







# آموزش فشرده توئیتر

ویراست نخست: تابستان ۹۷  
معاونت تربیت و آموزش قرارگاه فضای مجازی  
سازمان بسیج مستضعفین

## فهرست مطالب

- ۵۵ بخش اول: آشنایی کلی با توییتر
- ۵۵ توییتر چیست؟
- ۵۵ مزیت توییتر به دیگر شبکه‌های اجتماعی
- مانند فیسبوک چیست؟
- ۵۵ آیا برای خواندن توییت‌ها نیاز است
- که در توییتر عضو باشیم؟
- ۵۵ بخش دوم: نحوه ثبت نام
- ۵۵ انتخاب زبان
- ۵۵ پر کردن کاربرگ (فرم) ثبت نام
- ۵۵ تعیین گذرواژه و انتخاب شناسه
- ۵۵ بخش سوم: آشنایی با اصطلاحات
- ۵۵ دنبال کردن (Follow):
- ۵۵ دنبال‌کننده (Follower):
- ۵۵ کاربر تاییدشده (Verified):
- ۵۵ تویییت کردن (Tweeting):
- ۵۵ ری تویییت کردن (Retweeting)
- ۵۵ رونوشت دادن (Mention)
- ۵۵ ترند (Trend)

- ۵۵ تگ (Hashtag)
- ۵۵ پیام مستقیم (Direct Message)
- ۵۵ بخش چهارم: افزودن افراد و صفحات مورد علاقه
- ۵۵ بخش پنجم: توثیق کردن
- ۵۵ بخش ششم: نکات مهم و کاربردی
- ۵۵ اولیات تویتر
- ۵۵ نحوه رپورت کردن مطالب Spam در تویتر
- ۵۵ بخش هفتم: چگونه پرمخاطب شویم؟
- ۵۵ ۱. به اشتراک گذاری محتوای عالی
- ۵۵ ۲. توثیق کردن در زمان مناسب
- ۵۵ ۳. تعداد توثیق بهینه ارسال کنید
- ۵۵ ۴. توثیق های خود را زمانبندی کنید
- ۵۵ ۵. محتوای قابل اشتراک گزینش کنید
- ۵۵ ۶. در مواقع مناسب سرگرم کننده باشید
- ۵۵ ۷. نوشتن و ویرایش خوب
- ۵۵ ۸. استفاده از تصاویر جذاب
- ۵۵ ۹. ویدئوی تویتر را امتحان کنید
- ۵۵ ۱۰. توثیق های پرسشی ارسال کنید تا پاسخ دریافت کنید



- ۵۵ ۱۱. ایجاد نظرسنجی در توییتر
- ۵۵ ۱۲. بهینه سازی پروفایل و بیوی توییتر
- ۵۵ ۱۳. بهترین توثیت خود را بالای فید پین کنید
- ۵۵ ۱۴. از سایر پروفایل های اجتماعی به تویتر لینک دهید
- ۵۵ ۱۵. تایم لاین توییتر خود را در وب سایت خود قرار دهید
- ۵۵ ۱۶. دکمه های توییتر را به وب سایت یا وبلاگ خود اضافه کنید
- ۵۵ ۱۷. از هشتگ به خوبی استفاده کنید
- ۵۵ ۱۸. در پست های خود، افراد و برندهای مرتبط را تگ کنید
- ۵۵ ۱۹. همکاری با تاثیرگذاران توییتر
- ۵۵ ۲۰. جامعه محلی خود را فعال کنید
- ۵۵ ۲۱. پخش زنده رویدادها در توییتر
- ۵۵ ۲۲. افراد بیشتری را دنبال کنید
- ۵۵ ۲۳. از مخاطبین ایمیل خود، برای یافتن افرادی که قبلا در توییتر می شناختید استفاده کنید
- ۵۵ ۲۴. برای پیدا کردن مخاطب بیشتر از جستجوی توییتر استفاده کنید
- ۵۵ ۲۵. به فالوورهای توییتر کمک کنید فالوورهای بیشتری جذب کنند
- ۵۵ ۲۶. فالوور تقلبی خریداری نکنید
- ۵۵ ۲۷. به تمام کامنت ها و منشن ها پاسخ دهید
- ۵۵ ۲۸. جستجوی کلمات کلیدی را تنظیم کنید
- ۵۵ ۲۹. پیوستن به ترندها و هشتگ های مرتبط
- ۵۵ ۳۰. یک منبع اطلاعات قابل اطمینان باشید
- ۵۵ ۳۱. به گفتگوها و مکالمات مرتبط پیوندید

- ۵۵ ۳۲. ایجاد لیست توییتر
- ۵۵ ۳۳. ایجاد یا حضور در چت توییتر
- ۵۵ ۳۴. بهترین محتوای خود را مجدداً به اشتراک بگذارید
- ۵۵ ۳۵. عناوین و سرفصل‌ها، تصاویر،  
و متن‌های مختلف را امتحان کنید
- ۵۵ ۳۶. مسابقه "فالو کنید و برنده شوید" را اجرا کنید
- ۵۵ ۳۷. از طریق تبلیغات توییتر حساب کاربری خود را تبلیغ کنید
- ۵۵ ۳۸. از قدرت کارکنان خود استفاده کنید
- ۵۵ ۳۹. از الگوریتم توییتر به نفع خود استفاده کنید
- ۵۵ ۴۰. تجزیه و تحلیل توییتر را بررسی کنید
- ۵۵ بخش هشتم: اصول ارزیابی توییتر
- ۵۵ ۱. بررسی تغییر تعداد مخاطبان
- ۵۵ ۲. بدانید مخاطبانتان را چه کسانی تشکیل می‌دهند
- ۵۵ ۳. ارزیابی میزان بازدید
- ۵۵ دسترسی
- ۵۵ مشارکت و تعامل
- ۵۵ میزان مشارکت
- ۵۵ ۴. محتواهای برتر خود را شناسایی کنید
- ۵۵ ۵. شناسایی محتوای برتر وبلاگتان
- ۵۵ نتیجه‌گیری از تجزیه و تحلیل توییتر



## بخش اول: آشنایی کلی با توییتر

### توییتر چیست؟

توییتر یک سرویس "میکرو بلاگینگ" است. معنی این واژه به زبان ساده یعنی وبلاگ نویسی در ۱۴۰ حرف. شما می‌توانید خبر، دیدگاه یا اتفاقات پیرامون خود را در با جملات کوتاه به مخاطبان خود ارائه دهید و صدای خود را به کاربران دیگر برسانید.

### مزیت توییتر به دیگر شبکه‌های اجتماعی مانند فیسبوک چیست؟

فیسبوک یک شبکه اجتماعی مبتنی بر ارتباط میان افراد است و محتوای منتشرشده در آن از "استتوس" تا عکس و ویدیو را در بر می‌گیرد. اما جست‌وجو در میان مطالب منتشرشده در فیسبوک چندان ساده نیست و در صورتی که قصدتان از عضویت در یک شبکه اجتماعی، گشتن به دنبال خبر باشد، توییتر گزینه مناسب‌تر و سریع‌تری است.

### آیا برای خواندن توییت‌ها نیاز است که در توییتر عضو باشیم؟

برای خواندن توییت‌هایی که کاربران به صورت عمومی منتشر می‌کنند، نیاز به عضویت در توییتر نیست. اما برخی از کاربران توییتر، توییت‌های خود را به صورت خصوصی منتشر می‌کنند 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 شناسه‌های مربوط به خبرگزاری‌ها، سازمان‌ها، شرکت‌ها و افراد مشهور و بسیاری دیگر از منابع خبری، معمولاً عمومی هستند و شما می‌توانید بدون عضویت در این سایت هم به محتوای منتشرشده 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: نحوه ثبت نام


### انتخاب زبان

قبل از هر چیز باید گفت که سایت توییتر ده زبان مختلف را پشتیبانی می‌کند. شما می‌توانید پیش از نام‌نویسی، زبان فارسی را از گزینه‌های منوی بازشوی بالا انتخاب کنید.

### پر کردن کاربرگ (فرم) ثبت نام

عضویت در توییتر بسیار ساده است. در صفحه اول توییتر، دو کاربرگ وجود دارد. کاربرگ اول برای کسانی است که پیشتر عضو شده‌اند و می‌خواهند در سایت وارد شود.

اما کاربرگ دوم برای کسانی است که می‌خواهند برای اولین بار عضو سایت شوند. کافی است با پر کردن این کاربرگ، نام‌نویسی را شروع کنید. برای این کار نام خود را در نخستین خط، ایمیل یا شماره تلفن خود را در دومین خط زده و دکمه بعدی (Next) را فشار دهید.



Next

### Create your account

0/50

[Use email instead](#)

اگر از طریق ایمیل ثبت نام می‌کنید، در قسمت بعدی باید عملکرد توییت‌ر نسبت به ایمیل‌تان را با توجه به فعالیتی که می‌خواهید در آن انجام دهید معلوم کنید:



Next

**Customize your experience**

**Connect with people you know**  
Let others find your Twitter account by your email address. ☐

**Get more out of Twitter**  
Receive email about your Twitter activity and recommendations. ☐

**See better ads**  
Receive personalized ads based on your activity off Twitter. ☐

For more details about these settings, visit the [Help Center](#).

