



Instagram Etkileşim Arttırma Kılavuzu

Versiyon 1.2

Güncellenme Tarihi
29.09.2023

1. Biyografi Bilgileri

- a. **Hedefinizi Belirleyin ve Net Olun:** Amaç ve hizmetlerinizi net ve kısa bir şekilde ifade edin.

Bir Instagram hesabının başarılı olması için, hedef kitlesine ve amaçlarına uygun net ve çekici bir mesaj vermesi esastır.

Örneğin, bir işletme eğer sürdürülebilir moda ürünleri satıyorsa, hedefi "çevre dostu ve sürdürülebilir moda ürünleri sunmak" olabilir. Bu hedef doğrultusunda, işletme paylaşımlarını, hikayelerini ve diğer içeriklerini bu mesajı vurgulayacak şekilde planlamalı ve düzenlemelidir. Ayrıca, işletme biyografisinde de bu amacını net ve kısa bir şekilde ifade etmelidir. Bu strateji, işletmenin hedef kitlesiyle daha etkili bir şekilde iletişim kurmasına ve onları marka veya ürünlerle daha fazla ilgilendirmesine yardımcı olabilir.

Bir birey için de aynı yaklaşım geçerlidir. Eğer bir birey, Instagram'da kişisel bir blog yürütüyorsa, takipçilerine blogunun amacını ve içeriğini net bir şekilde iletmelidir. Bu şekilde, ilgili takipçileri çekme ve onlarla etkili bir şekilde etkileşim kurma şansı artar.

- b. **Anahtar Kelimeler Kullanın:** Hedef kitlenizin dikkatini çekecek ve arama sonuçlarında daha görünür hale gelmenizi sağlayacak anahtar kelimeler kullanın.
- c. **Emoji Kullanımı:** Emojiler, biyografinizi renkli ve çekici hale getirir ve duygularınızı veya işletmenizin kişiliğini yansıtmanıza yardımcı olabilir.
- d. **İletişim Bilgilerinizi Ekleyin:** İnsanların sizinle kolayca iletişim kurabilmesi için bir e-posta adresi veya telefon numarası

ekleyin.

- e. **Çağrıda Bulunun:** Takipçilerinizi, belirli bir aksiyon almak için (örneğin, web sitenizi ziyaret etmek) teşvik edin.
- f. **Link Ekleyin:** Biyografinizde bir web sitesi veya belirli bir promosyon için bir URL ekleyin. Instagram, biyografinizde bir tane link eklemenize izin verir, dolayısıyla linkin güncel ve ilgili olduğundan emin olun.

Birden fazla link koymak istiyorsanız tüm linklerinizi tek bir yerde göstereceğiniz bir sayfa veya <https://linktr.ee/> sitesinden böyle bir sayfa yapabilirsiniz.

Örnek: <https://linktr.ee/everidijital>

<https://www.instagram.com/everidijital/> sayfamızdaki profilde örneği mevcuttur ve nasıl çalıştığına oradan da bakabilirsiniz.

- g. **Profesyonel Bir Profil Fotoğrafı Kullanın:** Kaliteli, profesyonel ve markanızı veya kişiliğinizi iyi temsil eden bir profil fotoğrafı kullanın.

Örnek:

Ad/Soyad veya Marka İsmi: Ceren'in Doğal Bakım Rehberi

Kısa Açıklama: 🌿 Doğal cilt bakımı & makyaj önerileri 🌿

İletişim Bilgileri: ✉️ cerenbakim@gmail.com

Çağrıda Bulunun: 📌 Blog'um & en son gönderiler için link!

Link: www.cerendogalbakim.com

Kısa ve net bir biyografi ile takipçilerinizin veya ziyaretçilerinizin dikkatini çekip, sizin veya işletmenizin ne hakkında olduğunu hızlıca iletebilirsiniz.

2. Paylaşımlar

- a. **Hedef kitlenizin aktif olduğu zamanlarda paylaşım yapın:** Etkileşimi arttırmak için doğru zamanda ve doğru içerikle paylaşım yapın. Takipçilerinizin çoğu farklı zaman dilimlerinde yaşıyor olabilir veya farklı günlük rutinelere sahip olabilirler. Dolayısıyla, onların çevrimiçi olduğu zamanlarda paylaşım yaparak, gönderilerinizin daha fazla görünürlük ve etkileşim elde etmesini sağlayabilirsiniz.

Bu süreç içerisinde, Instagram analitik araçları gibi üçüncü taraf araçları kullanarak takipçilerinizin en aktif oldukları gün ve saatleri öğrenebilirsiniz. Bu bilgilere dayanarak, paylaşım programınızı optimize edebilir ve içeriklerinizin maksimum etkileşim almasını sağlayabilirsiniz.

