

تفاوت‌های پست و ریلز در اینستاگرام؛ کدام یک برای رشد پیج بهتر است؟

چند سالی می‌شود که اینستاگرام به یکی از بزرگ‌ترین رسانه‌های اجتماعی در میان کاربران تبدیل شده و بسیار از افراد از آن برای کسب و کار استفاده می‌کنند. فرقی نمی‌کند که شما از اینستاگرام به عنوان ابزاری جهت تبلیغات کمک بگیرید یا معرفی محصولات، به هرصورت دو نوع اصلی محتوا وجود دارد که می‌توانید از آن‌ها بهره بگیرید: پست و ریلز. در این مقاله به بررسی تفاوت پست و ریلز در اینستاگرام پرداخته‌ایم و قصد داریم شما را بایدها و نبایدهای تولید محتوا در اینستاگرام آشنا کنیم.

تعریف پست و ریلز اینستاگرام

پست، محتوای تصویری یا ویدیویی منتشر شده در پروفایل کاربران است. این نوع محتوا شامل عکس‌ها، ویدیوها، یا مجموعه‌ای از تصاویر (کاروسل) است که کاربران می‌توانند به راحتی با دیگران به اشتراک بگذارند. پست‌ها به‌طور کلی برای محتوای ثابت و دائمی طراحی شده‌اند و می‌توانند شامل توضیحاتی کامل و طولانی باشند.

از سوی دیگر، ریلز، یک ویژگی جدید برای تولید محتوای اینستاگرام است که تمرکز بیشتری بر روی ویدیوهای کوتاه و سرگرم‌کننده دارد. کاربران می‌توانند با استفاده از ابزارهای ویرایش داخلی، افکت‌ها، موسیقی، و فیلترهای مختلف، ویدیوهای خلاقانه‌ای بسازند. ریلزها برای جلب توجه کاربران و افزایش تعامل آنان با صفحات ایجاد شده‌اند.

تفاوت‌های بین پست و ریلز در اینستاگرام

مدت زمان محتوا

برعکس محتوای ویدیویی، پست‌های تصویری اینستاگرام محدودیتی در مدت زمان ندارند. محدودیت زمانی پست‌های ویدیویی نیز وابسته به الگوریتم اینستاگرام است. حساب‌های تایید شده که دارای تیک آبی باشند می‌توانند ویدیوهایی تا ۶۰ دقیقه را منتشر کنند. این عدد برای حساب‌های کاربری عادی حدود ۱۰ دقیقه است.

در مقابل، مدت زمان مناسب ریلز محدودیتی ۱۵ تا ۹۰ ثانیه‌ای دارد. این محدودیت باعث می‌شود که سازندگان محتوا مجبور شوند پیام خود را به شکلی مختصر و مفید منتقل کنند. از آنجا که این نوع محتوا بیشتر بر روی جلب توجه سریع کاربران تمرکز دارد، استفاده از افکت‌های جذاب و موسیقی بدون کپی راییت می‌تواند تجربه کاربری مخاطبان را ارتقا دهد.

ابعاد تصویر

ابعاد تصویر نیز یکی دیگر از مواردی است که باید در نظر گرفته شود. پست‌های اینستاگرام می‌توانند در ابعاد مختلفی منتشر شوند: مربع (۱:۱)، عمودی (۴:۵) و افقی (۱۶:۹). این تنوع ابعاد به کاربران اجازه می‌دهد که محتوای خود را بر اساس نیازهای خاص خود تنظیم کنند.

ریلز اما تنها در ابعاد عمودی (۹:۱۶) نمایش داده می‌شود که برای مشاهده در تلفن همراه مناسب است. این ابعاد باعث می‌شود که ریلز تمام صفحه نمایش گوشی را پر کند و تجربه بصری جذابی را برای کاربران فراهم کند.

