

## جامعه اینفلوئنسرهای ایران در انتظار شما است!

در دنیای امروز تبلیغات نسبت به گذشته معنای متفاوتی به خود گرفته است؛ بنرهای بزرگ و تبلیغات انبوه در رسانه‌ها دیگر مثل گذشته نمی‌توانند بر روی ذهنیت افراد تأثیر بگذارند و افراد بدلیل تجربه‌های فراوانی که داشته‌اند، بدون داشتن شناخت نسبی نسبت به یک محصول، دست به انتخاب آن نمی‌زنند. شبکه‌های اجتماعی دیدگاه افراد جامعه را نسبت به تبلیغات بازتر کرده و به آن‌ها در فرآیند تصمیم‌گیری کمک زیادی می‌کند. در این میان شبکه‌ی اجتماعی اینستاگرام با ۸۰۰ میلیون کاربر در سراسر جهان و ۲۸ میلیون کاربر ایرانی نقش مهمی را در فعالیت‌های بازاریابی ایفا می‌کند. به همین خاطر بسیاری از کسب و کارها و شرکت‌های بزرگ و کوچک تمرکز خود را بر روی روش‌های نوین بازاریابی مانند **اینفلوئنسر مارکتینگ** از طریق اینستاگرام قرار داده‌اند. **اینفلوئنسر مارکتینگ** که در فارسی به آن بازاریابی اثرگذار گفته می‌شود، رویکردی نوین در بازاریابی است که بر اساس افراد تأثیرگذار در جامعه صورت می‌گیرد. این افراد که از آن‌ها با عنوان اینفلوئنسر یاد می‌شود، بدلیل وجهه‌ی اجتماعی و سابقه‌ی شناخته شده‌ای که در نزد عموم افراد جامعه دارند، می‌توانند بر ذهنیت آن‌ها نسبت به یک موضوع تأثیر بگذارند و آن‌ها را به سمت استفاده از محصولات یا خدمات هدایت کنند. در بازاریابی نوین مسئله‌ی «اعتماد» نقش پررنگ‌تری به خود گرفته و شرکت‌های مختلف به این نتیجه رسیده‌اند که درصد قابل توجهی از هزینه‌های تبلیغات خود را به امر اعتمادسازی اختصاص دهند. بازاریابی نوین با در نظر گرفتن اهمیت اعتمادسازی، تمرکز خود را بر روی موضوعی به نام **اینفلوئنسر مارکتینگ** قرار داده است. اینفلوئنسرها از پشتوانه‌ی اجتماعی خوبی برخوردار هستند؛ آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی هزاران و حتی گاه میلیون‌ها دنبال‌کننده (فالور) وفادار دارند و از این طریق می‌توانند بر ذهنیت بخش قابل توجهی از جامعه تأثیر بگذارند. حدود ۸۰ درصد از کاربران ایرانی اینستاگرام جزو کاربران فعال محسوب می‌شوند؛ یعنی کاربرانی که روزانه حداقل در یک زمان معین در این شبکه حضور پیدا می‌کنند. نیمی از کاربران فعال، روزانه ۵ بار اینستاگرام خود را چک می‌کنند و در جریان آخرین مطالب به اشتراک گذاشته شده قرار می‌گیرند و این موضوع پتانسیل بسیار خوبی برای کسب و کارها محسوب می‌شود. بر همین اساس شرکت چنکا با توجه به اهمیت پاسخگویی به این نیاز و با هدف انجام خدمات مرتبط با فضای دیجیتال مارکتینگ در ایران فعالیت می‌کند. مدتی است که اینستاگرام برای تبلیغات قوانین خاصی را در نظر گرفته است؛ شرکت چنکا در حال حاضر تنها شرکت تبلیغاتی در ایران است که توسط اینستاگرام به تأیید رسمی رسیده و به API این شبکه‌ی اجتماعی دسترسی دارد؛ به همین دلیل کلیه‌ی فعالیت‌های این شرکت از شفافیت کافی برخوردار بوده و تحت نظارت اینستاگرام قرار دارد که این موضوع امکان هرگونه تقلب و سوء استفاده‌ی مادی و معنوی را کاهش می‌دهد. متخصصان بازاریابی شرکت چنکا بر مبنای نیازسنجی‌های دقیق و تحقیقات گسترده بازار دریافته‌اند که در ایران دیگر تبلیغات بنری و کلیکی نمی‌تواند همانند قبل تأثیرگذار باشد؛ بلکه امروزه مشتریان به دنبال راهی برای اعتماد به محصولات مختلف هستند و اینفلوئنسرها می‌توانند از عهده‌ی این کار به خوبی برآیند. اینفلوئنسرها بر مبنای تجربه و اطلاعاتی که از یک محصول دارند، بصورت مستقیم یا غیرمستقیم آن را به

