

وبلاگ نویسی

مدرس: مسعود معاونی

منبع تدریس: فایل پاورپوینت مدرس و منابع جانبی معرفی شده در طول ترم

ترم اول سال ۱۴۰۳-۱۴۰۴

فصل سوم: آشنایی با انواع وبلاگ‌ها و کاربردهای آن‌ها

- بلاگ‌ها از زمان شروع خود در اواخر دهه ۱۹۹۰ راه زیادی را پیموده‌اند. وبلاگ‌نویسی در ابتدا به‌عنوان پلت‌فرمی منحصر به فرد برای به اشتراک گذاشتن افکار، احساسات، نظرات یا تجربیات یک فرد مورد استفاده قرار می‌گرفت. یک مجله بازاریابی آنلاین یا دفتر خاطرات با حداقل پیگیری. ولی امروزه به پلتفرمی تبدیل شده است که میلیون‌ها نفر از افراد تا مشاغل از آن استفاده می‌کنند. سادگی یک وبلاگ، راه‌اندازی وبلاگ در پلتفرم‌های رایگان، گسترش رسانه‌های اجتماعی یا وبسایت‌های تجاری امکان تبدیل شدن به یک متخصص وبلاگ‌نویسی را برای همه ایجاد کرده است.
- آشنایی با اهمیت وبلاگ‌نویسی در دنیای تجارت برای افرادی که قصد دارند تا از این دانش استفاده کنند اهمیت دارد. از همین رو باید با انواع وبلاگ آشنا شویم تا برحسب نیاز امکان استفاده از آن‌ها را داشته باشیم. در دنیای وبلاگ‌نویسی انواع مختلفی از وبلاگ‌ها وجود دارد و وبلاگ‌نویسانی که برای رسیدن به اهداف خاصی به نوشتن محتوا می‌پردازند. اگر تصمیم به راه‌اندازی یک وبلاگ دارید، اما مطمئن نیستید که وبلاگ شما به چه چیزی می‌پردازد، باید تصمیم بگیرید که می‌خواهید به چه نوع وبلاگی تبدیل شوید. در این فصل به انواع وبلاگ‌ها می‌پردازیم:

اهمیت وبلاگ‌نویسی

- وبلاگ‌نویسی یک تکنیک بازاریابی داخلی (Inbound Marketing) است که نسبت به بازاریابی خارجی (Outbound Marketing) تاثیر بیشتری دارد. بازاریابی داخلی برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسطی مناسب است که بئدجه‌های بازاریابی و تبلیغات گسترده ندارند. وبلاگ‌نویسی کمک زیادی به دستیابی کسب‌وکارها به مشتریان هدف و شناخت نیازهای آنان می‌کند.

وبلاگ‌های شخصی (Personal Blog)

- وبلاگ‌نویسی شخصی یک شیوه مرسوم برای نوشتن و جلب توجه افراد به موضوعات مختلف است. افراد با وبلاگ‌نویسی شخصی، به دیگران اطلاعاتی درباره افکار، عقاید، مهارت‌ها یا حتی نیازهای‌شان می‌دهند. وبلاگ‌نویسی شخصی یک سرگرمی است اما بعد از گذشت مدت زمانی می‌تواند تبدیل به یک ایده عالی برای درآمدزایی شود. وبلاگ‌نویسان شخصی از پتانسیل بالایی برای تبدیل شدن به یک اینفلوئنسر برخوردارند.



وبلاگ‌های تجاری (Business Blog)

- وبلاگ‌هایی که اهداف تجاری دارند و به‌طور معمول مدیران کسب‌وکارها برای جلب نظر مخاطبان و اطلاع‌رسانی درباره محصولات یا خدمات به سراغ آن می‌روند. وبلاگ‌های تجاری مهمترین ابزار برای توسعه برند هستند. آشنایی با مخاطب و نیازهای او، شناخت بازار، تحلیل رقبا و... از مهمترین گام‌هایی است که در بلاگ‌نویسی تجاری باید دنبال کنیم. به‌طور معمول وبلاگ‌های تجاری را در کنار سایت‌های فروشگاهی یا سایت‌های خدماتی مشاهده می‌کنیم.



