

ARTHIBITION BLOG

چگونه خریداران آثار هنری و کلکسیونرهای هنری را آنلاین بیابیم؟

28 اردیبهشت 1396

در اینجا ما توضیح می دهیم در اینترنت چه اتفاقی روی می دهد که هنرمند به کلکسیونر متصل می شود؟ و چگونه باید از این فضا نهایت استفاده را برد؟



در گذشته هنرمندان معتقد بودند بهترین راه پیدا کردن **کلکسیونرهای هنری** ملاقات حضوری با آنهاست. اما شمار هنرمندانی که آثارشان را به خریدارانی می فروشند که حتی یک بار هم ملاقاتشان نکرده روز به روز بیشتر می شود. در حقیقت آنها آثارشان را حتی بدون نیاز به اینکه از خانه خارج شوند به فروش می رسانند این اتفاق بزرگ با قدرت اینترنت به وجود آمده است.

سوال این است که در اینترنت چه اتفاقی روی می دهد که **هنرمند** به کلکسیونر متصل می شود؟ و چگونه باید از این فضا نهایت استفاده را برد؟

بعضی از هنرمندان بر این باورند صرفا با داشتن یک وب سایت می توانند **آثار هنری** خود را بفروش برسانند اما اینگونه نیست. ما در **آرتیبیشن** بارها در مورد تاثیر شبکه های اجتماعی و وب سایت ها در کنار هم تاکید کرده ایم. در این مقاله به شما خواهیم گفت چگونه از **شبکه های اجتماعی** برای فروش آثار خود و پیدا کردن کلکسیونرهای هنری بهره مند شوید و یا بهترین شبکه های اجتماعی با توجه به نوع کار و سبک هنری شما کدام شبکه ها می باشند و کدام شبکه های اجتماعی برای ارتقا هنر شما مناسب می باشند؟

اگر شما در فضای مجازی یک تازه کار هستید خود را درگیر هم شبکه های مجازی و اپلیکیشن های موجود نکنید. تمرکز و انرژی خود را در شبکه هایی صرف کنید که بهترین مخاطب را با توجه به مسیر هنری که دارید برای شما ایجاد می کند. شبکه های اجتماعی بسیاری همچون فیسبوک، گوگل پلاس، **اینستاگرام** و... وجود دارند ولی برای شروع بهتر است روی یک یا دو مورد از گزینه های موجود تمرکز کنید.

به هنگام انتخاب شبکه های اجتماعی مورد نظر خود ابتدا به سه نکته مهم زیر توجه کنید:

مخاطب؛ چه کسانی از سایت استفاده می کنند؟

فضای کلی؛ آیا نوع و سیاق کلی سایت به شما اجازه ایجاد ارتباط به مخاطب را می دهد؟

محتوا؛ چه نوع و سبکی از مطالب در این سایت به اشتراک گذاشته می‌شود؟



مخاطب: همانند هر هنرمند شما قطعاً سبک خاصی برای خود دارید و در نتیجه آن مخاطب شما نیز متفاوت از مخاطبان هنرمندان دیگر خواهد بود. ممکن است با توجه به کار شما مخاطباتان در اینستاگرام فعال باشند در حالی که فضای کاری اینترنت برای هنرمند دیگری مناسبتر باشد. پس قبل از شروع به فعالیت، هم بازار و محل عرضه آثار خود را بشناسید سپس اطلاعاتی از اصلی‌ترین کاربران سایت بدست آورید. برای این کار به راحتی می‌توانید با به اشتراک گذاشتن یکی از آثار خود متوجه شوید کاربران کدام یک از شبکه‌های اجتماعی به مطلب بیشتری واکنش را نشان خواهند داد. روش دیگر پیدا کردن مخاطبان و طرفداران هنرمندانی همچون خودتان در شبکه‌های مجازیست.

این فرضیه را هم در نظر بگیرید که بیشترین افرادی که از شبکه‌های اجتماعی و اینترنت بهره می‌برند نسل جوان هستند اما ورود افراد مسن به این شبکه‌ها در حال رشد است. با توجه به تحقیقات صورت گرفته تعداد افراد بالای 65 سال حاضر در این شبکه‌ها در سال 2005 از 2% سال به 35% در سال 2016 رسیده است.