اگر می‌خواهید با دیگران مرتبط شوید، تیک اول، اگر می‌خواهید فعالیت‌های توییت‌ر را در ایمیل رصد کنید، تیک دوم و اگر می‌خواهید با توجه به علاقمندی‌های خود تبلیغات دریافت کنید تیک سوم را بزنید. در نهایت دکمه بعدی (Next) را فشار دهید. در صفحه بعد نیز دکمه ثبت نام (sign up) را فشار می‌دهید تا ایمیل تایید برایتان فرستاده شود.



تنها تفاوت ثبت نام از طریق شماره موبایل آن است که در صفحه دوم، گزینه اول را ندارید.

### تعیین گذرواژه و انتخاب شناسه

در نهایت باید به ایمیل خود مراجعه کرده و با زدن لینک تایید به توییتر برگردید و یا کد ارسالی به گوشی تان را وارد توییتر کنید.

در این قسمت وارد صفحه‌ای به شکل زیر خواهید شد که مشخصات بیشتری از شما می‌خواهد. گذرواژه خود را تعیین کنید. همچنین در اینجا باید شناسه‌ای را برای توییتر خود انتخاب کنید. این شناسه یکتا است. یعنی دو کاربر این سایت نمی‌توانند شناسه‌ای یکسان داشته باشند. پس ممکن است شناسه‌ای که می‌خواهید برای خود داشته باشید، پیشتر توسط کاربر دیگری اشغال شده باشد. شما باید موارد مختلفی را امتحان کنید تا به شناسه‌ای برسید که تا کنون استفاده نشده است. این شناسه مهم است. چرا که از این پس در توییتر، شما را با این شناسه می‌توانند پیدا کنند یا به آن رونوشت بفرستند.

## بخش سوم: آشنایی با اصطلاحات

### دنبال کردن (Follow):

فلسفه استفاده از توییتر علاوه بر انتشار محتوا، دریافت محتوای منتشرشده توسط دیگران است. برای این کار باید کاربران دیگر را دنبال کنید. به این کار به اصطلاح «فالو» یا دنبال کردن می‌گویند.

### دنبال‌کننده (Follower):

افرادی که شما را دنبال می‌کنند، دنبال‌کننده یا "فالور" نامیده می‌شوند. در صورتی که شما افرادی را دنبال کنید، دنبال‌کننده یا فالور او شمرده خواهید شد.

### کاربر تاییدشده (Verified):

در کنار برخی از شناسه‌های یک علامت تیک آبی‌رنگ وجود دارد. این تیک یعنی که این شناسه اصلی و معتبر بوده و توسط توییتر تایید می‌شود. البته نداشتن این تیک آبی نشان‌دهنده جعلی بودن حساب کاربری نیست. بلکه ممکن است فرد یا سازمان مورد نظر به هر دلیلی اقدامی در جهت تایید حساب خود انجام نداده باشد.

### توئیٹ کردن (Tweeting):

توییتر مجموعه‌ای از توئیٹ‌های کوتاه در مورد مسائل مختلف می‌باشد.

تویییت‌ها همانند اعلام وضعیت فیس‌بوک (Status) می‌باشند که به کمک آن‌ها می‌توان وضعیت خود را با دوستان و آشنایان به اشتراک گذاشت.

### ری تویییت کردن (Retweeting)

انتشار دوباره تویییت‌های دیگران (ری تویییت Retweet) نام دارد.

### رونوشت دادن (Mention)

برای پاسخ گفتن به تویییت‌های دیگران و یا متوجه کردن آنها از تویییت خودتان، می‌توانید علامت @ را قبل از نام کاربری‌شان بگذارید. اگر از علامت @ در ابتدای تویییت خود استفاده کنید، فقط افرادی این Reply را می‌بینند که مشترک هر دو شما باشند.

### ترند (Trend):

ترند موضوعاتی یا تویییت‌های است که در زمینه یا مبحث خاصی ارسال می‌شوند و دارای بیشترین مشارکت کننده در واحد زمانی روز می‌باشد با توجه به منطقه‌ای که انتخاب می‌شود در کنار پروفایل تویییت‌ر نمایش داده می‌شود. ترندهای یکی از پرکاربردترین ابزارهای تویییت‌ر به حساب می‌آید به خصوص در زمینه اطلاع رسانی یا خبررسانی از طریق تویییت‌ر و معمولاً ترندهای مهم و روز و سرتیتر خبرها در جستجوهای گوگل به طور اختصاصی نمایش داده می‌شوند.

### تگ زدن (Hashtag)

تگ یک عبارت تک و یا چند کلمه‌ای ست که با # شروع می‌شود (مانند #iphone)، و برای ساماندهی موضوعات مختلف، صحبت‌ها، وقایع و ... استفاده می‌شود.

### پیام مستقیم (Direct Message)

این بخش برای فرستادن پیام خصوصی به شناسه‌ها و کاربران دیگر است. این کار فقط در صورتی ممکن است که هر دو یکدیگر را دنبال کرده باشید.



## بخش چهارم: افزودن افراد و صفحات مورد علاقه

پس از ثبت نام شروع به فالو کردن آشنایان و دوستان و همچنین سلبریتی‌ها و بازیگران مورد علاقه خود بکنید. پس از آن نوبت به فالو کردن صفحه‌های مربوط به وبسایت‌های مورد علاقه می‌رسد. توییتر نیز در لیستی به شما کاربرانی را جهت فالو کردن معرفی می‌کند.

در عین حال می‌توانید شناسه‌ها را جست‌وجو کرده و افرادی را که قصد دنبال کردنشان را دارید از این راه بیابید. اگر شناسه مورد نظر را می‌دانید آن را جست‌وجو کنید ولی می‌توانید با درج نام مورد نظر هم آن را بیابید. جست‌وجوی شناسه‌ها بر حسب موضوع نیز ممکن است.

هر چه تعداد کسانی که دنبال می‌کنید، بیشتر باشد، به مطالب بیشتری دسترسی خواهید داشت و هر چه تعداد دنبال‌کنندگان شما بیشتر باشد، شما رسانه پرمخاطب‌تری خواهید بود و احتمالاً مطالبتان را افراد بیشتری خواهند خواند.

## بخش پنجم: توییت کردن



توییت ها عمومی هستند و همه می توانند آن ها را مشاهده کنند اما اگر می خواهید فقط کسانی که شما را Follow می کنند بخوانند باید پیام مستقیم بفرستید.

بنابراین هر کاربر توییت را که بخواند می تواند شما را فالو کند و نمی توانید جلوی این اتفاق را بگیرید. فالو کردن شما بدین معنی است که تمام توییت های شما را در صفحه ی Timeline خود خواهد داشت (همانند فیس بوک). متقابلاً شما نیز می توانید هرکس را که می خواهید را فالو کنید و تمام توییت هایش را در اختیار داشته باشید.

محدودیت توییت ها تا ۱۴۰ حرف می باشد؛ بدین معنی که باید توییت خود را مختصر و در عین حال قابل فهم برای کاربران بنویسید. یکی از مهم ترین ویژگی های توییت که باعث شده است بتواند فعل توییت کردن یا Tweet را در ادبیات وب جا بیاندازد، همین محدودیت ۱۴۰ کاراکتری است. این محدودیت بخشی از هویت آن است و باعث شده که کاربران همیشه در حال به روزرسانی و خواندن مطالب جدید و فوری باشند.

اگر می خواهید از عکس برای توییت هایتان استفاده کنید، باید بدانید که هر چند تا عکس که بگذارید، فقط ۲۴ کاراکتر از شما کم می شود و ۱۱۶ کاراکتر برایتان باقی می ماند. در هنگام ری توییت کردن هم شما ۱۱۶ کاراکتر برایتان در نظر گرفته می شود.

بنابراین اگر می خواهید در توییتر فعالیت کنید، باید به این نکته توجه داشته باشید که کوتاه و مختصر و با استفاده از هشتگ ها و لینک ها ... توییت کنید.



## بخش ششم: نکات مهم و کاربردی

### اولیات توییت

#### نکته اول

بدون عضویت نیز می‌توان در توییت به خواندن توییت‌های کاربران پرداخت. با این حال این سرویس رایگان است و ساخت اکانت کاربری در آن واقعا ضروری می‌باشد. پس از عضویت در توییت کاربران به راحتی می‌توانند صفحه شما را پیدا کنند. بنابراین در هنگام ثبت نام، سعی کنید از یک نام کامل و درست استفاده کنید چرا که کاربران قرار است شما را پیدا کنند.

#### نکته دوم

سعی کنید در توییت فعال شوید و در بخش‌های مختلف به بحث با کاربران بپردازید؛ همچنین در بخش‌های مختلف نام سایت خود، ایمیل و از همه مهمتر آدرس پروفایل توییت مربوط به خود و یا شرکت خود را به اشتراک بگذارید تا کاربران با شما آشنا شوند. این مرحله یکی از مهمترین گام‌ها برای پیشرفت کار خود در توییت به شمار می‌آید.

