

فرادرس

فراتر از یک کلاس درس
www.faradars.org

آموزش دیجیتال مارکتینگ در اینستاگرام بر اساس مدل SOSTAC

فصل یکم: مدل سوستاک و تجزیه و تحلیل موقعیت

مدرس:

داود موذن

دکتری مدیریت بازاریابی از دانشگاه تهران

faradars.org/fvmrt0103

مدل سوستاک در یک نگاه

چارچوبی انعطاف‌پذیر و راهنمایی جامع برای تدوین طرح‌های بازاریابی،
کمپین‌های تبلیغاتی دیجیتال، ارتباطات بازاریابی دیجیتال و تعالی بازاریابی دیجیتال
است.



تجزیه و تحلیل موقعیت

شرکا / واسطه‌ها

رقبا

مشتریان

روندها

عملکردها / نتایج

ظرفیت‌ها

تجزیه و تحلیل مشتریان

محورهای تحلیل

چگونه؟

چرا؟

چه کسی؟

در مشتری غرق شوید!



تجزیه و تحلیل مشتریان

چه کسی؟



مشتریان شما چه کسانی هستند؟

مشتریان ایده آل شما چه کسانی هستند؟

تجزیه و تحلیل مشتریان

چرا شما را دنبال می کنند؟

چرا محتوای شما را لایک می کنند؟

چرا مطالب شما را ذخیره می کنند؟

چرا مطالب شما را به اشتراک می گذارند؟

پس چرا از شما نمی خرنند؟



چرا؟
(سخت ترین پرسش)