- b. **Hikayeler Kullanın:** Günde 5 hikaye paylaşarak, %70 üzerinde bir geri dönüş oranı sağlayın. Instagram hikayeleri, kullanıcılara 24 saat süreyle görüntülenebilen kısa fotoğraf veya video paylaşma olanağı sunar. Hikayeler, markalar ve bireyler için etkileşimi artırmada oldukça etkilidir çünkü algoritmanın etkisini aşmanın ve takipçilerle doğrudan ve hızlı bir şekilde iletişim kurmanın bir yoludur. Instagram hikayeleri, kullanıcılara yeni ürün veya hizmetler, özel teklifler, etkinlikler veya diğer önemli bilgiler hakkında hızlı güncellemeler sağlar. Ayrıca, hikayelerde anketler, sorular ve diğer etkileşimli özellikler kullanılarak takipçilerle daha fazla etkileşimde bulunulabilir. Bu, marka bilinirliğini ve müşteri sadakatini artırabilir, ve aynı zamanda kullanıcı geri bildirimleri almak için de değerli bir araçtır.
- c. **Instagram Reels Kullanın:** Reels, kullanıcılara kısa video oluşturma ve paylaşma imkanı sunarak etkileşim oranlarını önemli ölçüde artırabilir. Ortalama %1.23 etkileşim oranı ile

Reels, diğer gönderi türlerine kıyasla daha fazla etkileşim sağlama potansiyeline sahiptir. Instagram'ın Keşfet bölümünde geniş bir kitleye ulaşma olanağı sunan Reels, kullanıcıların dikkatini çekmekte ve marka veya profilinizi daha fazla kişiye tanıtmaya fırsatı sunmaktadır. Kısa ve çekici videolar ile daha fazla beğeni, yorum ve paylaşım elde edebilir, hatta eğlenceli ve yaratıcı içeriklerle viral hale gelme şansını yakalayabilirsiniz. Bu nedenle, Instagram Reels etkileşim oranlarınızı artırmak için etkili bir araçtır.

- d. **Topluluğunuzla İletişimde Olun:** Yorum yapan takipçilerinize cevap verin. Bu, takipçilerinizle bir diyalog kurmanıza ve onlarla daha derin bir ilişki oluşturmanıza olanak tanır. Bu etkileşim şekli, takipçilerinizin kendilerini değerli ve önemli hissetmelerini sağlar, bu da onların markanıza veya sizinle olan bağlılıklarını artırabilir. Ayrıca, yorumlarına yanıt vererek takipçilerinizin sorularını yanıtlayabilir, endişelerini gidermeye yardımcı olabilir ve onlara değerli bilgiler sağlayabilirsiniz. Bu da marka sadakatini ve müşteri memnuniyetini artırabilir. Yanıtlarınızda samimi ve yardımsever olmak, olumlu bir topluluk atmosferi oluşturmanıza ve marka imajınızı güçlendirmenize yardımcı olabilir. Sonuç olarak, yorum yapan takipçilere cevap vermek, markanızın veya kişisel imajınızın olumlu bir şekilde gelişmesine katkıda bulunan önemli bir adımdır.
- e. **Canlı Yayın Yapın:** Canlı yayınlar yaparak daha fazla kişiye ulaşabilirsiniz. Canlı yayınlar, markaların ve bireylerin geniş kitlelere etkili bir şekilde ulaşmalarını sağlayan güçlü bir araçtır. Gerçek zamanlı etkileşim olanağı sunarak izleyicilerle anında ve kişisel bir bağ kurulmasını teşvik eder. Sosyal medya platformları genellikle canlı yayınları algoritmalarında öncelikli tutar, böylece yayın yapan kişiler veya markalar daha fazla görünürlük ve erişim kazanır. FOMO (kaçırma korkusu) etkisi, izleyicileri canlı yayınları izlemeye teşvik ederken, yayın sırasında gerçekleşen anlık etkileşim, marka ve izleyici

arasında güçlü bir bağ kurulmasına olanak tanır. Bu unsurların tümü, canlı yayınların neden daha geniş bir kitleye etkili bir şekilde ulaşabileceğini açıklar.

- f. **Çekici ve Çeşitli İçerik Üretin:** Takipçileriniz ve potansiyel müşterileriniz için çekici içerikler hazırlayın. Farklı içerik türlerini (görsel, video, alıntılar, sorular vb.) kullanarak takipçilerinizle etkileşime girmeyi sürdürün. Çeşitlilik, kitle üzerinde daha fazla etkileşim ve ilgi uyandırabilir.