#### نکته سوم

خبرهای صفحه‌ی توییت (Feed) خود را افزایش دهید. اگر از وردپرس،

اندروید و هر وسیله‌ای استفاده می‌کنید سعی کنید به کمک همه‌ی آن‌ها به توییت‌ر متصل باشید و همچنین به کمک ویجت‌های مربوط به توییت‌ر به نوشتن در آن بپردازید. مطمئناً یک صفحه خالی از هرگونه توییت برای شما و کاربران توییت‌ر جذابیتی نخواهد داشت. پس سومین مرحله مربوط به پربار بودن صفحه کاربری توییت‌ر می‌باشد.

### نکته چهارم

در فیدها و توییت‌های خود از نام کاربری خود و یا شرکت مربوطه نیز استفاده نمایید؛ به کمک این کار، افراد در توییت‌ر به صفحه پروفایل شما در توییت‌ر جذب می‌شوند و بدین ترتیب افراد زیادی را در لیست Followers (دنبال‌کننده‌ها) خود خواهید داشت.

### نکته پنجم

اگر شما تنها عضو صفحه توییت‌ر نیستید و افراد دیگری نیز در آن فعالیت می‌کنند حتماً قوانین و حد و مرزهایی در زمینه‌ی توییت‌ها و نحوه‌ی قرار دادن آن‌ها در صفحه مشخص نمایید.

### نکته ششم

اگر توییت غیر معقول و بدی در صفحه گذاشته شود، پاک کردن آن کافی نیست؛ چرا که ممکن است افراد زیادی آن را دیده باشند و حتی به آن پاسخ داده باشند. پیشنهاد می‌کنیم در این شرایط به سرعت توییتی مبنی



بر عذرخواهی و توضیح در مورد توییت مربوطه نوشته و آن را در صفحه منتشر نمایید.

### نحوه رپورت کردن مطالب Spam در تویتر

ممکن است یک سری از توییت‌های خاص در شبکه‌ی تویتر شما را از آن زده کنند. این توییت‌ها ممکن است تبلیغاتی و یا از طرف فرد خاصی باشند. برای رهایی از شر توییت‌های مورد نظر کافیسست بر روی گزینه‌ی بیشتر در کنار هر توییت (آیکونی با ۳ نقطه) کلیک کنیم و سپس گزینه‌ی Block or report را انتخاب نمایید. پس از این کار، پنجره‌ای زیر باز می‌شود که در بالای آن با تیک زدن می‌توانید کل اکانت مربوطه را بلاک کرده و دیگر توویت‌های آن را مشاهده نکنید. همچنین در پایین باید دلیل اسپم کردن توییت را تیک‌دار کنید. سپس بر روی گزینه‌ی قرمز رنگ block کلیک نمایید.

## بخش هفتم: چگونه پرمخاطب شویم؟

این راهنما نه تنها به شما آموزش می دهد که چگونه مخاطبان خود را افزایش دهید، بلکه به شما می آموزد که چگونه به مخاطبان هدف خود دست پیدا کنید یعنی افرادی که احتمال بیشتری دارند با شما ارتباط برقرار کنند، پست های خود را با شبکه آنها به اشتراک بگذارند و طرفداران یا مشتریان جدید شوند.

### ۱. به اشتراک گذاری محتوای عالی

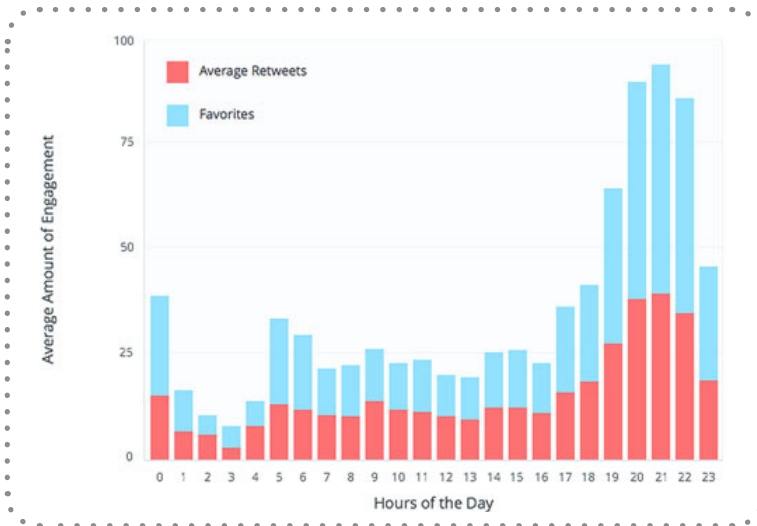
محتوای عالی محتوایی است که افراد را وادار کند در مورد شما صحبت کنند و پست های شما را به اشتراک بگذارند. کلید ایجاد محتوای عالی، شناخت مخاطبان هدف شما و دانستن اینکه آنها به چه چیزی علاقمند هستند. همه چیزهایی که در توییت ارسال میکنید باید برای مخاطبان ارزشمند باشد. باید به مخاطب کمک کند مشکلی را حل کند، آگاه و مطلع کند، سرگرم کند و یا آنها را درگیر کند. توییت های شما باید مختصر باشد، خوب نوشته شده باشد و در صورت امکان به همراه تصاویر جذاب باشد.

### ۲. توییت کردن در زمان مناسب

با این که که ترتیب فید توییت دیگر محدود به ترتیب زمانی نیست، اما اگر می خواهید محتوای شما توسط بیشترین تعداد مخاطب ممکن

دیده شود زمان ارسال پست بسیار مهم است. بهترین زمان برای توئیت چیست؟

بر اساس تجزیه و تحلیل بیش از ۴۰۰۰۰ توئیت توسط Hootsuite، بهترین زمان برای ارسال در توییتر از ساعت ۳ بعد از ظهر است. از دوشنبه تا جمعه. از آنجا شروع کنید و تاریخ و زمان های مختلف را آزمایش کنید تا بدانید که چه زمانی برای شما مناسب تر است.



Hubspot و CoSchedule روز چهارشنبه را به عنوان بهترین روز برای تعامل در توییتر عنوان می کنند. با این حال، SproutSocial پنج شنبه ها را به عنوان بهترین روز معرفی کرده است. برای به دست آوردن بهترین زمان انتشار محتوا در توییتر برای مخاطبان،

در Twitter Analytics به قسمت Tweets بروید. با بررسی تعداد باز دیده‌ها در زمان، هر چیزی که لازم است در مورد بهترین زمان ارسال پست بدانید را به شما نشان خواهد داد.

همچنین می‌توانید به طور رایگان در Klout ثبت نام کنید. این ابزار، اطلاعات لازم در مورد مخاطبان شما را جمع‌آوری می‌کند و بهترین زمان انتشار پست بر اساس مخاطبان شما را نشان می‌دهد.

### ۳. تعداد توثیت بهینه ارسال کنید

اگر مخاطبان خود را با پست‌های خیلی زیاد بمباران کنید، ممکن است آنها دیگر شما را دنبال نکنند.

فرمول و عدد مشخصی برای اینکه چند بار در روز پست ارسال کنید وجود ندارد. پیشنهاد می‌شود حداقل یک بار در روز پست ارسال کنید. به واکنش مخاطبان فعلی خود توجه کنید و تعداد پستی که برای شما مناسب‌تر است را پیدا کنید و تجزیه و تحلیل توییت‌تر خود را به دقت زیر نظر داشته باشید.

### ۴. توثیت‌های خود را زمانبندی کنید

استفاده از یک ابزار مانند schedule tweets in advance می‌تواند به شما در صرفه‌جویی زمان کمک می‌کند. همچنین این کار به ارسال پست در زمان بهینه (و تعداد بهینه) برای جذب مشارکت بیشتر کمک می‌کند. و برای مشارکت بیشتر باید مخاطب بیشتر جذب کنید.



	BEST	WORST
FACEBOOK	1 PM - 4 PM	8 PM - 8 AM
TWITTER	1 PM - 3 PM	8 PM - 9 AM
PINTEREST	2 PM - 4 PM	5 PM - 7 PM
	8 PM - 1 AM	
GOOGLE+	9 AM - 11 AM	6 PM - 8 AM
LINKEDIN	7 AM - 9 AM	10 PM - 6 AM
	5 PM - 6 PM	

### ۵. محتوای قابل اشتراک گزینش کنید

سعی کنید چیزهای جدید، برندها و ایده‌هایی که مربوط به کسب و کار شما و علاقمندی‌های مخاطبان شما است به افراد معرفی کنید. همیشه در جستجوی تازه‌ترین‌ها، ترندها و موارد محبوب باشید. همه دوست دارند اولین نفری باشند که موارد جدید و جالب را با شبکه خود به اشتراک بگذارند. منبع مطمئنی از این نوع محتوا برای جذب مخاطبان جدید باشید.

### ۶. در مواقع مناسب سرگرم‌کننده باشید

توییت‌های سرگرم‌کننده یکی از بیشترین بازتوییت‌ها هستند. اما سرگرم‌کننده بودن و خنداندن کار ساده‌ای نیست و مشکل‌تر از آن این است که همیشه بخندانید. اگر در این زمینه خوب نیستید یا با صدای برند شما همخوانی ندارد، سعی نکنید خود را مجبور کنید که این کار را انجام دهید.