فضای کلی: به عنوان یک هنرمند شما باید به هنگام انتخاب یک شبکه به دنبال موارد و امکانات مختلفی باشید. مثلاً برای شما فضایی مناسب است که بتوانید به راحتی عکس‌های خود را به اشتراک بگذارید و به راحتی با بینندگان آثار خود ارتباط برقرار کنید و بتوانید از طریق آن ارتباط مستمر با وب سایت خود داشته باشید.

محتوا: مهم‌ترین نکته در انتخاب فضای مناسب این است که شبکه اجتماعی مورد نظر شما محل مناسبی برای هنر و آثار هنری باشد. پس اگر شما اولین کسی باشید که در یک شبکه اجتماعی اقدام به فروش کارهای هنری می‌کنید تعداد خیلی کمی خریدار و کلکسیونر به سراغ شما می‌آیند، بنابراین قبل اقدام به بازاریابی از مناسب بودن فضای که برای فروش آثار خود انتخاب می‌کنید اطمینان حاصل کنید. این نکاتی بود که برای فعالیت در شبکه‌های اجتماعی باید در نظر داشته باشید، برای انتخاب محیط آنلاین خود می‌توانید از **آرتیبیشن** مشاوره بگیرید.

بعد از یادگیری الفبای پیدا کردن شبکه‌های اجتماعی مناسب را یاد گرفتیم بهتر است کمی بیشتر در مورد کاربرد هر یک از شبکه‌های اجتماعی بدانیم.

(Instagram) اینستاگرام: اینستاگرام بهترین فضای اشتراک‌گذاری برای عکس است که مدتیست محدودیت گذاشتن عکس صرفاً به صورت مربع را برداشته و کاربران می‌توانند عکس‌هایی در شکل‌های دیگر نیز آپلود کنند. با توجه به ویژگی بارز اینستاگرام که همان عکس هست شما به راحتی می‌توانید با گذاشتن عکس نظرات و انتقادات هزاران کاربر را در کمترین زمان دریافت کنید.



(Facebook) فیسبوک: فیسبوک محبوب‌ترین شبکه اجتماعی با داشتن 1.44 میلیارد کاربر فعال در ماه به کاربران خود اجازه به اشتراک گذاشتن متن، عکس، ویدئو و لینک‌های خارجی را می‌دهد. این شبکه فضای بسیار زیادی برای ایجاد ارتباط دارد. یک سری اجتماعات و گروه‌ها در فیسبوک وجود دارد که به شما فرصت ایجاد ارتباط و اشتراک‌گذاری متن‌های خاص را می‌دهند.

(Twitter) تویتر: تویتر بیش از 305 میلیون کاربر فعال در ماه با فضایی متنی و نوشتاری دارد اگرچه هر از گاهی کاربران عکس و یا ویدئو نیز به اشتراک می‌گذارند اما در هر پست شما فقط اجازه نوشتن 140 کاراکتر و حرف را دارید. اگرچه تویتر بین جوانان محبوب و دارای جایگاه بین‌المللی است، اما جایگاه مناسبی برای فروش آثار شما و جذب کلکسیونرها را ندارد.

(LinkedIn) لینکدین: لینکدین بیشتر از هر سایت و شبکه دیگری صنعت محور است، این شبکه با توجه به فضای حرفه‌ای صنعتی که در آن وجود دارد، و در آن اخبار صنعتی و تجاری به مراتب بیشتر از هنر است. با اینکه بعضی اوقات شما می‌توانید برخی از کلکسیونرها را در لینکدین ببینید اما تعداد این افراد انگشت شمارند. احتمالاً این کلکسیونر خواهان هنر شما در لینکدین یک شخص عبوت و صنعتی باشد پس دقت کنید این فضا زیاد مناسب کارهای شما نیست ولی با پیدا کردن اجتماعات هنری در اینجا می‌توانید هنر خود را بروز کنید.

(+Google) گوگل پلاس: با وجود غول‌های فضای مجازی گوگل پلاس نتوانسته جایگاهی که به دنبال آن بود را به دست بیاورد. تعداد کاربران گوگل پلاس بین 5 تا 6 میلیون نفر تخمین زده شده است و با وجود اینکه شبکه کوچکی محسوب می‌شود اما کاربران مناسبی برای جذب هنر شما دارد.

