



## ۱۰ نکته برای تولید محتوای عالی

در تولید محتوا، خوب بودن به معنای متوسط بودن است. اگر می‌خواهید محتوایی عالی تولید کنید، به ۱۰ مورد زیر توجه کنید. آیا عاشق تولید محتوای خوب هستید؟ امیدوارم این‌طور نباشد. در عصر جدید، این رویکرد برای تولید محتوا وحشتناک است.

چرا؟

- واژه «خوب» آن قدر مبهم است که هیچ فایده‌ای ندارد.
- شما را به اشتباه می‌اندازد.
- خودتان نمی‌توانید خوب بودن محتوا را تعیین کنید، این کار وظیفه خوانندگان است.

هرکس که مدتی در این کار بوده می‌داند که فشردن دکمه انتشار محتوایی که به نظر خودش خوب است، چقدر ترسناک است، زیرا ممکن است مورد حمله خوانندگان

قرار گیرد یا حتی آن را به کل نادیده بگیرند و سراغ مطالب مشابه بروند. امروزه، محتوای خوب فقط به این خاطر شکست می‌خورد که دلیل محکمی برای سر زدن به سایت و خواندن محتوایتان به مردم نمی‌دهید. تولید محتوای «خوب» دیگر ارزشی ندارد. پس باید به جای آنچه تولید کنید؟ برای یافتن پاسخ این سوال ادامه مطلب را بخوانید.

## اگر همه محتوای خوب تولید کنند . . .

مدت‌های طولانی، تولیدکنندگان محتوا و وبلاگ‌های سئو معتقد بودند تولید محتوای «خوب» بهترین روش برای بهبود جایگاهتان در نتایج موتورهای جستجو است. این توصیه مدت‌ها توصیه فوق‌العاده‌ای بود.

اگر سابقه استفاده از اینترنت را مرور کنید، یادتان می‌آید که زمانی گوگل پر از محتوای کم‌حجم و بی‌کیفیت بود که هدفی به جز کسب رتبه بهتر در نتایج جستجو نداشتند و ارزش واقعی به خوانندگان ارائه نمی‌کردند. حتی خود گوگل هم در بخش راهنمای تولید محتوا، چنین توصیه‌ای به سایت‌ها می‌کرد.

با این وجود، به لطف تلاش‌های گوگل در مجازات محتوای بد و تشویق محتوای خوب، محتوای خوب دیگر کمیاب نیست. به علاوه، همه فهمیده‌اند که تولید محتوای باکیفیت و مشتری‌مدار نتیجه بهتری در طولانی‌مدت دارد. با این حال، این موضوع در سال ۲۰۲۰ مشکل بزرگی برای تولیدکنندگان محتوا ایجاد کرده است.

بر اساس آمار سایت وورلدومیترز، در یک روز بیش از ۸۰۰ هزار پست وبلاگی منتشر می‌شود (می‌توانید آمار مربوط به خودتان را در سایت ticker ببینید) که قطعاً همه آن‌ها خوب نیستند؛ اما حتی اگر یک‌چهارم آن‌ها یعنی ۲۰۰ هزار پست هم خوب باشند، به این معنی است که محتوای شما در دریایی عظیم از محتواهای خوب غرق می‌شود. به عبارت دیگر، خوب بودن در عصر حاضر معادل با متوسط بودن است و هیچ‌کس فقط با متوسط بودن به مزیت رقابتی نمی‌رسد. پس، در چنین شرایطی باید

چه کنید؟

پاسخ واضح است: به محتوای عالی نیاز دارید.

محتوای عالی فقط پست‌های وبلاگی جذاب‌تر و خوش‌فکرتر نیست. الان سال ۲۰۲۰ است و دقیقا می‌دانیم که گوگل و خوانندگان از ما چه می‌خواهند. با انجام ۱۰ روش زیر از تولید محتوای خوب فراتر روید و عالی شوید.

