

خیلی خوشحالم که در ادامه دوره رایگان نوبخ اینستاگرام با من همراه هستید.

در جلسه دوم، درباره کمپین فروش با شما صحبت کردم. من از سال ۹۶ تا الان، بیش از چند صد میلیون تومان از اینستاگرام درآمد داشتم و توانسته ام فرمول ۷ مرحله ای برای موفقیت در اینستاگرام را پیدا کنم. هم اکنون من برگزار کننده دوره های نوبخ اینستاگرام هستم و به افراد کمک می کنم که این فرمول ۷ مرحله ای را اجرا کنند و کسب و کار مخصوص به خودشان را در اینستاگرام پیاده سازی کنند.

### اهمیت راه اندازی کمپین فروش در اینستاگرام

بسیاری از افراد، از محصولات و خدمات خود عکس می گیرند و در اینستاگرام منتشر می کنند و منتظر می مانند که فروش اتفاق بیفتد! ممکن است با این کار افراد به درآمد معمولی برسند؛ اما برای فروش به تعداد زیاد و سودآوری بالا، باید حتما کمپین فروش داشته باشند. در جلسه دوم دوره رایگان نوبخ اینستاگرام، به شما توضیح دادم که چگونه می توانید کمپین فروش یا قیف فروش طراحی کنید؟

### کمپین فروش به چه معنا است؟

راه اندازی کمپین فروش یعنی مخاطب را به تدریج علاقمند به خرید کنیم و آنها را برای خریدهای بعدی نیز به سمت خود بکشانیم. کمپین فروش و تکرار آن، بهترین روش برای تبدیل فالوور به خریدار است.

### چگونه می توان یک کمپین فروش موثر طراحی کرد؟

در ویدئوی جلسه دوم دوره نوبخ اینستاگرام، گفتم که برای اجرای یک کمپین فروش موفق و موثر، شما باید ابتدا توجه مخاطب را جلب کنید، آنها را علاقه مند به خرید کنید و کاری کنید که آنها تصمیم به خرید بگیرند و در نهایت هم کاری کنید که بیشتر خرید کنند.

نکته مهمی که در ویدئو هم به آن اشاره کردم این است که نباید کمپین را روی چندین محصول نامرتب اجرا کنید؛ بلکه باید روی یک پکیج از خدمات و محصولات مرتبط خود کمپین را پیاده سازی کنید.

همانطور که در ویدئو دیدید، اجرای کمپین فروش با قیف فروش انجام می شود. قیف فروش یعنی ما مخاطب را وارد قیفی می کنیم تا به تدریج علاقه مند شود و خرید کند. چه کسب و کار شما خدمات محور باشد و چه کسب و کار محصول محور داشته باشید، شما می توانید کمپین فروش مخصوص به خود را اجرا کنید.

شما برای اجرای کمپین فروش خود، چه محصول و چه خدمتی را در نظر گرفته اید؟

.....  
.....  
بعد از اینکه محصولات و خدمات کمپین فروش خود را مشخص کردید، گام های مهم برای طراحی قیف فروش موثر را با هم مرور می کنیم:

## گام های مهم برای طراحی قیف فروش موثر

### ۱. جلب توجه، معرفی ایده یا فرصت:

در اینستاگرام تعداد زیادی پیج در هر حوزه ای وجود دارد. یکی از مهم ترین وظایف ما این است که توجه مخاطبی که قصد فروش به او را داریم جلب کنیم. مثلا در محصول کراتینه مو، می توان ویدئویی با موضوع «موهای فر و وزوزی خود را صاف کنید!» تولید کرد و در این ویدئو به مشکل، دغدغه و رویای مخاطب اشاره کرد. جلب توجه برای این محصول این است که به مخاطب اعلام می کنیم که مشکلتش را حل می کنیم و برای این موضوع، راه حل خاصی داریم. موهای صاف، احساس تنوع، زیبایی و خاص بودن می دهد و به نوعی جلب توجه می کند.

### ۲. افزایش علاقه مخاطب و درگیر شدن او:

با آموزش دادن و داستان سرایی، می توانید مخاطبان را درگیر کنید و توجه آنها را به خودتان جلب کنید. سناریوی محتوای شما در این مرحله باید قدرتمند باشد تا بتوانید توجه مخاطب را به خود جلب کنید. با بیان نکته آموزشی یا داستان، می توانید در مخاطب اثر بگذارید و او را علاقه مند کنید؛ در نتیجه هم می توانید مخاطب را به سمت خود بکشانید. مثلا برای محصول کراتینه مو، ویدئویی با موضوع «همه چیز درباره کراتینه مو» می توان ساخت و به این صورت توجه مخاطب را جلب کرد.

