**تاثیر اینستاگرام مارکتینگ :** اینستاگرام به عنوان یک شبکه اجتماعی محبوب و پرمخاطب، با فراهم آوردن یک پلتفرم تصویر محور و پتانسیل جذب دنبال کنندگان مشتاق و تعامل فراوان، جایگاه و اهمیت ویژه‌ای برای کسب‌وکارهای مختلف پیدا کرده است. طیف وسیعی از مخاطبان گوناگون دارد که از تعامل با برندهای مورد علاقه خود لذت می‌برند و این به نوبه خود باعث افزایش اثربخشی اقدامات بازاریابی می‌شود. مزایای بازاریابی در اینستاگرام با استفاده از تحقیقات و مطالعات موردی فراوانی تأیید شده و تأثیر مستقیم آن بر جذب مشتریان راغب (lead) اثبات گردیده است. مردم به دنبال کردن برندهای مختلف علاقه دارند و فعالانه در پی کشف و خرید محصولات و خدمات جدید یا مورد نیازشان هستند. به علاوه، اینستاگرام نیز پیوسته در حال تلاش برای افزودن قابلیت‌های جذاب و کاربردی برای توسعه تجارت الکترونیکی در این شبکه اجتماعی پرطرفدار است. پلتفرم تبلیغاتی اینستاگرام (Instagram ads) نتایج بسیار خوب و میزان تعامل قابل توجهی را عاید کسب‌وکار کرده و قابلیت خرید از طریق اینستاگرام نیز فرآیند فروش را با این شبکه اجتماعی تلفیق می‌نماید. امروزه برای موفق شدن در حوزه کسب و کاری خودمان، استفاده از اینستاگرام لازم و ضروری ست. بازاریابی درست در اینستاگرام برای هر کسب و کاری به خصوص کسب و کارهایی که به صورت آنلاین هستند، مفید است و اینستاگرام مارکتینگ می‌تواند برای همه کسب و کارها نرخ بازگشت سرمایه و آگاهی از برند را افزایش دهد. برای دیده شدن محصولاتمان ( انواع لباس ها )، اینستاگرام ابزاری مناسب برای به نمایش گذاشتن هست.همون با استفاده از تکنیک های اینستاگرام مارکتینگ می‌توانیم بازدید صفحه مان را بالا بیریم که منجر به افزایش تعداد مشتریان بالقوه و تبدیل lead ها به مشتریان ثابت هست.

**تاثیر ویدئو مارکتینگ** : بازاریابی ویدیویی یا ویدیو مارکتینگ یا تبلیغات ویدیویی یا Video Marketing یکی از شاخه‌های بازاریابی اینترنتی است که در جریان آن از فیلم و ویدیو به عنوان ابزار تبلیغاتی استفاده می‌شود. از مزایای آن می‌توان موارد زیر را نام برد :

* **ویدئو کاربر را درگیر می‌کند:** یکی از بهترین امتیازاتی که فیلم‌های تبلیغاتی دارند این است که کاربر را با خود درگیر می‌کنند. در واقع اگر یک ویدیوی تبلیغاتی به خوبی ساخته شده باشد و 10 ثانیه اول آن برای کاربر جذاب باشد، احتمال دیدن فیلم تا انتها وجود دارد و این بهترین فرصت برای به نمایش گذاشتن پوشاک ت.لید شده می‌باشد.
* **استفاده از ویدیو آسان است:** بسیار راحت، در مورد نوع دوخت، نوع پارچه و نوع مواد استفاده شده در ویدئو به راحتی قابل مشاهده هست.
* **ویدیو جامع و کامل است**: اصولاً در بازاریابی ویدیویی از دو دسته فیلم کوتاه و بلند استفاده می‌شود. در هر دو سبک، تلاش بر این هست که نکات متعددی را در آنها بگنجانند و مطلب را به طور کامل به بیننده انتقال دهند.
* **ویدیو در حافظه می‌ماند:**  خاصیت فیلم‌ها به صورتی است که بیشتر در حافظه فرد می‌ماند و فرد از لحاظ احساسی و عواطف با آن فیلم درگیر می‌شود. درنتیجه اگر یک ویدئو برای جذب مشتری، به خوبی ساخته شود، تاثیرش را به روی آنها خواهد گذاشت.
* **موتورهای جستجو ویدیو را ترجیح می‌دهند:** یکی از خصوصیات بارز فیلم‌ها این است که [موتور](https://modireweb.com/how-do-search-engines-work)های جستجو  نیز به آنها علاقه زیادی دارد. باید بپذیریم که درصد بسیار کمی از محتوای نوشتاری یونیک و اختصاصی است. این در حالی است که هر فیلم دارای فضا و قالب اختصاصی خود بوده و درصد بسیار بالایی از آنها برای اولین بار منتشر می‌شود. این موضوع دردسر موتورهای جستجو را کمتر می‌کند.