تجزیه و تحلیل مشتریان

سفر دیجیتالی مشتریان شما چطور است؟

چه مسیری را دنبال کرده‌اند که به صفحه شما رسیده‌اند؟

چند دقیقه در صفحه شما می‌مانند؟

کدام مطالب شما را بیشتر پسندیده‌اند؟

کدام‌یک از رقبای من را دنبال می‌کنند؟

چه زمانی برای محتواگذاری مناسب‌تر است؟



چگونه؟

تجزیه و تحلیل مشتریان

اینسایت



پلتفرم شناخت بهتر مشتریان در اینستاگرام مارکتینگ

تجزیه و تحلیل مشتریان

Gender of your followers



Most Active Times

Hours

Days



8,901
Followers

+2.1% vs Apr 16

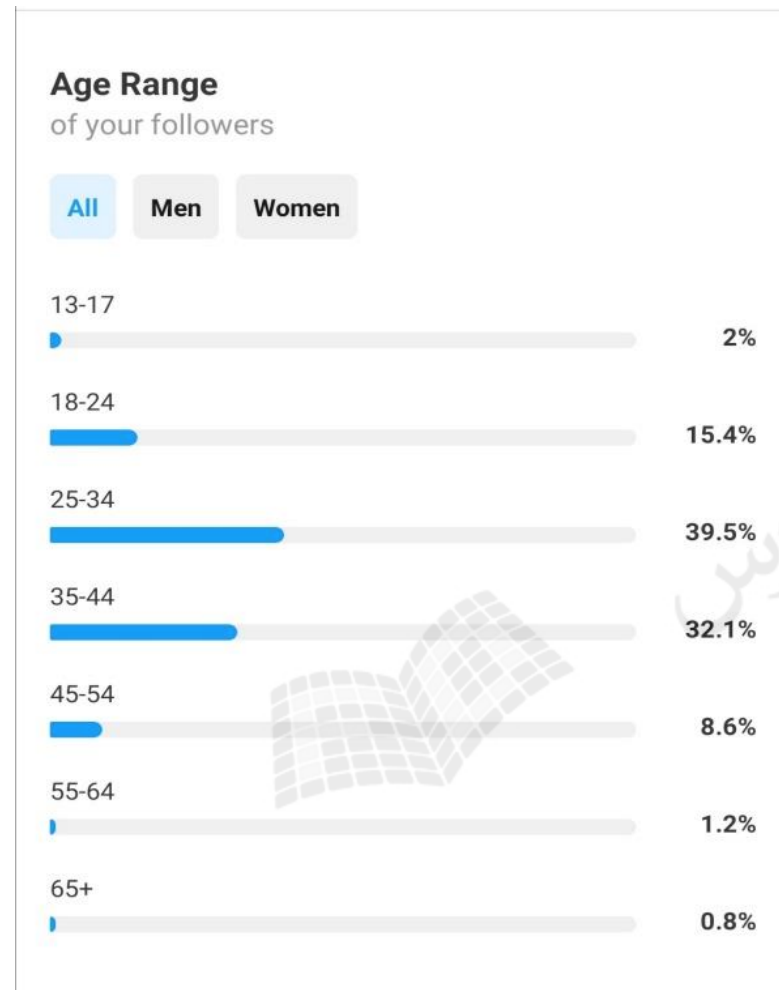
Growth

• Overall	23
• Follows	31
• Unfollows	8

Sunday, Apr 17



تجزیه و تحلیل مشتریان



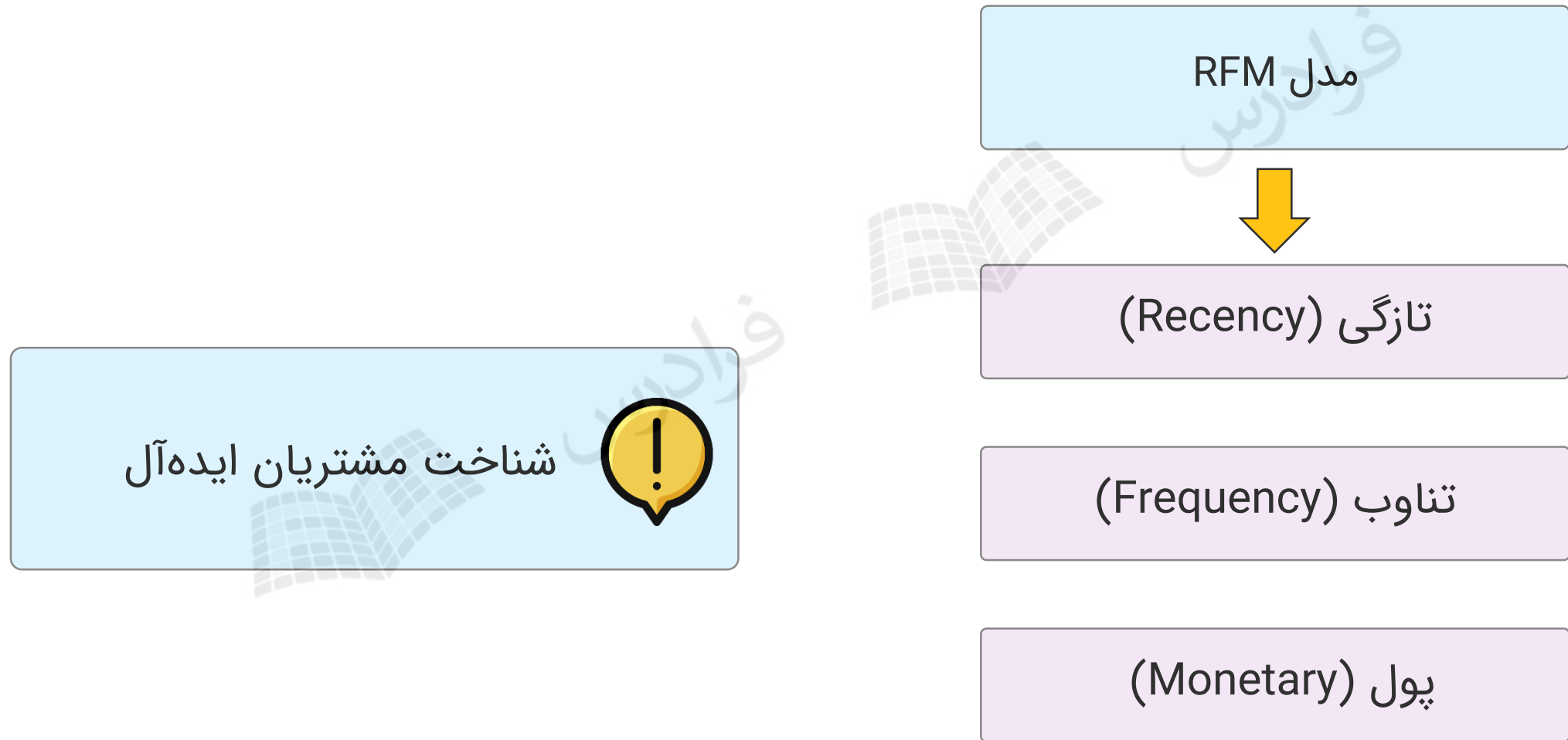
Top Locations

of your followers