### ۳. تصمیم گیری:

یکی از اشتباهات بزرگ افراد این است که به مرحله تصمیم گیری توجه نمی کنند. خیلی از ما انسانها به محصولات مختلف علاقه مند هستیم؛ اما آنها را نمی خریم. بسیاری از اوقات، مخاطب با آنکه نیاز به

محصول دارد، اما آن را نمی خرد. بسیاری از افراد پول محصول را دارند، به محصول شما نیاز دارند و به جای محصول شما، محصولاتی را می خردند که به آنها نیازی ندارند!

مثلا در محصول کراتینه مو، یکی از موانع خرید این است که مردم می ترسند که آن کراتینه، تاثیر منفی روی موهایشان داشته باشد.

در این مرحله، ما باید موانع خرید را تشخیص دهیم و آن موانع را از بین ببریم تا راه خرید آن محصول باز شود و به افراد کمک کنیم تا راحت تر تصمیم بگیرند. مثلا در کمپین فروش محصول کراتینه مو، با ساخت ویدئو «راز کراتینه بدون عوارض» می توان موانع خرید را برطرف کرد و مخاطب را به خرید راحت و مطمئن تشویق کرد.

#### ۴. ترغیب مخاطب به خرید:

معمولا افراد به محصولی علاقه دارند و قصد خرید آن را هم دارند؛ اما اهمال کاری می کنند و خرید را به بعد موکول می کنند. ما باید در کمپین فروش خود، کاری کنیم که مخاطب همین الان از ما خرید کند. یکی از مهم ترین تکنیک های خرید این است که از کمیابی استفاده کنیم و به مخاطب خود بگوییم که وقت زیادی برای اهمال کاری ندارید و اگر سریع تصمیم بگیرید، هدیه های ارزشمندی به شما تعلق می گیرد. مثلا در کمپین فروش محصول کراتینه مو، می توان ویدئویی ضبط کرد و با «معرفی محصول کراتینه با تخفیف ویژه» افراد را به خرید ترغیب کرد.

#### ۵. دعوت به خرید بیشتر:

اگر شما یک بار توانستید مخاطب را علاقه مند کنید و محصولی را به او بفروشید؛ پس باز هم می توانید همین کار را انجام دهید و او را به خرید بیشتر تشویق کنید. این موضوع بسیار مهم و ارزشمند است. فروختن به کسی که یک بار از شما خرید کرده، خیلی راحت تر از فروش به افراد ناآشنا است. در این مرحله می توانید با ارائه کد تخفیف، مخاطبان را به خرید مجدد ترغیب کنید. در محصول کراتینه مو با ارائه پیشنهاد ارسال رایگان + هدیه ویژه با سفارش ۳ کراتینه مو می توانید کاری کنید که تعداد بیشتری از این محصول خریداری شود.

حالا نوبت شماست؛ با توجه به توضیحات ارائه شده در ویدئوی دوم دوره رایگان نوبخ اینستاگرام و توجه به نیازهای مخاطبان خود، موانع خرید آنها، دلایل خرید و... کمپین فروش خود را طراحی کنید و بنویسید در هر مرحله از کمپین فروش خود چه کارهایی را باید انجام دهید.

نام محصولاتی که می خواهید در کمپین فروش بفروشید چیست؟

.....

برای جلب توجه افراد چه برنامه ای دارید؟

.....

برای درگیر شدن مخاطبان و جلب توجه آنها چه کارهایی انجام می دهید؟

.....

موانع خرید محصولات شما چیست؟ در مرحله تصمیم گیری، باید چگونه به مخاطب خود کمک کنید تا راحت تر تصمیم به خرید بگیرد؟

.....

.....

برای ترغیب مخاطبان به خرید چه برنامه ای دارید؟

.....

چگونه می توانید مخاطبان خود را به خرید بیشتر تشویق کنید؟ چه پیشنهادهایی به افراد می دهید؟

.....

در جلسه دوم، با کمپین فروش آشنا شدید. با راه اندازی کمپین فروش موفق و حرفه ای، شما می توانید محصولات و خدمات خود را در اینستاگرام به راحتی بفروشید و پول خوبی درآورید. آیا تا به حال کمپین فروش در اینستاگرام طراحی کرده اید یا خیر؟ سوالات خود را درباره کمپین فروش در زیر همین ویدئو از من بپرسید تا به سوالات شما پاسخ بدهم. در جلسه سوم این دوره درباره فعال سازی مخاطبان و روشهای قبیل سازی با شما صحبت خواهیم کرد. با من همراه باشید.