کردن شما باخبر می‌شود. همچنین فالوورهای شما نیز با مراجعه به بخش **Following** در تب سوم اینستاگرام (آیکون قلب بخش اعلان‌ها) می‌توانند مشاهده کنند که چه تصاویری را لایک کرده‌اید. این در حالی است که بنا به هر دلیلی ممکن است تمایلی نداشته باشید که صاحب پست، یا فالوورهای شما متوجه شوند که شما آن عکس را لایک کرده‌اید. اینجا است که بوکمارک کردن پست‌ها یه کارتان خواهد آمد. بوکمارک تمام ویژگی‌های قبلی را دارد اما هیچ کس جز خود شما متوجه نخواهد شد که چه عکس‌ها یا ویدیوهایی را جمع‌آوری کرده‌اید. پست‌هایی که توسط آیکون بوکمارک جمع‌آوری می‌کنید به بخش **Posts You've Liked** منتقل نخواهند شد. در صفحه‌ی پروفایل شما، آیکونی با همین شکل اضافه شده است که به کمک آن می‌توانید به پست‌های بوکمارک شده دسترسی داشته باشید. در همین بخش یک تب جداگانه با نام **Collection** وجود دارد که می‌توانید به کمک آیکون "+" در بالای صفحه، اقدام به ساخت آلبوم‌های جداگانه کنید و پست‌های بوکمارک شده را در آن‌ها دسته بندی کنید. برای ذخیره مستقیم پست‌ها در کالکشن ساخته شده، روی آیکون ربان لمس طولانی کنید.

توجه مهم: عکس‌های حاضر در این دو بخش، تنها یک میانبر به عکس اصلی هستند و اگر صاحب پست، اقدام به حذف آن کند، عکس مورد نظر از لیست شما نیز حذف خواهد شد.



بخش پانزدهم: تبدیل اکانت عادی به اکانت تجاری و فواید آن

اکانت تجاری یک ویژگی جالب است که بیشتر برای افرادی کاربرد خواهد داشت که یک پیج کاری در اختیار دارند. تجاری کردن اکانت اینستاگرام برای هر کاربری امکان پذیر است و تنها شرط آن داشتن یک اکانت فیسبوک است. با تجاری کردن اکانت شاهد چند تفاوت خواهید بود که در ادامه به معرفی آن خواهیم پرداخت.

تفاوت اول:

با تجاری کردن اکانت خود، از این پس کاربران وقتی به صفحه‌ی شما مراجعه می‌کنند علاوه بر گزینه‌ی **Follow**، گزینه‌ی دیگری با عنوان **Contact** مشاهده خواهند کرد که با کلیک روی آن می‌توانند اطلاعاتی همچون شماره تماس، ایمیل و... را مشاهده کنند. با انجام این کار پیج‌های فروشگاهی دیگر نیاز نیست که اطلاعات تماس خود را در بخش بیوگرافی وارد کنند و می‌توانند به صورت منظم و حرفه‌ای، آن‌ها را در بخش **Contact** جایگزین کنند. با انجام اینکار زمانی که کاربر روی **Contact** لمس می‌کند گزینه‌ای با عنوان **Call** برای او به نمایش در خواهد آمد که با لمس آن مستقیماً به شماره گیر گوشی برای تماس منتقل خواهد شد.

تفاوت دوم:

تفاوت دومی که با تجاری کردن اکانت برای شما اتفاق خواهد افتاد دسترسی به آمار و ارقام مربوط به پست‌ها و فالوورهای شما خواهد بود. برای مثال می‌توانید **Top Post**های خود را از لحاظ بازدید و لایک و کامنت مشاهده کرده و سیر صعودی یا نزولی فالوورهای خود یا ساعات شلوغی را نیز بررسی کنید. همچنین بازه سنی، موقعیت شهری و کشوری و همچنین جنسیت کاربران خود را نیز می‌توانید بعد از تجاری کردن اکانت مشاهده کنید.