## ۷. نوشتن و ویرایش خوب

موارد زیادی را در چند کلمه بیان کردن کار ساده ای نیست. همانطور که مارک تواین معروف گفت: ”من زمان لازم برای نوشتن یک نامه کوتاه نداشتم، به همین دلیل به جای آن یک نامه بلند نوشتم“.

اگرچه اکنون در توئیتر ۱۴۰ کاراکتر در اختیار دارید، نوشتن در توئیتر یک تمرین برای کوتاه نویسی است. چگونه می توانید به اندازه کافی بنویسید تا توجه افراد را جلب کنید و آنها را وادار به اشتراک گذاری، پاسخ و یا لایک توئیت خود کنید؟ پاسخ این است که شما باید یک نویسنده و ویرایشگر خوب باشید.

## ۸. استفاده از تصاویر جذاب

مردم عکس های جذاب، گیف و گرافیک را دوست دارند. این موارد محتوای شما را چشم گیرتر می کند و توجه مخاطب را جلب می کند و بر اساس گزارش توئیتر، توئیت تصویری کاربران تأیید شده، به طور متوسط ۳۵ درصد بازتوئیت بیشتری دارند.



## ۹. ویدئوی توییتر را امتحان کنید

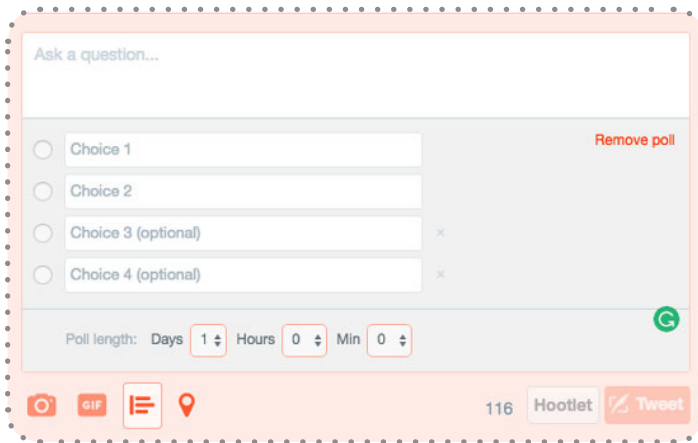
توییتر تبدیل به یکی از محبوب ترین مکان ها برای مشاهده، به اشتراک گذاری و صحبت در مورد ویدئوهای های آنلاین شده است. ویدئو می تواند سرگرم کننده و آگاهی دهنده باشد و منجر به جذب مخاطب بیشتر شود. تویییت های ویدئویی به طور متوسط ۲۸٪ بازتوئیت بیشتر دارند. شما می توانید ویدئو را ایجاد یا آپلود کنید و حتی می توانید در توییتر تا جایی که به برند و مخاطبان شما مرتبط هستند، ویدیوی زنده داشته باشید. گزینه های ویدئویی شبکه های اجتماعی خود را بررسی کنید.

## ۱۰. توئیت های پرسشی ارسال کنید تا پاسخ دریافت کنید

همانطور که یک ضرب المثل قدیمی می گوید، ”شما چیزی را که درخواست نکنید، دریافت نمی کنید.“ پرسیدن سوال یکی از بهترین راه های ایجاد تعامل است. می تواند یک سوال ساده و سرگرم کننده باشد، مانند سوال در مورد یک سینما. سؤال: ”لحظه مورد علاقه شما در فیلم جدید جنگ ستارگان چیست؟“ یا اینکه می توانید در مورد یک محصول یا خدمات بازخورد بگیرید، اما باید برای پاسخ های منفی آماده باشید. طرح سوال منجر به تعامل می شود و تعامل و مشارکت منجر به افزایش دسترسی برای تویییت شما می شود، که منجر به جذب مخاطب بیشتری می شود.

## ۱۱. ایجاد نظرسنجی در توییت

افزایش تعامل و مشارکت می‌تواند منجر به افزایش مخاطب شود. نظرسنجی‌های توییت نیز می‌تواند بسیار جذاب و تعاملی باشد. می‌توان برای طرح سؤالات جدی در مورد حوزه شما، گرفتن بازخورد یا به صورت سرگرم کننده از آن استفاده کرد.



The image shows the Twitter poll creation interface. At the top, there is a text input field labeled "Ask a question...". Below this, there are four radio button options for choices: "Choice 1", "Choice 2", "Choice 3 (optional)", and "Choice 4 (optional)". To the right of these choices is a "Remove poll" button. Below the choices, there is a "Poll length" section with dropdown menus for "Days" (set to 1), "Hours" (set to 0), and "Min" (set to 0). At the bottom of the interface, there are icons for adding media (camera), GIFs, emojis, and a location pin. On the right side of the bottom bar, it shows "116" (retweets), the "Hootlet" logo, and a "Tweet" button.

## ۱۲. بهینه سازی پروفایل و بیوی توییت

یک بیوی خوب باید:

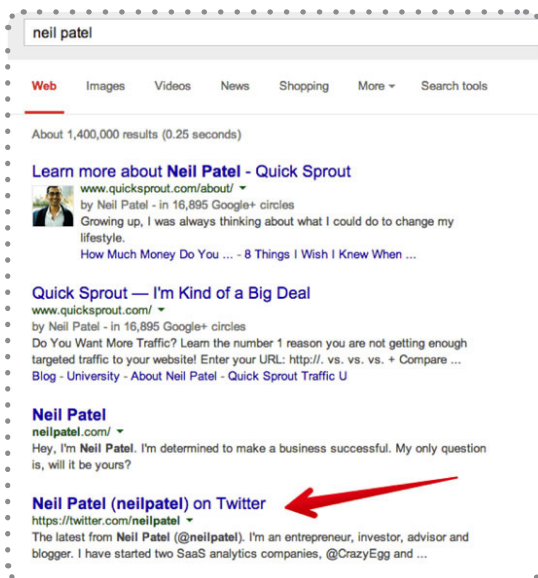
- نشان دهد که شما که هستید و چه کاری انجام می دهید
- شخصیت و هویت برند شما را انتقال دهد
- مخاطبان ایده آل خود را با کلمات کلیدی هدف قرار دهید
- شامل فراخوان باشد

افرادی که می خواهند شما را در توییتر دنبال کنند در واقع به دلیل اینکه شما چه کسی هستید و یا چه کاری انجام می دهید، شما را فالو خواهند کرد. بنابراین سعی کنید خلاق باشید و باهوش به نظر برسید. شما نیاز دارید که با داشتن یک بیو متفاوت در توییتر، خود را با سایر افراد در زمینه کاریتان متمایز جلوه دهید.

پس پیام خود را در این قسمت جذاب، جالب و تاحد امکان آموزنده نگاه دارید. گوگل و موتورهای جستجوگر بخش Bio در توییتر شما را اسکن می کند. بنابراین به منظور بهبود وضعیت دیده شدن در جستجوها، باید در این قسمت از کلمات کلیدی مرتبط با کسب و کارتان استفاده کنید. درباره آن چیزی که مخاطبان و مشتریان هدف شما جستجو می کنند، فکر کنید و از آنها در Bio جهت آگاهی دادن به افراد در مورد تجارت خود استفاده کنید. همچنین اطمینان حاصل کنید که بیو شما در توییتر از طریق هشتگ ها و مسائل مرتبط متصل شده است و یا یک لینک بیرونی به سایت یا بلاگ خود اضافه نمایید. توجه کنید که این موارد حتما به محتوایی که اغلب توییت می کنید، ارتباط مستقیم داشته باشد.

بیوگرافی خود را برای کسانی که آن را می بینند، جذاب کنید. به اشتراک گذاری برخی واقعیت ها و ویژگی های جالب در مورد خودتان و یا کسب و کارتان باعث جذب بیشتر فالوورها خواهد شد.

بیو توییتر شما باید در مورد خودتان باشد. شما نیاز به برقراری ارتباطی دارید که برای جامعه ایجاد ارزش کند این مورد می تواند شامل فعالیت ها و کارهایی باشد که به صورت موفقیت آمیز انجام شده باشد.



اگر کتابی نوشته اید و یا جایزه ای را کسب نموده اید ، حتما باید این موارد را در Bio ذکر کنید.

### ۱۳. بهترین توئیت خود را بالای فید پین کنید

اضافه کردن یک توئیت پین شده به فید در واقع مانند بیو عمل می کند. این یکی از اولین مواردی است که افراد وقتی که به پروفایل شما می آیند متوجه خواهند شد که آیا شما ارزش دنبال کردن دارید یا خیر. از پین کردن توئیت برای نمایش بهترین محتوای خود استفاده کنید و هر از گاهی بنا به مناسبت ها مانند رویدادها یا آفرها و ... آن را تغییر دهید.

#### ۱۴. از سایر پروفایل های اجتماعی به توئیتر لینک دهید

در دیگر پروفایل های شبکه های اجتماعی به حساب توئیتر خود لینک دهید. اما فقط یک لینک به پروفایل خود ارسال نکنید و به مردم بگویید که شما را دنبال کنند. به جای این کار، یک دلیل به همراه یک پیشنهاد منحصر به فرد، یک نظرسنجی یا محتوایی عالی که فقط در توئیتر باشد ارائه کنید. همچنین می توانید در حساب توئیتر خود به Facebook و Instagram و سایر پروفایل های اجتماعی لینک اضافه کنید.