وبلاگ تخصصی (Perfessional Blog)

- وبلاگ‌هایی که به صورت تخصصی به یک موضوع خاص می‌پردازند. چنین وبلاگ‌هایی به عنوان یک منبع علمی در موضوعات خاص شناخته می‌شوند. آن‌ها از وبلاگ خود برای فروش کتاب، مقالات، محصولات تخصصی یا تبلیغات برندهای خاص استفاده می‌کنند. مثال جهانی این وبلاگ (indeed) یا نمونه ایرانی تلنت



وبلاگ‌های خاص (Niche Blog)

- وبلاگی که مانند وبلاگ اختصاصی بر روی یک موضوع خاص تکیه دارد اما بیشتر تجربه محور است. وبلاگ‌های سبک زندگی، دکوراسیون خانه، سلامت، آموزش به والدین برای تربیت کودکان، وبلاگ‌های مذهبی، وبلاگ آموزش خیاطی، مسافرتی، آشپزی و کارهای خانه و... نمونه ایرانی نی نی سایت، چطور و...



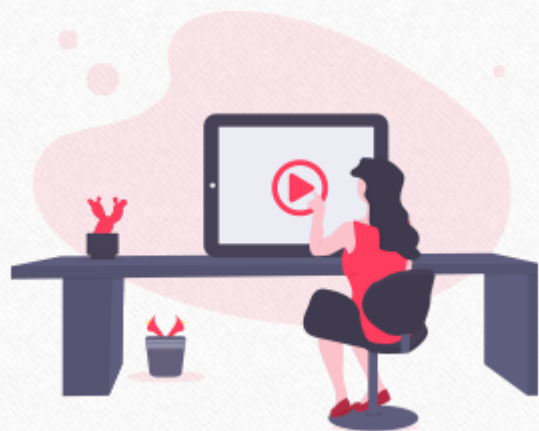
وبلاگ میزبان یا وبلاگ معکوس (Reverse Blog)

- وبلاگی که از مجموعه‌ای از نویسندگان تشکیل شده و سعی می‌کند با تولید محتواهای هدفمند و ادامه‌دار مخاطبان را در سایت نگه‌دارد. در بسیاری از مواقع در بلاگ‌های میزبان برای تنوع‌بخشی از پست بلاگ‌های (نوشته‌های) نویسندگان مهمان نیز استفاده می‌شود. استفاده از چندین نویسنده یا نویسندگان مهمان که شناخته شده هستند باعث افزایش بازدید از وبلاگ می‌شود:



وبلاگ‌های همکاری (Affiliate Blog)

- براساس یک مدل بازاریابی به نام همکاری در فروش یا Affiliate Marketing شکل می‌گیرد. در این مدل وبلاگ‌نویسان خودشان محصول یا خدمتی ندارند ولی به معرفی خدمات دیگر کسب و کارها پرداخته و به ازای هر ارجاع مشتری یک درآمد مشخصی کسب می‌کنند. نمونه‌های ایرانی از همکاری در فروش در حال حاضر وجود دارند:



وبلاگ رسانه‌ای (Media Blog)

- در این نوع از وبلاگ‌ها از انواع محتواهای ویدیویی، تصویری و صوتی استفاده می‌شود تا اثربخشی و جذب مخاطب افزایش یابد. به‌طور معمول نسل جوان ترجیح می‌دهند تا به جای خواندن متن از ویدیو، تصاویر، اینفوگرافیک یا حتی موشن گرافیک استفاده کنند.