## ۱. محتوای درست

در عصر اطلاعات غلط، باید با ارائه اطلاعات درست برجسته شوید. شما ساعت‌ها یا روزها از وقتتان را صرف تهیه یک مقاله می‌کنید، اما اگر این پست به دلیل انتشار اطلاعات نادرست در رسانه‌های اجتماعی معروف شود، هیچ فایده‌ای برایتان ندارد. آن بدتر، محتوای نادرست اعتبار شما در صنعت را از بین می‌برد، به‌خصوص اگر رقبا متوجه آن شوند. پس چگونه تا حد ممکن محتوای درست ارائه کنیم؟ می‌توانید از دو روش آسان و معتبر زیر استفاده کنید:

- **حقایق و اطلاعاتی که در دست دارید را بررسی کنید.** همیشه صحت اطلاعات، آمار، ادعاها یا نقل‌قول‌هایی که در دسترس دارید را بررسی کنید. دو سایت FactCheck و Snopes برای این بررسی عالی هستند.
- **محتوای قدیمی را دوباره بازبینی کنید.** فقط به این دلیل که چیزی اکنون درست است، به این معنی نیست که چند سال دیگر هم درست باشد. هر چیزی تغییر می‌کند، پس محتوایتان را به‌روز کنید.

## ۲. محتوای جامع

گوگل و خوانندگان محتوای جامع را دوست دارند؛ یعنی محتوایی که به همه سوال‌هایشان (حتی سوال‌هایی که خودشان هم نمی‌دانند) پاسخ دهد. بر اساس

آمار سایت هاب‌اسپات، پست ایده‌آل برای سئو بین ۲۱۰۰ تا ۲۴۰۰ کلمه است و خواندن آن برای یک فرد بزرگسال، حدود ۷ تا ۸ دقیقه طول می‌کشد.

تحقیق ما هم نشان داد که محتوایی با طول ۱۰۰۰ تا ۲۰۰۰ کلمه بهترین است، زیرا محتوای جامع به معنی محتوای طولانی نیست. تلاش برای افزایش طول محتوا، روشی اشتباه برای کسب برتری نسبت به رقبا است.

مردم دنبال تعداد کلمات نیستند؛ مثلاً نمی‌خواهند قبل از خواندن دستور پخت یک غذا، سرگذشت سگ محبوب رئیس برادرزاده‌ی بهترین دوست مادر بزرگتان را بخوانند. اجازه دهید خود محتوا طول و تعداد کلماتش را مشخص کند.

### ۳. محتوای معتبر

آیا محتوای تخصصی، معتبر و قابل‌اعتماد ارائه می‌دهید؟ اگر پاسخ مثبت است، گوگل و خوانندگان، آن را تشخیص می‌دهند. مفهوم ای.ای.تی یا تخصص، اعتبار و اعتمادسازی، ۱۳۵ بار در دستورالعمل‌های کیفی جستجو در گوگل ذکر شده است.

برای کسب اعتبار باید تخصص خود را در موضوع خاصی نشان دهید. آیا در حوزه کاری خود، متخصص قابل‌هستید؟ یا اگر خودتان نویسنده محتوا نیستید (اگر نویسنده نیستید، حتماً این مسئولیت را به دیگران واگذار کنید)، آیا تولیدکننده محتوایتان کارشناس قابل‌است؟

تخصصی و ارزشمند بودن محتوا و نویسنده آن، دو موردی است که از نظر ارزیاب‌های کیفیت دور نمی‌ماند، پس با ارائه اطلاعات ارزشمند این کار را برایشان آسان کنید. با چند روش می‌توانید مهارت نویسنده‌تان در یک حوزه را نشان دهید. پیشنهاد می‌کنم برای تولیدکنندگان محتوای شرکت یک صفحه بیوگرافی نویسنده‌گان ایجاد کنید که شامل موارد زیر است:

• تصویر نویسنده

- لینک دسترسی به او در رسانه‌های اجتماعی
- اشاره به جوایز و موفقیت‌های او
- اشاره به حوزه‌های تخصصی فعالیت و سوابق و تجربیات او