#### ۱۵. تایم لاین توئیتر خود را در وب سایت خود قرار دهید

قرار دادن فید مطالب اکانت توئیتر شما به بازدیدکنندگان وبسایت شما کمک می کند به راحتی محتوای توئیتر شما را ببابند و بدون ترک صفحه، شما را دنبال کنند. شما همچنین می توانید با قرار دادن توئیت ها در پست های وبلاگ، اضافه کردن کاربری توئیتر در امضای ایمیل و... فید توئیتر خود را تبلیغ کنید.

Configuration

Username: @WebNotes

Options: ☒ Exclude replies, ☒ Auto-expand photos

Height: 600

Theme: Light

Link color: Default (blue)

For advanced visual options, please refer to the customization documentation.

☐ Opt-out of tailoring Twitter [?]

Save changes Cancel

Preview

Successful Message

Tweets

WebNotes @WebNotes 08 Sep  
Enhance and Compress Videos With Windows Movie Maker you: be/MZnCDsX1ah?&a

WebNotes @WebNotes 08 Sep  
Create a Free Mobile Site App in Baidu Webmaster Tools: you: be/67Gwt5vDX8 via @youtube

WebNotes @WebNotes 08 Sep  
Learn How to Create a Free Mobile Site App in Baidu Webmaster Tools: you: be/67Gwt5vDX8?&a

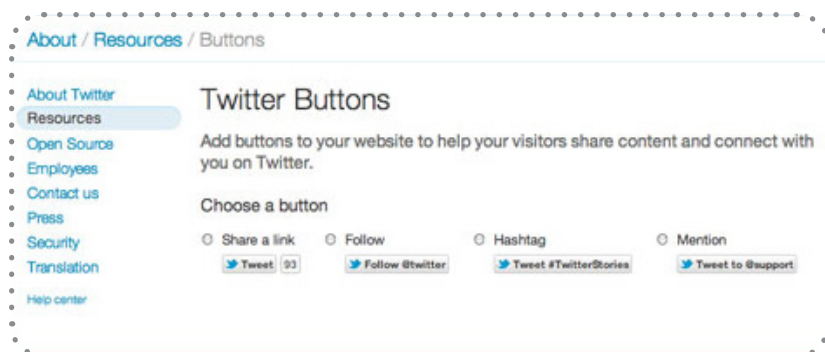
Tweet to @WebNotes

Copy this Widget Code and Paste in Your Site

`<div class="twitter-timeline" href="https://twitter.com/WebNotes" data-widget="...">`

## ۱۶. دکمه های توییتر را به وب سایت یا وبلاگ خود اضافه کنید

دکمه های توییتر یکی دیگر از راه های عالی برای تبلیغ حساب شما و جذب مخاطب جدید است. می توانید دکمه هایی ایجاد کنید که به افراد امکان می دهد با استفاده از یک کلیک شما را دنبال کنند، مطالب را با مخاطبان خود به اشتراک بگذارند، کاربری خود را در یک توییت منشن کنید و ...



## ۱۷. از هشتگ به خوبی استفاده کنید

هشتگ ها می تواند به شما کمک کند تا با دیده شدن توییت شما توسط مخاطبان هدف، فالوورهای بیشتری به دست بیاورید. توییت های دارای هشتگ به طور کلی دو برابر بیشتر از توییت های بدون هشتگ مشارکت جذب می کنند.

Hashtagify ابزاری مناسب و کاربردی جهت تجزیه و تحلیل و انتخاب بهترین هشتگ ها برای استفاده در شبکه های اجتماعی اینستاگرام و توییتر است. کاربران این شبکه های اجتماعی با استفاده از امکانات و

قابلیت های این نرم افزار می توانند باعث صرفه جویی زمان در جستجوی هشتگ مناسب برای پست های خود شده و همچنین از مزایای استفاده از هشتگ های اثرگذار و قدرتمند در جهت ارتقای بازاریابی حاصل از فعالیت در شبکه های اجتماعی مورد نظرشان بهره مند گردند.

### ۱۸. در پست های خود ، افراد و برندهای مرتبط را تگ کنید

این کار باعث می شود محتوای شما در معرض دید افراد مرتبط و مهم قرار گیرد. اگر برای آنها و مخاطبانشان ارزشمند باشد (باید باشد!)، ممکن است آنها با mention یا retweet پاسخ دهند. این نوع تأیید از یک کاربر تاثیرگذار توییتتر با مخاطب مشابه به خودتان، میتواند بسیار سریع برای شما مخاطبان جدید جذب کند. فقط باید درست انتخاب کنید که چه کسی را هدف قرار می دهید و افراد نامرتبط را تگ نکنید.

### ۱۹. همکاری با تاثیرگذاران توییتتر

بازاریابی تاثیرگذار بر این اصل عمل می کند که مشتریان بالقوه احتمال بیشتری دارد به شخصی که از قبل می شناسند و به آن اعتماد دارند در مقابل یک کسب و کاری که هیچ ارتباطی با آن ندارند، پاسخ مثبت دهد. اگر شما با یک تاثیرگذار مرتبط (می توانید از آنها برای تبلیغ یک محصول یا پیوستن به یک چت توییتتر) شریک شوید، فالوورهای آنها می توانند به شما نیز پیوندند.

## ۲۰. جامعه محلی خود را فعال کنید

اگر شما یک کسب و کار کوچک یا متوسط هستید که می خواهید به مخاطب محلی دسترسی پیدا کنید، باید به بحث های مرتبط در داخل جامعه پیوندید و دیگر مشاغل محلی را دنبال کنید. حتی برندهای بزرگتر و کسب و کارهای آنلاین می توانند به منظور جذب افراد محلی، اخبار و محتوای مربوط به مناطق خاص را به اشتراک بگذارند. با اضافه کردن مکان به پروفایل توییتر خود، شروع کنید.

## ۲۱. پخش زنده رویدادها در توییتر

پخش زنده رویدادها شانس شما برای فعال کردن و مشارکت دادن مخاطب، به نمایش گذاشتن تخصص خود و ارائه ارزش به مخاطب هدف است. اگر شما در حال برگزاری یا شرکت در یک کنفرانس یا رویداد هستید، می توانید با استفاده از هشتگ، با افراد در توییتر ارتباط برقرار کنید. این نه تنها به شما کمک می کند با فالوورهای بالقوه جدید در این رویداد ارتباط برقرار کنید، بلکه به افرادی که قادر به شرکت در آن نیستند نیز دسترسی پیدا می کنید.



## ۲۲. افراد بیشتری را دنبال کنید

تحقیقات، ارتباط مستقیمی بین تعداد افرادی که دنبال می‌کنید و تعداد افرادی که شما را دنبال می‌کنند، نشان می‌دهد. هنگام دنبال کردن کاربران جدید، مطمئن شوید که آنها مربوط به حوزه کاری شما هستند. اگر مرتبط هستند و حساب توییتر شما پراز پستهایی است که برای آنها ارزشمند است، پس احتمال بسیار زیادی وجود دارد که شما را دنبال کنند.

## ۲۳. از مخاطبین ایمیل خود، برای یافتن افرادی که قبلاً در توییتر می

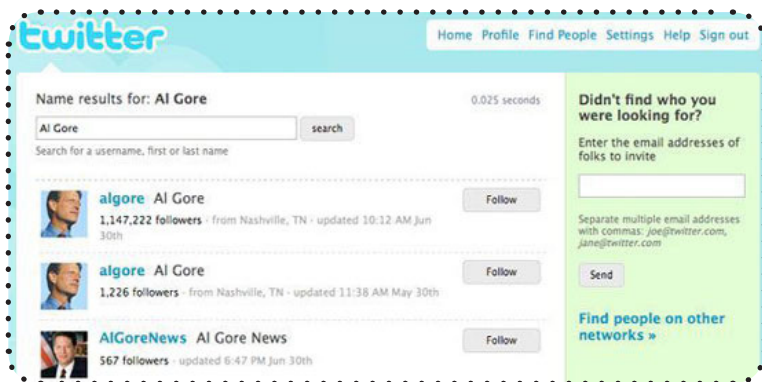
### شناختید استفاده کنید

افرادی که از قبل آنها را می‌شناسید منبع خوبی برای جذب فالوورهای جدید هستند. مخاطبین ایمیل خود را در توییتر آپلود کنید و پروفایل‌های آنها را پیدا کنید (اگر آنها این ویژگی را فعال کرده باشند). سپس می‌توانید آنها را دنبال کنید و امیدوار باشید هنگامی که نام کاربری شما را شناسایی کردند، شما را دنبال کنند (به یاد داشته باشید که باید در همه کانال‌ها یکسان و همخوان باشد).

## ۲۴. برای پیدا کردن مخاطب بیشتر از جستجوی توییتر استفاده کنید

جستجوی توییتر می‌تواند به شما کمک کند که کاربران مربوطه را پیدا کرده و آنها را دنبال کنید. یک موضوع یا کلمه کلیدی را جستجو کنید و روی برگه People در صفحه نتایج جستجو کلیک کنید. همچنین می‌توانید افرادی را دنبال کنید که برندها و کسب و کارهای

مشابه یا رقبا را دنبال می کنند. باز هم شانس زیادی دارید که این افراد نیز به دنبال کردن شما علاقمند باشند.



