

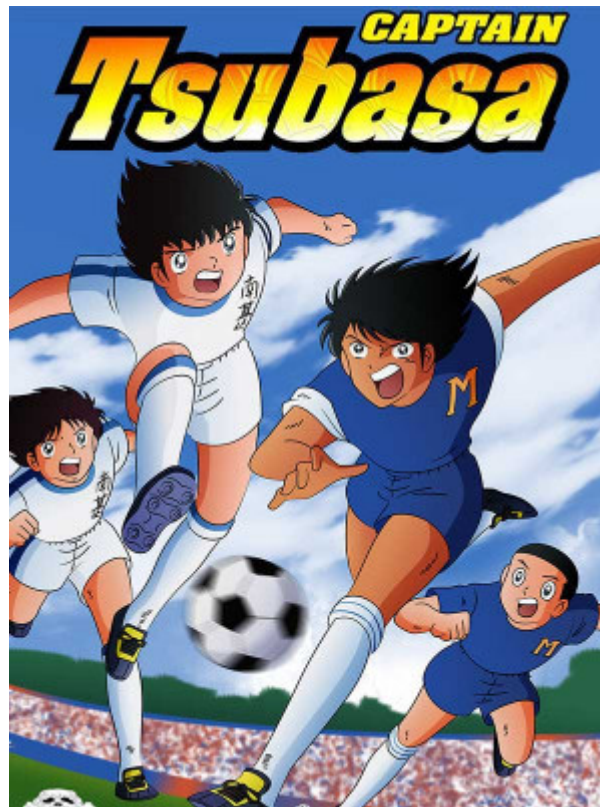


آموزش حرفه ای بازاریابی محتوا به زبان ساده

نویسنده: علی اکبر فرج

آموزش بازاریابی محتوا تنها پست گذاری در رابطه با محصولات و خدمات خود نیست، در این مقاله به آموزش حرفه ای بازاریابی محتوا پرداختیم و گفتیم که برای چه کسانی می توان تولید محتوا کرد همچنین نحوه تولید محتوای پر بازدید را توضیح خواهیم داد.

من عاشق فوتبالیست ها هستم. شما چی؟



داستان سرایی در بازاریابی محتوا
 کاپیتان سوباسا خودشو به محوطه جریمه میرسونه، توپو واسش سانت
 میکنن، باید ببینیم سوباسا میتونه این توپو گل کنه یا نه؟!
 ادامه فیلم را در قسمت بعد ببینید
 یک داستان فوق العاده که در زمان خودش واقعا جذاب بود و همه کودکان
 را پای تلویزیون نگه میداشت (شاید الانم نگهمون داره)
 بازاریابی محتوا همان داستانی است که مخاطبین را در جای خود میخ کوب
 میکند.
 احتمالا منظور شما از بازاریابی محتوا همان محتواهایی هستند که در اینستاگرام
 یا سایت های مختلف تولید میشن را در نظر داشتید! ولی بازاریابی محتوا
 چیزی فراتر از اینترنت است.

بازاریابی محتوا مربوط به داستان سرایی است.

بازاریابی محصول با استفاده از بازاریابی محتوا چگونه استفاده می شود؟

بازاریابی محتوا رفته رفته تغییرات بسیار زیادی داشته است ولی اجازه دهید قبل از پرداختن به این مساله بگوییم که دقیقا بازاریابی محتوا چیست، اگر بدانید دقیقا بازاریابی محتوا چیست بهتر از آن استفاده خواهید کرد.

آموزش های بسیار زیادی در این زمینه تولید شده است، من همه این تعاریف را مطالعه کردم و بهترین تعریف را در اینجا برای شما آورده ام.

بازاریابی محتوایی چیست؟

بازاریابی محتوا از دید [موسسه بازاریابی محتوا اینگونه تعریف می شود:](#)

“ *Content marketing is a strategic marketing approach focused on creating and distributing valuable, relevant, and consistent content to attract and retain a clearly defined audience – and, ultimately, to drive profitable customer action.* ”

یک رویکرد استراتژی بازاریابی که بر ایجاد و توزیع محتوای ارزشمند، مرتبط و مداوم جهت جذب و حفظ مخاطب کاملا تعریف شده متمرکز شده است. این یک تعریف کاملا جامع است.

همانطور که میبیند از کلمه ایجاد استفاده شده است یعنی در بازاریابی محتوا خبری از تولید محتوا نیست!