نحوه‌ی تجاری کردن اکانت اینستاگرام به این صورت است که باید به تنظیمات اینستاگرام مراجعه کرده و گزینه‌ی **Switch to Business Profile** را انتخاب کنید. سپس از شما درخواست می‌شود تا به اکانت فیسبوک خود متصل شوید و اطلاعاتی همچون شماره تلفن، ایمیل و در صورت تمایل موقعیت مکانی روی نقشه را مشخص کنید. بعد از انجام این مراحل اکانت شما به سادگی تبدیل به یک اکانت تجاری می‌شود. در صورتی که به هر دلیل از انجام اینکار منصرف شدید می‌توانید مجدداً با مراجعه به تنظیمات اینستاگرام، گزینه‌ی **Switch to Regular Profile** را انتخاب کنید تا اکانت شما مجدداً به اکانت عادی تبدیل شود.



بخش شانزدهم: بلاک و ریپورت کردن کاربران مزاحم

مانند تمام شبکه‌های اجتماعی دیگر، اینستاگرام نیز دارای افراد مزاحمی است که به شکل‌های مختلف، ممکن است باعث آزار شما شوند. برای بلاک کردن این افراد کافی است به پروفایل این اشخاص رفته و در همان منوی بالا، دکمه‌ی Block را انتخاب کنید. برای آن‌بلاک کردن نیز باید مجدداً به پروفایل آن شخص مراجعه کنید، یا به گزینه‌ی Blocked Users در تنظیمات اینستاگرام مراجعه کنید.

اگر پیج مورد نظر مطالب مخرب یا توهین آمیزی منتشر می‌کند نیز می‌توانید به جای بلاک، آن را Report کنید تا اینستاگرام آن را بررسی و در صورت لزوم آن پیج را حذف کند. اکانت‌های فیک یا پیج‌هایی که مطالب نامناسبی منتشر می‌کنند از مواردی هستند که می‌توانید آن‌ها را Report کنید.

آیا بلاک شده‌اید؟

اگر شخص یا پیجی شما را بلاک کند چند نشانه رخ خواهد داد. نشانه‌ی اول این است که حتی اگر نام دقیق آی‌دی آن پیج را در بخش جستجوی اینستاگرام وارد کنید، اثری از او مشاهده نخواهید کرد. نشانه‌ی دوم نیز این است که اگر از طریق آی‌دی (مثلاً @leader.ir) وارد پیج آن شخص شوید، با پیغامی مبنی بر اینکه این شخص هیچ پستی در اکانت خود منتشر نکرده است مواجه خواهید شد در حالی که تعداد پست‌های آن شخص (که در بالای صفحه نوشته شده است) صفر نیست. اگر این دو مورد را مشاهده کردید به این معنا است که شخص مورد نظر، شما را بلاک کرده است.



بخش هفدهم: ترندهای افزایش فالوور

کلا دو روش برای گرفتن فالور برای یک پیج اینستاگرام وجود دارد:

روش رایگان

روش پولی

در روش رایگان شما بدون پرداخت حتی ۱ ریال می‌توانید افزایش فالوور جذب کنید و انواع فالوور را جمع کنید ولی برای مثال گرفتن ۵۰۰۰ فالوور اینستاگرام باید یک ماه وقت صرف کنید ولی در روش پولی با پرداخت مبلغی به صورت آنی این تعداد افزایش فالوور را بدست می‌آورید. پس میل شماست که می‌خواهید هفته‌ها وقت صرف کنید و انواع فالوور را داشته باشید، یعنی همان سیاهی لشکر! (چون در روش رایگان فالورهایی ایرانی از هر ۱۰ نفر شاید یکی باشد و از هر ۱۰ فالور ۷ نفر آنها دارای اکانت فیک هستند و اکانت واقعی کمتری وجود دارد که تصاویر شما را لایک کنند) و یا با دادن مبلغی در عرض مدت کوتاه به تعداد خواسته شده فالور اضافه می‌شود.

الف) روش اول: رایگان ولی نیازمند وقت و زمان زیاد و حوصله:

۱- برای افزایش فالوور اینستاگرام در پست هایتان از هشتک استفاده کنید.

بسیاری از کاربران مطالب خود را از طریق هشتک جستجو می‌کنند.