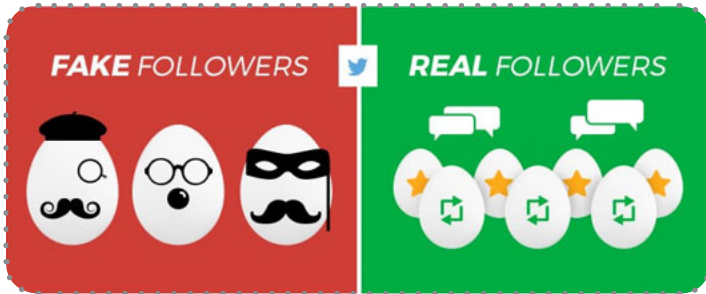
## ۲۵. به فالوورهای تویتر کمک کنید فالوورهای بیشتری جذب کنند

منشن کردن و پاسخ دادن به مخاطبان، به شما کمک می کند تا به مخاطبان بیشتری دسترسی پیدا کنید. این کار می تواند به صورت پاسخ دادن به سوالات، پیوستن به بحث و تحسین یا تایید و... باشد. این کار می تواند به ایجاد حسن نیت نسبت به برند شما کمک کند و کاربر ممکن است متقابلاً این کار را برای شما انجام دهد.

## ۲۶. فالوور تقلبی خریداری نکنید

در حالی که داشتن تعداد فالوورهای می تواند باعث محبوبیت بیشتری در شبکه های اجتماعی شود، فالوورهای خریداری شده در واقع با شما تعامل نخواهند کرد. چرا؟ آنها ربات هستند و کاربران دیگر ممکن است

این را متوجه شوند و اعتماد به برند شما را از دست بدهند و شما را از داشتن فالوورهای جدیدی که ممکن است مشتری شوند، محروم کنند.



## ۲۷. به تمام کامنتها و منشن ها پاسخ دهید

پاسخ دادن به افرادی که در توییتر هستند، نشان می دهد که حساب شما فعال و پاسخگوست و ارزش دنبال کردن را دارد. این روش بهترین شیوه برای برقراری ارتباط با افراد است.

## ۲۸. جستجوی کلمات کلیدی را تنظیم کنید

بسیاری از افرادی که در مورد برندها در شبکه های اجتماعی صحبت می کنند فراموش می کنند که کاربری آنها را تگ گذاری کنند. برای اطمینان از این که هیچ منشنی را از دست ندهید، جستجوی کلمات کلیدی را در داشبورد مدیریت شبکه های اجتماعی خود تنظیم کنید.

### ۲۹. پیوستن به ترندها و هشتگ های مرتبط

در هشتگ های محبوب و معروف توییتر مانند هشتگ FF (اختصاری Follow Friday)، شرکت کنید. یک راه عالی برای کمک به فالوورهاست تا فالوورهای خود را بیشتر کنند و همچنین ممکن است شما جزئی از این هشتگ آنها شوید.



### ۳۰. یک منبع اطلاعات قابل اطمینان باشید

برای بسیاری از صنایع مانند خدمات مالی، املاک و مستغلات و یا آموزش عالی، معتبر و قابل اعتماد بودن یک معیار کلیدی برای موفقیت است. به مخاطبین خود کمک کنید تا مشکلات خود را حل کنند و آنها را آگاه و سرگرم کنید و اعتماد آنها را به دست آورید. وقتی این کار را می کنید، سرعت افزایش فالوورهای خود به صورت ارگانیک را خواهید دید.

### ۳۱. به گفتگوها و مکالمات مرتبط پیوندید

توییت‌ر نه تنها برای انشار پیام، بلکه برای مکالمات نیز هست. اگر می‌خواهید خودتان یا برند خود را به عنوان یک متخصص قابل اعتماد یا رهبر فکر حوزه خود معرفی کنید، با ارائه دیدگاه‌های ارزشمند یا محتوایی در راستای بحث مورد نظر در مکالمات و مباحث حوزه خود شرکت کنید. از شنود اجتماعی (social listening) برای پیدا کردن افرادی که درباره چیزهایی صحبت می‌کنند که برای شما و مخاطبان شما اهمیت دارد، استفاده کنید.

### ۳۲. ایجاد لیست توییت‌ر

لیست توییت‌ر یکی دیگر از راه‌های عالی برای کشف مکالمات مربوط به کسب و کار شما است و سپس از آن مکالمات برای ارتباط با کاربران مرتبط که از دنبال کردن شما سود می‌برند استفاده کنید. شما می‌توانید لیست خود را ایجاد کنید (و آن را به صورت عمومی یا خصوصی تنظیم کنید) یا لیست عمومی که شخص دیگری ایجاد کرده را دنبال کنید. استخراج لیست دیگر افراد برای مخاطبان بالقوه جدید نیز راه خوبی برای رشد و پیشرفت شماست.

Create a new list

List name: NewList

Description: list of new people  
Under 100 characters, optional

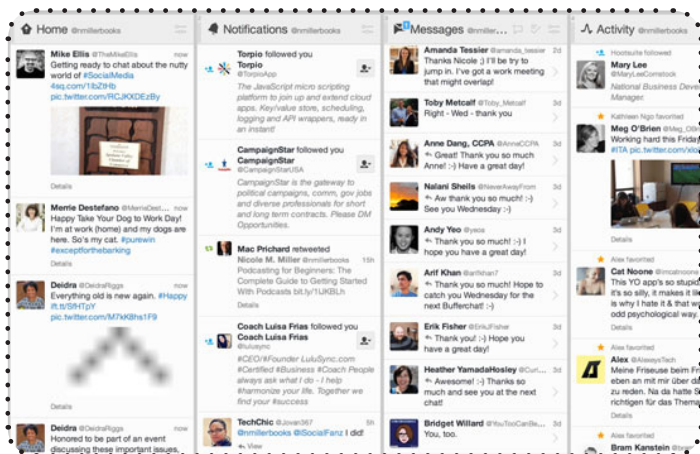
Privacy: ☒ Public · Anyone can follow this list  
☐ Private · Only you can access this list

Save list

Lists Subscribed to / Members

### ۳۳. ایجاد یا حضور در چت توئیتر

پیوستن یا تشکیل چت توئیتر یک راه عالی برای رشد اجتماعی شماست. با استفاده از هشتگ (در Hootsuite از هشتگ HootChat استفاده می شود)، کاربران در یک تاریخ و زمان معین برای بحث در مورد یک موضوع، حوزه یا مباحث روز به چت می پیوندند. اگر این کار به طور صحیح انجام شود، این چت ها ارتباط عمیق بین شرکت کنندگان و برندها ایجاد می کند. همچنین می توانند دسترسی شما در توئیتر را افزایش دهند که به جذب مخاطب جدید کمک می کند.



### ۳۴. بهترین محتوای خود را مجدداً به اشتراک بگذارید

برای ایجاد محتوای عالی، زمان و پول لازم است، بنابراین ارزش آن را دارد که حداکثر استفاده را از آن محتوا داشته باشید. اگر محتوایی دارید که به طور گسترده ای به اشتراک گذاشته شده و موفق بوده است، دوباره

آن را به اشتراک بگذارید تا در دسترس افراد جدید قرار بگیرند. فقط باید با ظاهر و فرمت مختلف از آن استفاده کنید.

**۳۵. عناوین و سرفصل ها، تصاویر، و متن های مختلف را امتحان کنید**  
اکثر بازاریابان با تست A/B آشنا هستند. در این تست با آزمایش تغییرات کوچک در موارد مربوط به بازاریابی موثرترین گزینه را پیدا می کنید. تست های A/B شبکه اجتماعی نیز به همین شیوه عمل می کنند. شما در توییت می توانید با ارسال دو توییت با تغییرات جزئی تست ها را انجام دهید. با تیتیر، متن یا تصویر متفاوت. انجام این کار به شما کمک می کند تا سلیق فالوورهای خود را بشناسید و سپس می توانید توییت های خود را بهینه سازی کنید و فالوورهای بیشتری جذب کنید.

**۳۶. مسابقه "فالو کنید و برنده شوید" را اجرا کنید**  
رقابت توییتری "فالو کنید و برنده شوید" مورد توجه برندهاست زیرا افراد به راحتی می توانند وارد این مسابقه شوند. اینکه از افراد بخواهید برای برنده شدن یک جایزه عالی شما را دنبال کنند، تقریباً ورود طرفداران جدید را تضمین می کند. فقط مطمئن شوید که بعد از پایان مسابقه، با ارائه محتوای باکیفیت آنها را نگه دارید تا آنها را درگیر کرده و مطمئن شوید که شما را آنفالو نمی کنند.

### ۳۷. از طریق تبلیغات توییتر حساب کاربری خود را تبلیغ کنید

برای جذب فالوورهای بیشتر، اجرای کمپین تبلیغاتی بهترین گزینه است. با حسابهای تبلیغی، پروفایل شما در تایم لاین فالوورهای بالقوه که با پروفایل مخاطبان هدف شما همخوانی دارند و همچنین در پیشنهادات "چه کسی را دنبال کنید" و نتایج جستجو نمایش داده می شود.