Cities

Countries

تجزیه و تحلیل مشتریان



تجزیه و تحلیل مشتریان

اهداف

سناریو

وظایف قبل از خرید

ملاحظات و سوالات

موقعیت مساله ساز

عبارات جست و جو و محتوای کلیدی



الگوی اکتشافی
استیو جکسون (۲۰۱۱)

تجزیه و تحلیل مشتریان

انواع مشتریان در اینستاگرام

منفعل

محقق

جست و جوگر فعال

جست و جوگر آگاه از برند

حامی

متقاضی

جست و جوگر متمرکز

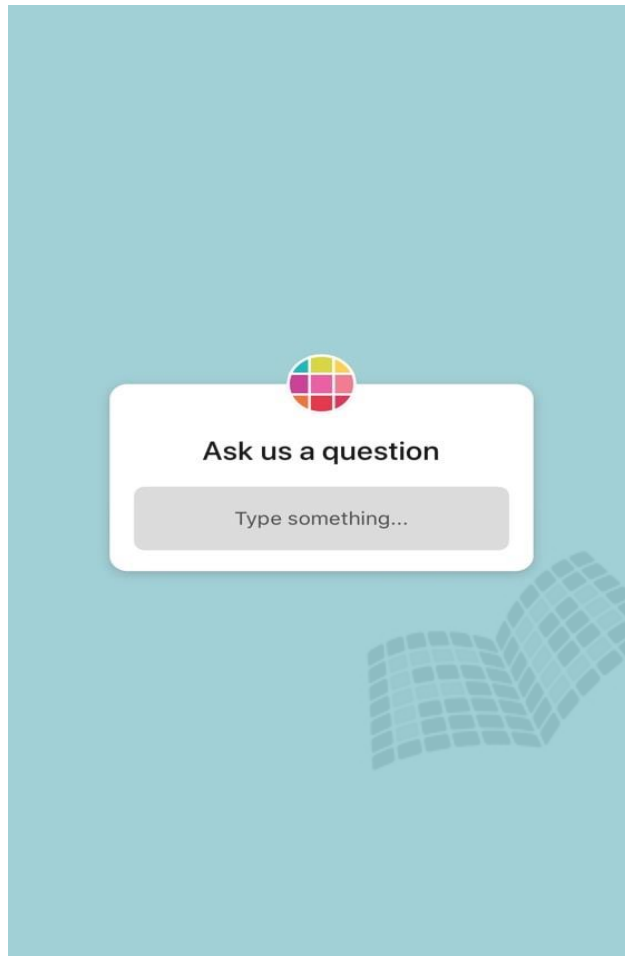
جست و جوگر ناآگاه از برند

تجزیه و تحلیل مشتریان

چه کسانی در مورد محصول شما صحبت می کنند؟ 

- هشتک‌های پر بازدید مرتبط
- بلاگرها
- بررسی صفحات رقبا
- بررسی اکسپلور
- بررسی رفتارهای مشتریان در سایر شبکه‌های اجتماعی

تجزیه و تحلیل مشتریان



نیاز واقعی مشتری شما چیست؟ از خودش پرس!