(Tumblr) تامبلر: یک شبکه ی همه‌کاره که کاربران براحتی می‌توانند صفحه خود را مرتب کرده و هرگونه متن، عکس، ویدئوی کوتاه و... را به اشتراک بگذارند. در تامبلر اجتماعات جایگاه ویژه‌ای دارند و مخاطبان به راحتی با یکدیگر در ارتباط هستند اما توجه کنید که این شبکه بسیار کوچک و اکثر کاربران آن فقط نسل جوانند.

(Pinterest) پینترست: به نظر می‌رسد مخاطبان پینترست فضای خوبی برای پیدا کردن کلیکسیونرها داشته باشند چون اکثر کاربران این شبکه طراحان لباس، طراحان داخلی منزل و از دیگر صنف هنرمندان هستند. در حقیقت پینترست چندان هم شبکه اجتماعی و جمعی ای نیست. کاربران و طرفداران چندان ارتباطی با شما ندارند و کمترین میزان ارتباط متقابل در این شبکه وجود دارد حتی ممکن است یک شخصی که از اثر شما لذت برده است قادر به برقراری ارتباط مستقیم با شما نباشد.



شبکه‌های اجتماعی زیادی که مخصوص منطقه خاصی هستند، به عنوان مثال شبکه تلگرام (telegram) در ایران نزدیک به 40 درصد کاربران آن را ایرانی‌ها تشکیل می‌دهند، و با امکانات به وجود آوردن کانالی به عنوان پروفایل و انتشار کارهایتان به وسیله کانالی به عنوان پروفایل خود می‌توان هنردوستان داخل را به خود جذب کرد. سایت‌های مخصوص منطقه آسیا و یا شبکه "ولبو" و "رنرن" و... همگی بر اساس مکان هر کاربر و نه بیشتر کارایی دارند.

اما با اینکه هریک از این شبکه‌های اجتماعی که در بالا اشاره کردیم می‌توانند سهم به‌سزایی در مسیر کاری شما داشته باشند اما اینستاگرام و گالری‌های آنلاینی مانند آرتیبیشن که تعداد کاربران بالایی دارند و همچنین شبکه‌های اجتماعی با تعداد فالوورهای زیادی را به دست آورده‌اند بهترین گزینه برای بازاریابی هنر شما و عرضاً هنر شما باشند.

هنگامی که آثار خود را به صورت آنلاین به نمایش می‌گذارید نباید انتظار داشته باشید که تمامی بینندگان آثار شما خواستار خرید باشند. از بین هزاران بیننده ممکن است فقط تعداد محدودی کلیکسیونر و مجموعه دار حرفه‌ای و یا خریدار جدی باشند که حتی از میان همین افراد کم نیز احتمال عده‌ای خواستار خرید کردن نباشند. پس اگر می‌خواهید در این شبکه‌ها بازاریابی کنید این حقیقت تلخ را باید قبول کرده و متناسب با آن برنامه‌ریزی کنید. در هر صورت مشورت و یا عضویت در گالری‌های آنلاینی چون "آرتیبیشن" که سال‌ها تجربه‌های جذب مشتری و یا مشتریان ثابت و جایگاه ثابتی میان کاربران به دست آورده‌اند دارند، می‌تواند به سرعت شما را یاری برسانند و با کمی صبر و شکیبایی شما را به بهترین نتایج ممکن برسانند.



براساس مقاله‌ای که در سال 2015 چاپ شد، بیش از نیمی از کلیکسیونرها از هنرمندانی در اینستاگرام با آنها آشنا شده‌اند خریداری کرده‌اند. پس تنها کاری که شما باید بکنید این است که همواره فعال باشید، آثار خود را در معرض دید این کلیکسیونرها قرار دهید و چهره هنری خوبی از خود به نمایش بگذارید.

حال سوال این است: از چه طریق و چگونه آثار ما توسط کلیکسیونرها دیده شود؟

برای دیدن ترندها و چگونگی به دست آوردن جایگاه مناسب در شبکه‌های مجازی با بلاگ آرتیبیشن همراه باشید.

ادامه دارد...