



۵ افسانه اشتباه در بازاریابی محتوا

نویسنده: علی اکبر فرج

افسانه‌ها از کودکی همراه ما هستند. کسب و کارها وقتی وارد حوزه جدیدی می‌شوند به صورت پیش فرض اقداماتی را انجام می‌دهند و به آن معتقد هستند که اشتباه است.

من بیش از [۷۰ مقاله در پالت وردپرس](#) منتشر کردم و در تلاش بودم که اشتباهات بازاریابی محتوا را انجام ندهم.

از آن اشتباهات درس گرفتم و می‌خواهم آن اشتباهات را با شما به اشتراک بگذارم.

پست‌های اینستاگرام مملوع از محتوا است. داستان نویسی و استفاده از جملات حیرت‌انگیز که افراد از آن استفاده میکنند باعث می‌شود که بازخورد

خوبی دریافت کنند.

به محض اینکه پرسپلیس از کاشیما آنتلرز شکست خورد تولید کنندگان محتوا شروع به نوشتن کردند.

خط یک در همین رابطه مقاله ای با عنوان “ اشتهای جبران نشدنی سیامک نعمتی” منتشر کردیم.

دیگر آن پست هایی که در اینستا تولید شده به فراموشی سپرده شده و بازدید نداشت و علت آن افسانه های قدیمی بازاریابی محتواست. افراد بسیار زیادی به بازاریابی محتوا پرداخته اند. اما اسیر افسانه ها شده اند و این کار به روند رشد آن ها لطمه وارد میکند.

اما آن ۵ افسانه:

#افسانه یک: بازاریابی محتوا فقط برای محتوای رایگان است.

بسیاری از وبلاگ نویسان، تمام مقالات رایگان/همایش رایگان/داستان ها و تجربه های گرانها را به صورت رایگان در اختیار بازدید کننده قرار می دهند. آن ها به این باورند که تبدیل بازدید کنندگان به مشتری به خودی خود اتفاق می افتد و زنگ خوری آن ها بخاطر محتوای عالی زیاد خواهد شد. محتوای رایگان در سایت خود قرار می دهند و به ازای وارد کردن هدیه، ایمیل بازدید کنندگان را دریافت می کنند ولی فقط دریافت می کنند و ارسال ایمیلی از سوی آن ها انجام نمی شود.

نهایت تلاشی که اکثر وبلاگ نویسان می کنند این است که ایمیلی در بازه های بدون زمان بندی به مخاطبین ارسال می کنند و مطالب برگزیده را ارسال می کنند.

در مقاله آموزش بازاریابی محتوا دقیقا گفتم که چرا ما به دنبال بازاریابی محتوا هستیم.

بازاریابی محتوا^۳ مرحله دارد.

۱- افزایش ترافیک

۲- درگیری فرد با محصول شما

۳- تبدیل بازدید کننده به مشتری

اکثرا گزینه دو را نادیده میگیرند و فکر میکنند افزایش ترافیک در مرحله اول اتفاق می افتد و سپس به تبدیل منجر می شود.

این دید را کنار بگذارید که محتوای ۱۰۰٪ رایگان و همیشگی تولید کنید و به فکر تبدیل بازدید کنندگان نباشید .

#افسانه دو: محتوا را ایجاد کن و بازدید کننده خودش می آید.

بازاریابی محتوا دو کلمه است و محتوا فقط یکی از آن دو کلمه است بدون بازاریابی نمی توانید بازدید کننده داشته باشید.

در مقاله ای به صورت کامل به بازاریابی محتوای نوشته شده پرداختیم [آموزش بازاریابی محتوا: مکانیک ها چگونه بازاریابی محتوا کنند.](#)

#افسانه سه: ایجاد محتوا از بازاریابی مهم تر است.

نویسندگان اغلب به این دام گرفتار می شوند.

این افسانه در ادامه افسانه قبلیست.

