



استراتژی محتوا

مسعود معاونی

ویژگی های استراتژی

- یک استراتژی هرگز به یک اقدام فوری نمی انجامد. به عبارتی دیگر ، استراتژی یک فرآیند دراز مدت است.
- استراتژی ها از طریق فرآیندهای تحقیقاتی بدست می آیند . استراتژی ها معمولا وظیفه هماهنگی در سطح کلان را برعهده دارند .
- در هنگام طراحی استراتژی، تعیین تمام جزئیات امکان پذیر نمی باشد. بلکه گذشت زمان است که جزئیات یک استراتژی و طرح های عملیاتی را نمایان خواهد کرد.
- یک استراتژی با اهداف اساسی یک سازمان تفاوت های اساسی دارد. اهداف مقصد یک سازمان را نشان می دهند ولی استراتژی ها وسیله ای برای رسیدن به اهداف می باشند.
- استراتژی بایستی توانایی افزایش بهبود عملکرد را داشته باشد

استراتژی چیست؟

استراتژی به مجموعه ای از قواعد تصمیم گیری برای جهت دادن به رفتارها گفته می شود .



محتوا چیست؟

محتوا شکلی از اطلاعات است که ساختار مشخصی دارد و با توجه به پرسونای مخاطب، برای آنها قابل درک است. «متمم»

انواع فرمت‌های محتوا

- ✓ موشن گرافی
- ✓ وبلاگ / فتوبلاگ
- ✓ وینار / همایش
- ✓ پادکست
- ✓ نقشه ذهنی
- ✓ کلیپ ویدئو / انیمیشن
- ✓ کاتالوگ
- ✓ اینفوگرافیک / نمودار
- ✓ مقاله سفید
- ✓ کتاب الکترونیکی
- ✓ خبرنامه ایمیلی



