



۴ استراتژی برای استفاده مجدد از محتوا

استفاده مجدد، عمل تبدیل یک بخش از محتوا به فرمت‌های مختلف است. برخی معتقدند که استفاده مجدد باعث کندی در حرکت می‌شود، اما این حقیقت ندارد. محتوای خود را مورد استفاده مجدد قرار دهید تا توجهات بیشتری را به سمت وبسایت خود جذب کنید.

استفاده مجدد بسیار کاربردی است، زیرا افراد اطلاعات را به شیوه‌ای متفاوت دریافت می‌کنند. من شاهد هستم که کسب‌وکارها تمام‌وقت فقط روی پست‌های وبلاگ کار می‌کنند که عالی است؛ اما آن‌ها فرصت پول درآوردن را از دست می‌دهند، چراکه رسانه‌های زیادی هستند که می‌توان از آن‌ها نیز برای جلب مشتری استفاده کرد.

استراتژی ۴ مرحله‌ای زیر برای استفاده مجدد از محتوا بسیار کاربردی است. این استراتژی به شما امکان می‌دهد میزان دسترس‌پذیری خود را ۴ برابر افزایش دهید و مطمئن شوید که محتوای شما همواره با پلتفرم‌های اجتماعی متعدد امروزی همگام است.

۱. تصاویر گرافیکی
۲. ارائه کنفرانس
۳. ویدیو
۴. پادکست

تصاویر گرافیکی

ویژگی مهمی که تصاویر به آن نیاز دارند این است که، باید در شبکه‌های اجتماعی قابل اشتراک باشند؛ به‌گونه‌ای که اگر تصویر را از مقاله خارج کنید، برای افرادی که پست شما را نخوانده‌اند معنی‌دار باشد.

تصاویری که بارها به اشتراک گذاشته می‌شود، بازدیدکنندگان زیادی را به مقاله شما می‌آورند. بهترین سناریو این است که اگر یک اینفلوئنسر تصویر شما را توییت کند، میزان ترافیک شما به‌سرعت افزایش می‌یابد؟

این امر همچنین در ایجاد بک لینک معجزه می‌کند. تمام شرکت‌ها برای تهیه تصاویر گرافیکی خود طراح داخلی ندارد. بنابراین، منطقی‌ترین کار این است که از تصاویر وبسایت‌های دیگر الگوبرداری کنید. شما می‌خواهید شبیه آن وبسایت باشید.

هر تصویری که استفاده می‌کنید، باید با دو هدف انجام شود:

۱. باید در پست شما جایگذاری شود.
۲. باید بتواند در کانال‌های شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شود.

۴ مرحله ساده برای دستیابی به این دو هدف

۱. مطمئن شوید اطلاعات شما قابل تجسم هستند

به‌عنوان یک قاعده کلی، خوانندگان شما باید فقط با مشاهده تصویر گرافیکی،

اطلاعات ارائه شده را درک کنند. به آن‌ها نشان دهید، نه اینکه بگویید. اگر لازم باشد آن‌ها برای درک وضعیت تحقیقات بیشتری انجام دهند، پس تصویر گرافیکی شما در وظیفه خود شکست خورده است. بهترین نوع اطلاعاتی که می‌توان به تصویر کشید، عبارتند از:

- اطلاعات آماری شامل اعداد یا درصدها
- مقایسه بین محصولات یا خدمات
- نقل قول‌ها
- جدول زمانی با رویدادها

۲. یک نوع گرافیک مناسب انتخاب کنید

اگرچه به راحتی می‌توان همه چیز را در نمودارهای میله‌ای یا دایره‌ای دسته‌بندی کرد، اما شما باید موارد زیر را در نظر بگیرید:

- آیا این نوع گرافیک به خوانندگان من کمک می‌کند اطلاعات را به راحتی درک کنند؟
- آیا ایجاد این نوع گرافیک آسان است؟

برای اطلاعات عددی و مقایسه بین جدول‌های زمانی، محصولات یا رویدادهای مختلف مناسب هستند. اگر می‌خواهید یک مفهوم را ساده کنید یا یک داستان را بگویید، از اینفوگرافیک استفاده کنید. مزیت اینفوگرافیک این است که به اندازه کافی طولانی هستند و می‌توانید با حفظ تعادل بین گرافیک و متن، محتوای بیشتری ارائه دهید.

