

چطور کمپین رپورتاژ آگهی مناسب داشته باشیم؟

با توجه به اهدافی مختلفی که ممکن است از انتشار رپورتاژ داشته باشیم، طراحی یک **کمپین رپورتاژ آگهی** مناسب برای رپورتاژ آگهی میتواند چالش برانگیز باشد. انتشار **رپورتاژ آگهی** را میتوان به جهت اطلاع رسانی، تبلیغات مستقیم یا غیرمستقیم، لینکسازی، آگاهی از برند، برندسازی و ... در نظر گرفت.

بنابراین در ابتدا باید بدانیم هدف از انتشار پست‌ها چیست و چه جامعه هدفی را مدنظر داریم.

اگر بدنبال لینکسازی هستید

داشتن یک بک لینک پروفایل قوی برای هر وبسایتی که بدنبال کسب نتیجه از راه سئو است؛ ضروری است. اگر در فاز شروع لینکسازی هستید، پیشنهاد ما استفاده از وبسایت‌هایی کمتر شناخته شده است. چرا که همانگونه که قبلاً در محتوایی جداگانه به آن پرداخته‌ایم، روند شروع لینکسازی مانند روند شهرت یافتن است و لزوماً یک شبه اتفاق نمی‌افتد.

بنابراین در ابتدای کار بدنبال خرید بک لینک از وبسایت‌های بسیار مطرح نباشید و به وبسایت‌های ضعیف‌تر بسنده کنید.

استخراج کلمات کلیدی

استفاده از کلمات کلیدی مناسب با کسب و کارتان کلید موفقیت یک **کمپین لینکسازی** موثر است. برای پیدا کردن کلمات کلیدی میتوانید از ابزارهای **Kwfinder** و **google trends** استفاده نمایید. یک روش دیگر که خود ما هم از آن استفاده میکنیم، جستجو کردن عبارات مختلف و الهام گرفتن از قسمت **related searches** است.

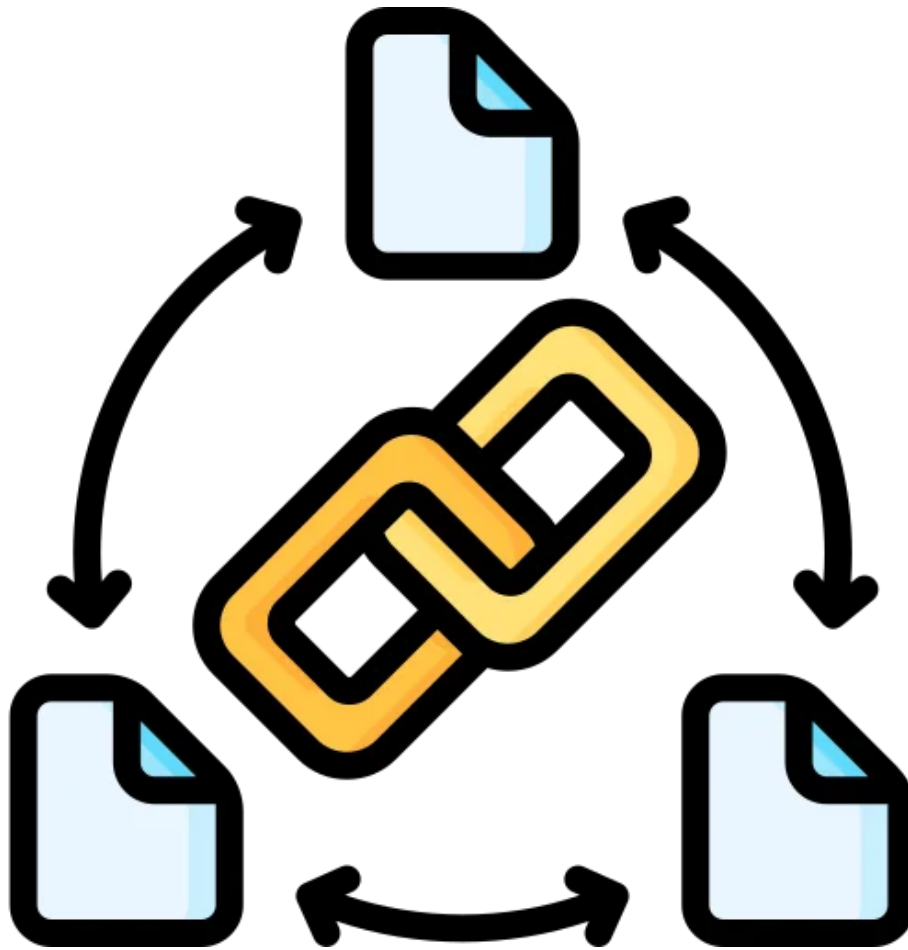
حال که عبارات کلیدی را دارید میتوانید با توجه به سائیتی که میخواهید در آن رپورتاژ را منتشر کنید، اقدام به لینکسازی نمایید.

چه رپورتاژی مناسب است؟

یکی از فاکتورهای اصلی گوگل برای رتبه‌بندی، لینک‌های ورودی به یک وبسایت است؛ بنابراین بهتر است بدانید که شما هرچه قدر که لینک بسازید، کافی نخواهد بود.