استراتژی محتوا چیست؟

ارائه ارزش پیشنهادی هر برند، با توجه به نیازهای مخاطب و به وسیله ابزار محتوا

انواع استراتژی محتوا



چگونگی تدوین استراتژی محتوا

تحقیق انسانی

پیشنهادات گوگل

شبکه های اجتماعی

ویکی پدیا

سایت های مطرح
مثل دیجی کالا و
زومیت

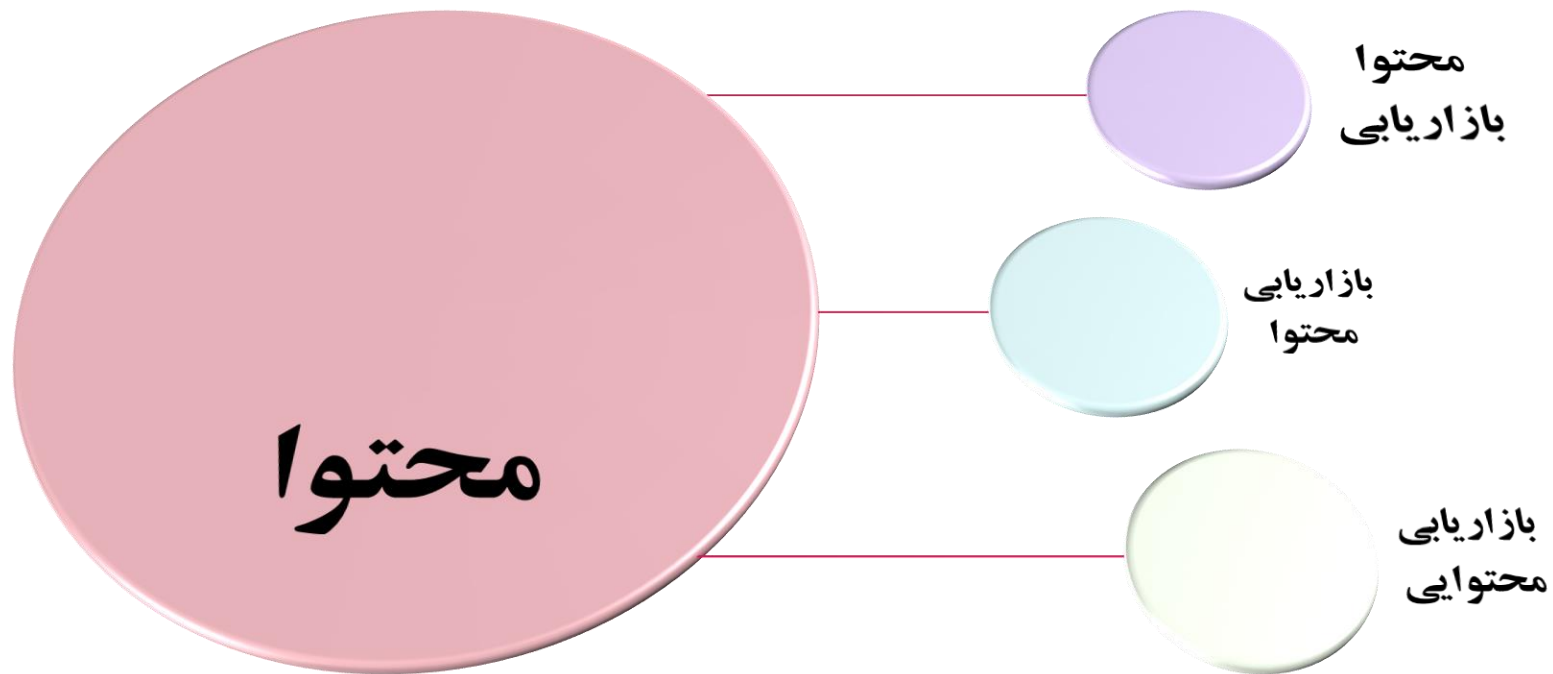
سایت های رقبا

ابزارهای
بازاریابی محتوایی

اجزا استراتژی در بازاریابی محتوا



- ۱) یک هدف مشخص برای تولید محتوا داشته باشید .
- ۲) مخاطبان خود را به درستی بشناسید .
- ۳) همواره براساس هدف تان یک طرح از قبل برنامه ریزی شده داشته باشید .
- ۴) محتواهایی سازگار با یکدیگر ارائه دهید .
- ۵) هرگز از لینک سازی داخلی غافل نشوید !
- ۶) محتواهایی جذاب و منحصر بفرد تولید کنید.
- ۷) در تولید محتوا به سمت تولید محتواهای سبز (بدون تاریخ مصرف) حرکت کنید .
- ۸) محتوای خود را از شیوه های گوناگون به مخاطبانانتان برسانید .
- ۹) سعی کنید در سئو و تولید محتوا از ابزارهای استاندارد استفاده کنید .
- ۱۰) همیشه نتایج خود را بررسی کنید و در قبال این نتایج به خودتان پاسخگو باشید .



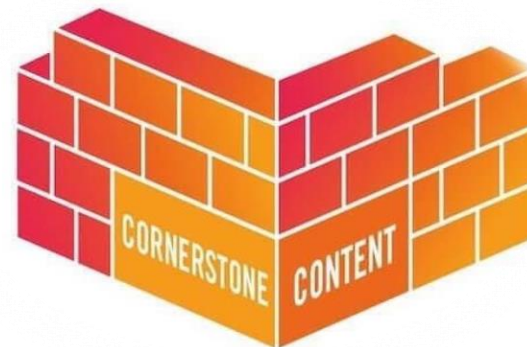
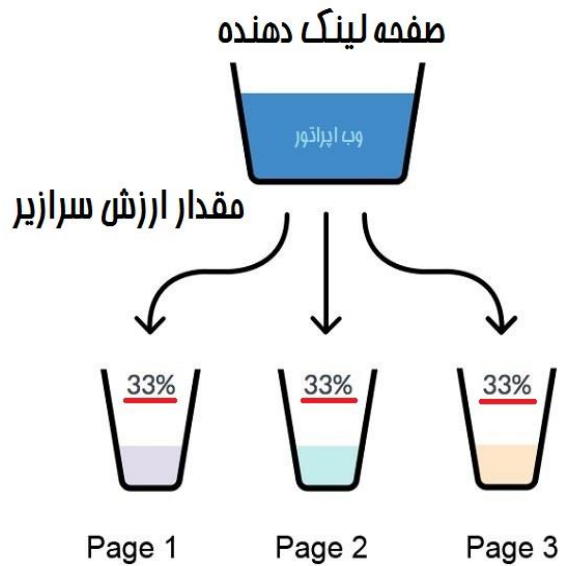
محتوا دانی

محتوا رانی

محتوا بانی

مفاهیم مهم در استراتژی محتوا

- محتوای بنیادی
- محتوای آسمانخراش
- محتوای موازی
- محتوای مرحله ای
- محتوای همیشه سبز
- اثر لینک سازی (Link Juice)



مزایای استراتژی محتوا

- با کمک استراتژی می توانید یک محتوای منسجم، باثبات و مرتبط تولید کنید.
- استراتژی یک ساختار اختصاصی و مشخص به برند شما اهداء خواهد کرد.
- استراتژی درست محتوایی، کسب و کار شما را هدفمند و پربازده خواهد کرد.
- استراتژی به آنالیز داده های کسب و کار شما هدف می دهد. استراتژی و آنالیز داده ها دو ابزاری قوی برای قراردادن شما در مسیر درست می باشند. یک استراتژی اصولی، انحرافات شما را به وضوح فریاد خواهد زد.
- ROI یا همان نرخ بازگشت سرمایه یک موضوع بسیار مهم در بازاریابی محتوا است. یک استراتژی قوی به شما کمک می کند تا بتوانید کنترل بهتری بر روی ROI داشته باشید.
- لحن بیان، یک موضوع بسیار مهم در بازاریابی است. یک استراتژی محتوا بایستی دارای سند تولید محتوا باشد. این سند تولید محتوا موارد مهمی را درباره لحن، نحوه نگارش، قلم و.. را تعیین می کند .