قابلیت‌های ویرایش محتوا

پست‌ها شامل گزینه‌هایی مانند فیلترها، برچسب‌گذاری افراد، افزودن مکان، و نوشتن کپشن‌های طولانی هستند. به همین دلیل افراد می‌توانند محتوای خود را شخصی‌سازی کرده و با دیگران به اشتراک بگذارند. در عوض، ریلز دارای ابزارهای ویرایش پیشرفته‌ای است که شامل افکت‌های ویژه، موسیقی پس‌زمینه، تایمینگ دقیق برای برش صحنه‌ها، و قابلیت ترکیب چندین کلیپ در یک ویدیو است. این قابلیت‌ها به کاربران کمک می‌کند تا محتوایی خلاقانه تولید کنند.

محل نمایش محتوا در اینستاگرام

پست‌های اینستاگرام در پروفایل کاربر ذخیره شده و کاربران می‌توانند به راحتی به آن‌ها دسترسی پیدا کنند. همچنین، پست‌ها در فید دنبال‌کنندگان نیز نمایش داده می‌شوند.

ریلز اما در بخش جداگانه‌ای با همین عنوان قرار دارد که در نوار پایین اپلیکیشن قابل مشاهده است. همچنین، ریلزها معمولاً در صفحه اکسپلور نمایش داده می‌شوند که باعث افزایش احتمال دیده شدن آن‌ها توسط کاربران جدید می‌شود.

نحوه تعامل کاربران

نحوه تعامل با پست‌ها و ریلزها مشابه یکدیگر بوده و شامل لایک، کامنت، و اشتراک‌گذاری است، اما پست‌ها معمولاً نیازمند زمان بیشتری برای جذب تعامل هستند؛ زیرا کاربران باید متن کپشن را بخوانند و سپس لایک کنند یا کامنت بگذارند.

در مقابل، ریلز به دلیل ماهیت کوتاه و سرگرم‌کننده خود، توجه کاربران را به سرعت جلب کرده و باعث افزایش تعامل فوری می‌شود. کاربران اغلب تمایل دارند تا ریلزها را لایک کنند یا آن‌ها را با دوستان خود به اشتراک بگذارند. البته باید توجه داشت که رعایت قواعد هشتگ‌گذاری درست در اینستاگرام، کمک زیادی به تعامل کاربران با محتوای شما خواهد کرد.

رویکرد اینستاگرام به پست و ریلز

با توجه به تفاوت بازدید پست و ریلز، الگوریتم اینستاگرام برای هر دو نوع محتوا متفاوت عمل می‌کند. پست‌ها بر اساس تعاملات اولیه (لایک‌ها، کامنت‌ها) رتبه‌بندی می‌شوند؛ یعنی اگر یک پست در ابتدا تعامل خوبی داشته باشد، احتمال بیشتری دارد که در فید دیگر کاربران نیز نمایش داده شود.

اما الگوریتم ریلز بر اساس مدت زمان مشاهده، میزان لایک‌ها، کامنت‌ها و اشتراک‌گذاری‌ها عمل می‌کند. اگر یک ریلز بتواند توجه کاربران را جلب کرده و آن‌ها را ترغیب کند تا آن را تماشا کنند یا با آن تعامل داشته باشند، احتمال بیشتری دارد که در صفحه اکسپلور نمایش داده شود.

تفاوت پست و ریلز در اینستاگرام در یک نگاه

فاکتورهای محتوا	پست	ریلز
مدت زمان	از ۱ تا ۶۰ دقیقه	۱۵ تا ۹۰ ثانیه
ابعاد تصویر	مربع (۱:۱)، عمودی (۴:۵) و افقی (۱۶:۹)	عمودی (۱۶:۹)
ابزارهای ویرایش محتوا	فیلترها، تگ کردن، افزودن مکان	جلوه‌های ویژه، موسیقی پس زمینه، تایمینگ
محل نمایش	فید مخاطبان و پروفایل کاربر	قسمت ریلزها
سرعت تعامل	کند، وابسته به طول محتوا و کپشن	سریع، وابسته به جذابیت محتوا