در ابتدا بهتر است رقبا را بررسی کنیم. انتشار یک پست جدید و کامل تر از رقبا میتواند یک روش خوب برای لینکسازی باشد.

اینکه وبسایت رپورتاژ آگهی روی عناوین مدنظر شما، در گذشته مقالاتی را منتشر کرده باشد یا اینکه دقیقاً روی همان عناوین کار کرده باشد، بهینه‌ترین حالت ممکن است. اما در بیشتر عبارات چنین چیزی ممکن نخواهد بود، پس میتوانید به سراغ وبسایت‌های عمومی برای ساخت **کمپین رپورتاژ آگهی** خود بروید.



در بررسی وبسایت رپورتاژ آگهی به نکات زیر دقت کنید

- سایت مورد نظر باید سبز باشد؛ یعنی تولید محتوا بطور مستمر روی سایت انجام شده باشد
- دامین آتوریتی سایت را بررسی کنید، حتما چک کنید که با دستکاری دامین آتوریتی را بالا نبرده باشند
- اگر [سنو تکنیکال](#) و [سنو داخلی](#) را رعایت کرده باشد، میتواند اثرگذاری بیشتری را ایجاد کند
- اسپم اسکور بالایی نداشته باشد، اسپم زیر ۵۰ معقول است
- کپی بودن چند مقاله را بررسی کنید

اگر بدنبال برندینگ هستید

اگر بدنبال برندینگ شخصی یا شرکتی هستیم و میخواهیم از محتوا به عنوان تایید برای برندمان استفاده کنیم، باید به سراغ سایت‌های شناخته شده برویم. برای مثال فرض کنید که هدف از انتشار رپورتاژ آگهی، ایجاد اعتبار برای ساخت صفحه [ویکی‌پدیا](#) یا دریافت تیک آبی اینستاگرام باشد. از آنجایی که هر دو این موارد برای تایید، توسط یک شخص بررسی میشود، پس نیاز داریم که محتوایی که منتشر میکنیم، علاوه بر انتشار در وبسایت‌های معتبر از بار تبلیغاتی و تمجیدی برخوردار نبوده و صرفاً به معرفی شخص یا برند بسنده کنیم.

منظور از تمجیدی نبودن محتوا این است که نباید به دنبال تعریف و تعارفات بوده و بدنبال ارائه حقایق بدون اهداف تبلیغاتی باشیم. بطور مثال فرض کنید که میخواهید به جهت برند شدن یک شخص مطلبی را منتشر کنید، در اینجا بهتر است بدون توجه به خدمات یا محصولات که وی ارائه میدهد، صرفاً به معرفی بیوگرافی بپردازیم. مطالبی که بصورت مصاحبه تولید میشوند، میتوانند در اینگونه موارد بسیار مفید باشند.

اگر به دنبال ایجاد بازدید هستید

اگر مطلبی که تولید میکنید علاوه بر اینکه جامع و شامل باشد؛ تیرتری جذاب داشته باشد و به یکی از سوالات پرتکرار کاربران پاسخ داده باشد و در یک وبسایت پر قدرت منتشر شده باشد، میتوانید امیدوار باشید که شانس خوبی برای بازدید خواهد داشت.

اما این تفکر که کاربران وبسایت قرار است با دیدن رپورتاژ آگهی شما روی مطلب منتشر شده کلیک کنند و آنرا مطالعه نمایند، یک مقدار به دور از واقعیت است. برای مثال؛ بیشتر ورودی های یک وبسایت خبری از خبرخوانها ایجاد میشود که صرفا کاربر را برای مطالعه یک صفحه خبر ترغیب میکنند. کاربری که در حال مطالعه یک مطلب خبری است برایش فرقی ندارد که مطلب شما را در قسمت آخرین اخبار وبسایت مشاهده کند.

بنابراین باید محتوا را برای رتبه گرفتن در نتایج موتورهای جستجو بهینه کنید و آن را به گونه ای تولید کنید که برای کاربران جذاب بوده تا بتواند در میان سیل عظیم محتوای تولید شده، در جایگاه نخست صفحه اول قرار گیرد.

اگر بدنبال برند منشن هستید

برند منشن یکی از فعالیت های مفید تبلیغاتی است که امروزه بسیاری از کمپین های رپورتاژ آگهی را شامل میشود. در این نوع از فعالیت، هیچ لینکی ساخته نمیشود و هیچ تبلیغاتی به صورت مستقیم و واضح صورت نمیگیرد، بلکه سعی بر آن است که خدمات و فعالیت های شرکت توامان با استفاده از نام برند معرفی شود.

برای اینگونه از کمپین های رپورتاژ آگهی، بهتر است از سایت های معتبر و شناخته شده استفاده کنیم. چرا که اینگونه از وبسایت ها در نظر کاربران از اعتبار بیشتری برخوردار هستند. ضمن اینکه باید دقت کنیم که به مطلب را به عنوان رپورتاژ آگهی معرفی نکنند.