

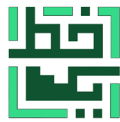


آیا محتوا همیشه پادشاه است؟

نویسنده: علی اکبر فرج

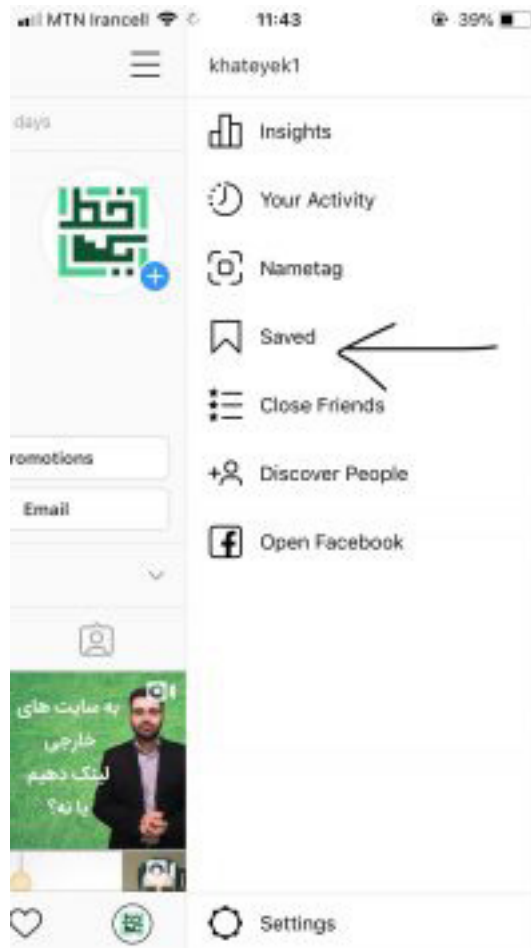
مطلبی در اینستاگرام منتشر کردید که ۱ سال از آن موقع گذشته و هر روز به لایک و کامنت آن افزوده می شود. سوالات زیادی راجع به مطلب یک سال پیش از شما در دایرکت میپرسند و هنوز برای مخاطبین بسیار جذاب و لذت بخش است. این محتوا همیشه پادشاه خواهد ماند. در این مقاله با استراتژی و هدف ساختار یک مطلب ارزشمند را به شما خواهیم گفت که می توانید با آن این رویا را محقق کنید.

محتوا به خودی خود پادشاه نیست. محتوا وقتی پادشاه خواهد شد که هدفمند و با استراتژی طراحی گردد.



نشانه های محتوایی که پادشاه نیست؟

به قسمت Save اینستاگرام خود مراجعه کنید.



من یک فولدر در قسمت save درست کردم که همه پست هایی که در زمینه انگیزشی علاقه داشتم در آنجا قرار دادم.



بعد از حدوداً ۸ ماه متوجه شدم که اصلاً به آن فولدر مراجعه نکردم! اگر محتوای آن مطلب ارزشمند بود بصورت مداوم راجع به آن محتوا با همکاران و دوستان خودم صحبت میکردم، مطالب دیگر آن پیج را دنبال میکردم و پس الان باید پیش خودتون بگید پس ما چقدر محتوای خام و به درد نخور داریم.



چه محتوایی پادشاه است؟

محتوای خوب، یک داستان خوب دارد.

یکی از بهترین نوع محتوا، محتوای سریالی است. در اصل محتوایی پادشاه است که بصورت سریالی مطالبی را انتقال دهد.

تا به حال شده از دیدن تکرار یک فیلم سینمایی یا سریال باز هم لذت ببرید؟



اگر لذت بردید آن محتوا پادشاه است.

چگونه محتوای ارزشمند تولید کنیم؟

محتوای ارزشمند محتوایی است که هدفی داشته باشد، هدف در کنار استراتژی محتوا، آن محتوا را پادشاه خواهد کرد.