مثلا اگر شعری ارسال کرده اید زیر آن بنویسید #شعر #poem

۲- برای افزایش فالوورها در ایتستاگرام پست دیگران را لایک- Like کنید.

لایک کردن پست باعث می‌شود که نظر لایک شونده به شما جلب شود و حداقل یکبار نام برند شما به چشمش آشنا بیاید. این کار به افزایش فالوور واقعی اینستاگرام تان کمک می‌کند.

۳- در زیر پست دیگران کامنت - Comment بگذارید.

آری، این کار را انجام دهید، این کار به افزایش مشهوریت برندتان کمک خواهد کرد.

سعی کنید کامنت جالب و جذاب بنویسید!

۴- دیگران را فالو کنید.

این هم چیزی از ارزشتان کم نمی‌کند! البته این بستگی به سیاست های برند شما دارد که بخواهید کسی را فالو کنید یا خیر.

ولی این را بدانید اکثر کسانی که فالو می‌کنید به شما فالوبک می‌دهند.



۵- لینک بیوگرافی خود را تغییر دهید!

به شخصه اگر به صفحه برندی برسم و روی لینکشان کلیک کنم بعد از ده ثانیه صفحه را می بندم! پس توصیه می کنیم که لینک را به صفحه اصلی ندهید بلکه به صفحه درباره ما سایتتان بدهید، بهتر از صفحه اصلی سایت است و کاربر بیشتر می ماند مطمئناً!

۶- به طور منظم پست ارسال کنید.

به طور منظم و زمانی که حس می کنید از پستتان بیشترین بهره را میبرید، پست بگذارید. شما باید به سلیقه کاربرانان توجه کنید و بعد از ارسال چند پست و میزان لایک و کامنت و فالوورها به شناخت کافی از بازده در بازه های زمانی دست یابید. معمولاً (نه برای همه پیج ها) ساعت نه شی تا یک بامداد بهترین زمان است چرا که در این زمان افراد معمولاً شام را خورده اند و با خانواده گپ و گفتشان را به اتمام رسانده اند و مشغول چک کردن اینستاگرامشان هستند. ساعت پنج تا هفت بعد از ظهر نیز می تواند زمان مناسبی باشد.

۷- برای خود یک استراتژی اینستاگرامی تعریف کنید.

افزایش فالوور اینستاگرام یک روند تدریجی است. البته که روش هایی وجود دارند که شما یک شبه ۱۰ هزار فالوور پیدا کنید (مثلاً خرید فالوور فیک)؛ اما مسلماً این فقط به یک عدد در صفحه شما تبدیل می شود و سودی به حال اینستاگرام شما ندارد. اصولاً راه درست هرچیزی وقت و انرژی لازم دارد، اما در عوض شما را به نتیجه ای دلخواه، مطلوب و مطمئن می رساند. برای زیاد شدن فالوورهای خود شما ابتدا به یک استراتژی نیاز دارید. استراتژی طراحی یک مسیر است که شما از نقطه فعلی به نقطه مطلوب می رساند. برای طراحی استراتژی خوب باید:

هدف خود را مشخص کنید

داشتن یک هدف شفاف مهم ترین بخش طراحی استراتژی خوب برای افزایش فالوور است. برای تعیین هدف به چشم انداز و آینده کسبوکار (یا زمینه فعالیتتان) خود فکر کنید. به این فکر کنید که جایگاه مطلوب شما در یکسال آینده کجاست؟، دوست دارید صفحه شما در مطلوب ترین وضعیتش چه تعدادی فالوور داشته باشد؟، میزان تعامل آنها در صفحه شما چقدر و چگونه باشد؟، وضعیت لایک و کامنت ها چگونه باشد؟

اگر جواب این سوال ها را می دانید که خیلی خوب است، اما اگر از سوالات بالا هیچ تصویری در ذهنتان ندارید، مشکل اصلی شما در بخش هدفگذاری است، پس ابتدا هدف خود را مشخص کنید و سپس استراتژی مناسب طراحی کنید.

برنامه عملی (Plan of Action) داشته باشید.

