



چگونه یک بازاریاب محتوای کارآفرین باشیم؟

یکی از بزرگ‌ترین اشتباهات بازاریابان محتوای شکست‌خورده، تمرکز بر نتیجه است نه استراتژی. وبلاگ نویس برای وبلاگ پست تولید می‌کند حال آنکه بازاریاب محتوا برای یک کسب‌وکار بازاریابی می‌کند.

برای آنکه یک بازاریاب محتوای عالی باشید باید رویکردتان کارآفرینانه باشد. اکثر مردم گمان می‌کنند کارآفرینان به دنبال خلاءهای موجود در بازار گشته و آن‌ها را پر می‌کنند. من معتقدم موفق‌ترین آن‌ها سراغ بازارهای موجود رفته و پیشنهادهای منحصر به فردی ارائه می‌کنند.

در بیشتر موارد، کارآفرینان با چیزی بهتر وارد فضایی از قبل موجود شده و با ایجاد تمایز لازم، جلب توجه می‌کنند. این دقیقا همان کاری است که بهترین تولیدکنندگان محتوای دنیا نیز انجام می‌دهند.

آن‌ها صرفاً به تولید محتوا نمی‌پردازند. در عوض، برای گروه مشخصی از مردم، با رویکرد منحصر به فرد به نحوی که جلب توجه کند محتوا تولید می‌کنند. به خاطر داشته

باشید، شما دنبال چیزی هستید که با انجام متفاوت آن، محتوایی تولید شود که مشتریانان به آن اهمیت داده و در موردش صحبت کنند. این وجه تمایز برای بازاریابان محتوا بهترین فرصت است.

در زیر چند استراتژی برای بازاریاب محتوا آورده شده است:

۱. در مورد محتوا، شخصی عمل کنید

این، یک راهبرد برای اعتمادسازی در بلندمدت است. محتوا را تحت نام خودتان بنویسید، عکس خودتان را اضافه کرده و بیان خودمانی (بدون استفاده از اصطلاحات و عبارات نامفهوم) به کار ببرید. مشتریان عاشق این نکات هستند؛ چون این حس را در آن‌ها ایجاد می‌کند که در حال گفتگوی مستقیم با صاحب کسب‌وکار هستند.

۲. این کار را با تحقیر کردن رقبایان انجام ندهید

دست انداختن دیگران، اعتمادسازی نمی‌کند. وظیفه آموزش مشتری‌ها را به عهده گرفته و بپذیرید که آن‌ها هستند که درباره بهتر بودن شما از رقبایان قضاوت می‌کنند.

۳. بهترین محتوایان را در قالب کتاب الکترونیکی یا مجموعه‌ای از منابع قابل دانلود برای ارائه به روش ثبت‌نام ایمیلی، گردآوری کند

چنین محتوایی برای برقراری ارتباط با مشتریان از طریق ایمیل، خیلی خوب جواب می‌دهد. بنابراین وقتی مخاطبان از طریق ایمیل درخواست دریافت کتاب الکترونیکی کردند، آن موقع است که می‌توانید ارتباطات منظم با آن‌ها را شروع کنید.

در نتیجه، زمانی که آمادگی‌اش را دارند شما اولین کسی خواهید بود که به ذهنشان

خواهد رسید.

۴. شخصا در جامعه مخاطبانتان، شبکه‌های اجتماعی یا تالارهای گفتگو فعال باشید

این نوع محتوا برای آغاز، نیاز به کمی هل دادن دارد. باید در جامعه مخاطبان به صورت یک فرد کمک‌کننده - که ظاهر می‌شود تا اطلاعات بدهد - حضور یابید.

این فرآیند واقعا با مفید بودن اتفاق می‌افتد. با گذشت زمان مردم این را درک خواهند کرد. می‌توانید آن‌ها را به وبسایت ارجاع دهید و از آن‌ها بخواهید اگر محتوا به نظرشان مفید است آن را با دیگران به اشتراک بگذارند. بدین ترتیب گوگل به تدریج در خواهد یافت که وبسایت شما در آن موضوع، معتبر است.

به خاطر داشته باشید که این پیشرفته‌ترین راهبرد تولید محتوا نیست. اگر این روش برای شما جواب می‌دهد، بسیار خوب است؛ اما اگر رقابت بالا گرفت، برای نوآوری به هوش و آماده باشید. این استراتژی پیش‌پاافتاده و قابل کپی کردن است.

["message_box text_color="light]

منبع: کتاب «ماشین محتوا»

نویسنده: دن نوریس با پیشگفتاری از نیل پاتل

ناشر: تهران

ترجمه: علیرضا دهقانی

[message_box/]