بزارید براتون مثالی بزنم:



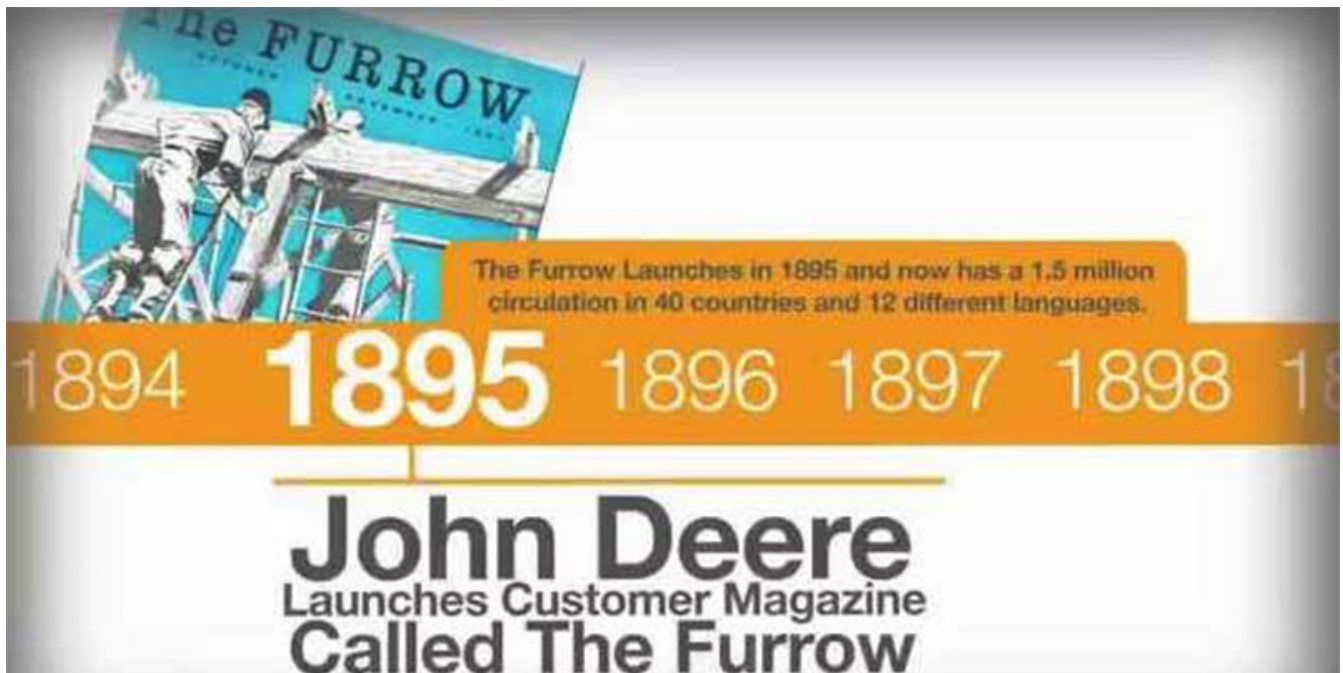
من مکانیک هستم و یک پیچ اینستا دارم که در آن مکانیک خود را معرفی کردم. برای بازاریابی محتوا در این حوزه می توانم از نحوه انجام کار خودم فیلمی ایجاد کنم و سپس آن را در پیچ اینستای خود بگذارم. ولی اگر بخوایم از منظر تولید بهش نگاه کنیم یعنی من مکانیک نیستم و می خوام فیلمی در این حوزه تهیه کنم.

تفاوت بین تولید و ایجاد در همین است در تولید مواد اولیه ای وجود ندارد (مثلا تولید محتوا در حوزه ای دیگر) ولی در ایجاد یعنی مواد اولیه از قبل موجود است (مثلا خودمان مکانیک هستیم و می خواهیم محتوا تولید کنیم) یادمون نرود که تولید محتوا یک اصطلاح است و به معنای تولید نیست و محتوا همیشه می تواند پادشاه باشد.