Örneğin:

- Özel günler, tatiller ve etkinlikler için özel içerikler hazırlayarak, bu dönemlerde daha fazla etkileşim yakalayın.
- Gönderilerinizde veya hikayelerinizde sorular sorarak takipçilerinizle etkileşime geçmeye teşvik edin.
- Takipçilerinizle etkileşimi artırmak için yarışmalar veya çekilişler düzenleyin.
- Instagram hikayelerinde anketler ve sorular kullanarak takipçilerinizle etkileşime geçin.

- g. **Çağrıda Bulunun:** İçeriğinizle daha fazla kişiyi etkilemek için etkili bir çağrıda bulunun (örneğin, biyografideki bağlantıyı kontrol edin).

Çağrıda bulunmak (Call to Action - CTA), takipçilerinizin belirli bir eylemi gerçekleştirmeleri için onları teşvik eden bir stratejidir. Etkili bir CTA, daha fazla etkileşim, web sitesi trafiği veya satış dönüşümü sağlayabilir. İşte Instagram içeriklerinizde kullanabileceğiniz birkaç CTA örneği:

1. Ürün / Hizmet Tanıtımı:

- Gönderi İçeriği: Yeni bir ürün veya hizmet tanıtımı.

- CTA Örneği: "Yeni koleksiyonumuzu keşfetmek için bio'daki linke tıklayın! 🛍️ #yenikoleksiyon #alışverişzamanı"

2. Blog Yazısı veya Makale:

- Gönderi İçeriği: Bir blog yazısı veya makale paylaşımı.
- CTA Örneği: "Tam yazıyı okumak için profildeki linke tıklayın! 📖 #blog #yazıokuma"

3. Yarışma veya Çekiliř:

- Gönderi İçeriği: Bir yarışma veya çekiliş duyurusu.
- CTA Örneği: "Çekiliře katılmak için arkadaşlarınızı etiketleyin ve profildeki linke tıklayarak kaydolun! 🎉 #çekiliş #yarışma"

4. Anket veya Soru:

- Gönderi İçeriği: Bir anket veya soru.
- CTA Örneği: "Hangisini tercih ediyorsunuz? Yorumlarınızı bekliyoruz! 💬 #anket #soru"

5. Etkinlik veya Webinar Duyurusu:

- Gönderi İçeriği: Bir etkinlik veya webinar duyurusu.
- CTA Örneği: "Webinarımıza kaydolmak için bio'daki linke hemen tıklayın! 🗣️ #webinar #etkinlik"

6. Ürün Satışı:

- Gönderi İçeriği: Bir ürün indirim veya satış duyurusu.
- CTA Örneği: "Sınırlı süreli indirimden yararlanın! Alışveriş yapmak için biyografideki linke tıklayın! 🛍️ #indirim #satış"

7. İş Birliđi veya Ortaklık Duyurusu:

- Gönderi İçeriği: Bir iş birliği veya ortaklık duyurusu.

- CTA Örneği: "İş birliğimiz hakkında daha fazla bilgi için profildeki linke tıklayın! 🤝 #işbirliği #ortaklık"

8. Hizmet Tanıtımı:

- Gönderi İçeriği: Bir hizmetin tanıtımı.
- CTA Örneği: "Hizmetlerimiz hakkında daha fazla bilgi almak için bio'daki linke tıklayın! 📞 #hizmet #bilgi"

CTA'nızı etkili bir şekilde oluştururken, kullanıcıları eyleme geçmeye teşvik etmek için emojiler, hashtagler ve kısa, özlü metinler kullanmayı unutmayın. Bu yöntemler, takipçilerinizin dikkatini çekmenize ve istenen eylemi gerçekleştirmelerini teşvik etmenize yardımcı olabilir.

- h. **Hashtag Kullanımı:** Hedef kitleniz tarafından en çok kullanılan ve takip edilen hashtag'leri bulun ve kullanın.

Her paylaşımda 30'a kadar hashtag kullanabilirsiniz fakat spam gibi görünmemek için ideal sayıyı belirleyin (örneğin 5-15 arası).

Kullanırken aşağıda yer alan 3 farklı tipten de kullanmanız daha geniş kitleye erişiminizi sağlayabilir.

- i. **Genel Hashtag'ler Kullanımı:** En popüler hashtag'leri kullanarak daha geniş bir kitleye ulaşın.