چرا صفحه من را دنبال می‌کنید؟

آیا تا حالا چیزی را که به دنبالش بودید در صفحه من پیدا کردید؟

چگونه می‌توانم بهتر به شما کمک کنم؟

تجزیه و تحلیل مشتریان

چه کسانی در لحظه به محصول شما فکر می کنند یا در مورد آن صحبت می کنند؟



هشتگ های اخیر (Recent Hashtags)



تجزیه و تحلیل مشتریان

مشتریان بالقوه از چه طریقی وارد صفحه شما شده‌اند؟



- پیشنهاد پروفایل توسط اینستاگرام
- به اشتراک‌گذاری استوری توسط دیگران
- منشن استوری توسط دیگران
- اکسپلور
- هشتگ‌ها

تجزیه و تحلیل مشتریان

قانون ۹۰ ثانیه



تا جایی که ممکن است سعی کنید با جذابیت و محتوای سودمند متمایز بازدیدکنندگان را زمان طولانی‌تری در صفحه خود نگه دارید.

تجزیه و تحلیل مشتریان

بهترین زمان پست گذاشتن چه موقعی است؟



اول هدف خود را مشخص کنید.

با اجرای سناریوهای مختلف، بهترین زمان را مشخص کنید.

تجزیه و تحلیل مشتریان

مشتریان چگونه صفحه شما را پردازش می کنند؟



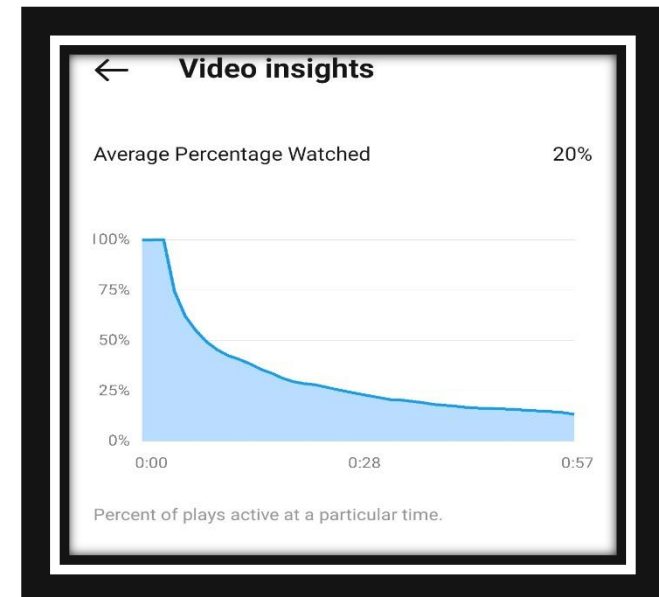
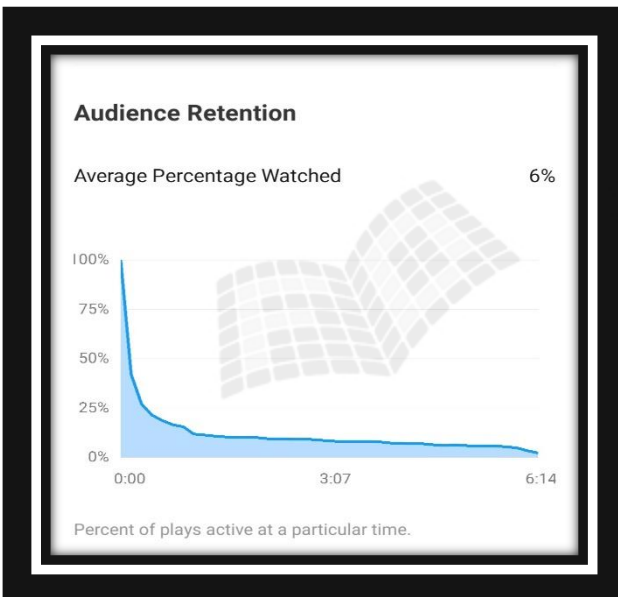
مشکل اصلی همه کسب و کارهای فعال در شبکه های اجتماعی این است
مشتری آنچه را که شما می خواهید نمی بیند!

