

# وبلاگ نویسی

مدرس: مسعود معاونی

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

ترم اول سال ۱۴۰۳-۱۴۰۴

# سرفصل‌های درس وبلاگ‌نویسی

---

- فصل اول: آشنایی با اینترنت و تاریخچه آن
- فصل دوم: وبلاگ‌نویسی و تاریخچه آن
- فصل سوم: آشنایی با انواع وبلاگ و کاربردهای آن‌ها
- فصل چهارم: بررسی مدل‌های تجاری وبلاگ‌نویسی
- فصل پنجم: تهیه بیزینس پلن برای وبلاگ‌نویسی
- فصل ششم: معرفی پلتفرم‌های وبلاگ‌نویسی و مفاهیم آن‌ها
- بلاگفا
- پرشین بلاگ
- بلاگ دات آی آر
- ویرگول
- آپارات وردپرس
- فصل هفتم: تکنیک‌های وبلاگ‌نویسی
- فصل هشتم: اصول تولید محتوای متنی و سئو

# فصل هشتم: اصول تولید محتوای متنی و سئو

---

- وبلاگ‌نویسی نقش مهمی در برندینگ و توسعه کسب‌وکارها دارد. اما برای موفقیت در وبلاگ‌های تجاری باید به سه نکته کلیدی توجه شود:
  - برنامه‌ریزی در تولید پست‌های وبلاگی
  - ترویج مقالات و تلاش برای افزایش بازدید وبلاگ
  - تعیین معیارهایی برای ارزیابی عملکرد وبلاگ

# ۱. برنامه‌ریزی در تولید پست‌های وبلاگی

---

- نظم از موضوعات مهم برای وبلاگ‌نویسان است. یک بلاگ‌نویس باید بداند در چه روزی و در چه زمانی باید در کدام پلتفرم محتوایی رو منتشر کند. وبلاگ‌هایی موفق خواهند شد که به‌طور منظم به انتشار پست بپردازند و زمان کافی برای پاسخگویی به مخاطبان را داشته باشند.
- تقویم محتوایی ابزاری برای مدیریت پست‌های وبلاگی و زمان انتشار آنها است. تنظیم تقویم محتوایی باد براساس شرایط کسب‌وکار، مخاطبان، بازار و رقبا صورت پذیرد. مهمتر از تنظیم تقویم محتوایی، وفاداری به آن و اجرای دقیق است.

# ماهانہ

## تقویم محتوایی بیزینس



### اهداف

---



---



---



---

### یادداشت

---



---



---



---

شنبه	یک شنبه	دو شنبه	سه شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه	جمعه
POST/STORY <b>01</b> توضیح راجع به کسب و کار: چه خدماتی رو ارائه میدید؟	POST/STORY <b>02</b> QUICK TIP یک پست که کمک یا ارزش بده	POST/STORY <b>03</b> پشت صحنه رو به نمایش بزار	POST/STORY <b>04</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار	STORY <b>05</b> داستان شروع کسب و کار رو بگو	POST/STORY <b>06</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار	POST/STORY <b>07</b> پشت صحنه رو به نمایش بزار
POST/STORY <b>08</b> پست آموزشی نشون بده حرفه‌ای هستی!	POST/STORY <b>09</b> نظرات مشتریان رو منتشر کن	POST/STORY <b>10</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار	STORY <b>11</b> POLL یک نظرسنجی بزار	POST/STORY <b>12</b> پشت صحنه رو به نمایش بزار	POST/STORY <b>13</b> EVENTS یک لایو بزار	POST/STORY <b>14</b> QUICK TIP یک پست که کمک یا ارزش بده
POST/STORY <b>15</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار	POST/STORY <b>16</b> BOX یک باکس بزار	POST/STORY <b>17</b> از مشتریان وفادارتان قدردانی کنید.	POST/STORY <b>18</b> آموزش نحوه خرید خدمات از کسب و کار	POST/STORY <b>19</b> از ارزش و ماموریت‌های کسب و کارت رو بگو	POST/STORY <b>20</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار	POST/STORY <b>21</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار
POST/STORY <b>22</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار	POST/STORY <b>23</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار	POST/STORY <b>24</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار	POST/STORY <b>25</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار	POST/STORY <b>26</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار	POST/STORY <b>27</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار	POST/STORY <b>28</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار
POST/STORY <b>29</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار	POST/STORY <b>30</b> PROMOTE یک محصول به نمایش بزار	POST/STORY <b>31</b>	<b>01</b>	<b>02</b>	<b>03</b>	<b>04</b>