از نظر شما کلمه بازاریابی چند بار در شبکه های اجتماعی به اشتراک گذاشته شده است؟



سایت Buzzsumo به خوبی این کار را برای شما انجام خواهد داد. کافیت ثبت نام رایگان خود را تکمیل کنید و سپس کلید واژه مورد نظر را طبق شکل زیر وارد کنید. تا ببینید چه تعداد مطلب محبوب در این زمینه در شبکه های اجتماعی به اشتراک گذاشته شده است.

The screenshot shows the Buzzsumo Pro interface with the search term 'marathon'. The results are sorted by 'Total Shares' and show four articles:

Article Title	Facebook Shares	LinkedIn Shares	Twitter Shares	Pinterest Shares	Google+ Shares	Total Shares
The DOs and DO NOTs of running your first marathon - The Oatmeal	247,562	79	4,308	1,328	1,708	254,985
Runner tracking - Bank of America Chicago Marathon	226,691	33	19,998	0	2	246,724
TCS New York City Marathon	217,971	119	20,011	0	26	238,127
Accused Boston Marathon Bomber Severely Injured In Prison, May Never Walk Or Talk Again	221,297	1	441	0	140	221,879

بسیاری از دوستان و وبلاگ نویسان بر این باورند که ایجاد محتوا کافیت در صورتی که بازاریابی و محتوا هر کدام ۵۰٪ را به خود اختصاص می دهد.

#افسانه چهارم: تولید محتوای معمولی کافیت.

تولید محتوای معمولی یعنی چی؟

محتوای معمولی یعنی محتوای ساده ای که بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ کلمه دارد.

همین مقاله تا همینجا که نوشتم بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ کلمه است ولی من ادامه

می دهم. زیرا می خواهم عمق مطالب را مخاطب بفهمد.
آیا میدانید بیان محتوا چه نتیجه گیری ذهنی برای مخاطب در بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ کلمه دارد؟

یعنی فقط در زمان کوتاهی به من توجه کنید و سپس ادامه کار خود را دنبال کنید .

اگر افراد را به وبلاگ خود هدایت میکنید سعی کنید مطالب عمقی بنویسید تا کاربر را بیشتر درگیر سایت خود کنید.

#افسانه پنجم: بازاریابی محتوا بیشتر در مورد موتور های جستجو است.

ماموریت گوگل سامان دهی اطلاعات جهان است.

فقط نوشتن برای گوگل خودکشی است.

نوشتن مطلب فقط برای گوگل یک گناه است.

من کلید واژه "طراحی سایت" را در گوگل جستجو کردم. چند نتیجه را با هم بررسی میکنیم.

طراحی سایت تهران | طراحی سایت | طراحی وب سایت

▼ www.idea-soft.ir/

طراحی سایت تهران شرکت طراحی سایت نونگار در راستای توسعه نرم افزارهای تحت وب و موبایل ، طراحی سایت ، راه اندازی

کسب کار اینترنتی و طراحی وب سایت و طراحی ...

طراحی سایت | بهینه سازی سایت | طراحی وب سایت

▼ www.npco.net/

طراحی سایت ، بهینه سازی سایت ، طراحی وب سایت و طراحی پرتال تخصص نونگار است جهت آشنایی با قیمت طراحی سایت و

همانطور که میبینید مدیر سایت ما همچنین سئو سایت با ما ...
مطلب رتبه بگیرد.



این مطلب به هیچ عنوان نمی تواند یک عنوان بهینه برای کاربر باشد.
عنوان باید به صورت جمله باشد و نه به صورت کلمات کلیدی که با المانی
جدا شده است.

نتیجه گیری:

قبل از نوشتن مقاله حتما ببینید که برای چی مینویسید و برای چه کسی
مینویسید.

در این مقاله به اشتباهات ذهنی وبلاگ نویسان اشاره کردیم.

شما درگیر کدام افسانه هستید؟