تجزیه و تحلیل مشتریان

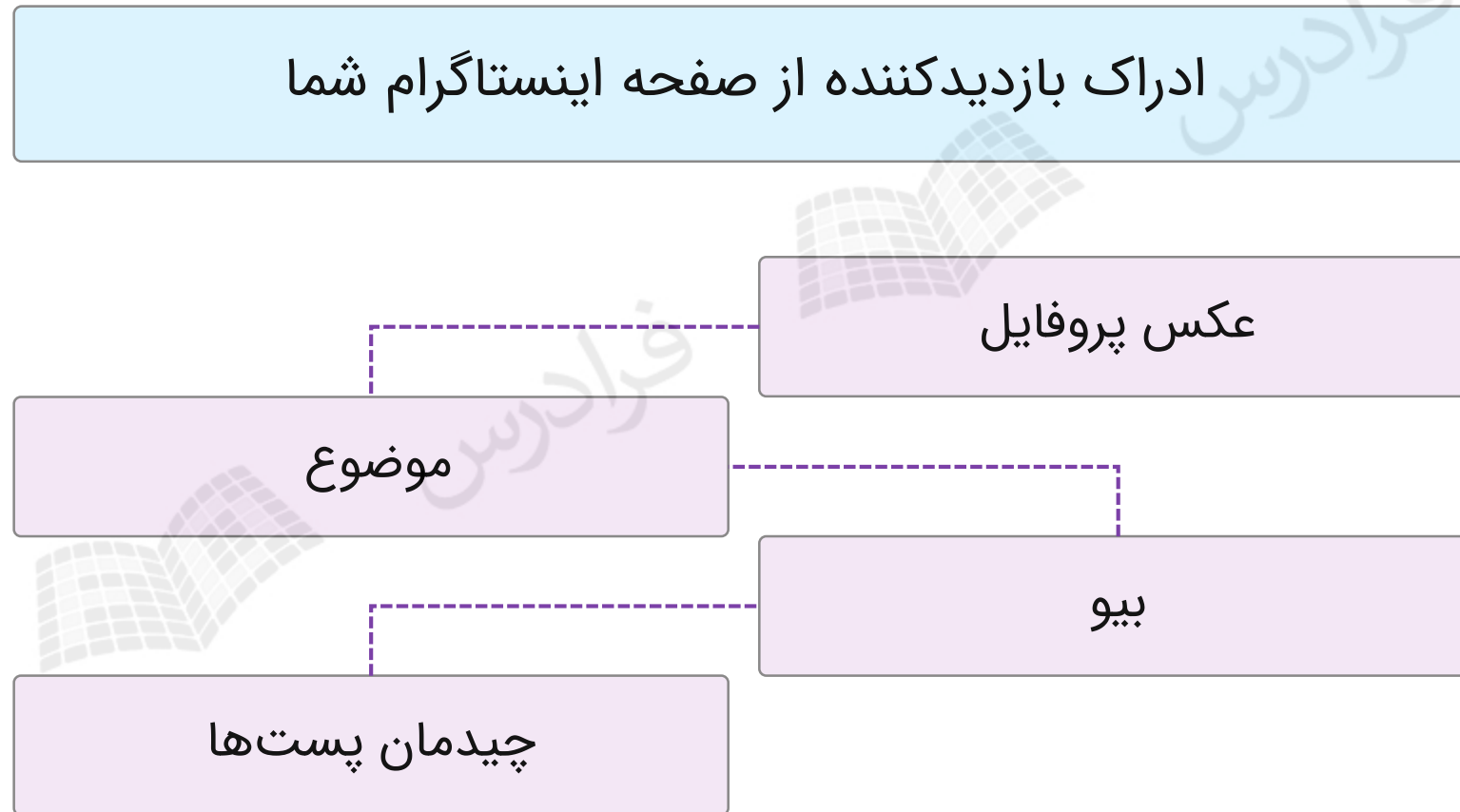
مشتریان چگونه صفحه شما را پردازش می کنند؟



از اطلاعات ارائه شده در IGTV کمک بگیرید.