یکی از مهمترین ویژگی هایی که ویدئو مارکتینگ دارد، این هست که باعث افزایش تعداد ترافیک سایت می‌شود. گوگل به لینک هایی که از طریق ویدئو به سایت ما هدایت می شود، خیلی علاقه مند است برای همین بیان کرده است که هر ورودی از سایت یوتیوب تاثیر به مراتب بیشتری از یک سایت عادی دارد.

**تاثیر اینفلوئنسر مارکتینگ : بازاریابی تاثیرگذار** در واقع راهی برای معرفی کسب و کار، خدمات یا محصولات ما با استفاده از افرادی است که در شبکه‌های اجتماعی مشهور هستند .این افراد، مخاطبان زیادی دارند که به عقیده و نظر آن‌ها احترام گذاشته و به نوعی به او اعتماد دارند. در این روش به بیان ساده ما به اینفلوئنسر یا همان فرد تاثیرگذار که مخاطبان زیاد، شهرت، محبوبیت و احترام دارد، هزینه‌ای پرداخت می‌کنیم که کسب و کار ما را به دیگران معرفی کند. به خصوص حوزه پوشاک به این صورت می‌باشد که اینفلوئنسر ها لباس ها را به تن می‌کنند و به مخاطبانشان معرفی می‌کنند. اینفلوئنسرها به عنوان حامیان برندها شناخته می‌شوند و با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، توجه مخاطبان‌شان را به فعالیت‌های برندی بخصوص جلب می‌کنند. شخص تأثیرگذاری که نزد مخاطبانش از اعتبار کافی برخوردار باشد، می‌تواند آن‌ها را متقاعد به خرید لباس دلخواه کند. به‌طور کلی می‌توان با استفاده از محتوای ارائه شده توسط شخص تأثیرگذار برای برند تبلیغ کرد، کسب‌وکارمان را رونق بخشید و اعتماد مشتری‌ها را به برند جلب کرد. اشخاص تأثیرگذار معمولا نظرات و پیشنهادهای خود را درباره استفاده از محصولی بخصوص با دنبال‌کنندگان‌شان در شبکه‌های اجتماعی در میان می‌گذارند و به این شکل برای برندها تبلیغ می‌کنند. زمانی که صحبت از اشخاص تأثیرگذار می‌شود، پیش از هر چیز فعالیت آن‌ها در **اینستاگرام** توجه ما را به خود جلب می‌کند؛ شبکه اجتماعی‌ای که نسل جوان فعالیت زیادی در آن دارند و امکان تبلیغ بسیاری از محصولات در آن وجود دارد. با وجود اینکه اینستاگرام شبکه اجتماعی نسبتاً محبوب‌تری به شمار می‌رود، هستند اشخاص تأثیرگذاری هم که در دیگر شبکه‌های اجتماعی مهم از جمله توییتر، فیسبوک، یوتیوب، لینکدین، آپارات، تلگرام و … فعالیت می‌کنند. از جمله مزایایی که اینگونه تبلیغات دارند این هست که بسیار زود بازده هست و به سرعت محصولمان را می‌توانیم به مرحله معروفیت برسانیم.

