

تولید محتوا چیست؟ و چه نکاتی دارد؟



محتوای متنی، ویدیو، پادکست، اینفوگرافی، نمودارها و ... از اجزای اصلی تولید محتوا هستند. شما برای طراحی یک وبسایت یا یک صفحه مجازی نیاز به انواع محتوا دارید، محتوای متنی اصلی ترین نیاز یک وبسایت است. نوشته‌ها جزو اولین راه‌های ارتباطی میان مردم بوده‌اند و هنوز هم برای ارائه هر مطلب اولین روش مناسب محسوب میگردند.

اما چطور باید محتوا را تولید کنیم و از چه محتوایی استفاده کنیم؟ خالی از لطف نیست که بگوییم تولید محتوا همواره یکی از چالش‌های اصلی خود ماهم بوده و جزو سخت‌ترین قسمت‌های طراحی یک سایت است. کسب‌وکارهای تخصصی باید تمرکز خود را روی نیاز مخاطبان‌شان بگذارند و همین سبب میشود تا تولید محتوا و بروزرسانی آن سخت شود.

محتوای نوشتاری یکی از روش‌های ارزان بازاریابی است. شما میتوانید با طراحی یک وبسایت و تولید محتوا در آن نظر کاربران را به کسب‌وکار خود جلب نمایید. در ادامه با ما همراه باشید تا شما را با انواع روش‌های تولید محتوا آشنا کرده و برای برنامه ریزی تقویم محتوایی ذهن شما را آماده کنیم.



انواع دسته‌بندی محتوا

برای تولید محتوا داشتن یک برنامه‌ریزی منظم و پایبند بودن به آن شرط اصلی است. تقویم محتوا یعنی بدانیم چه مطالبی را باید در چه وقت منتشر کنیم. ابتدا باید بدانیم محتوای ما چه دسته‌بندی را شامل میشود، این موضوع به نوع کسب‌وکار وابسته است. اما دسته‌بندی تولید محتوا برای یک کسب‌وکار را میتوان در موارد زیر دانست؛

- معرفی محصولات و خدمات
- مشتریان و ارتباط با ما
- محتوای آموزشی و خدمات اجتماعی
- برندینگ و معرفی سازمان

محتوای معرفی محصولات و خدمات

وبسایت، صفحه اینستاگرام یا هر صفحه دیگر شما در فضای مجازی باید بطور کامل معرف شما باشد. اولین گام معرفی کلیه خدمات و محصولات است. باید بطور کامل کاری که میکنید یا محصولی را که ارائه میدهید را شرح دهید. اگر کار شما ارائه خدمات تخصصی در یک حوزه خاص است حتما تمامی جوانب را توضیح دهید و به نوعی خدمات خودتان را شرح دهید که گویی میخواهید آنرا برای یک موجود فضایی که تازه به کره زمین آمده تفهیم کنید.

مشتریان و ارتباط با ما

معرفی روش های خرید، نحوه ارسال و یا انجام خدمات، رضایت مشتریان و رزومه کاری از آن دسته محتوایی است که میتواند به برندینگ مجموعه هم کمک کند. نظر مشتریان گذشته در مورد کار شما، یکی از دلایل اصلی خرید مشتریان جدید است. سعی کنید نظرات منفی را هم پوشش دهید و در اصلاح مشکلات سازمان خود کوشا باشید.

محتوای آموزشی و خدمات اجتماعی

در کنار معرفی محصولات و خدمات باید به مسائل پیرامون آن مانند بررسی محصول، مزایا و معایب، مقایسه و هر چیز دیگری که برای کاربران جذاب است پرداخت. آموزش‌های کاربردی در راستای خدمات اجتماعی هم میتواند منجر به بازدید بیشتر وبسایت و جذب کاربران شود. محتوایی که ممکن است منجر به خرید و یا تماس نشود اما میتواند برای کاربران شما مفید باشد. بطور مثال برای کسب‌وکار فروش بلیط اتوبوس میتوان محتوای سلامت سفر را از این قبیل دانست. از تولید محتوایی که میتواند جنبه فان و سرگرمی داشته باشد غافل نشوید، این محتوا را میتوانید برای گرفتن بازدید بیشتر در شبکه‌های اجتماعی منتشر کنید.