# دلایل اهمیت تقویم محتوایی

- دلیل اول این است که داشتن یک تقویم محتوا باعث می‌شود که شما اطمینان حاصل کنید که تمامی کارهای مورد نیاز شما، از تولید محتوا گرفته تا انتشار و به روز رسانی آن، به موقع اتفاق می‌افتد.
- دوم، با داشتن یک تقویم محتوا شما می‌توانید راحت‌تر با افراد تیم خود یا فریلنسرها همکاری داشته باشید. همچنین تقویم محتوایی پلتفرم‌ها و رسانه‌های مختلفی که در آن محتوا منتشر می‌کنید را نشان می‌دهد.
- سوم، تقویم محتوایی یک چشم انداز کلی از چیزی که در آینده نزدیک در انتظار شماست را ارائه می‌دهد.



# چگونه تقویم محتوایی بسازیم؟

1. کلاس تولید محتوا مشهد

G	F	E	D	C	B
<a href="https://acshin.ir/mashhad-digital-content-production-course/">https://acshin.ir/mashhad-digital-content-production-course/</a>	1287	3. آموزش تولید محتوا مشهد 4. آموزش اینستاگرام مارکتینگ مشهد 5. دوره ویستری مشهد 6. آموزش ادمن اینستاگرام مشهد 7. آموزش تولید محتوا	مقاله 2 دوره تولید محتوای دیجیتال مشهد	سه شنبه 15 آبان	4
				چهارشنبه 16 آبان	5
1. <a href="https://acshin.ir/product/soft-exam/">https://acshin.ir/product/soft-exam/</a> 2. <a href="https://acshin.ir/product/revit-exam/">https://acshin.ir/product/revit-exam/</a> 3. <a href="https://acshin.ir/product/3dmax-exam/">https://acshin.ir/product/3dmax-exam/</a>	1. بهبود امتیاز سنو از 80 به 84 و افزایش تعداد کلمه از 125 به 307 2. بهبود امتیاز سنو از 78 به 83 و افزایش تعداد کلمه از 87 به 272 3. بهبود امتیاز سنو از 72 به 82 و افزایش تعداد کلمه از 101 به 256	1. نمونه سوال کاربر رایانه 2. نمونه سوال رویت 3. نمونه سوال تری دی مکس	مقاله 3 آموزش اینستاگرام مارکتینگ مشهد	پنج شنبه 17 آبان	6
<a href="https://acshin.ir/mashhad-instagram-marketing-training/">https://acshin.ir/mashhad-instagram-marketing-training/</a>	1118	1. آموزش ادمنی اینستاگرام مشهد 2. دوره اینستاگرام مارکتینگ مشهد 3. بکچ اینستاگرام مارکتینگ 4. اینستاگرام مارکتینگ در مشهد	مقاله 3 آموزش اینستاگرام مارکتینگ مشهد	شنبه 19 آبان	7
				یکشنبه 20 آبان	8
			رپورتاژ دوره آمادگی کنکور ارشد معماری	دوشنبه 21 آبان	9
<a href="https://acshin.ir/social-media-man">https://acshin.ir/social-media-man</a>		1. آموزش بازاریابی در شبکه های اجتماعی مشهد 2. دوره تحلیل شبکه های اجتماعی 3. دوره مدیریت اینستاگرام مشهد	مقاله 4		

- در حال حاضر امکان استفاده از پلتفرم‌های آنلاین بسیاری برای ایجاد یک تقویم محتوایی وجود دارد، اما گوگل شیت ابزاری رایگان، ساده و همیشه در دسترس برای طراحی تقویم‌های محتوایی است.