تجزیه و تحلیل مشتریان



تجزیه و تحلیل مشتریان

راز ورود به اکسپلور



تیتريهای جذاب و ميخکوبکننده

محتوای کاربردی کاربر پسند

تجزیه و تحلیل مشتریان

سریع جواب بدهید.

زمان و نحوه درست قیمت دادن

دایرکت یکسان ممنوع!

صوتی جواب بدهید خیلی بهتر است.

لحن پاسخ دهی دوستانه و محترمانه

مهارت مطرح کردن پرسش های هوشمندانه



نکات مهم پاسخ دادن به
دایرکت ها


تجزیه و تحلیل رقبا

همگام با کاهش محدوده توجه کاربران



ویوها پایین می‌آید؛ ریچ کمتر می‌شود؛ پست‌های کمتری لایک می‌شود؛ پست‌ها کمتر به اشتراک گذاشته می‌شود و پست‌های کمتری شانس ذخیره‌شدن را خواهند داشت.

تجزیه و تحلیل رقبا

پرسش‌های مهم برای تحلیل رقبا 

رقبا بیشتر کدام هشتگ‌ها را به کار می‌گیرند؟

کیفیت صفحه رقبای شما چطور است؟

آیا شما از سهم، از صدای کافی برخوردارید؟

کدام محتوا برای رقیب شما بیشتر جواب داده است؟

رقبای شما چقدر تبلیغات می‌کنند؟

مشتریان شما در مورد رقبایتان چه می‌گویند؟

رقبای شما بیشتر چه نوع محتواهایی تولید می‌کنند؟

تجزیه و تحلیل رقبا

مقایسه کردن نرخ تعامل صفحه خودتان با صفحه رقبای کلیدی



فرمول اول: (لایک + کامنت) / تعداد فالوور $\times 100$

فرمول دوم: (لایک + کامنت + سیو) / ایمپرشن $\times 100$

فرمول سوم: (کامنت $\times 2$ + سایر تعاملها) / ایمپرشن $\times 100$

تجزیه و تحلیل رقبا

یک فرایند شنود داشته باشید.



کامنت‌های افراد را در زیر پست‌های رقیبتان به دقت مطالعه
بفرمایید تا بتوانید راهبردهای رقابت خود را توسعه دهید.

تجزیه و تحلیل رقبا

چرا باید مشتریان از شما خرید کنند نه از رقبا؟



تجزیه و تحلیل شرکا

انواع شرکا

واینرها

افرادی که در صفحه خود برای شما بازاریابی می کنند.

اینفلوئنسرها

افرادی که لینک وبسایت شما را در استوری شان قرار می دهند.

بلاگرها

افرادی که پست های شما را استوری می کنند.