حالا که هدف مشخص شد به برنامه عملی فکر کنید که بتواند شما را به اهداف موردنظرتان برساند.



لابد الان با قیافه آویزان می‌پرسید بر چه اساس برنامه بنویسم؟ اصلا نگران ناشید، سه نکته‌ای که در ادامه با هم بررسی می‌کنیم پاسخ سوالتان را خواهند داد.

شناخت مخاطب: شما باید بدانید که با چه اشخاص و سلیقه‌هایی در ارتباط هستید (یا می‌خواهید باشید). بهتر است فالوورهایتان را از نظر سن، جنسیت، موقعیت جغرافیایی، علاقمندی‌ها و... به خوبی بشناسید. با شناخت مخاطبان، پیش‌بینی و تحلیل‌های دقیق‌تری از رفتارها و واکنش‌های آنها می‌توانید برنامه عملی هدفمندتری داشته باشید. علاوه بر این پیوسته باید سعی کنید در جست‌وجوی کسانی باشید که به صورت بالقوه به پیج شما علاقه‌مندند.

تحلیل رقبا: یکی از چیزهایی به شما در طراحی یک برنامه عملی کمک می‌کند، بررسی و تحلیل دقیق پیج‌های رقبا است. شما می‌توانید نقاط ضعف و قدرت آنها را بسنجید، کدام پیج‌ها فالوورهای بیشتری دارند؟ کدام پست‌ها بیشترین لایک و کامنت را دارند؟

با انجام یک بررسی دقیق در پیج‌های رقبا شما به یک گنجینه ارزشمند از تجربیات دیگران دست پیدا می‌کنید که این برنامه شما را از اشتباهات احتمالی رقبا حفظ می‌کند.

هویت و ارزش‌هایتان را بشناسانید: یکی دیگر از کلیدهای طراحی استراتژی مناسب فکر و ایده شما در مورد برندتان است. قطعاً شما یک فکر و ایده‌ای پشت برندتان دارید. مثلاً شعار رسانه تجارت نوین این است “شفاف باشید، متفاوت باشید” و شما همه‌جای سایت و در تمام محتواهایی که منتشر شده مستقیم و غیر مستقیم رد این شعار را می‌بینید، در حقیقت رسانه تجارت نوین یک هویت مشخص برای خودش تعیین کرده و این هویت به مهم‌ترین ارزش شرکت تبدیل شده است. مخاطبان نیز نوین را با همین هویت می‌شناسند.

اما چه راه‌هایی کمک می‌کند که شما هویت برند خود را به مخاطباتان القا کنید؟

اگر تمام پست‌های شما در عین متفاوت بودن یک تم خاص داشته باشند صفحه اینستاگرام شما گیرایی بیشتری خواهد داشت. این به شدت در بالا بردن فالوورهای شما موثر است. داشتن لوگو باعث می‌شود حرفه‌ای‌تر به نظر بیایید. شعار برند شما نشان خواهد داد که مصمم هستید، هدف دارید و آمده‌اید که بمانید. و در نهایت برای خودتان یک هشتگ مخصوص بسازید؛ هشتگی که مخصوص شما و معرف کسب و کار شما باشد. این کار کمک می‌کند در ذهن مخاطبان خود باقی بمانید.

بررسی و تجزیه تحلیل: در نهایت شما باید دائماً استراتژی‌تان را تجزیه و تحلیل کنید. پیوسته باید در نظر داشته باشید که چقدر از هدف‌تان دور شده‌اید یا چقدر به آن نزدیکید. این استراتژی کجا بیشتر جواب داده و کجا نه. پرسیدن سوال‌های درست مهم‌ترین کاری است که در زمینه بهبود استراتژی‌تان باید انجام بدهید.

۸- پیوسته و در زمان مناسب پست بگذارید.

بالا تر گفتیم که باید یک استراتژی اینستاگرامی داشته باشید. گذاشتن پست به صورت روزانه باعث می‌شود شما در کانون توجه مخاطبتان بمانید. در حقیقت شما به کاربران‌تان نشان می‌دهید که کسب و کار شما فعال و زنده است و شانس اینکه فالوورهای شما به پست‌تان واکنش نشان بدهند بیشتر می‌شود. علاوه بر این لایک و کامنت فالوورهای شما به فالوورهای شما هم نشان داده خواهد شد و همین چرخه باعث می‌شود شما بیشتر دیده شوید.