اول هدف را مشخص کنید و بعد از آن محتوا بنویسید

[آموزش بازاریابی محتوا](#) را در این لینک بخوانید.

برای اینکه هدف را مشخص کنید به ۴ سوال زیر پاسخ دهید.

۱. محتوا را برای چه کسی می نویسید؟
۲. می خوای چه مشکلی را برطرف کنی؟
۳. راه حل برطرف کردن آن مشکل در چیه؟
۴. پیشنهادات برای برطرف کردن آن در چیست؟

مثلا ما در خط یک به مدیران کسب و کار اینترنتی کمک میکنیم که درآمد خودشونو با استفاده از بازاریابی اینترنتی افزایش بدهند. روش ما هم ارائه آموزش های تخصصی و عمیق به مدیران است.

جواب ۴ سوال در این دو خط گنجانده شده است.

پاسخ به این سوالات کمک میکنه که محتوای خودت را هدفمند بنویسی.

محتوای بدون استراتژی

محتوای بدون استراتژی مانند سفر کردن از جنوب کشور به شمال کشور بدون نقشه راه است. هر محتوا به یک نقشه راه نیاز دارد.



ما باید ذهن مخاطب را برای بیان مطلبمون آماده کنیم.

- آماده سازی به این معنی نیست که او را منتظر بگذاریم تا مطلبمان را منتشر کنیم.

- آماده سازی به این معنی نیست که قسمتی از مطلب را درون سایت ها و شبکه های اجتماعی بگذاریم و بگوییم برای ادامه مطلب به فلان صفحه مراجعه کنید.

- آماده سازی به این معنی نیست که سوالات زیادی در ذهن مخاطب بگذاریم که مجبور به پرسش از ما شود.

آماده سازی مخاطب به این معناست که محتوا را عمیقا با نیاز های مخاطب گره بزنیم.

پیدا کردن گره ها و نیاز های مخاطب و پیوند آن نیاز ها به ما یک استراتژی می ده که می توانیم از آن برای تولید محتوای خودمون استفاده کنیم.

یک جمله بسیار گران و ارزشمند: اگر نیاز مخاطب را پیدا نکنید خدمات و محصولات شما ارزشمند نخواهد بود و با شکست مواجه می شود! خب حالا بیایید نیاز های مخاطب را با هم کشف کنیم.

برای کشف نیاز مخاطب مراحل را به ترتیب دنبال کنید.

۱- ۱۰ شخص معروف حوزه کاری خود در اینستاگرام را پیدا کنید. برای پیدا کردن این اشخاص می توانید از هشتگ (#) های مربوطه استفاده کنید .

۲- سوالاتی که مردم در کامنت پست های او مینویسند همان نیازهای آن ها هستند آن ها را روی برگه کاغذ بنویسید حتی اگر به آن ها پاسخ داده شده است.

۳- این سوالات را به ترتیب اولویت و نیاز مرتب کنید. شما یک استراتژی دارید.

تدوین استراتژی محتوا



وقتی قسمت های اصلی یک استراتژی را مشخص کردید الان باید محتوا برای آن قسمت ها بنویسید. برای تدوین و نوشتن یک محتوا باید به هدف نوشتن آن مقاله و جواب سوالات مربوطه فکر کنید. سعی کنید ۵ هدف بزرگ برای هر مقاله بنویسید. خیلی از سایت های مطرح و بزرگ هدف از نوشتن مقاله را در ابتدای مقاله مینویسند. این کمک بسزایی به مخاطب می کند که مطلب را ادامه دهد یا خیر.

پاکسازی محتوایی - محتواهای قبلی را چکار کنیم؟

برای پاکسازی محتوا کافیست مطالب وبلاگ یا پست های اینستاگرام خود را بروزرسانی کنید. اگر محتوایی که در آن زمان قرار دادید به روز بود ولی در حال حاضر دیگر آن محتوا ارزش ارزش خود را از دست داده است، بهتر است محتوا را پاک کنید یا آن را بروزرسانی کنید.