تاریخچه بازاریابی محتوا

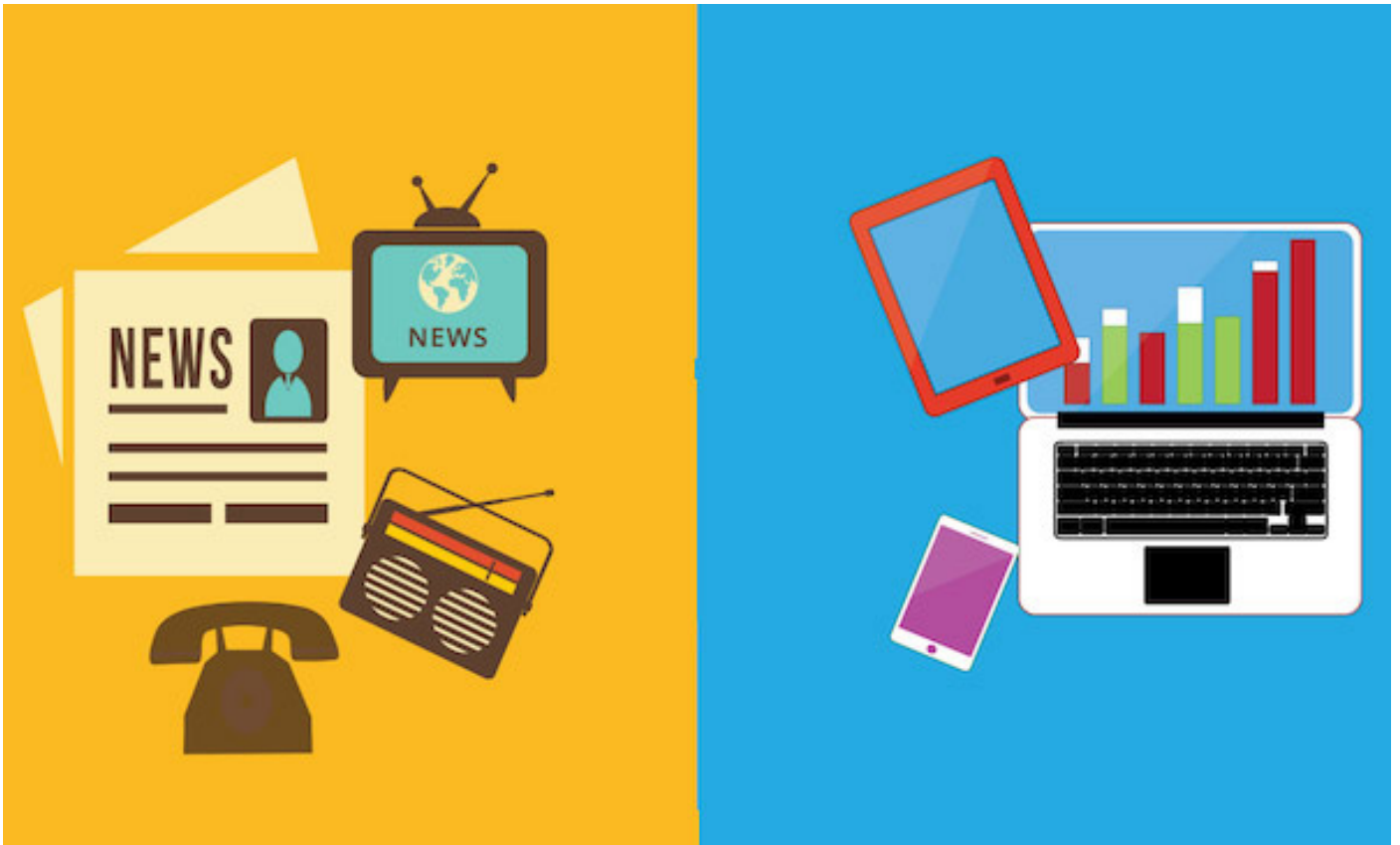
در سال ۱۸۹۵ اولین نوع بازاریابی محتوا در مجله Furrow به چاپ رسید. در آن شماره از این مجله به داستانی پرداخته شد که در شماره های بعدی به

مليون ها مشرتري رسيد.



برند های مطرحی در اوایل ۱۹۰۰ این حرکت را دنبال کردند. شرکت Michelin برای افزایش علاقه مردم به ماشین سواری راهنمای سفر را منتشر کرد. رفته رفته علاقه مردم به سمت اینترنت بیشتر شد و الان کسب و کارها اگر در اینترنت تولید محتوا نکنند به سختی می توانند در فضای حضوری مشتری جذب کنند.

از من میپرسند که چطور می توانم بازاریابی محتوا را شروع کنم؟ شما در ۲ حوزه آنلاین و آفلاین می تواند بازاریابی محتوا را شروع کنید.



پتانسیل هایی که در فضای آفلاین و آنلاین قرار دارد با هم یکسان نیست و باید در هر دو زمینه وارد شوید تا بتوانید موفق عمل کنید ولی برای شروع پیشنهاد میکنم از فضای آنلاین برای بازاریابی محتوا شروع کنید. و در این راهنمای جامع در رابطه با بازاریابی محتوای آنلاین صحبت خواهد شد.