در گذاشتن پست آزمون و خطا کنید. پست گذاشتن در ساعات مختلف را امتحان کنید و نتیجه را بررسی کنید. شما باید مخاطب خود و نیازها و رفتارهای او را بشناسید. اینگونه با شناختی که از محتوای خود و مخاطبتان دارید شیوه روایت شما رفته رفته جذابتر می‌شود.

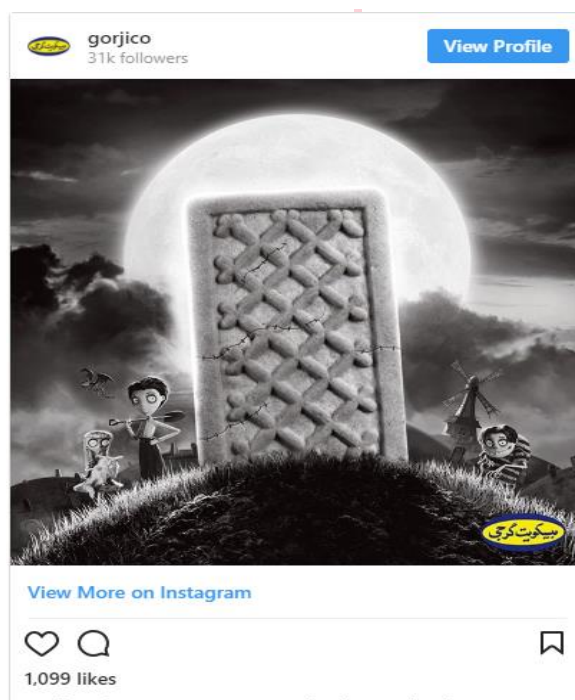
به آمارهایی که در اینباره وجود دارد توجه کنید. آنها را تحلیل کنید و مطابق با زمینه فعالیتتان از آنها استفاده کنید. برای مثال طبق تحقیق هافینگتون پست، ساعات ۲ صبح و ۵ بعدازظهر بهترین زمان برای گذاشتن پست در اینستاگرام هستند. طبق این پژوهش در این اوقات پست‌های کمتری گذاشته می‌شود و عده‌ی بیشتری در حال مرور پست‌ها، لایک کردن و یا گذاشتن کامنت هستند.

۹-عکس‌های باکیفیت و جذاب منتشر کنید.

گفتیم که اینستاگرام یک پلتفرم بصری است. به این فکر کنید که چه چیز باعث می‌شود کاربری که تند تند در حال بالا پایین کردن فید اینستاگرامش است، برای عکس شما توقف کند؟

اگر خودتان برای صفحه‌تان عکاسی می‌کنید سعی کنید تکنیک‌های عکاسی را یاد بگیرید و از آنها استفاده کنید. چیزهای زیادی هستند که می‌توانید برای بهبود کیفیت عکس‌هایتان یاد بگیرید. برای مثال، آیا می‌دانستید عکس‌هایی که در آنها شی آبی وجود دارد ۲۴٪ بیشتر لایک می‌خورند؟! یا عکس‌هایی که ۶۵-۸۵٪ روشن‌تر هستند محبوب‌ترند؟

در تهیه عکس‌ها خلاق باشید. از نرم‌افزارهای ویرایش عکس استفاده کنید و به عکس‌هایتان جلوه‌های بصری جالب اضافه کنید. سعی کنید پست‌ها را به یکدیگر ربط بدهید تا یک روایت منسجم بسازید. اینگونه فالوور ترغیب می‌شود بقیه عکس‌هایتان را هم ببیند. تلاش کنید برند یا کسب‌وکار شما یک سبک کاری منحصر بفرد داشته باشد تا از روی آن شناخته شود. برای مثال، صفحه اینستاگرام بیسکوئیت گرجی پست‌های بسیار جالبی منتشر می‌کند. در همه‌ی پست‌ها تلاش شده است محصولات گرجی به نحوی خلاقانه در کانون توجه قرار بگیرند.