## ۲. ترویج مقالات و افزایش بازدید وبلاگ

---

- برای افزایش بازدید سایت می‌توان از راهکارهای زیر استفاده کرد:
  - بازنشر مقالات در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها
  - استفاده از ایمیل مارکتینگ یا اس‌ام‌اس مارکتینگ
  - معرفی وبلاگ به صورت دهان به دهان به دوستان و افراد
  - حضور در همایش‌ها و نمایشگاه‌ها و معرفی وبلاگ
  - استفاده از سئو



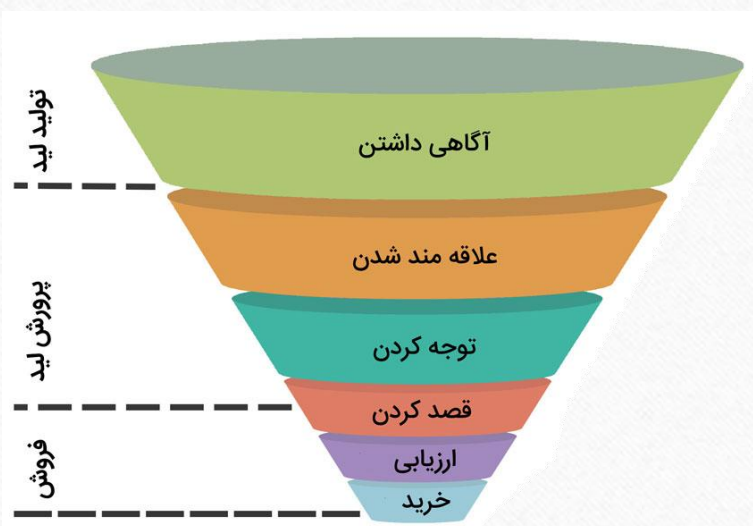
# سئو (SEO) چيست؟

---



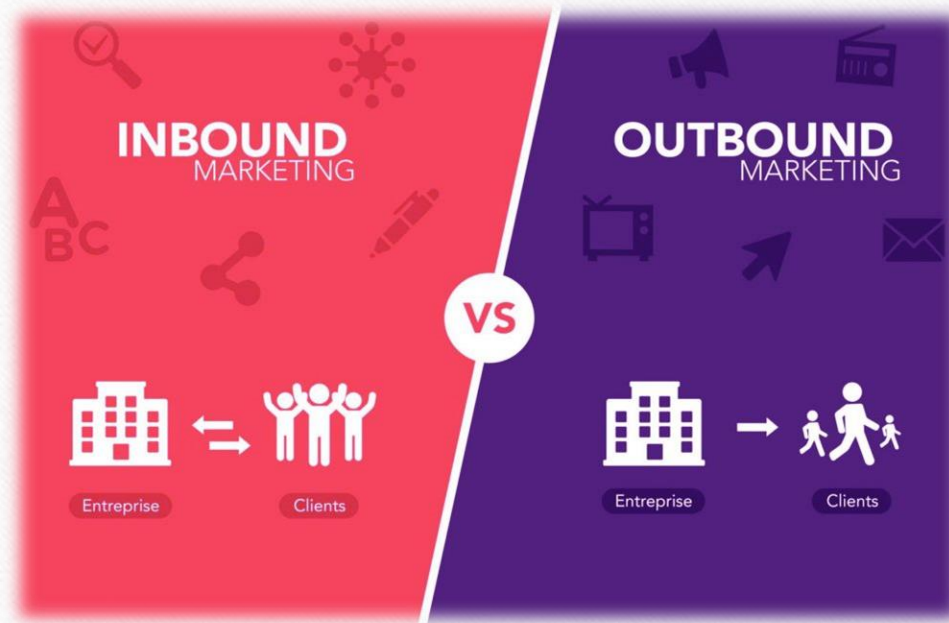
# Search Engine Optimization

سئو یعنی:

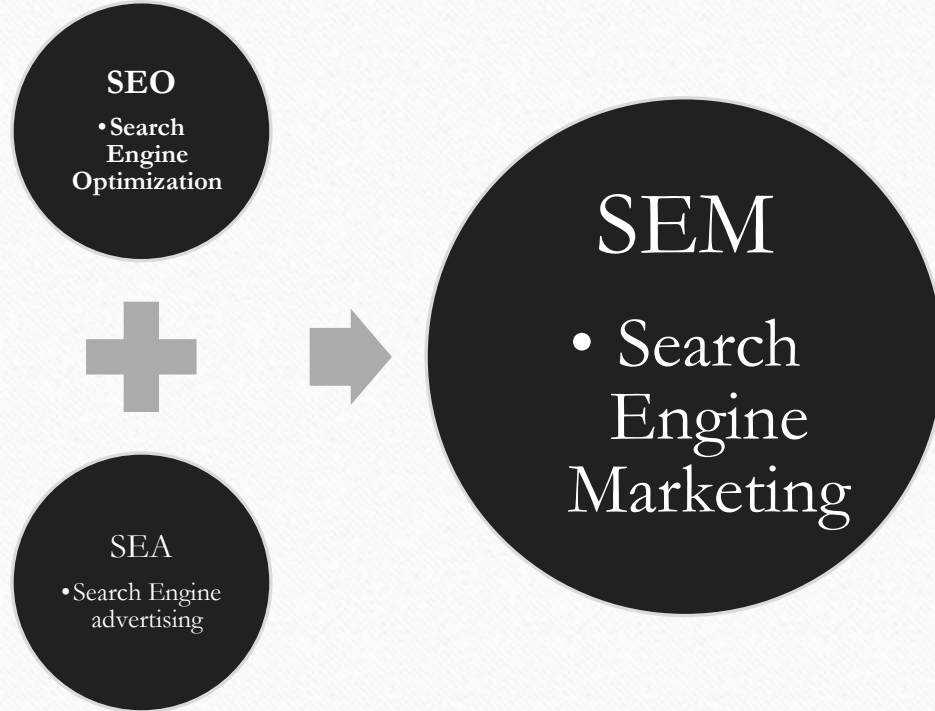


بهینه‌سازی سایت برای موتورهای جستجو با کلمات کلیدی هدفمند و پولساز برای کسب و کار، به طوری که ترافیک موثری از مخاطبان هدف به سمت سایت سرازیر شود. در سایت‌های خبری، ترافیک ایجاد شده از سئو موجب ایجاد ارزش می‌شود ولی در سایت‌های خدماتی، شرکتی یا فروشگاه‌های باید به دنبال یک Call To Action نیز باشیم. در حقیقت سئو در چنین سایت‌هایی منجر به ایجاد Lead یا سرنخ‌های در قیف بازاریابی می‌شود.

# سؤیک روش بازاریابی درونگرا هستش!!!



# واقعا سئو چیه؟ ریشه SEO از کجاست؟



# تفاوت های SEA و SEO

- سئو زمان بر است اما نتایج آن تا سالیان سال برای ما قابل استفاده خواهد بود.

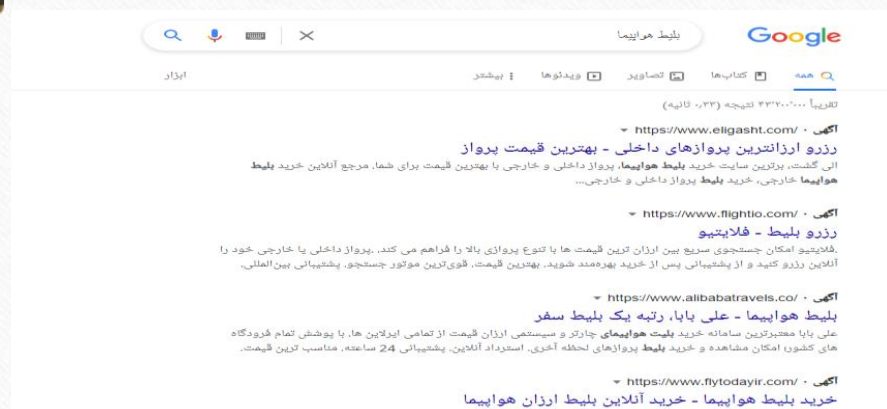
- تبلیغات گوگل در زمان کوتاهی ما را به صفحه اول گوگل می‌رساند

- اما مدت آن محدود است

- هزینه نسبتاً زیادی دارد

- کاربران اعتمادی به آن نمی‌کنند

- ترکیبی از سئو و تبلیغات گوگل می‌توانند برای کسب و کارها اثربخش باشند.