الگوریتم انتشار اینستا	وابسته به تعامل اولیه، لایک و کامنت	وابسته به زمان بازدید، لایک، کامنت و بازنشر
------------------------	-------------------------------------	---

باید و نبایدهای کپشن نویسی برای پست و ریلز

بایدها:

- خلاقیت: از زبان خلاقانه استفاده کنید تا توجه مخاطب را جلب کنید.
- هشتگ: از هشتگ‌های مرتبط استفاده کنید تا محتوای شما بیشتر دیده شود.
- دعوت به اقدام: کاربران را تشویق کنید تا نظرات خود را بیان کنند یا محتوای شما را با دیگران به اشتراک بگذارند.

نبایدها:

- کپشن‌های طولانی: از نوشتن کپشن‌های بسیار طولانی پرهیز کنید؛ زیرا ممکن است مخاطب حوصله‌اش سر برود.
 - استفاده از هشتگ‌های نامربوط: از هشتگ‌هایی استفاده کنید که مرتبط با محتوای شما باشند.
 - عدم ارتباط با محتوای اصلی: کپشن شما باید با تصویر یا ویدیوی شما ارتباط داشته باشد.
- هنگام کپشن نویسی باید به تفاوت کپشن ریلز و پست اینستاگرام نیز توجه کنید. ریلزها تمام صفحه‌ی مخاطب را اشغال می‌کنند، بنابراین بهتر است کپشن کوتاه و مختصر باشد. در پست‌گذاری دستتان برای کپشن نویسی کمی باز است اما همچنان بهتر است از محتوای متنی کوتاه و مفید استفاده کنید.

برای رشد پیج، ریلز بهتر است یا پست؟

با توجه به روند اخیر شبکه‌های اجتماعی، ریلز به عنوان ابزاری قدرتمند برای جذب دنبال‌کنندگان جدید شناخته شده است. محتوای کوتاه و سرگرم‌کننده‌ای که در ریلزها وجود دارد، باعث افزایش تعامل سریع می‌شود. این ویژگی، استفاده از ریلزها را به یکی از تکنیک‌های رفتن به اکسپلور اینستا تبدیل کرده و نمایش آن‌ها در صفحه اکسپلور فرصتی عالی برای جذب دنبال‌کنندگان جدید فراهم می‌کند. بنابراین استفاده از ریلز یک میانبر موثر برای رشد سریع پیج به شمار می‌رود.

چگونه ریلز را به پست معمولی تغییر دهیم؟

اگر می‌خواهید ریلز شما به صورت یک پست عادی در پروفایلتان نیز دیده شود باید مراحل زیر را دنبال کنید:

۱. وارد پروفایل اینستاگرام خود شوید

۲. به بخش ریلزها بروید

۳. ریلز مورد نظر را انتخاب کنید

۴. روی سه نقطه کلیک کنید

۵. گزینه Add to main grid را انتخاب کنید

سخن پایانی

اکنون که با تفاوت پست و ریلز آشنا شدید، می‌توانید انتخاب بهتری برای تولید محتوای خود داشته باشید. اگر هدف شما جذب سریع مخاطب و افزایش تعامل با کاربران است، ریلز گزینه مناسبی خواهد بود. اما اگر قصد دارید محتوایی دائمی با توضیحات کامل خلق کنید، پست‌ها انتخاب بهتری هستند. اگرچه بهترین روش ممکن است ترکیبی از هر دو باشد تا بتوانید از مزایای هر کدام بهره ببرید و پیج خود را با سرعتی بیشتر ارتقا دهید.

منابع

+++

<https://anycontrol.app/blog/post/instagram-reels-vs-post/fa>

<https://anycontrol.app/blog/post/instagram-reels-vs-post>

[/https://www.agorapulse.com/blog/instagram/instagram-reels-vs-posts](https://www.agorapulse.com/blog/instagram/instagram-reels-vs-posts)