



در خدمت دوستان عزیز هستیم با مقاله آموزشی هشتگ چیست؟ آموزش استفاده از هشتگ به چه شکل است. ساده و اما کاربردی، لطفاً با ما همراه باشید...

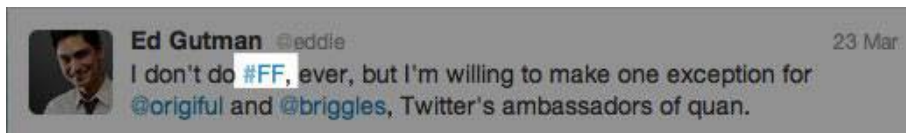
هشتگ چیست؟ آموزش استفاده از هشتگ

اولین بار برای نام گذاری گروه‌ها و موضوعات در چت IRC بکار گرفته شد. با اضافه کردن کاراکتر '#' قبل از رشته‌ای از حروف یا کلمه‌ای خاص امکان جستجوی سریع آن عبارت برای کاربران فراهم می‌شد. یافتن راه درست استفاده از هشتگ و چیزی که امروزه کاربرد دارد را در عمل مدیون تیم توییتر هستیم. در سال ۲۰۰۷ برای اولین بار گروه کاربران Chris Messina که یک نرم افزار کد باز است در توییتر اقدام به استفاده از هشتگ کردند و این اولین استفاده رسمی آن در توییتر بود. در ابتدا استفاده از هشتگ برای کاربران عمومی به نوعی ترفند جهت بهبود رتبه در نتایج جستجو بود و کاربرد دیگری به همراه نداشت. ولی برخی دیگر از کاربران استفاده صحیح از هشتگ را فرا گرفته بودند، بطور مثال #sandiegofire بعنوان یکی از اولین Hashtag ها برای دنبال کردن اخبار استفاده شد.

توییتر هشتگ را رسمی کرد

در جولای ۲۰۰۹ توییتر متوجه شد که کاربران روش بسیار خلاقانه‌ای را بکار گرفته اند و استفاده از آن هر روز بیشتر می‌شود. به همین دلیل هشتگ‌ها را به لینک تبدیل نمود که به صفحه‌ای مجزا و شامل تمام موضوعات مرتبط با آن منتهی می‌شد. همچنین امکان جستجو براساس هشتگ و یافتن موضوعات مرتبط با آن ایجاد شد. در سال ۲۰۱۰ توییتر بخش مطالب مورد توجه یا همان Trending Topics را راه اندازی کرد که به کاربران نشان میداد در هر لحظه کدام موضوع یا هشتگ بیش از بقیه مورد توجه است. آنهایی که به سرعت محبوب می‌شدند به بالای لیست می‌رسیدند.

کم کم اتفاق عجیبی شکل گرفت. بخش مطالب داغ پر از موضوعات نامناسب و بی معنی شد. با زیاد شدن کاربران توییتر تا چندصد میلیون نفر دیگر هشتگ‌های مورد استفاده به بخش‌های خبری با موضوعات علمی مربوط نمی‌شد. ولی باز هم در مجموع تاثیر استفاده از هشتگ مثبت بود، زیرا امکان دسته بندی و فیلتر مطالب بسته به موضوع و محل را فراهم نمود.



چگونه در اینستاگرام هشتگ مناسب پیدا کنیم؟

توجه داشته باشید که هدف از بکارگیری هشتگ جستجو در موضوعی خاص است. در اینستاگرام هشتگ ها برای دسته بندی مطالب مرتبط در صفحات جداگانه مورد استفاده قرار می گیرند. انتخاب هشتگ مناسب دارای اهمیت زیادی است و شما با این کار امکان بازدید پست ها و مطالب صفحه اینستاگرام خود را افزایش می دهید. بازدید بیشتر پست های شما توسط هشتگ های مناسب کسب و کارتان، موجب افزایش فالوورهای صفحه اینستاگرام شما نیز می شود.

برای پیدا کردن هشتگ های مناسب کافی است مخاطبان هدف خود را تعیین کنید. یعنی بدانید مشتریان شما چه کسانی هستند و معمولاً از چه کلمات کلیدی یا هشتگ هایی برای جستجو استفاده می کنند. یکی از ساده ترین راه ها برای تشخیص هشتگ مناسب، بررسی پست های اینستاگرام رقبایان است. شما با این کار چندین هشتگ مناسب پیدا خواهید کرد، اما نباید بلافاصله آن ها را مورد استفاده قرار دهید، بلکه ابتدا باید با جستجوی آن هشتگ در اینستاگرام از تعداد پست های منتشر شده در صفحه آن هشتگ اطلاع کسب کنید. سپس اگر تعداد پست های مرتبط در صفحه آن هشتگ مناسب بود، شما نیز آن را بکار ببرید.

۳ نکته کلیدی برای استفاده از هشتگ در اینستاگرام

***داشتن استراتژی مناسب در انتخاب هشتگ

زمانی که هشتگ های مناسب کسب و کارتان را پیدا کردید باید تعدادی از آن ها را گلچین کرده و در پست های خود استفاده کنید. به طور کلی سه نوع هشتگ از نظر میزان رقابت وجود دارد، هشتگ هایی:

۱. با رقابت بالا
۲. با رقابت متوسط
۳. با رقابت کم

برای اینکه شما بتوانید به بهترین نحو از هشتگ ها استفاده کنید، می بایست تنوع را در میزان رقابت هشتگ های خود رعایت کنید. یعنی از هر ۳ نوع هشتگ در پست های خود استفاده کنید. معمولاً هشتگ های تک کلمه ای رقابت بالایی دارند، مانند: #طراحی، #گرافیک، #بازاریابی و ... اما هشتگ هایی با کلمات بیشتر، رقابت متوسط و کمی دارند، مانند: طراحی_سایت، طراحی_وبسایت، بازاریابی_آنلاین و ...

***رسیدن به ۹ پست برتر اینستاگرام

رعایت می کنند، رسید به ۹ پست برتر اینستاگرام برای یک هشتگ خاص است. وقتی شما یک هشتگ خاص را در اینستاگرام جستجوی می کنید، در ابتدا با ۹ پستی رو به رو می شوید که بیشترین تعداد لایک و کامنت را داشته اند، در ادامه پست های دیگر مرتبط با آن هشتگ به ترتیب زمان انتشار از جدید به قدیم مرتب شده اند. اگر شما هشتگ هایی با رقابت متوسط یا کم مرتبط با کسب و کارتان را بکار ببرید، به احتمال زیاد به ۹ پست برتر اینستاگرام خواهید رسید و فالوورهای صفحه اینستاگرام تان افزایش می یابد.

***استفاده از هشتگ های فارسی به جای انگلیسی

یکی از اشتباهات رایج صفحات اینستاگرام ایرانی، استفاده از هشتگ های انگلیسی در پست هایشان است. اگر کسب و کار شما مخاطب هدف بین المللی ندارد و مشتریان تان را فقط ایرانی ها تشکیل می دهند، استفاده از هشتگ غیر فارسی کاری اشتباه بوده و هیچ سودی ندارد. حتماً به خاطر داشته باشید که استفاده از هشتگ روشی برای دستیابی به فالوورها و مشتریان بیشتر است، و کاربران ایرانی اینستاگرام نیز اکثراً از زبان فارسی برای جستجوی کالاها و خدمات مورد نیاز خود استفاده می کنند. برای مثال هشتگ #کادو #هدیه را به جای #gift# present و ... جستجو می کنند.