دیگران معرفی کرده و استفاده از آن را توصیه می کنند. این توصیه به دلیل شهرت افراد اینفلوئنسر در مدت کوتاهی به سرعت در بین درصد قابل توجهی از افراد جامعه منتشر شده و در یک مدت معین افراد زیادی از آن مطلع می شوند؛ همین موضوع سبب شده که **اینفلوئنسر مارکتینگ** گاهی بعنوان بازاریابی دهان به دهان نیز شناخته شود. شرکت چنکا با دسترسی ویژه به بیش از ۸ هزار نفر از جامعهی اینفلوئنسرهای ایرانی قادر است پلن های تبلیغاتی موفق را برای کسب و کارهای مختلف طرح ریزی و اجرا کند. این تعداد اینفلوئنسرها برحسب موضوعات مختلف دسته بندی شده اند که این امر باعث هدفمندی هرچه بیشتر جامعهی مخاطبان نسبت به یک موضوع خواهد شد. میانگین استفادهی کاربران ایرانی از اینستاگرام حدود ۱۷ دقیقه است و چنکا با طرح ریزی پلن های متنوع و ویژه به کسب و کارها کمک می کند تا حداکثر استفاده را از این ظرفیت داشته باشند. یکی از مزیت های تبلیغات از طریق **اینفلوئنسر مارکتینگ** رغبت مشتریان بدنبال کردن مطالب تبلیغاتی است؛ تجربه نشان داده که اکثر افراد تمایلی به دریافت تبلیغات پیامکی ندارند و این گونه پیامک ها را یا مسدود کرده و یا از دریافت آن ها ناراضی هستند. همچنین بسیاری از افراد ایمیل های تبلیغاتی را مستقیماً اسپم کرده و حتی برای یک بار هم آن ها را باز نمی کنند. این در حالی است که در روش **اینفلوئنسر مارکتینگ** خود افراد به نوعی پیگیر تبلیغات هستند و مایلند بدانند که شخصیت های محبوبشان بیشتر از چه محصولاتی استفاده می کنند. به همین خاطر خدمات شرکت چنکا در امر بازاریابی نسبت به رقبایی که در بازار وجود دارند و از روش های قدیمی تر استفاده می کنند، از بازدهی بسیار بالاتری برخوردار است. کیفیت همه جانبهی اجرای کمپین **اینفلوئنسر مارکتینگ** و ضمانت اجرای دقیق کمپین از جمله عواملی است که توانسته در موفقیت شرکت چنکا تأثیرگذار باشد. این شرکت اگرچه موفقیت کمپین ها را بصورت کامل تضمین می کند، اما برای اطمینان هر چه بیشتر مشتریان امکان بازگشت وجه پرداختی را نیز در نظر گرفته است. بسیاری از سازمان های بزرگ دولتی و شرکت های خصوصی که بدنبال اجرای کمپین هایی مرتبط با عملکرد خود هستند، به چنکا اعتماد می کنند؛ زیرا در حال حاضر رقیب مشابه دیگری در بازار دیجیتال مارکتینگ وجود ندارد و سایر رقبا با فاصله ی بسیار زیادی در رده های پایین تر قرار دارند. شاهد این مدعا کارنامه ی موفق چنکا در همکاری با برندهای معروف ایران است. برندهایی مانند اسنپ فود، فیلیمو، علی بابا و انواع سرمایه گذاران داخلی و بین المللی از جمله کسانی هستند که برای اجرای پروژه های تبلیغاتی خود به شرکت چنکا اعتماد کرده اند؛ چرا که می دانند که باید بهترین ها را همیشه از بهترین ها انتظار داشته باشند.

گفتنی است تیم متخصصان چنکا چندین سال است که در فضای دیجیتال مارکتینگ فعالیت می کند و چنکا یکی از محصولات شرکت پیشرو نوآور توسعه آران است که در حال حاضر در مرکز فناوری های پیشرفته دانشگاه صنعتی شریف مستقر است.