وبلاگ فریلنسری (Freelancer blog)

- چنین وبلاگ‌نویسانی با تولید یک بلاگ حرفه‌ای برای کسب و کارهای مختلف به کسب درآمد می‌پردازند. آشنایی با تکنیک‌های نویسندگی برای چنین افرادی ضروری است. همچنین مشاغل فریلنسری مانند نویسندگان، عکاسان، طراحان گرافیک، ویدیوگرافرها، نریتورها و... می‌توانند از وبلاگ‌های فریلنسری شخصی خود برای جذب مخاطب استفاده کنند.



وبلاگ خبری (News Blog)

- این دسته از وبلاگ‌ها با انتشار اخبار در یک حوزه مشخص یا چندین موضوع مختلف خود را به‌عنوان یک خبرگزاری آنلاین مطرح می‌کنند. اطلاع‌رسانی و تولید محتواهای جذاب خبری از مهمترین وظایف وبلاگ‌های خبری است. نمونه موفق وبلاگ خبری ایرانی در حوزه ورزش را می‌توان ورزش ۳ معرفی کرد.



فصل چهارم: مدل‌های تجاری وبلاگ

- شرط مهم برای ادامه حیات هر وبلاگی داشتن درآمد و توجیه اقتصادی است. از همین رو باید به مدل‌های تجاری وبلاگ‌نویسی توجه کرد. از یک وبلاگ می‌توان به روش‌های مختلفی درآمد کسب کرد:



مهمترین مدل‌های درآمد از وبلاگ‌ها:

- **تبلیغات و رپورتاژ آگهی:** در این روش تلاش می‌شود تا با جذب ترافیک از طریق موتورهای جستجو، فضاهایی از وبلاگ برای تبلیغات یا درج رپورتاژ آگهی برندهای دیگر استفاده شود. امروزه از شیوه‌های نوینی برای تبلیغات استفاده می‌شود (مانند تبلیغات نیتیو)
- **همکاری در فروش:** در وبلاگ، محصولات یا خدمات برند دیگری معرفی می‌شود و به ازای هر فروش پورسانت دریافت می‌شود.
- **عرضه خدمات یا محصولات تجاری:** وبلاگ‌نویس محصولات یا خدمات تولید خود یا برند دیگری را برای عرضه تهیه کرده و به مشتریان عرضه می‌کند.
- **حمایتی یا اسپانسر:** در شیوه حمایتی خوانندگان بعد از خواندن مقاله، مبلغی را به حساب وبلاگ‌نویس واریز می‌کنند. در روش اسپانسر برنده معتبری که با موضوع وبلاگ مرتبط است از مقالات حمایت می‌کند.

ادامه مهمترین مدل‌های درآمد از وبلاگ‌ها:

- **خریداری اکانت اشتراک:** در این شیوه مقدمه‌ای درباره موضوعی گفته می‌شود. سپس خواننده وبلاگ برای دریافت اطلاعات بیشتر یا آموزش کامل باید مبلغی را پرداخت کند.
- **آموزش و فروش فایل یا پی دی اف:** در این روش وبلاگ‌نویس تصاویر، عکس‌های گرفته شده با دوربین، فایل آموزشی، فایل پی‌دی‌اف و... را در وبلاگ خود می‌فروشد.
- **فروش داده:** در برخی از مواقع می‌توان از اطلاعاتی که از مخاطبان وبلاگ و رفتارهای آن‌ها به دست می‌آوریم برای تولید محصولات یا خدمات استفاده کنیم. همچنین امکان فروش این داده‌ها را به برندهای دیگر نیز داریم.
- **فروش وبلاگ:** در این روش بعد از اینکه وبلاگ رشد کرد و به ترافیک و بازدیدکننده مناسبی رسید، امکان فروش وبلاگ را داریم.
- **وبلاگ‌های لیستینگ:** در این نوع از وبلاگ‌ها به معرفی بهترین‌ها در یک حوزه خاص پرداخته می‌شود. بهترین پزشک زیبایی، بهترین رستوران در منطقه... و.... به‌زای قرارگیری نام هر کسب‌وکار در وبلاگ مبلغی از مالک آن دریافت می‌شود.