Örnekler:

- #aşk
- #gününfotosu
- #mutluluk
- #moda
- #güzellik
- #yaz
- #tatil

- ii. **Spesifik Hashtag'ler Kullanımı:** Daha spesifik ve hedeflenmiş hashtag'ler kullanarak nişanızdaki kullanıcılara ulaşın.

Örnekler:

- #evdeyoga
- #organikürünler
- #kitapönerisi
- #vejetaryantarifler
- #evdeegzersiz
- #türkkahvesi
- #sokakhayvanları

- iii. **Paylaşım Özel Hashtag'ler Kullanımı:** Paylaşımınıza özel hashtag'ler oluşturarak, benzersiz ve unutulmaz bir izlenim bırakın.

Örnekler:

- #CereninDogalBakimRehberi
- #AyşeninKitapDünyası
- #BerkayınMutfakSırları
- #AnkaradaBirGün
- #YazlıkTarifler2023

i. Paylaşım Sıklığı

i. Gönderi Paylaşımları:

1. Günlük: Genellikle, günlük bir gönderi çoğu hesap için uygundur. Takipçilerinizle düzenli etkileşimde bulunmanızı sağlar ve algoritma tarafından tercih edilir.
2. Haftada Birkaç Kez:
3. Daha az sık paylaşım yapmayı tercih ediyorsanız, haftada en az 3-4 kez gönderi yapmaya özen gösterin.

ii. Hikayeler:

1. Günlük: Instagram Hikayeleri günlük olarak paylaşılabilir ve bu, takipçilerinizle etkileşiminizi artırabilir.
2. 5-7 Hikaye: Günde 5-7 hikaye paylaşarak etkileşimde bulunabilirsiniz, ancak daha fazlası takipçiler için fazla olabilir.

iii. Reels:

1. Haftada 1-3 Kez: Instagram Reels için haftada birkaç kez paylaşım yapmayı düşünebilirsiniz.

j. Paylaşım Planlama

- i. **İçerik Takvimi Oluşturma:** Haftaları içeren aylık veya yıllık içerik takvimi oluşturarak gönderilerinizi ve hikayelerinizi önceden planlayın. Bu, içerik üretme baskısını azaltır ve tutarlı bir paylaşım programı sürdürmenize yardımcı olur.

Aylık Planlama:

Avantajları:

Daha Çevik: Aylık planlama, stratejinizi hızla değerlendirme ve gerektiğinde ayarlama olanağı sunar.

Güncel Kalma: Daha sık plan yapma, trendlere ve takipçi ilgisine daha iyi yanıt vermenize olanak sağlar.

Dezavantajları:

Daha Fazla Zaman Harcama: Her ay bir plan yapmanız gerekebilir, bu da zaman alıcı olabilir.

Kısa Vadeli Düşünce: Sadece bir ay ileriye bakarak, uzun vadeli hedeflerinizden sapabilirsiniz.

Yıllık Planlama:

Avantajları:

Stratejik Odak: Uzun vadeli hedeflere odaklanmanızı ve buna göre plan yapmanızı sağlar.

Zaman Tasarrufu: Yılda bir kez yapılan büyük bir planlama ile zaman kazanabilirsiniz.

Dezavantajları:

Düşük Çeviklik: Yıllık planlama, değişen koşullara hızla uyum sağlama konusunda daha az esneklik sunabilir.

Güncelliği Kaybetme: Uzun vadeli planlama, mevcut trendleri ve takipçi ilgisini kaçırma riski taşıyabilir.

Her iki yaklaşımın da kendine has avantajları ve dezavantajları vardır ve hangisinin daha pratik olduğu, organizasyonunuzun spesifik ihtiyaçlarına ve kaynaklarına bağlıdır. Birçok marka ve kuruluş, aylık planlama ile başlar ve yılın genel bakışını ve hedeflerini belirlemek için yıllık planlama yapar. Bu hibrid yaklaşım, hem çeviklik hem de stratejik odak sağlar.

- k. **Markalı Hashtag'ler Kullanın:** Bir markanız var ise kendinize ait bir hashtag oluşturabilir ve gönderilerinizde markalı hashtag'ler kullanarak daha fazla kişiye ulaşım, marka bilinirliğinizi arttırabilirsiniz. Bu hashtag i biyografinizde de belirtebilirsiniz.