۱۰- از استوری اینستاگرام استفاده کنید.

روزانه، نزدیک به ۱۰۰ میلیون کاربر فعال در جهان از استوری اینستاگرام استفاده می‌کنند. با استفاده از استوری اینستاگرام، محتوای شما قابلیت دیده شدن بیشتری دارد. چراکه استوری‌ها در بالای فید کاربر به نمایش در می‌آیند و شانس دیده شدن آنها توسط فالوورها زیادتر است. اگر تنها ۱۰٪ از فالوورهای یک کاربر استوری خود را منتشر کنند، شما شانس بیشتری برای دیده شدن خواهید داشت. این بدین معناست که در اینستاگرام، باید به‌طور منظم استوری خود را به‌روزرسانی کنید تا در صف اول فید باقی بمانید. به‌علاوه، الگوریتم شبکه‌های اجتماعی به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند تا پست‌ها برای کاربران فعال بیشتر نمایش داده شود.

۱۱- کپشن‌های جذاب بنویسید.

کپشن خود را به نحوی بنویسید که بتواند توجه مخاطب را جلب کند، خواندن آن آسان باشد و مخاطب را به تعامل تشویق کند. برای اینکار ابتدا باید به محتوای پستتان نگاه کنید و مرتبط با آن بنویسید.

مختصر و مفید بنویسید: نوشته طولانی و غیرمرتبط مخاطب شما را خسته می‌کند. کپشن مکملی برای عکس شماست. اجازه بدهید عکس هم با مخاطب سخن بگوید!

کاربردی بودن را فراموش نکنید: هدف اصلی پست را فراموش نکنید. مثلاً اگر محصولی از برندها را در یک عکس معرفی می‌کنید، دادن اطلاعات کافی درباره‌ی محصول یا نحوه‌ی خرید (یا تخفیف!) ضروری است.

خلاق و شوخ طبع باشید: همه‌ی ما تبلیغات خلاقانه بسیاری را به یاد داریم که شاید حتی مصرف کننده محصول آن برند نبوده‌ایم، اما بخاطر خلاقیتی که در معرفی آن محصول بکار رفته بود، آن تبلیغ یادمان مانده است. نیازی نیست همیشه با یک لحن رسمی با مخاطب خود حرف بزنید. شوخ طبعی می‌تواند باعث شود فالوورها شما را دوست داشته باشند.

سوال بپرسید: نظرخواهی از فالوورها بهترین راه تعامل با مخاطب‌ها است. درباره‌ی نقاط ضعف و قوت برند، نیازها و درخواست‌های مخاطب و هر چیز دیگری که به ذهنتان می‌رسد سوال کنید و جواب‌ها را با دقت بخوانید.

قصه بگویید: قصه‌گویی یکی از قدیمی‌ترین سرگرمی‌های دنیاست که توانسته است شکل مخصوص به خودش را در اینستاگرام هم پیدا کند. با قصه‌گویی می‌توانید برندها را بهتر به فالوورها توضیح بدهید. مثلاً می‌توانید در قالب چند استوری صفر تا صد تولید یکی از محصولات خود را در قالب یک قصه روایت کنید.

اصول پلتفرم را رعایت کنید: نکاتی مثل بکاربردن کلمات مهم‌تر در آغاز کپشن و استفاده درست از هشتگ‌ها را رعایت کنید. در این مورد مقاله ۲۶ ترفند اینستاگرام که هر شخصی باید بلد باشد، را در وبلاگ نوین می‌توانید بخوانید.



۱۲- از هشتگ استفاده کنید.

هشتگ کمک می‌کند پست شما بیشتر دیده شود. اما هشتگ زمانی موثر است که مرتبط با محتوایی که منتشر می‌کنید، استفاده شود. هشتگ غیر مرتبط یک نوع اسپم است. درحالی‌که یک هشتگ خوب می‌تواند تا راه‌اندازی یک کمپین یا جنبش هم پیش برود.