چرا آموزش بازاریابی محتوا

در حال حاضر بسیاری از کسب و کارها از بازاریابی محتوا جذب مشتری می کنند. ولی سوالی که کسب و کارها باید از خود بپرسند این است که:

آیا بازاریابی محتوا برای کسب و کار من مناسب است؟

منظور ما از بازاریابی محتوا تبلیغ محصول نیست. این نکته بسیار مهمی است. زیرا کسب و کارهای بسیار زیادی را در شبکه های اجتماعی میبینیم که

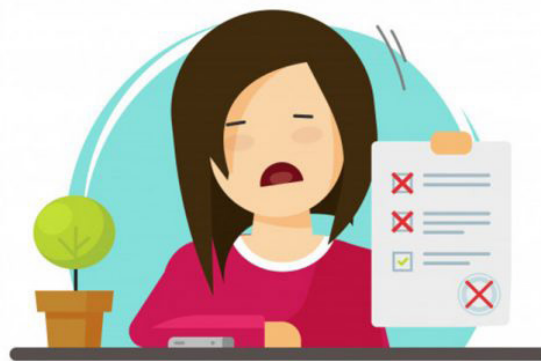
به تبلیغ محصولات خود در شبکه های اجتماعی پرداخته اند.
با بازاریابی محتوا شما:

- آگاهی در رابطه با برند، خدمات و محصولاتتان را افزایش می دهید.
- با این نوع از بازاریابی مشتری را ترغیب به خرید می کنید.
- با بازاریابی محتوا می توان سریع تر در دید مشتریان ظاهر شوید.

برای چه کسی محتوا تولید کنیم؟

وقتی این سوال را از مشتریان مشاوره خود میپرسم می گویند چنین جوابی
به من می دهند:

- عموم مردم می توانند از محصولات من استفاده کنند.
- تمام کسانی که نیاز به محصولات من دارند.
- من سعی میکنم حداکثر مردم را در بر بگیرم.
- و ...



این که می‌گوییم "چه کسی" یعنی مشخصات مصرف‌کننده را بگویید. مثلاً من می‌خواهم طراحی سایت آموزش دهم. بیشتر مشتریان من دانشجویهای رشته کامپیوتری هستند که میانگین سنی آن‌ها بین ۲۰ تا ۲۵ سال هستند. این افراد به پیتزا و بیرون رفتن‌های شبانه علاقه زیادی دارند. تعداد افرادی که چنین مشخصاتی دارند شاید کم باشند ولی میزان بازدهی و اثرگذاری روی تعدادی محدود بسیار بیشتر است. پس بهتر است که در مرحله اول به این باور برسید که محتوای اختصاصی برای اشخاص تولید کنید و رفته رفته دایره مشتریان خود را افزایش دهید. اگر هم اکنون طیف مشتریان بسیار زیادی را مدیریت میکنید برای بازاریابی محتوا می‌توانید یک اشتراک از مشتریان خود بیابید.

مخاطبی که محتوای شما را می‌خوانند چه شخصیتی دارد؟

قبل از اینکه بگوییم که یک مشتری چه مشخصاتی می‌تواند داشته باشد دلیل پیدا کردن مشخصات مشتری را می‌خواهم برایتان بگویم. دلیل اصلی پیدا کردن مشخصات مشتری، استفاده جهت تبلیغات است.



فرض کنید که میانگین رده سنی مشتریان شما بین ۵۰ تا ۶۵ سال است. موقع تبلیغات حواسمان است که از چه مثال هایی استفاده میکنیم و یا از چه کراکترهایی برای این رده استفاده میکنیم. برای اینکه دقیقا تبلیغ اثر بخشی داشته باشید ابتدا باید مخاطب خود را بشناسید.

برای اینکه مخاطب را بشناسید به سوالات زیر دقیق پاسخ دهید:

۱- اکثر مشتریان شما چند سال دارند؟

۲- آیا آن ها متاهل هستند؟

۳- آیا آن ها بچه دارند؟

۴- عنوان شغلی آن ها چیست؟

۵- درآمد آن ها حدودا چقدر است؟

۶- مشتریان بیشتر کدام قسمت شهر زندگی میکنند؟

۷- آن ها اخبار خود را از کجا می گیرند؟

۸- از کدام سیستم عامل برای شبکه های اجتماعی استفاده میکنند؟

۹- بهترین سرگرمی آن ها چیست؟

۱۰- هدف اصلی آن ها چیست؟

۱۱- علایق آن ها در چیست؟

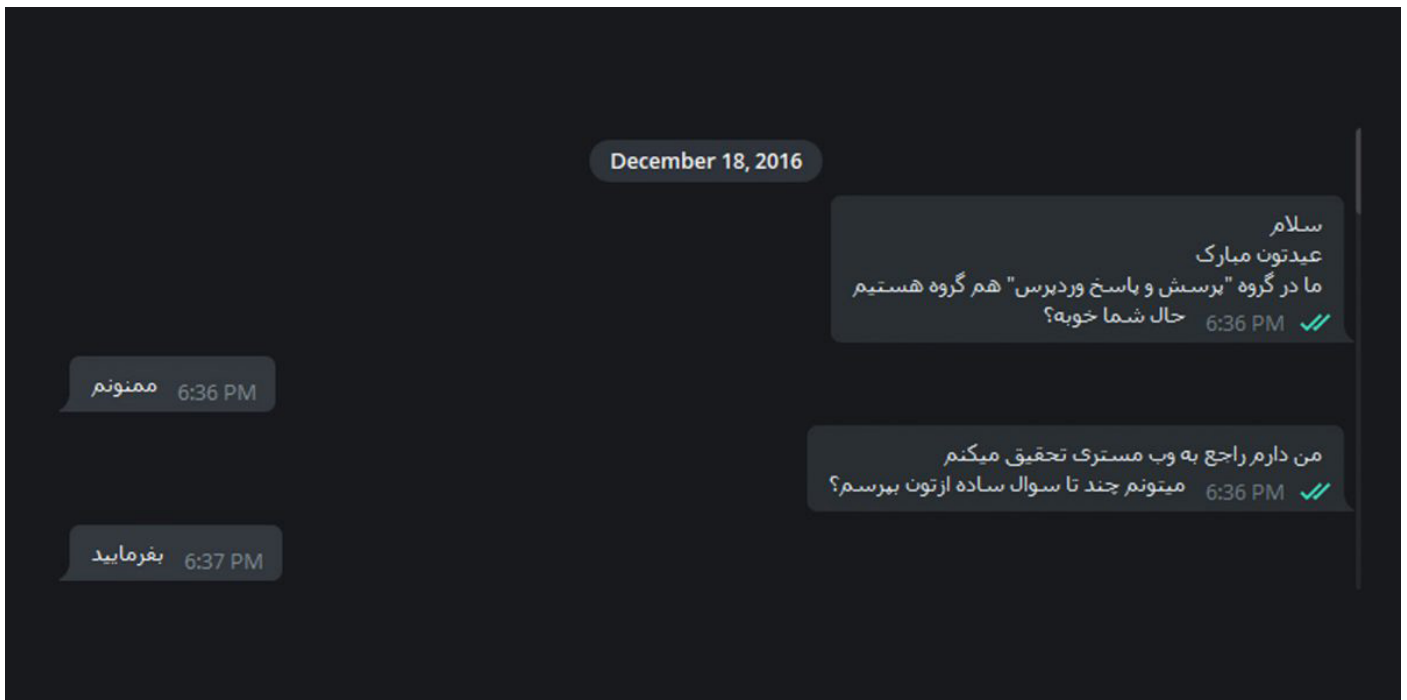
۱۲- در کسب و کار با چه چالش هایی روبرو هستند؟

۱۳- چگونه تصمیم میگیرند پول خود را خرج کنند؟

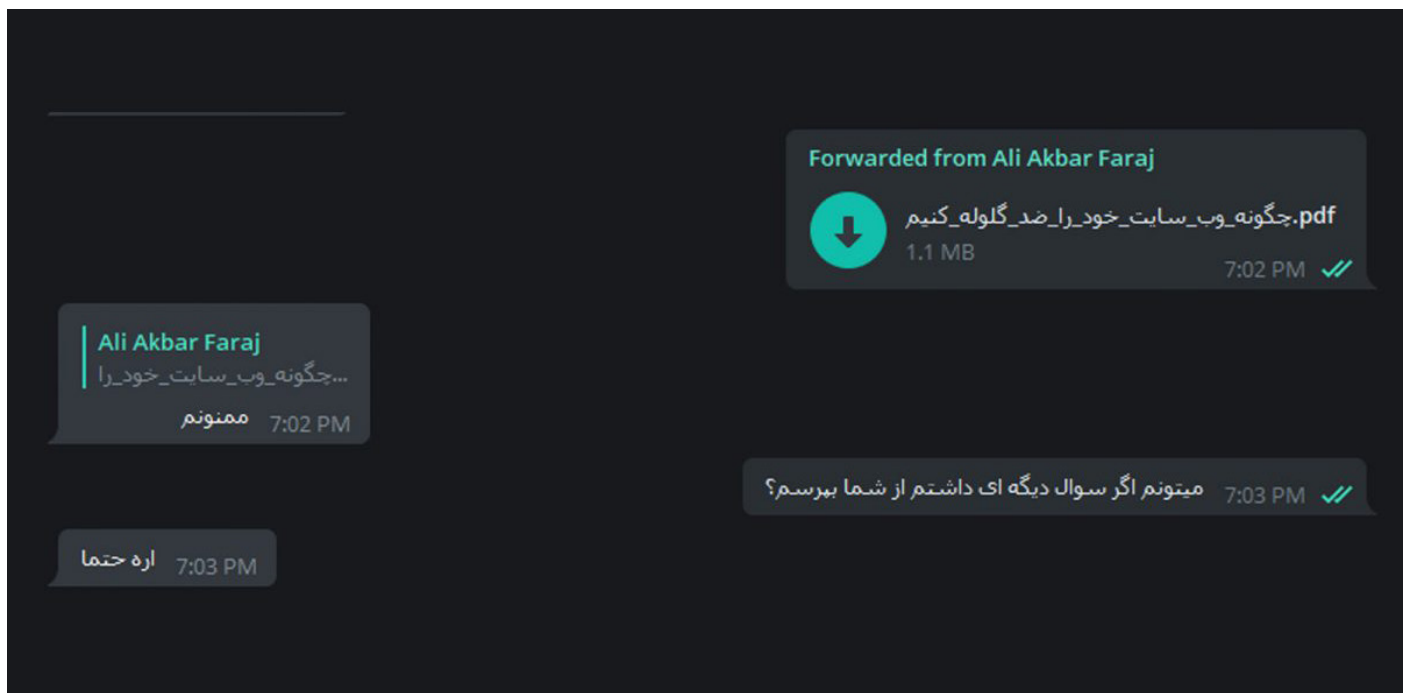
بیاید با هم رو راست باشیم من در این مقاله دارم به آموزش بازاریابی محتوا میپردازم و از شما انتظار دارم که این کارها را انجام بدید پس یک دفتر تهیه کنید و مشخصات مشتریان را در آن بنویسید.