برندینگ و معرفی سازمان

کاربران دوست دارند بدانند با چه تیم و سازمانی طرف شده‌اند و مکان کار و فعالیت شما به چه شکل است؟ معرفی تیم و سازمان میتواند میزان اعتماد به برندتان را بالاتر برده و تصویر بهتری از شما در نظر مخاطبان بسازد. برندینگ تنها در تبلیغات گسترده خلاصه نمیشود و آنرا باید از کوچکترین چیزها شروع کرد.

اهمیت تولید محتوا

تبلیغات به شکل سنتی بیشتر برای معرفی خدمات و محصولات کاربرد دارد، اما تولید محتوا به شکل امروزی آن را میتوان بیشتر بیانگر نحوه انجام خدمات و ارائه محصولات است. چیزی که در یک ویدیوی تبلیغاتی یا یک بیلبورد به مردم نشان داده میشود، یک بیان ساده از برند شماست.

وقتی که شما به یکی از مسئولیت‌های اجتماعی برندان می‌پردازید و یا چیزی را به مشتریان آموزش می‌دهید، ممکن است دنبال جلب مخاطب نباشید و صرفاً بخواهید یک سوال را رفع کنید. اما این نوع محتوا همواره مخاطبان را به خود جلب میکند و سبب میشود کیفیت برند شما نزد مخاطبان بیشتر شود.

نکات تولید محتوا متنی

- همواره یادمان باشد که تولید محتوا را نباید قطع کنیم و همیشه محتوای جدید و کاربردی تولید کنیم. محتوای ما باید در تمام دسته‌بندی‌ها بطور مداوم تولید شود.
- هرگز کپی نکنید و از منابع اصلی استفاده کنید.
- تیتر مناسب و جذاب انتخاب کنید، حتماً لید بنویسید.
- سعی کنید همه جوانب را توضیح دهید.
- از فهرست و هدینگ‌ها استفاده کنید.
- در محتوای نوشتاری از عکس، فیلم، نمودار و ... استفاده نمایید.

از تیتر مناسب استفاده کنید

نوشتن تیتر و لید مناسب در محتوا بسیار مهم است. تجربه نشان داده که کاربران همان ابتدای محتوا تصمیم به ادامه خواندن آن می‌گیرند. پس محتوای خود را با یک تیتر جذاب و کوتاه شروع کنید، در ابتدای مطلب ذهن کاربر را در رابطه با چیزی که در ادامه می‌خواند آشنا کنید و سعی کنید او را به خواندن ادامه مطلب ترغیب کنید. مردم دوست دارند مطلبی که می‌خوانند چیزی برای آنها داشته باشد و نوشتن و اضافه کردن به متن بدون در نظر گرفتن خواست مخاطب، در مقایسه با نوشتن متنی کاربردی اما کوتاه میتواند فقط اتلاف وقت کاربران باشد.

پس طوفانی شروع کنید

تیتر شما سبب میشود که کاربر روی وبسایت شما کلیک کند، حالا باید کاری کنیم که کاربر را برای خواندن ادامه مطلب تشویق شود.

مطلب را برای کاربران تولید کنید

همواره در نظر داشته باشید که کاربر شما دنبال چه چیزی است و برای چه وارد صفحه وبسایت شما شده. هرچقدر هم که متن را طولانی کنید، اگر محتوای شما مورد پسند کاربران قرار نگیرد، نمیتواند جایگاه مناسبی هم کسب کند.

محتوایی تولید کنید که علاوه بر تازگی برای کاربران مفید واقع شود.

منظورمان این است که وقتی شروع به تولید محتوا کردید، خواست مخاطبان و شخصیت آنها را در نظر بگیرید. بطور مثال وقتی من این محتوا را مینوشتم، میتوانستم حدس بزنم که مخاطبان من کدام قشر از مردم هستند و عموماً چه شخصیتی دارند و سعی کردم تا محتوا را برای جلب توجه آنها تولید کنم.