## ۴. محتوای جذاب

یک صفت دیگر هم زیاد مورد استفاده قرار می‌گیرد: **جذاب**. در دنیای نوشتار آنلاین، واژه جذاب فقط به معنی گیرا و بامزه نیست. بعضی استادان نگارش توصیه می‌کنند شیوه خاصی برای نوشتن داشته باشید، اما واقعیت این است که وقتی صحبت از تولید محتوا به میان می‌آید، جذابیت تعریف دیگری پیدا می‌کند:

محتوای جذاب محتوایی است که باعث شود خوانندگان بی‌چون‌وچرا مطابق اطلاعات آن عمل کنند؛ مثلاً آن را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند، از فروشگاه فیزیکی شما بازدید کنند یا در سایتتان عضو شوند. جذابیت محتوا بیشتر وابسته به نکات فنی است تا نکات نگارشی. برای جذاب کردن محتوا موارد زیر را انجام دهید:

- **استفاده از عنوان.** عنوان‌ها محتوا را بر اساس موضوع به قسمت‌های مختلف تقسیم می‌کنند و خواندن آن آسان‌تر می‌شود.
- **انتقال اطلاعات با تصاویر.** من این روش را برای نشان دادن مفاهیم یا بیان آمار دوست دارم. هیچ‌کس دوست ندارد فهرستی طولانی از اعداد را بخواند، اما اینفوگرافیک‌ها واقعا جذاب هستند.
- **کوتاه و ساده کردن متن.** از جمله‌های کوتاه، پاراگراف‌های کوتاه و توضیحات کوتاه استفاده کنید که مستقیماً به موضوع اصلی اشاره می‌کنند.
- **استفاده از نکات موردی.** کاربرها می‌توانند برای درک کلیت موضوع فقط این نکات موردی را بخوانند یا کل مطلب را مطالعه کنند.
- **کاهش موانع برای رفتن به مرحله بعد.** درخواست خود از مشتری را شفاف اعلام کنید. دکمه دسترسی خوانندگان به صفحاتتان در شبکه‌های اجتماعی را برجسته

کنید و کادر عضویت در سایتتان را در همان صفحه قرار دهید.

## ۵. محتوای آموزنده

خوانندگان برای کسب اطلاعات سراغ شما می‌آیند، پس این اطلاعات را در اختیارشان قرار دهید! هر محتوایی که تولید می‌کنید باید چیزی به آن‌ها بیاموزد. با رعایت موارد زیر محتوایتان را تا حد ممکن آموزنده کنید:

- یک عنوان خاص و توصیفی بنویسید که به خوانندگان بگوید دقیقاً قرار است چه چیزی از آن محتوا دریافت کنند.
- اول پاسخی که می‌خواهند را در اختیارشان قرار دهید و بعد سراغ جزئیات بروید.
- به سوالشان مستقیم پاسخ دهید و موضوع را نیچانید.

## ۶. محتوای اختصاصی

بعضی اوقات، محتوای کوتاه و دقیق بهترین محتوا است؛ یعنی خواننده سوال مشخصی دارد و پاسخ مشخصی می‌خواهد. به این ترتیب، اگر بتوانید پاسخی دقیق‌تر از رقبا به او ارائه دهید، محتوایتان رتبه بهتری در نتایج موتورهای جستجو پیدا می‌کند. محتواهایی که بهتر است به جای طولانی بودن، کاملاً اختصاصی باشند، عبارت‌اند از:

- سوالات متداول (FAQ)
- آموزش‌ها یا مقالات مربوط به «روش انجام کارها»
- صفحات فرود
- صفحات معرفی محصول
- راهنمای سایت (نقشه‌های سایت، اطلاعات تماس سایت و غیره).