بازاریابی محتوا

بخش هنری :

نوشتن محتوا

بازاریابی ربایشی در حال تبدیل شدن به یک استراتژی حیاتی در بازاریابی مدرن است .

سرمایه های بصری

محتوای بصری ، توجه مشتریان را به خود جلب می کند و این یک منبع با ارزش برای بازاریابی است .

رسانه های اجتماعی

رسانه های اجتماعی توانسته اند تعامل بین بازاریابان و مصرف کنندگان را تغییر دهند. مدیریت ارتباطات دیجیتال یک مهارت بسیار مهم است .

ایمیل مارکتینگ

ایمیل مارکتینگ ابزاری مهم برای بازاریابی مدرن است . یک ایمیل هدفمند ، نیازمند بهترین طراحی و بهترین پیام های جاسازی شده در محتوا می باشد . اینجاست که شما می توانید به میزان مهارت یک بازاریاب پی ببرید .



بخش علمی :

ردیابی کارآمدی

یک بازاریابی مدرن ، بدون توجه به هزینه های آن مدّت طولانی دوام نخواهد آورد . اینجاست که یک بازاریاب موفق باید بتواند به خوبی هزینه ها را مدیریت کند و همیشه به نرخ بازگشت سرمایه توجه داشته باشد .

مدیریت عملیات

وظایف بیشتر و منابع کمتر ، بازاریاب های دیجیتال مجبورند که بودجه های خود را هدفمند در عملیات های گوناگون به کار گیرند .

تحلیل گر

بازاریاب ها همیشه نیاز به داده های تخصصی دارند . آنها باید بتوانند ترند های اصلی خود را بیابند و با کمک داده ها به سمت برندینگ و تحقق کلمات کلیدی خود حرکت کنند .