رعایت این مورد سبب میشود تا از گزافه‌گویی پرهیز کنیم و به ارائه نکات مهم بسنده کنیم.

محتوای اختصاصی تولید کنید

این جمله به معنای این است که از کپی کردن محتوای دیگران پرهیز کنید. اما یک مفهوم دیگر را هم می‌رساند؛ یعنی محتوا را با زبان برندتان تولید کنید. بعضی از برندها از زبان محاوره‌ای استفاده میکنند و برخی دیگر حتی تابو شکنی میکنند.

در هر حال این به سلیقه شخص شما برمیگردد. اما دقت کنید که حتماً امضای برند شما در محتوا وجود داشته باشد.

هدف حتماً ایجاد مشتری نیست

در بازاریابی محتوا، ایجاد مشتری بسیار حائز اهمیت است اما همه چیز نیست و قرار نیست همه چیزی که تولید میکنیم منجر به افزایش فروش ما شود. بلکه باید اعتماد کاربران و موتورهای جستجو را به خود جلب کنیم تا ما را به عنوان مرجعی معتبر شناسایی کنند.

از جذابیت‌های بصری استفاده کنید

استفاده از تصویر، نمودار، اینفوگرافی و عکس سبب میشود که صفحه ما جذابیت بیشتری برای مخاطبان داشته باشد. علاوه بر آن چشم مخاطب را خسته نمیکند و سبب ارائه بهتر مطالب میشود.

تایتل جذاب و توضیحات متا

تایتل و توضیحات متا، ویرترین صفحه شما در نتایج جستجو است. برای یک صفحه بهینه باید تایتل و دسکریپشن جذاب بنویسیم. در حقیقت این دو قسمت است که منجر به جذب کاربران به صفحه ما میشود، پس اگر نتوانیم در اینجا کاربر را جذب کنیم، در حقیقت تمام تلاشمان برای تولید محتوا بی‌فایده خواهد بود.

هزینه تولید محتوا و بازگشت سرمایه

تولید محتوا همانطور که گفتیم یکی از روش‌های ارزان بازاریابی اینترنتی است. تولید محتوای مفید و کاربردی میتواند توجه کاربران اینترنت را به کسب‌وکار شما جلب نماید و موجب بالا رفتن نرخ تبدیل در وبسایت شما شود. کاربرانی که بدنبال پاسخ سوالاتشان پیرامون خدمات یا محصولات شما هستند، بعد از گرفتن پاسخ به احتمال زیاد تبدیل به مشتری شما خواهند شد.

اگر وقت کافی دارید برای تولید محتوای کسب‌وکارتان خودتان اقدام نمایید. چرا که هیچ کس مانند شما نمیتواند تسلط کافی بر کارتان داشته باشد و علاوه بر آن خیالتان از بابت دست اول بودن محتوا راحت خواهد بود. اگر زمان کافی ندارید میتوانید محتوا را به تیم ما واگذار کرده و از تجربه تیم ما استفاده نمایید.

در هر دو حالت با توجه به وقت و پولی که هزینه میکنید ورودی ارگانیک از موتورهای جستجو ایجاد میکنید و پس از مدتی شاهد رشد جایگاه‌های سایتتان خواهید بود. البته علی‌رغم اینکه همه میدانیم محتوا پادشاه سئو است صرفاً نمیتواند کافی باشد و باید اصول سئو تکنیکال و سئو داخلی را رعایت کرده باشیم تا خیالمان از وبسایتمان راحت باشد.

توجه داشته باشید که اگر قصد برون‌سپاری فرایند تولید محتوا را دارید باید از کیفیت مطالب تولید شده توسط شرکتی که با آن قصد همکاری دارید مطمئن شوید. معمولاً قیمت تولید محتوا به صورت کلمه‌ای محاسبه شده و از کلمه ۶۰ تومان شروع میشود.