### ۳۸. از قدرت کارکنان خود استفاده کنید

افراد به دیگر افراد حقیقی که آنها را می شناسند بهترا اعتماد می کنند، به همین دلیل توصیه های دوستان و همکاران اغلب وزن بیشتری نسبت به یک پیام از یک کسب و کار دارد. با کمک مشارکت کارکنان خود و تشویق آنها به تقویت پیام شرکت خود در توییتر، می توانید میزان دسترسی خود را افزایش دهید و فالوورهای جدید کسب کنید.

### ۳۹. از الگوریتم توییتر به نفع خود استفاده کنید

وقتی وارد سیستم می شوید، توئیت هایی که بالای تایم لاین خود می بینید به طور تصادفی آنجا نیستید. متخصصان زیاد و مجربی برای طراحی این الگوریتم ساعت ها زمان صرف می کنند. جالب است بدانید که روزانه حدود ۵۰۰ میلیون توئیت در جهان ارسال می شود.

در واقع، الگوریتمی وجود دارد که در پس زمینه کار می کند تا برای افراد مناسب ترین محتوا را ارائه کند. شناخت عمیق الگوریتم توییتر به شما کمک می کند بهترین استفاده را از آن داشته باشید.



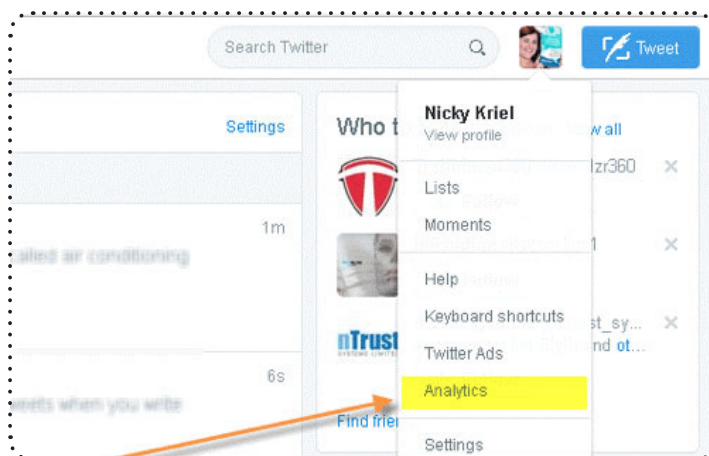
#### ۴۰. تجزیه و تحلیل توییت را بررسی کنید

مهمترین بخش استفاده از این ایده ها در عمل، تست و محاسبه آنها است. این تنها راهی است که واقعا می توانید بدانید که کدام یک برای کسب و کار شما بهتر عمل می کنند در نتیجه بهتر می توانید روی تلاش های خود تمرکز کنید.

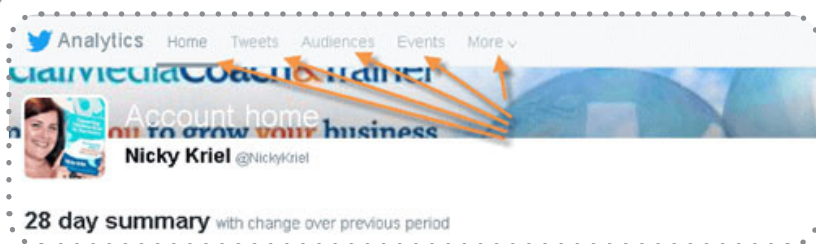
استفاده از تجزیه و تحلیل توییت به شما اجازه تعیین دقیق استراتژی توییت خود برای کمک به جذب مخاطبان جدید را می دهد.

## بخش هشتم: اصول ارزیابی توئیتر

برای دسترسی به تجزیه و تحلیل توئیتر، هم می توانید به آدرس <https://analytics.twitter.com> بروید و هم می توانید با کلیک روی عکس پروفایل و انتخاب Twitter Analytics از منوی بازشو به این بخش وارد شوید.



بخش تجزیه و تحلیل توئیتر، پنج برگه یا تب (Tab) دارد: در تب Home مروری بر عملکرد ۲۸ روز گذشته پروفایل شما را نشان می دهد. همچنین بهترین توئیت ها و فعالیت ها را در اینجا خواهید دید. در تب Tweets خواهید دید که کدام توئیت ها نتیجه خوبی داشته اند. در تب Audiences جزئیات فالوورها و دیگر مخاطبان توئیترتان را مشاهده می کنید.



تجزیه و تحلیل توئیتر اطلاعات شما را در پنچ تب (Tab) سازماندهی می کند. برای دسترسی به رویدادهای مهم، تعطیلات، فصل های ورزشی، هشتک های تکرارشونده و... روی تب Events کلیک کنید.

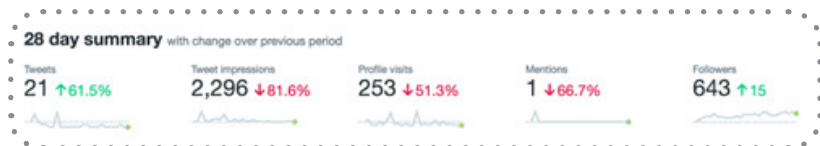
در تب More خواهید دید که کارت های توئیتری شما چگونه عمل می کنند. کارت های توئیتری پیش نمایشی شامل عکس، عنوان و توضیح مختصری از پست وبلاگ شماست که در زیر یک توئیتم نمایش داده می شود. اگر تاکنون از این قابلیت استفاده نکرده اید ارزش آن را دارد که اکنون امتحان کنید. هدف کلیک کردن روی آن و افزایش بازدید وبسایت شماست. در این تب می بینید که کارت های توئیتری شما باعث افزایش بازدید و ترافیک شده است یا خیر.

با بررسی این اطلاعات درک بهتری از وضعیت موجود به دست می آورید و در صورت لزوم برای رسیدن به هدفان تصمیمات بهتر و آگاهانه تری خواهید گرفت.

### ۱. بررسی تغییر تعداد مخاطبان

تعداد فالوورها نشان دهنده تعداد افرادی است که شما را در توئیتر دنبال می کنند. تجزیه و تحلیل توئیتر در یک نمودار به شما نشان می دهد که

تعداد فالورهای شما در یک دوره ۲۸ روزه یا در ماه چگونه تغییر کرده است. همچنین می توانید ببینید که این تعداد افزایش داشته یا کاهش. مسلمان یک فالور دقیقاً یک مشتری نیست چون به راحتی و با یک کلیک می توان فالور شد.



به تب Home رفته و ببینید که تعداد فالورها چگونه تغییر کرده است. در اینجا دلایل اهمیت تعداد فالورها و اینکه چرا باید به این مورد توجه کنید شرح داده شده است:

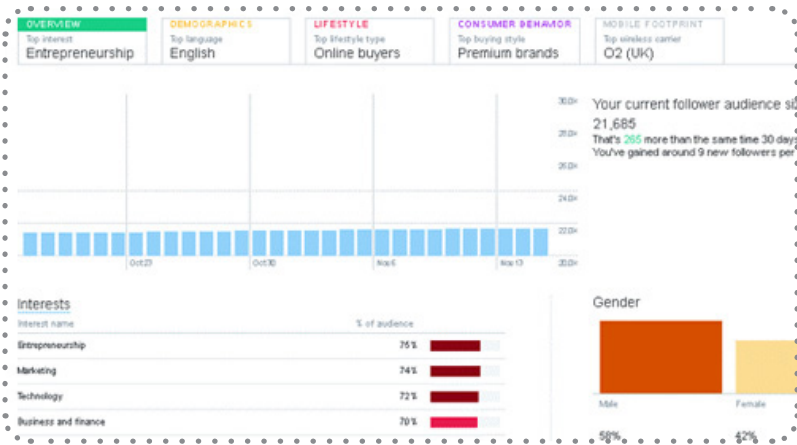
تعداد فالور بیشتر به این معنی است که پست های شما شانس بیشتر دیده شدن را دارند و در نتیجه احتمال اینکه مشتریان بالقوه ، شما را ببینند بیشتر است.

تعداد فالورهای شما در واقع نشان دهنده تایید و اعتبار شما در شبکه اجتماعی است. کاربران اغلب تعداد فالورهای بیشتر را مساوی با نفوذ و تاثیرگذاری بهتر می دانند.

## ۲. بدانید مخاطباتان را چه کسانی تشکیل می دهند

برای گرفتن اطلاعات بیشتر در مورد مخاطبان به تب Audiences بروید. می توانید در این تب اطلاعاتی از قبیل مکان ، جنسیت ، علاقه مندی ها و ... را در مورد مخاطبان ببینید.





آیا فالوورهای شما نشان دهنده مشتریان ایده آل شما هستند؟ شما نمی توانید افرادی که شما را دنبال می کنند را کنترل کنید اما می توانید افرادی که می خواهید دنبال کنید یا محتوایی که می خواهید توثیق کنید را تحت کنترل داشته باشید.


اگر فالوورهای شما و مشتریان ایده آل شما با هم تناسب ندارند لازم است استراتژی خود را تغییر دهید. افرادی را دنبال کنید که با اطلاعات مشتریان ایده آل شما تناسب داشته باشد و محتوایی را ارائه دهید که برای مشتریان شما مفید باشد.