این اشتباه بزرگی است که اگر پستمان را پر از هشتگ کنیم نتیجه بهتری می‌گیریم. حتی اگر پستتان هشتگ‌های زیادی دارد، تعدادی از آنها را در کامنت‌ها قرار بدهید؛ آنها کماکان کارکرد خود را خواهند داشت.

یادآوری می‌کنم، یک هشتگ مخصوص به خودتان بسازید، این باعث می‌شود راحت‌تر در ذهن مخاطب بمانید و همه شما را با پیام خودتان بشناسند.

یک مثال خوب در این زمینه، یک برند محصولات بهداشتی بانوان به نام **Always** است که در زمینه استفاده از هشتگ دست به کار جالبی زد. ایده‌ای که مطرح شد بر اساس یک نظریه علمی بود که می‌گفت دختران در سنین بلوغ دچار کمبود اعتماد به نفس می‌شوند. بنابراین برند آلویز هشتگ **#LikeAGirl** را ساخت و از بانوان خواست که در هر زمینه‌ای که به موفقیت رسیدند از این هشتگ استفاده کنند. نتیجه این بود که طی دو ماه: ۷۶ میلیون بازدید در سطح جهانی و ۴۰۴ میلیارد ایمپرن دریافت کرد.

۱۳- به شیوه‌های مختلف با کاربران تعامل داشته باشید.

زیاد می‌خوانیم و می‌شنویم که راه رشد در شبکه‌های اجتماعی و وب به طور کلی، تعامل است. این کلمه به قدری دارد استفاده می‌شود که توصیه می‌کنیم بیایید یکبار آن را برای خودمان به سادگی معنی کنیم. وقتی می‌گوئیم پستی بگذارید که میزان تعامل کاربران را بالا ببرد، منظور چیست؟

تعامل یک کاربر با پست شما یعنی این که او از آن پست خوشش آمده، درباره‌اش کنجکاو است و به نحوی می‌خواهد این حس ایجاد شده را با یک عکس‌العمل منتقل کند. پس محتوای شما در درجه اول باید بتواند حسی در مخاطب ایجاد کند.

نکاتی که در ادامه آمده است می‌تواند به شما کمک کند با کاربران تعامل سازنده‌تری داشته باشید:

سوال بپرسید: سوال پرسیدن معمولاً توجه افراد را جلب می‌کند، بخصوص اگر جواب سوال را بدانند. حتی وقتی سوالی زیر یک پست مطرح می‌شود برخی کاربران برای یافتن جواب سراغ کامنت‌ها می‌روند.

فراخوان عمل ((Call to Action)): یعنی شما از فالوورهایتان می‌خواهید کاری انجام بدهند. البته باید انگیزه کافی برای آنها ایجاد کنید. مثلاً اگر یکی از دوستان خود را تگ کنید، کد تخفیف به شما تعلق خواهد گرفت. یا مثلاً از کاربران بخواهید که اگر با موضوع مطرح شده در پست موافقت لایک کنند و اگر نیستند کامنت بگذارند.

پست کاربران را به اشتراک بگذارید: از UGC یا محتوای ساخته شده توسط کاربران استفاده کنید. اینکار برای فالوورهای شما انگیزه و رقابت ایجاد می‌کند که با شما همراه باشند و در گفت‌وگوهایی که آغاز می‌کنید شرکت کنند؛ چون می‌توانند امیدوار باشند که پستشان در صفحه شما مطرح می‌شود.



اجتماعی باشید: با رقبایان در ارتباط باشید. افرادی که زمینه فعالیت مشترکی با شما دارند می‌توانند به شناخته تر شدن شما کمک کنند. به پیج این افراد بروید، آنها را فالوو کنید و پست‌هایشان را ببینید. رخدادهای مهم حوزه کاریتان را اطلاع رسانی کنید (مثل یک نمایشگاه..) و خودتان هم در آنها شرکت کنید.