هدف از تولید محتوا

برای تولید محتوا داشتن هدف یک امر لازم است و به عنوان مدیر سایت باید بدانیم که برای چه هدفی تولید محتوا میکنیم. ما برای پروژه‌های خود دسته‌بندی بالا را در نظر میگیریم. مجموعه‌های مختلف ممکن است که هدف یکسانی از تولید محتوا نداشته باشند، اما همگی باید محتوای خود را در چهارچوب این دسته‌بندی تولید کنند.

هدف از تولید محتوا را میتوان در آگاهی رسانی، برندینگ، آموزش و یا تلفیقی از هر سه دانست.

چه میزان محتوا کافی است؟

باید بدانیم که محتوا را باید در همه جهات رشد داده و آن را همواره تولید کنیم. نمیتوان دقیق گفت که یک کسب‌وکار دقیقاً به چه میزان محتوا در ماه احتیاج دارد، اما با بررسی رقبا میتوان از میزان رقابت عبارت مورد نظر آگاه شد. این به ما کمک میکند تا بدانیم به چه میزان محتوا برای موفقیت نیاز داریم. اینکه دقیقاً بخواهیم مشخص کنیم هر کسب‌وکار به چه میزان محتوا احتیاج دارد یک امر غیرممکن است. کافی است بدانیم که محتوای ما باید همه جوانب پیرامون کار را شامل شود و چیزی از قلم نیافتد.

منابع مناسب برای تولید محتوا کدامند؟

هر صاحب کسب‌وکار خود یک منبع تولید محتوا است. شما بهترین منبع برای تولید محتوای وبسایتتان هستید، چرا که به همه جوانب کسب‌وکارتان آشنا هستید و میتوانید خواست مخاطب خود را درک کنید. منابع انگلیسی هم میتوانند مفید باشند، اما به خاطر احتمال استفاده از آن‌ها در گذشته، پیشنهاد میکنیم محتوا را از چند منبع مختلف و آن‌را مختص کسب‌وکارتان تولید کنید.

چرا باید تولید محتوا را جدی بگیریم؟

تا اینجا متوجه اهمیت محتوا در یک کسب‌وکار آنلاین شده‌ایم و گفتیم که علاوه بر ارزان بودن، نرخ تبدیل خوبی هم نسبت به سایر روش‌های بازاریابی دارد. تولید محتوای اختصاصی سبب اعتماد بیشتر به برند شما میشود، مشتری وفادار ایجاد میکند و رابطه شما با کاربران را برای خرید خدمات و محصولات ساده‌تر میکند.

محتوای آنلاین همواره خواهان دارد و سبب بازگشت کاربران به وبسایت شما و بازنشر مطالب سایت میشود. پس اگر شما هم قصد طراحی سایت برای برندگان دارید باید تولید محتوا را در اولویت فعالیت‌هایتان قرار دهید.