## ۷. محتوای منحصر به فرد

تقلید باعث برتری شما نسبت به رقبا نمی‌شود؛ حتی می‌تواند به شما آسیب برساند، به خصوص اگر تلاشتان برای تقلید موفقیت‌آمیز نباشد. پس، محتوای منحصر به فرد تولید کنید. اگر این کار برایتان سخت است:

- **به برندتان رجوع کنید.** لحن، شیوه و دیدگاه منحصر به فرد شما چیست؟
- **ویژگی برجسته خودتان را مشخص کنید.** چه چیزی ارائه می‌دهید که رقبا ارائه نمی‌دهند؟
- **خودتان درباره آن موضوع تحقیق کنید.** با توجه به تجربه‌هایی که در صنعت خود دارید، می‌توانید چه دیدگاه جدیدی ارائه دهید؟

## ۸. محتوای مفید

گوگل کلمه «مفید» را دوست دارد. این شرکت در بیانیه مأموریت خود، چهار بار از این واژه استفاده کرده است. برای تولید محتوای مفید، به کاربردهای آن فکر کنید. همیشه باید به این سوال پاسخ دهید که «این محتوا در دستیابی به چه هدفی کمک می‌کند؟» اگر نمی‌توانید به این سوال پاسخ دهید، اصلاً نباید آن محتوا را تولید کنید.

## ۹. محتوای ارزشمند

محتوای ارزشمند هسته اصلی بازاریابی محتوا است. وظیفه شما ارائه محتوایی است که زندگی خوانندگان را غنی‌تر کند، بدون اینکه مجبور به پرداخت چیزی در ازای آن باشند. با تولید محتوای ارزشمند از نظر خوانندگان، به آن‌ها نشان می‌دهید که به خودشان و خوشحالی‌شان اهمیت می‌دهید. محتوای ارزشمند شکل‌های مختلفی

دارد. درکل، محتوایی ارزشمند است که:

- مشکلی را حل کند (نه فقط فایده محصول شما برای حل آن مشکل را تبلیغ کند).
- مهارتی را به خواننده بیاموزد.
- در وقت یا هزینه خواننده صرفه جویی کند.
- دانش یا بینشی به خواننده بدهد.
- منابعی در اختیار خواننده بگذارد.

همیشه از خود بپرسید: این محتوا چگونه زندگی خوانندگان را بهتر می‌کند؟ اگر نمی‌توانید به این سوال پاسخ دهید، دوباره به همه موارد فکر کنید و راهی برای ارزشمند کردن محتوا پیدا کنید.

## ۱۰. محتوای باکیفیت

اگر همه ۹ مورد بالا را انجام داده باشید، به مورد آخر یعنی محتوای باکیفیت می‌رسید. اما اول بیایید تعریف گوگل از واژه «باکیفیت» را بررسی کنیم. وقتی صحبت از کیفیت می‌شود، گوگل چیزی فراتر از نوشته‌های صفحه‌تان را بررسی می‌کند. این موتور جستجو، طراحی و جنبه‌های فنی سایت شما را هم در نظر می‌گیرد. همچنین می‌خواهد مطمئن شود:

- اطلاعاتی که بازدیدکنندگان سایتتان در جستجوی آن هستند، به وضوح در سایت، به خصوص در صفحه خانه نمایش داده شده باشد.
- سایت‌های دیگر به سایت شما لینک داده باشند.
- سایتتان در دسترس باشد، ساختار لینک‌دهی منطقی داشته باشد و با موبایل هم قابل بازدید باشد.
- تصویرهایتان متن توضیحی (alt) هم داشته باشد.
- محتوای هر صفحه سایت منحصر به فرد باشد، نه اینکه یک مطلب را در همه

صفحات کپی پیست کرده باشید.

[message\_box text\_color="light]

### **خلاصه: یا عالی شوید یا از این کار دست بکشید**

محتوای خوب خسته کننده است. امروزه باید محتوای عالی تولید کنید؛ یعنی محتوایی که اطلاع رسان و هیجان آور است و زندگی خوانندگان را غنی تر می کند. یادتان باشد لازم نیست ۱۰ یا ۱۰۰ برابر بهتر از رقبا باشید. حتی لازم نیست از فن معروف مگاپست و مقالات خیلی طولانی استفاده کنید. فقط باید از شرایط فعلی حتی به اندازه یک گام فراتر روید.

پس پیش بروید، محتوای عالی تولید کنید و برندگان را موفق کنید.

[message\_box/]