3. Raporlama

- a. **Etkileşim Oranı:** Takipçiler tarafından yapılan etkileşimleri ve bunların hangi içerik türleriyle daha fazla olduğunu ölçün.
- b. **Erişim ve İzlenme:** Gönderilerinizin/ne kadar çok kişi tarafından görüldüğünü ve hangi içeriğin daha fazla izlendiğini ölçün.
- c. **Takipçi Büyümesi:** Takipçi sayısındaki artışı veya azalışı izleyerek stratejilerinizi buna göre düzenleyin.
- d. **Düzenli Raporlama:** Düzenli raporlama Instagram stratejinizin bir parçası olmalıdır. Düzenli olarak hangi içeriklerin daha fazla

etkileşim aldığını, hangi günlerde ve saatlerde daha fazla kişiye ulaştığınızı ve takipçi sayınızdaki değişiklikleri analiz etmek, Instagram stratejinizi geliştirmek ve optimize etmek için kritik öneme sahiptir.

Raporlama Sıklığı:

- **Haftalık Raporlama:** Haftalık temelde etkileşim oranları, en popüler gönderiler ve takipçi büyümesi gibi temel metrikleri analiz edin.
- **Aylık Raporlama:** Aylık bazda daha detaylı bir analiz yapın, hangi stratejilerin işe yaradığını ve iyileştirme alanlarını belirleyin.
- **Çeyrek Yıl Raporlama:** Üç ayda bir genel bir değerlendirme yaparak, uzun vadeli hedeflerinize ulaşmış olmadığınızı kontrol edin.

4. Rakip Analizi

- Rakip Profil Analizi:** Rakiplerinizin profilini, biyo'sunu, temalarını ve kullandıkları çağrılarını analiz edin.
- İçerik Stratejisi Analizi:** Rakiplerinizin içerik stratejilerini ve hangi içerik türlerinin daha fazla etkileşim aldığını analiz edin.
- İşbirliği Yapılan Influencer'lar:** Rakiplerinizin hangi influencer'larla çalıştığını ve bu işbirliklerinin etkilerini analiz edin.

5. Reklam

- Hedef Kitle Analizi:** Instagram reklamları için hedef kitle analizi yaparak etkili reklam kampanyaları oluşturun.
- Reklam Metriklerini İzleme:** Reklam bütçenizi ve ROI'yi (Return on Investment - Yatırım Getirisi) düzenli olarak izleyerek ve analiz ederek, reklam stratejilerinizi optimize edin.

Ek A - Aylık Instagram Destek Paketleri

İSTİKRAR BAŞARI GETİRİR:

AYLIK DÜZENLİ RAPOR, TAVSİYE, TAKİPÇİ VE ETKİLEŞİM PAKETLERİ İLE SİZLERE DESTEK OLUYORUZ.

Tüm dikkat edilmesi gerekenler yapılmasına rağmen bir ivme yakalamak ve aylık olarak **gerçek takipçilere ve etkileşime** ulaşmak istiyor ancak bunu tam yapamıyorsanız sizlere destek olmak için buradayız.

Her ne kadar kendi kendinize yavaşta olsa büyüme sağlıyor olsanızda bu paketlerin temel sebebi ve amacı şu şekildedir.

İHTİYAÇ: INSTAGRAM HESABINIZI DÜZENLİ BÜYÜTMEK. TAKİPÇİ SAYISI VE ETKİLEŞİMİ İYİ OLAN HESAPLARIN DAHA ÇOK TAKİPÇİ ÇEKECEĞİ GERÇEĞİNDEN YOLA ÇIKARAK HESABINIZI DAHA İYİ HALE GETİRMEK!

ÇÖZÜM: HESABA ZARAR VERMEDEN DÜZENLİ BÜYÜME SAĞLAMAK VE PROFİLİNİZİ HER AY KAZANDIRILAN **GERÇEK** TAKİPÇİ VE ETKİLEŞİMLER İLE GÜÇLENDİRMEK. DÜZENLİ RAPORLAMA, TAVSİYELER VE DANIŞMANLIK İLE SİZLERE DESTEK OLMAK.

INSTAGRAM DESTEK
100

250,00 TL
Aylık

100 Takipçi
100 Beğenisi (Son 10 post)
500 izlenme (Son 10 post)
200 kaydetme (Son 10 post)
2 Yorum (Son 10 post)
Tek seferde gönderim yapılır.

SATIN AL

Tüm paketlerimiz ve açıklamaları için bu adresi ziyaret edebilirsiniz.

<https://e-veri.com/cart.php?gid=26>

100 - 250 TL
250 - 500 TL
500 - 900 TL
1000 - 1500 TL
2500 - 3000 TL
5000 - 5000 TL

Daha yüksek ve özel paketler için bizimle irtibata geçebilirsiniz.

 TÜM PAKETLERDE SİZE ÖZEL AYLIK DÜZENLİ INSTAGRAM PROFİL ANALİZ VE RAPORU HEDİYEDİR!