زمان‌بندی و تقویم محتوایی

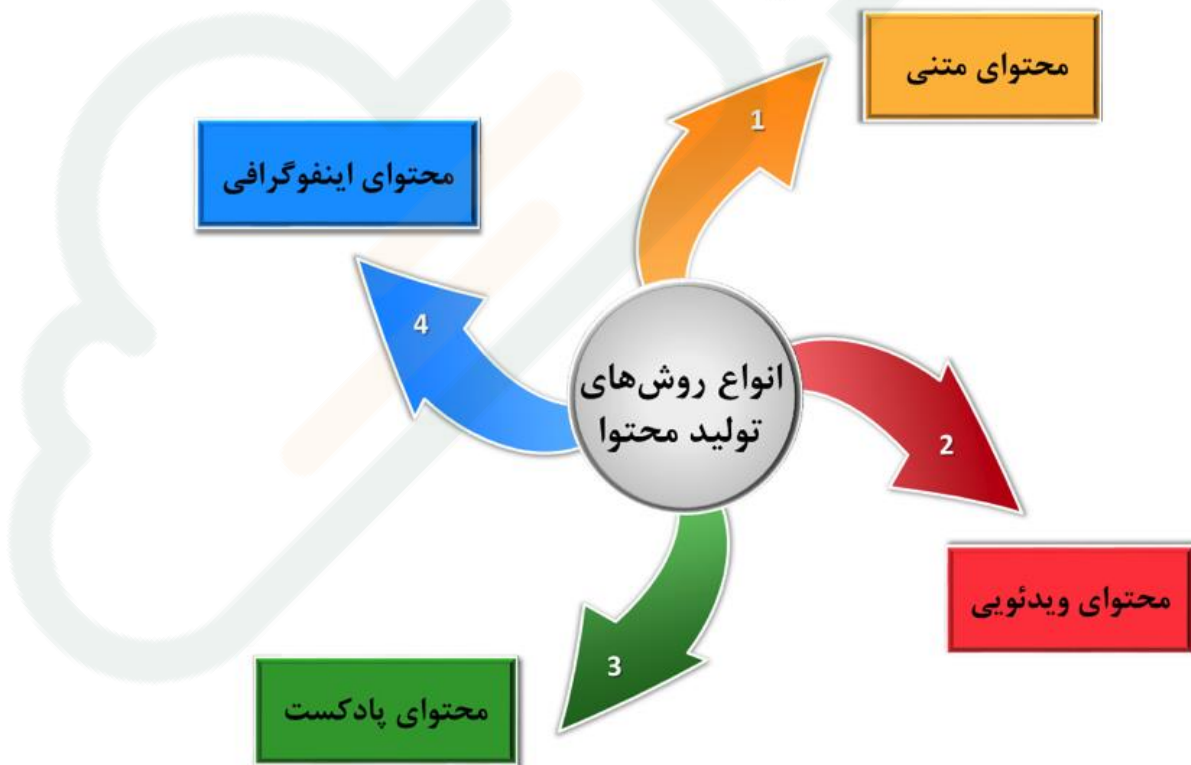
پس از درک نیازهای محتوایی کسب‌وکارمان می‌توانیم با برنامه ریزی اقدام به نشر آن‌ها کنیم. از فعالیت در شبکه‌های اجتماعی غافل نشوید و حتماً از آن برای برندینگ و ایجاد مشتریان وفادار استفاده کنید.

تهیه یک تقویم محتوایی می‌تواند زمان‌بر باشد اما کمک می‌کند تا بدانیم در هر نقطه کجا هستیم و باید چه کنیم. همچنین می‌توان از آن در طراحی سایت استفاده نمود. به این صورت که در فرایند لینکسازي داخلی چیزی را از قلم نیانداخت.

تقویم محتوا یعنی اینکه بدانیم محتوای ما چه دسته‌بندی‌هایی دارد و چه تیترهایی را باید برای وبسایتمان تولید کنیم بصورتی که زمان‌بندی انتشار را هم رعایت کنیم.

وقتی صحبت از زمان‌بندی برای انتشار میشود همه فکر میکنند که باید سر ساعت و دقیقه محتوایشان روی خروجی سایت باشد. داشتن زمان‌بندی دقیق بسیار حائز اهمیت است؛ اما نباید برای انتشار محتوا اینقدرها هم حساس باشیم، چرا که ربات‌های گوگل معمولاً هر چند روز یکبار به وبسایت ما سر می‌زنند و اگر ما خود صفحه را بصورت دستی ایندکس نکنیم، ممکن است تا وقتی ربات‌ها به وبسایت ما مراجعه نکنند متوجه انتشار مطلب جدیدی نشوند.

مهم‌ترین چیزی که از داشتن تقویم محتوایی بدست می‌آید، برنامه‌ریزی درست و هدفمند برای تولید محتواست.