به Explore Tab اینستاگرام راه پیدا کنید: Explore Tab اینستاگرام همان آیکون ذره‌بین در پایین اپلیکیشن است. طبق گفته سازندگان اینستاگرام Explore Tab جایی است که می‌توانید عکس‌ها و ویدیوهای جالب کسانی که فالوو نمی‌کنید را ببینید. محتوایی که در Explore Tab قرار می‌گیرند روزانه توسط بیش از ۱۰۰ میلیون نفر مشاهده می‌شوند. راه یافتن به Explore Tab آسان نیست، اما در صورت موفقیت تعداد زیادی فالوو مرتبط خواهید داشت.

ب) روش دوم پولی ، خرید افزایش فالوو اینستاگرام:

در این روش سایت‌ها و فروشندگانی فراوان و حتی پیج‌های اینستاگرامی وجود دارد که با گرفتن مبالغی به شما فالوو می‌فروشند و کافیست شما از آنها خرید کنید و در عرض کمتر از ساعتی به مقدار دلخواهی که خرید کردین برای شما فالوو اضافه می‌شود که این کار سریع‌ترین و راحت‌ترین روش ممکن در حال حاضر می‌باشد.

روش‌های غیر رایگان افزایش فالوو

روش‌هایی که تا اینجا توضیح داده شد، ترندهای افزایش فالوو اینستاگرام به صورت طبیعی بود. مزیت این روش در این است که فالوو‌هایی که اینگونه جذب می‌کنید وفادار هستند و بنا به تصمیم و علاقه وارد صفحه شما شده‌اند.

اما راه‌های دیگری هم برای افزایش فالوو وجود دارد. مثل تبلیغات در اینستاگرام؛ آژانس‌های تبلیغاتی مختلفی هستند که صفحه اینستاگرام شما را در صفحات پربازدید و صفحات افراد مشهور تبلیغ می‌کنند. مشکل این نوع تبلیغات بالا بودن هزینه آنهاست. شما برای چندبار نمایش داده شدن باید چند میلیون پرداخت کنید.

یک روش دیگر خرید فالوو‌های فیک است. من این روش را به شما پیشنهاد نمی‌کنم، چراکه این روش هیچ سودی به حال شما ندارد و کاربران با یک نگاه به پست‌ها و میزان لایک و کامنت‌های شما خواهند فهمید که فالوو‌های شما فیک هستند.

روش دیگر استفاده از ربات اینستاگرام است. این بهترین روش افزایش فالوو اینستاگرام است. ربات اینستاگرام نرم‌افزاری است که بر اساس هشتگ‌ها کاربران و صفحات مرتبط را پیدا و آنها را فالو یا آنفالو می‌کند و حتی لایک و کامنت می‌گذارد. این یکی از موثرترین روش‌های پولی برای افزایش فالوو اینستاگرام است که خیلی از چیزهایی که در بالا گفتیم را پوشش دهد. برای اینکه با ربات اینستاگرام به طور کامل آشنا شوید به دو مقاله ربات فالوو اینستاگرام چیست و چرا ربات اینستاگرام روشی موثر برای افزایش فالوو اینستاگرام است مراجعه کنید.

[ads_instagrambot]



نتیجه گیری:

اگر می‌خواهید در اینستاگرام موفق باشید، باید ابتدا در زمینه فعالیتتان خوب باشید. سپس باید یک استراتژی برای تولید محتوا داشته باشید. پست‌های بیشتری منتشر کنید و کیفیت آنها را بهتر کنید. به تدریج شما سبک خود را پیدا می‌کنید و صفحه‌تان هویت پیدا می‌کند.

در طول این مسیر شما باید یاد بگیرید با فالوورهایتان تعامل داشته باشید. برای آنها جذاب و آموزنده باشید و کنجکاوی‌شان را برانگیزید. آنها هم در مقابل شما را دنبال می‌کنند و به شما وفادار خواهند ماند. پس رمز موفقیت در ایجاد محتوای باکیفیت و تعامل با کاربران است.

گفتیم که روش‌های تبلیغاتی هم برای افزایش فالوور وجود دارند. مشکل آنها این است که در اکثر موارد کارآمد نیستند و از طرف دیگر فالوورهایی که از این روش بدست می‌آیند ماندگار نخواهند بود.