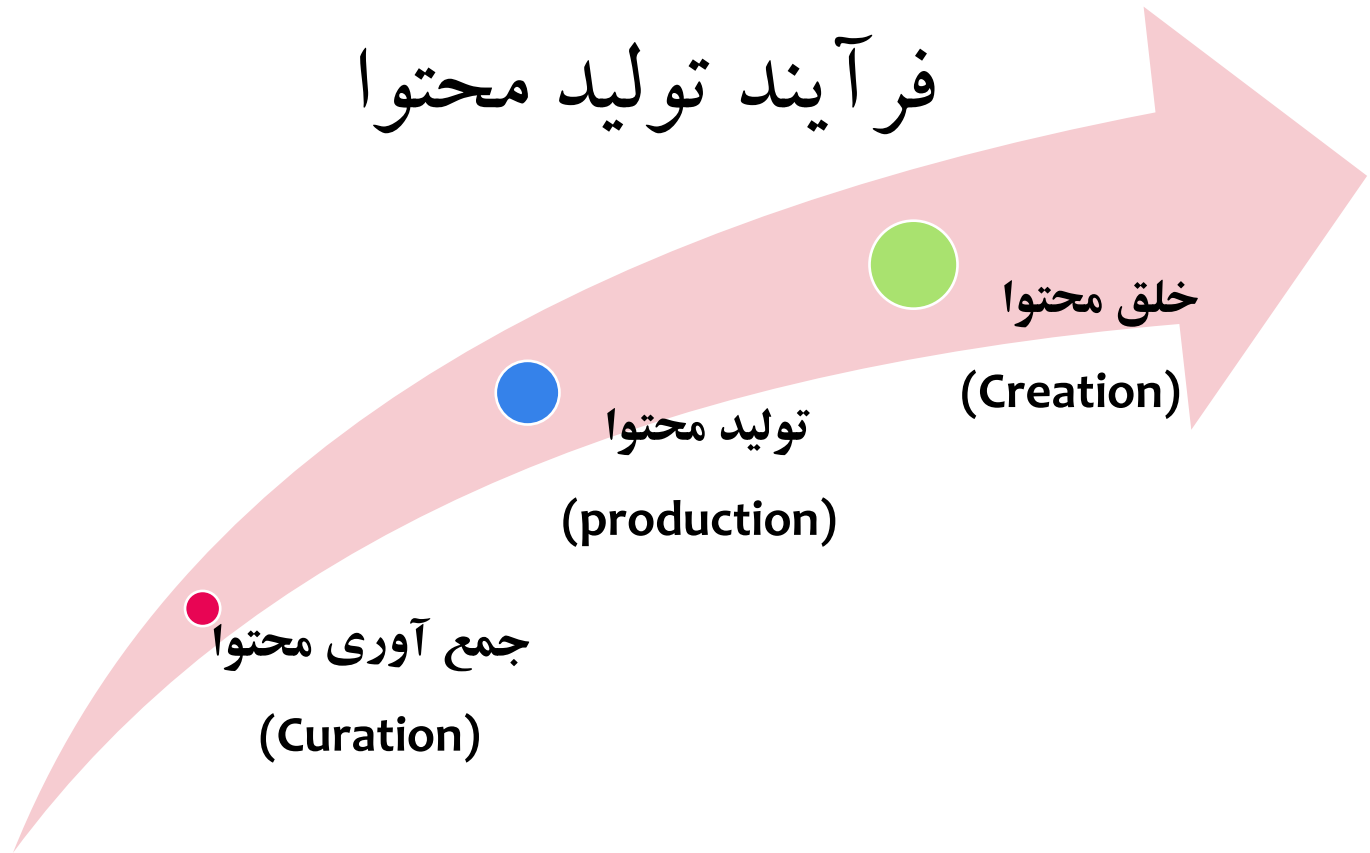
مدیریت کمپین

حیات کاری یک بازاریاب آنلاین به قدرت کمپن های تبلیغاتی او بستگی دارد . بازاریابان باید با کمک ابزارهای کنترلی ، ضربان کمپین های خود را زیر نظر بگیرند و در صورت نیاز شوک های حیاتبخش را به کمپین های خود وارد نمایند .

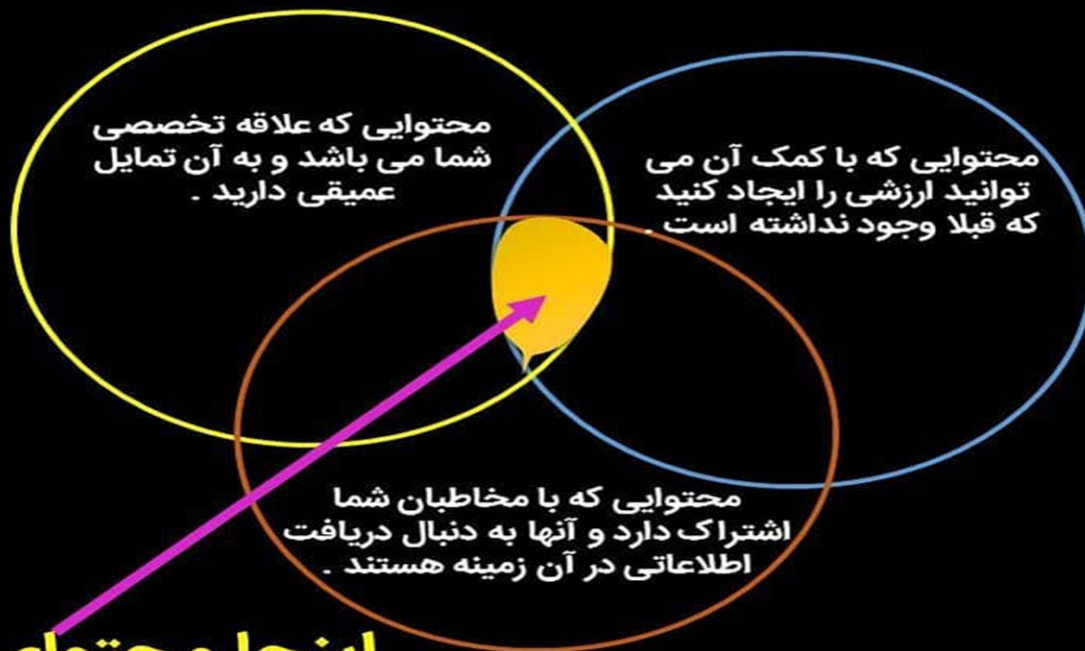
آناتومی یک بازاریاب محتوا



فرآیند تولید محتوا



چه نوع محتوایی را باید ایجاد کنید؟



اینجا محتوای هدف شما می باشد .

۵ اشتباه رایج در بازاریابی محتوا

نداشتن برنامه ریزی بلند مدت و
کم حوصلگی

اتکا به نویسندگان موقت یا
اینفلوئنسرها

عدم شناخت پرسونای مخاطب

محتوا، محتوا، محتوا و بازهم محتوا

بی نظمی در تولید محتوا و عدم
آموزش نیروهای کاری