برای بازاریابی محتوا چگونه مخاطب هدف را پیدا کنیم؟

شبکه های اجتماعی خیلی خوب می توانند برای اینکار به شما کمک کنند. کافیه ادامه این مقاله را بخوانی کافیه یک گروه مرتبط در تلگرام را پیدا کنی و وارد چت خصوصی آن ها شویدی و مثل یک دوست از او سوالاتی را بپرسی.



موقعی که من برای مشتریان خودم این کار میکردم کتاب "چگونه سایت خود را ضد گلوله کنیم؟" به عنوان هدیه بعد از مکالمه به او هدیه میدادم.



پیشنهاد میکنم یک آموزش رایگان تهیه کنید و آن را بصورت PDF درآورید و آن را به عنوان هدیه بعد از مکالمه برای او ارسال کنید.

ماموریت شما در بازاریابی محتوا چیست؟

نکته اول در ماموریت بازاریابی محتوا این است که [بازاریابی محتوا تنها برای محتوای رایگان نیست.](#)

تعریف نخست بازاریابی محتوا، ماموریت را به خوبی بیان کرده است. طبق تعریف ماموریت اصلی بازاریابی محتوا جذب و حفظ مشتریان است. مثلا ما برای وب سایت خود تبلیغاتی در سایر سایت ها قرار می دهیم. که افراد با کلیک کردن روی بنر بتوانند به سایت ما بیایند. به این عمل جذب گفته می شود. بعد از جذب افراد وارد سایت می شوند و می خواهند محتوای سایت ما را بررسی کنند.

تا اینجا یعنی افراد به محتوای ما علاقه مند هستند و می خواهند زمان بیشتری در سایت ما بگذرانند. میتونیم به این افراد امید داشته باشیم که

محصولی از ما خریداری میکنند.

پس باید ایمیل یا شماره تلفن آن ها را داشته باشیم و با فرستادن ایمیل ها و پیام های متعدد افراد را تشویق کنیم که وقت بیشتری در سایت ما سپری کنند .

فردی که بازاریابی محتوا کار کرده می تواند محتوای بنر و ایمیل ها و حتی مطالب سایت را متناسب با مشتریان نوشته و طراحی کند.

چگونه فرآیند تولید محتوا را مدیریت کنیم؟

مراحل تولید محتوا برای خیلی از کسب و کارها کاری بسیار پیچیده و عذاب آور است.

تقویم خود را نگاه میکنند و پیش خود میگویند باز باید امروز محتوا تولید کنم و هیچ موضوعی را ندارم.

ولی از نظر من فرآیند تولید محتوا کاری بسیار لذت بخش است. من تقریباً هفته ای دو محتوا در سایت قرار می دهم و این کار را با لذت انجام می دهم. می خوام روند تولید محتوا در سایت را با شما به اشتراک بگذارم.

۱- پیدا کردن موضوع پر مخاطب

در رابطه با هر موضوعی نمی توان محتوا تولید کرد. محتوایی باید تولید شود که بازدید کننده بسیار به آن مطلب علاقه دارد.

برای پیدا کردن موضوع پر مخاطب من از ابزار Buzzsوم استفاده میکنم.

این ابزار به من کمک میکنه که موضوع پر مخاطب خود را پیدا کنم.

مثلا تمایل دارم که در رابطه با "خرید هاست" محتوا بنویسم. این ابزار را باز میکنم.