انواع روش های تولید محتوا

- محتوای متنی

محتوای نوشتاری یا متنی باید بطور کاملا اختصاصی تولید شود. یعنی تمامی متونی که در آن قرار میگیرد نباید در منبعی دیگر وجود داشته باشد. حتی تصاویری که استفاده میکنیم یا باید از منابع رایگان ارائه دهنده محتوا باشند یا خود آن ها را تولید کرده باشیم. برای نوشتن یک محتوای اختصاصی میتوانیم به آموخته ها و داشته های خودمان مراجعه کنیم. همه ما صاحبان کسب و کار با توجه به تجربه کاریمان میتوانیم محتوای هدفمند و بهینه را تولید کنیم، بطوری که ممکن است کسی تا بحال به آن ها توجه نکرده و به آن نپرداخته است.

- محتوای ویدیویی

یکی از کاملترین روش های ارائه هر مطلب، استفاده از محتوای ویدیویی است. این روش تولید محتوا علاوه بر پوشش کامل مطالب در زمان کمتر، خستگی مطالعه کردن یک متن طولانی را نداشته و میتواند در مدت زمان کم، محتوای بیشتری را به بیننده ارائه نماید. اینستاگرام خود دلیل بر قدرت نمایی محتوای ویدیویی است. این شبکه اجتماعی با تمرکز بر محتوای تصویری توانسته به یکی از پر استفاده ترین اپلیکیشن های گوشی های هوشمند تبدیل شود.

- محتوای پادکست

پادکست هم مانند ویدیو زمان کمتری را از کاربران میگیرد و خستگی مطالعه کردن را ندارد. اما تفاوت در نبودن تصویر است. پس باید دقت کنیم که برای تولید پادکست حتما از یک شخص خوش صدا استفاده کنیم. شخصی که بتواند کلمات را خوب ادا کرده و صدای دلنشینی داشته باشد.

- محتوای اینفوگرافی

اینفوگرافی یک تصویر گرافیکی است که بطور ساده و گرافیکی به بیان یک موضوع میپردازد. اینفوگرافی میتواند در یک نگاه کاربر را با موضوع محتوا آشنا کند. در حقیقت اینفوگرافی را میتوان کوتاه شده یک مطلب طویل برای بیان سریع تر دانست. اینفوگرافی کمک میکند تا بیشتر قسمت های یک متن طولانی بوسیله ارائه در تصاویر از بین برود و منظور نویسنده سریعتر به کاربر منتقل شود.

- محتوای شبکه های اجتماعی

تنها داشتن یک وبسایت کافی نیست و باید فعالیت در شبکه های اجتماعی مانند: لینکدین، توئیتر، تلگرام، واتساپ و مهم تر از همه اینستاگرام را برای بازاریابی هر چه بهتر و بیشتر در نظر گرفت. محتوای شبکه های اجتماعی بیشتر به شکل بصری است و کمتر مشاهده میشود که محتوای متنی در این فضا بتواند نظر مخاطبان را به خود جلب نماید. برای تولید محتوا در این فضا نکاتی را که از تجربیات خود ما حاصل شده است در ادامه با شما درمیان میگذاریم.

محتوایی که باید در این فضا تولید کنیم هم در زمره دسته بندی هایی است که قبل تر به آن اشاره کردیم. اما یک تفاوت بزرگ در شبکه های اجتماعی وجود دارد و آن قابلیت های هر یک از این پلتفرم هاست که میتواند مخاطبان خاص خود را هم داشته باشد.

۵ دلیل برای اینکه در شبکه‌های اجتماعی باید فعالیت داشته باشید.

- هر یک از شبکه‌های اجتماعی کاربران خاص خود را دارند و فعالیت در آن‌ها به جهت آگاهی رسانی در همه ابعاد حائز اهمیت است.
- شبکه‌های اجتماعی کمک میکند تا مردم بهتر برند شما را شناخته و بیشتر راجب آن صحبت کنند.
- ساخت و فعالیت در پلتفرم‌های مختلف ارزان است و نیازی به داشتن تخصص ندارد.
- با فعالیت در اینستاگرام میتوانید روند رشد و جذب مخاطب را با ابزارهای مختلف بررسی کرده و برنامه‌ریزی بهتری داشته باشید.
- شبکه‌های اجتماعی نرخ تبدیل و نرخ تعامل را بالاتر برده و باعث وفاداری مشتریان به برند شما می‌شوند.