**تاثیر ایمیل مارکتینگ :** ایمیل مارکتینگ یا بازاریابی ایمیلی ابزاری است که برای ایجاد روابط با مشتریان فعلی و همچنین مشتریان بالقوه مورد استفاده قرار می‌گیرد. استفاده از این ابزار باید موجب شود نگهداشت مشتریان و ارزش مشتری به حداکثر برسد، که در نهایت این امر باید به بازده بیشتر سرمایه‌گذاری منجر شود. از ایمیل نه تنها برای بالا بردن نگهداشت مشتریان استفاده می‌شود، بلکه در راستای فراگیری، استراتژی‌های تلفن همراه و حتی رسانه‌های اجتماعی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. ایمیل مارکتینگ در ابتدایی‌ترین سطح، استفاده از ایمیل برای ترویج کسب‌و‌کار شماست. این ابزار برای ایجاد روابط با مشتریان بالقوه، آگاه و به روز نگه داشتن مشتریان فعلی نسبت به برند تجاری، ارائه کوپن (تخفیف یا پیشنهادات خرید) برای تشویق وفاداری مشتری و موارد دیگر استفاده می‌شود. در صورتی که ایمیل مارکتینگ یا بازاریابی ایمیلی با موفقیت انجام شود، می‌تواند به چندین مزیت منجر شود :

* **افزایش آگاهی از برند**
* **مقرون به صرفه:**  در مقایسه با رسانه‌های اجتماعی، ارسال ایمیل انبوه یکی از مقرون به صرفه‌ترین استراتژی‌های بازاریابی در دسترس است که هزینه‌های آن بسیار کمتر از سایر کانال‌های بازاریابی است.
* **ردیابی میزان درگیری کاربران:** به لطف نرم‌افزارهای پیشرفته موجود در بازار، می‌توان اطلاعات را ترسیم کنیم تا مشخص شود که چه کاری موفقیت‌آمیز بوده و چه کاری به آسانی انجام شده است. ردیابی تعداد افرادی که ایمیل را باز می‌کنند، روی لینک موجود در یک ایمیل کلیک می‌کنند یا حتی اینکه ایمیل ما به صندوق ورودی درست وارد شده است، چند تا از ویژگی‌های آن هست.
* **ایجاد محتوای بسیار شخصی‌سازی شده:** ایمیل مارکتینگ یا بازاریابی ایمیلی می‌تواند از طریق تجربیات شخصی شده از کانال‌های بازاریابی رقابتی بهتر عمل کند. با ایمیل مارکتینگ می‌توان تبلیغات ویژه‌ای را برای دستیابی به نرخ تبدیل بیشتر طراحی کرد، ایمیل‌های شخصی‌سازی شده را برای افراد دارای نیازهای خاص ایجاد و ارسال کنیم و تبلیغات رسانه‌های اجتماعی را برای مخاطبان از پیش تعیین شده هدف قرار دهیم.

**تاثیر کانتنت مارکتینگ :** کانتنت مارکتینگ به بازاریابی اینترنتی اشاره دارد که در آن محتوا نقش اول را ایفا می‎کند. کانتنت مارکتینگ موجبات جذب کاربر به سایت شده و در نهایت فروش محصول(لباس)، رشد برند و توسعه کسب و کار را فراهم می‎کند. همچنین آن  به معنای تولید محتوای ارزشمند به منظور تشویق و ترغیب مشتریان است که با این کار حس آزادی عمل به مشتری داده می‎شود. همچنین در آن محتوا نقش اول را ایفا می‎کند. مدیر و کارمندان کسب و کار آنلاین ما در وب سایت‌‎ با تولید محتوای خوب و قرار دادن آن در شبکه‌ها‎ی اجتماعی می‎توانند کاربران زیادی را به سمت سایت‌مان سوق دهند. کانتنت مارکتینگ با اهداف بسیاری انجام می‌شود که یکی از مهمترین موارد، جذب ورودی مرتبط با حوزه فعالیت سایت از موتورهای جستجوگر بخصوص گوگل است یعنی زمانی که مشتریان و مخاطبان در موتور های جستجو عبارتی را سرچ می‌کنند، ما می‌توانیم با تولید محتوای مناسب سایت جز در سایت صفحه اول گوگل قرار دهیم. کانتنت مارکتینگ از آنجا اهمیت پیدا می‎کند که محتوای سایت بیش از گذشته تاثیر خود را بر ارتقا رتبه سایت‌ها‎ باقی گذاشته است. یکی از بهترین بازخوردهای اینکار اعتماد سازی بواسطه آموزش و افزایش آگاهی کاربران است. به اینصورت که با محتوای مفید می توان کاربر را جذب و آنرا به سیاست تعیین شده نزدیک کرد.