Topic Explorer **View!** Content Analyzer Facebook Analyzer Question Analyzer Trending Now Backlinks

Content Analyzer

Search Analysis

خرید هاست Search Save Search Export Total Results: 40

How to run an Advanced Search

Sort by Total Engagements

	Facebook Engagements	Twitter Shares	Pinterest Shares	Reddit Engagements	Number of Links	Evergreen Score	Total Engagements
<p>هاست لینوکس ابری داخل ایران - خرید هاست لینوکس</p> <p>Mar 27, 2019 iranhost.com</p> <p>Save View Backlinks View Sharers Share</p>	38	31	4	0	2	0	73
<p>راهنمای خرید هاست لینوکس مناسب سایت شما - بلاگ ایران هاست</p> <p>By تیم حسن زاده - Jan 12, 2019 iranhost.com</p> <p>Save View Backlinks View Sharers Share</p>	40	2	4	0	0	0	46
<p>فروش انواع هاست با کیفیت - بهترین شرکت های ارائه دهنده</p> <p>Save</p>							

مقدار total engagements نشان دهنده میزان درگیری کاربر با محتوا را نشان می دهد.

موضوع در رابطه با "هاست لینوکس ابری داخل ایران" است. پس تا اینجا ما موضوع را پیدا کردیم.

۲- انتخاب عنوان

پس از اینکه موضوع محتوا را مشخص کردیم عنوان آن را باید بنویسیم. عنوان باید بسیار جذاب باشد تا مخاطب را مجاب کند که روی آن عنوان کلیک کند. من با استفاده از ابزار عنوان ساز بیش از ۲۰۰ عنوان جذاب را استخراج میکنم.

کافیست موضوع خود را در جای مشخص شده بنویسم و عناوین بسیار جذابی را استخراج کنم.

دوست دارید راجع به چه چیزی بنویسید؟! 3 مورد وارد کنید.	پست های سال بعد شما (کپی کنید و اگر خواستید ویرایش کنید)
هاست لینوکس ابری داخل ایران	چگونه در عرض یک سال به هاست لینوکس ابری داخل ایران برسید
هاست لینوکس ابری داخل ایران	سینزده تفکر درباره هاست لینوکس ابری داخل ایران که ناشناخته باقی مانده است.
هاست لینوکس ابری داخل ایران	پانزده چیزی که رییس شما درباره هاست لینوکس ابری داخل ایران از شما می خواهد
هر کلمه کلیدی را در هر سطر وارد نمایید.	بزرگ ترین مشکل هاست لینوکس ابری داخل ایران چیست و چگونه می توانیم آن را حل کنیم؟
	بیست روزنامه نگار در صنعت هاست لینوکس ابری داخل ایران
	آنچه در صنعت هاست لینوکس ابری داخل ایران انجام نمی شود
	چهارده روش مرسوم برای صرفه جویی در هاست لینوکس ابری داخل ایران
	نحوه فروش هاست لینوکس ابری داخل ایران به یک شکاک
	دوازده دلیل برای اینکه نباید بر روی هاست لینوکس ابری داخل ایران سرمایه گذاری کنید
	هفت تغییر کوچک که تفاوت زیادی با هاست لینوکس ابری داخل ایران شما ایجاد میکند.
	ملاقات با استیو جابز در صنعت هاست لینوکس ابری داخل ایران
	چهارده سئو تفاهم متداول در رابطه با هاست لینوکس ابری داخل ایران
	ده دلیل غیر قابل انکار در رابطه با هاست لینوکس ابری داخل ایران
	آیا هاست لینوکس ابری داخل ایران همیشه حاکم است؟
	ده چیزی که باعث نفرت در هاست لینوکس ابری داخل ایران می شود.
	بیست منبع که شما را در هاست لینوکس ابری داخل ایران بهتر می کند.
	از من بپرسید: ده پاسخ به سوالات شما در رابطه با هاست لینوکس ابری داخل ایران
	هفده واقعیت نادرسر در رابطه با هاست لینوکس ابری داخل ایران
	ده نوع از بهترین اینلینکشن های موبایل برای هاست لینوکس ابری داخل ایران
	هفت اشتباه وحشتناکی که با هاست لینوکس ابری داخل ایران انجام می دهید.
	بیست و چهار ساعت برای بهبود هاست لینوکس ابری داخل ایران
	چرا کسی به هاست لینوکس ابری داخل ایران اهمیت نمی دهد.
	نحوه استخدام در صنعت هاست لینوکس ابری داخل ایران

نحوه استفاده از این الگو:
در قسمت بالا باید نامی که می خواهید راجع به آن مقاله بنویسید را در 3 سلول بالا وارد نمایید.
با وارد کردن عنوان، جمله سمت راست مرتب خواهد شد و می توانید عنوان را در ویلاگ خود کپی کرده و یا در جای دیگر ویرایش نمایید.
با این الگو شما برای کل سال آینده مطلب دارید و میدانید که چه چیزی می خواهید منتشر کنید.