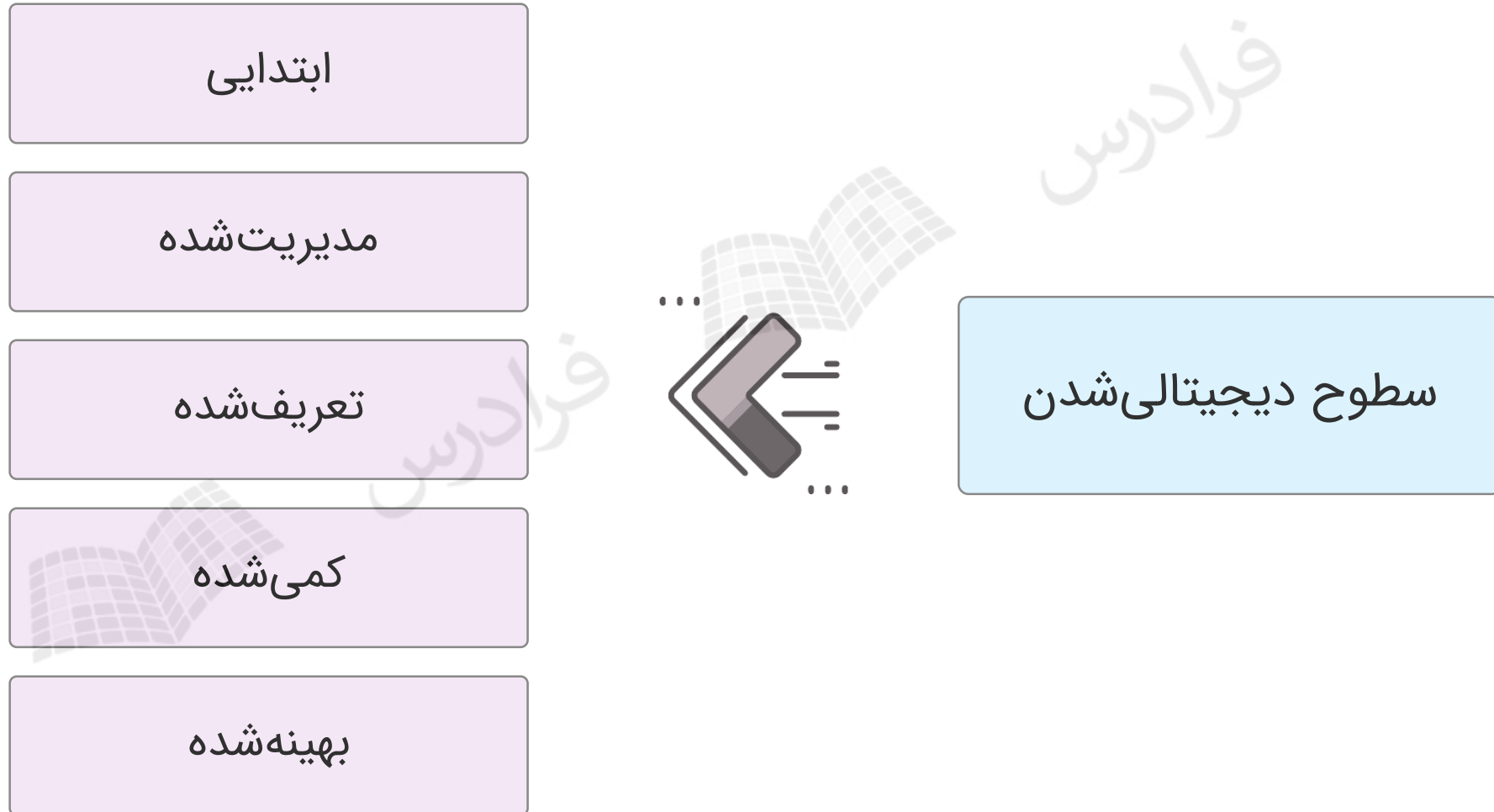
رقبای شریک

تجزیه و تحلیل ظرفیت‌ها



قبل از هر اقدامی در اینستاگرام مارکتینگ
نقاط ضعف و قوت دیجیتالی شدن خود را به دقت ارزیابی کنید.

تجزیه و تحلیل ظرفیت‌ها



تجزیه و تحلیل عملکرد

شاخص‌ها

رشد نرخ تعامل

نرخ رشد فالوورها

نرخ رشد ریچ صفحه شما

ترافیک ارجاعی

تعامل استوری‌ها

افزایش فروش

تجزیه و تحلیل عملکرد



قیف فروش در اینستاگرام

تجزیه و تحلیل روندها

تجزیه و تحلیل محیطی



PEST

PESTEL

PESTED

این اسلایدها بر مبنای نکات مطرح شده در فرادرس
«آموزش دیجیتال مارکتینگ در اینستاگرام بر اساس مدل SOSTAC»
تهیه شده است.

برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد این آموزش به لینک زیر مراجعه نمایید.

faradars.org/fvmrt0103