### ۳. ارزیابی میزان بازدید

سیستم تجزیه و تحلیل توئیتر امکان محاسبه awareness به صورت impressions (بازدید)، reach (دسترسی)، (مشارکت) engagements و (نرخ مشارکت) engagement rate را به کاربر می دهد.

## بازدیدها

Impressions در واقع تعداد افرادی است که پست شما را در تایم لاین، نتایج جستجو یا از پروفایلتان مشاهده می کنند. اگر برای محاسبه آن از ابزار توئیتر استفاده می کنید Impression شما بیشتر از چیزی که هست نشان داده می شود زیرا تعداد فالوورها را به عنوان Impressions در نظر می گیرد. از تجزیه و تحلیل توئیتر برای مشاهده میزان دقیق تر Impressions استفاده کنید.

Tweets	Top Tweets	Tweets and replies	Promoted	Impressions	Engagements	Engagement rate
	<b>Nicky Kriel</b> @nickykriel · Oct 26 <b>#Twittertips</b> - Remember that you are publishing every time you Tweet. <a href="https://pic.twitter.com/ddggcMmat5">pic.twitter.com/ddggcMmat5</a>			10,702	32	0.3%
				<div>Promote</div>		

## دسترسی

Reach یا دسترسی هر پست، نسبت تعداد افرادی که پست شما را مشاهده کرده اند به تعداد افرادی که می توانستند آن را ببینند و به صورت درصد نمایش داده می شود.

دسترسی = بازدیدها/تعداد کل فالورها \* ۱۰۰

## مشارکت و تعامل

Engagement در واقع تعداد واکنش ها و کلیک ها برای هر پست است. افراد به روش های زیادی می توانند نسبت به پست شما واکنش دهند و در آن مشارکت کنند مثل به اشتراک گذاشتن، کامنت گذاشتن، لایک کردن، کلیک روی عکس، ویدئو، لینک و هشتگ و ....  
توجه کنید که کلیک برای مشارکت در پست با کلیک برای بازدید سایت

متفاوت است. هر عملی روی هر توئیت (مثل کلیک برای بزرگ کردن عکس) یک کلیک به حساب می آید.

### میزان مشارکت

میزان مشارکت تعداد کل واکنش ها و کلیک ها به کل افرادی است که آن توئیت را مشاهده کرده اند و به صورت درصد بیان می شود.

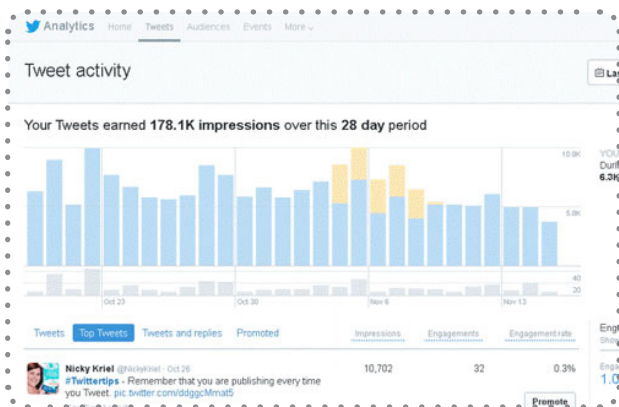
نرخ مشارکت = کل واکنش ها / بازدید \* ۱۰۰

چرا محاسبه مشارکت (Engagement) مهم است؟ میزان مشارکت نشان دهنده این است که پستی که شما ارسال کرده اید توجه مخاطبان را جلب کرده است و به اندازه ای جذاب بوده که بخواهند نسبت به آن واکنش نشان دهند و هدف نهایی آن افزایش بازدید سایت و ارتباط مستقیم با شماست.

### ۴. محتوای برتر خود را شناسایی کنید

عملکرد توئیت های خود را در تب Tweets بررسی کنید تا ببینید کدام یک از محتواها بهتر نتیجه می دهد و سپس سعی کنید از آن نوع محتوا بیشتر ارسال کنید. سیستم تجزیه و تحلیل توئیترا اطلاعات زیاد دیگری نیز به شما می دهد. همچنین می توانید در صورت تمایل اطلاعات را به صورت فایل CSV دانلود کنید.

در زیر تصویری از فعالیت توئیتری در تب tweets در بازه زمانی ۲۸ روزه را می بینید.



Impressions در توئیت برتر شما ۱۰,۷۰۲ است که خیلی بیشتر از میزان نرمال آن است و نرخ مشارکت ۰,۳٪ است که از متوسط آن که ۱,۰٪ است پایین تر است. اگر روی توئیت کلیک کنید اطلاعات مشارکت (engagements) را مشاهده می کنید.



باید بررسی کنید و ببینید چه نوع محتوایی بیشترین تاثیر را در افزایش نرخ مشارکت مخاطبان دارد. به عنوان مثال، اگر توئیت هایتان در یک

سال گذشته را بررسی کرده اید و متوجه شدید که عکس ها برای جذب مشارکت مخاطبان بهتر جواب می دهد سعی کنید تا از این نوع محتوا بیشتر ارسال کنید.

## ۵. شناسایی محتوای برتر وبلاگتان

اگر برای پست وبلاگتان کارت توئیتی ایجاد کرده اید به تب More رفته و ببینید چند بار پست شما به اشتراک گذاشته شده است ، چند نفر آن را مشاهده کرده اند ، چند نفر برای مشاهده و مطالعه روی آن کلیک کرده اند. این اطلاعات براساس URL است و فرقی نمی کند که شما آن را در توئیت به اشتراک گذاشته اید یا شخص دیگری آن را از وبسایت شما به اشتراک گذاشته است.

این تب همچنین بهترین محتوایی که از وبسایتتان روی توئیت به اشتراک گذاشته اید را به شما نمایش می دهد به گونه ای که خواهید فهمید کدام توئیت با کارت توئیت منجر به ترافیک بیشتر شده است.

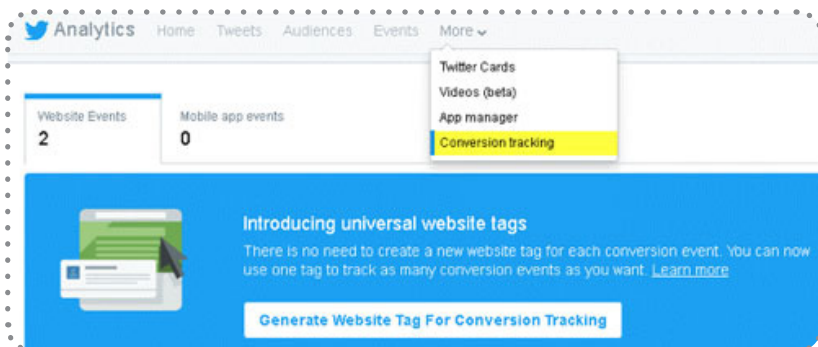
### Tweets

Tweets with your Twitter Cards that drove the most clicks.

#### TWEET

- 1 Want to find a Twitter Chat to join for your business?  
[nickykriel.com/blog/twitter/g...](http://nickykriel.com/blog/twitter/g...) This will help! [#twittertips](#)  
[pic.twitter.com/CBy2JZqdkV](http://pic.twitter.com/CBy2JZqdkV)
- 2 Why you lose followers on Twitter  
[nickykriel.com/blog/twitter/w...](http://nickykriel.com/blog/twitter/w...) [#twittertips](#)
- 3 What do you think the social media trends are? Here's my thoughts: [nickykriel.com/blog/social-me...](http://nickykriel.com/blog/social-me...) [@blcbusiness](#) [#socialmediamarketing](#)
- 4 Why I hate automated DMs on Twitter!

اکنون می توانید “universal website tags” را از Twitter Analytics دانلود کنید (همچنین به نام های code، pixels یا cookies شناخته شده است). می توانید برای ایجاد مخاطبان مناسب این کد را به وبسایتان اضافه کنید. در گذشته این قابلیت فقط در Twitter Ads وجود داشت. در تب More روی Conversion tracking کلیک کنید.



### نتیجه گیری از تجزیه و تحلیل توئیتر

به خاطر داشته باشید که سیستم تجزیه و تحلیل توئیتر، تمام ترافیک وبسایت شما از طریق توئیتر را محاسبه نمی کند. کارت های توئیتر عملکرد محتوای شما پس از به اشتراک گذاشته شدن، تاثیر دیگر افرادی که محتوای شما را به اشتراک می گذارند و میزان کلیک سایت شما که از طریق پست شما در توئیتر ایجاد می شود را نمایش می دهد.

افراد همچنین با کلیک روی لینک در قسمت bio توئیتر از وبسایت شما بازدید می کنند. باید تجزیه و تحلیل گوگل برای ترافیک ارجاعی (referral)

(traffic) از توئیتر را نیز بررسی کنید.

کارت های توئیتری ، کارت lead generation و کارت های وبسایت که از طریق Twitter Ads ایجاد می شود را شامل نمی شود. تجزیه و تحلیل آن کارت ها را در خود Twitter Ads می توانید ببینید. اگر کارت lead generation توئیتر را درست تنظیم کرده باشید نتایج را می توانید بر اساس تعداد مشترکینی که به لیست ایمیل شما پیوسته اند ، محاسبه کنید.