۳- نوشتن محتوا

یکی از عناوین را من انخاب کردم "ده دلیل غیر قابل انکار در رابطه با هاست لینوکس ابری داخل ایران"

با توجه به عنوان مزایای هاست لینوکس ابری داخل ایران را لیست میکنم. البته ممکن است این مزایا به ده تا نرسد و من مجبور باشم ده را تبدیل به عدد دیگر تبدیل کنم.

اگر محتوای مورد نظر را نمی دانید کافیسیت تحقیق را آغاز کنید و در اینترنت جستجو کنید.

ولی متنی را از سایتی کپی نکنید کافیسیت برداشت خود را از آن مطلب بنویسید در این صورت متن کاملا تغییر خواهد کرد.

انواع محتوا

من در آموزش بازاریابی محتوا تصمیم گرفتم خیلی حرفه ای تر عمل کنم و در

اینجا می‌خواهم رازی را برای شما فاش کنم. تمام بازاریابان محتوای حرفه‌ای تمام مطالب خود را به ۴ دسته تقسیم میکنند. محتوایی که در سایت و شبکه‌های اجتماعی قرار می‌گیرد خارج از این ۴ دسته نیستند. لازم به ذکر است هر ۴ نوع محتوا با هدف برطرف کردن مشکلی از مخاطبین هستند.

• برند سازی

در اینستاگرام اینگونه محتواها به شدت رواج پیدا کرده است. برای شما هم پیش آمده که از افراد تیم شرکت عکسی گذاشته می‌شود و در رابطه با یک موضوع مطلبی را در کپشن می‌نویسند.

• آموزش

بدون آموزش بازاریابی محتوا محنایی ندارد. افراد جدید بیشتر جذب آموزش می‌شوند تا موارد دیگر

• اطلاع رسانی

آیا موضوعی است که مخاطب باید از آن مطلع شود؟ مثلاً در نمایشگاه حضور پیدا کردید و می‌خواهید علاقه‌مندان را دعوت کنید تا در نمایشگاه با شما ملاقات کنند. در این صورت باید از محتوای اطلاع رسانی برای اینکار استفاده کنید.

• فروش محصول

بر خلاف تصور عموم کمترین نوع محتوا به فروش محصول اختصاص می‌یابد. به این معنی است که کمترین نوع محتوا در بسترهای تبلیغاتی فروش محصول است.

شاید پیش خود سوال بپرسید که چرا دیجیتالاً از این نوع محتوا انقدر

تولید میکند؟

به دلیل اینکه دیجیتالا برندی شناخته شده است و افراد این برند را میشناسند نیازی کمتری به محتوا از نوع های دیگر دارد. انواع دیگر محتواهای خود را در دیجیتالا مگ تولید میکند.

نقشه کانال های محتوا

منظور ما از کانال های محتوا سایت ها و شبکه های اجتماعی است که در آن می توانید به جذب مخاطب پردازید. هر محتوایی می تواند با ۳ فرمت در دسترس عموم قرار گیرد.

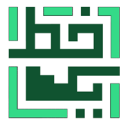
- متن
- صوت
- ویدیویی

محتوایی که بصورت متن درست شده است می تواند با اندکی تغییر بصورت صوت و یا ویدیو تبدیل شود. پس می توان آن ویدیو یا صوت را در سایت ها و شبکه های اجتماعی متنوعی قرار داد.

شبکه های اجتماعی برای آموزش بازاریابی محتوا

رسانه های اجتماعی قدرتمند ترین نوع بازاریابی محتوا در این دنیای دیجیتال هستند .

بیایید با هم چند نمونه را بررسی کنیم.



برند دی جی لند در اینستاگرام خود به معرفی محصولات خود پرداخته است. ولی از نظر من اصلا موفق نیست در شبکه های اجتماعی مردم کسب و کاری را دنبال میکنند که آن ها را خوشحال و یا ناراحت کند و یا حتی محتوای آن را به اشتراک بگذارند.



اینستاگرام و شبکه اجتماعی دیگر جای معرفی مستقیم محصولات نیست. استراتژی صحیح برای کسب و کارهایی که معروفیت چندانی ندارند این است که از ۳ نوع محتوای دیگر استفاده کرد.

نتیجه گیری:

در این مقاله به آموزش بازاریابی محتوا پرداختیم و تاریخچه آن را مرور کردیم. دانستیم که اصل بازاریابی محتوا مربوط به داستان سرایی است. برای بازاریابی محتوا باید:

- مخاطب خود را شناسایی کنیم.
 - پیدا کردن مخاطب هدف
 - تولید محتوا برای مخاطب
- برای شروع بازاریابی محتوا می توانید از ترسیم مشتری شروع کنید.