# چرا SEO ؟



امروزه نیاز به بازاریابی چند کاناله داریم، چون عصر حاضر، انقلاب توجه است.

# تاریخچه موتورهای جستجو

- موتور جستجو از حدود ۵۰ سال پیش به وجود آمدند.
- آنها وظیفه یافتن محتوای مدنظر کاربر را داشتند.
- موتور جستجو وب عمری ۲۰ ساله دارند
  - یاهو، گوگل، بینگ
- هدف موتور جستجو: ارائه نزدیکترین گزینه به پرسش یا سوال مخاطب است
  - موتورهای جستجو به تجربه پی بردند که اگر نتیجه مناسبی را به مخاطب نمایش دهند، کاربر مجدد به سراغ آنها بر میگردد و این ترافیک به موتور جستجو می‌تونه برای آنها یک منبع درآمد باشد.
  - بازاریاب‌ها نیز به مرور زمان متوجه شدند که با کمک تکنیک‌های خاصی و با استفاده از کلمات کلیدی که کاربران جستجو می‌کنند، می‌توانند به معرفی برند، محصول یا خدمات خود بپردازند و از طریق موتور جستجو (گوگل) به فروش برسند.

# مشکلات جدید

---



اسپمرها

الگوریتم‌های گوگل





# گوگل چطور کار می کند؟

- انتشار مقاله، محصول یا تصویر
- خزش ربات های گوگل (Crawler)
- ایندکس کردن
- رنک بندی



# انواع سئو

---

- سئو داخلی (On-page) •
- سئو خارجی (Off-page) •
- سئو تکنیکال (Technical SEO) •
- سئو کلاه سفید ▶
- سئو کلاه سیاه ▶
- سئو کلاه خاکستری ▶

## ۳. تعیین معیارهایی برای ارزیابی عملکرد وبلاگ

---

- وبلاگ خود را بسنجید، قبل از اینکه دیر شود و مخاطبان خود را از دست بدهید....
- سنج‌های کلیدی یا **Key Metrics** معیارهایی هستند که به ما نشان می‌دهند که آیا یک فعالیت در مسیر درستی قرار گرفته است یا نه!
- وبلاگ‌نویسی در فضای آنلاین نیز دارای پارامترهایی هست که باید با دقت مورد بررسی و رصد قرار گیرند تا کارآیی بازاریابی محتوایی به حداکثر خود برسد.

۲۰ سنجه مهم برای هر وبلاگنویسی



- |     |  |      |   |
|-----|--|------|---|
| (۱) | بازدید کلی از یک وبلاگ                   | (۶)  | میانگین بازدید از پست‌ها                    |
| (۲) | منابع ترافیک ورودی به یک وبلاگ           | (۷)  | میانگین لینک دریافتی برای هر پست            |
| (۳) | نرخ بازدید از صفحه اصلی یک وبلاگ         | (۸)  | میانگین نظرات برای هر پست                   |
| (۴) | تعداد پست‌های انتشار یافته در یک مدت (۹) |      | نرخ اشتراک گذاری یک پست در شبکه‌های اجتماعی |
| (۵) | پست‌های برتر وبلاگ                       |      | زمان معین                                   |
|     |  | (۱۰) | نرخ جذب مشتری جدید                          |

# مهم در وبلاگنویسی

# ادامه سنج‌های کلیدی

(۱۱) شناسایی منابع ارجاع‌دهنده به وبلاگ

(۲۱) پست‌های برتر از لحاظ جذب مشتری

(۳۱) نرخ کلیک یا همان CTR

(۴۱) جایگاه کلمات کلیدی مهم برای یک وبلاگ در نتایج SERP گوگل

(۵۱) نرخ پرش

(۶۱) مدت زمان حضور در وبلاگ

(۷۱) رصد ترافیک بازگشتی

(۸۱) رتبه الکسا

(۹۱) اعتبار دامنه و اعتبار صفحه

(۱۰۲) نرخ مشترکان فعال خبرنامه یک وبلاگ