اگر اینفوگرافیک متناسب با ایده‌های شما نیست، می‌توانید از راهنماها و دستورالعمل‌ها استفاده کنید.

۳. تصاویر بصری ایجاد کنید

سعی کنید برای تصاویر گرافیکی خود یک طرح ثابت داشته باشید. در حالت ایده‌آل رنگ‌ها و سبکی که استفاده می‌کنید باید با برند تجاری شما همسو باشند.

برای تولید تصاویر گرافیکی خود به تصاویر گوگل متکی نباشید. روی عکس‌های باکیفیت بالا سرمایه‌گذاری کنید. اگر تیم طراحی ندارید، فریلنسر استخدام کنید تا این کار را برایتان انجام دهد.

به خاطر داشته باشید که ابعاد تصاویر گرافیکی شما برای هر پلتفرم شبکه‌های اجتماعی متفاوت است، بنابراین قبل از بارگذاری، حتما اندازه تصاویر خود را تغییر دهید.

۴. در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید

مرحله آخر، شامل متن یک پست اجتماعی است که به همراه تصاویر گرافیکی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این شبیه نوشتن عناوین است؛ یعنی آن را آن قدر جالب توجه کنید، که بینندگان پس از جذب شدن به تصویر، بخواهند پست شما را بخوانند.

ارائه‌های کنفرانسی

پربازدیدترین ارائه‌های کنفرانسی (Presentations) در SlideShare به راحتی ده‌ها هزار بازدید برای سازندگان مربوطه ایجاد می‌کند. مردم از SlideShare به عنوان منبعی برای مقالات استفاده می‌کنند که به معنی بک لینک‌های بیشتر است. اگر دانشگاهی مطالعه‌ای را با استفاده از ارائه شما به عنوان مرجع منتشر کند، می‌توانید خوش‌شانس باشید و بک لینک نصیبتان شود.

ایجاد اسلایدهای موثر واقعا ساده است، چون شما قبلا پست وبلاگ را آماده کرده‌اید:

۱. یک الگوی ارائه ایجاد کنید

مانند تصاویر گرافیکی، مطمئن شوید که تمام ارائه‌های شما از یک الگوی متناسب با برند تجاری شرکتتان پیروی می‌کنند. شما می‌توانید از پاورپوینت استفاده کنید. باین‌حال، Google Docs، استاندارد صنعت امروزی است.

داشتن یک الگو همچنین از تکرار کار جلوگیری می‌کند؛ زیرا می‌توانید از آن برای اسلایدهای بعدی استفاده مجدد کنید. بهترین الگوها دارای فونت‌های آسان و طرح‌های ساده هستند و یک سلسله‌مراتب محتوای شفاف را به کار می‌گیرند که باعث حرکت روان ارائه شما از مقدمه به اسلاید پایانی می‌شود.

۲. متن ارائه خود را ایجاد و اصلاح کنید

نکات کلیدی را از پست وبلاگ خود استخراج کرده و آن‌ها را خلاصه کنید. اسلایدهای شما نباید طولانی باشند، بنابراین تا جای ممکن از محورهای کلیدی استفاده کنید. جملات خوب هستند اما آن‌ها را کوتاه و ساده نگه دارید. از اصطلاحات عجیب و غریب و واژه‌ها یا عبارات مبهم خودداری کنید، زیرا خوانندگان نمی‌خواهند مقاله را بخوانند، بلکه می‌خواهند هرچه زودتر به نکات و ایده‌های کلیدی دست یابند.

۳. برای تکمیل ارائه خود از تصاویر گرافیکی استفاده کنید

در ارائه‌های جذاب و تعاملی، یک تعادل عالی بین تصاویر و متن برقرار است. شما باید بعد از هر ۲-۳ اسلاید یک تصویر داشته باشید تا در ارائه وقفه ایجاد شود و باعث شود خوانندگان بیشتر توجه کنند. برای تأکید بر نکات کلیدی باید از تصاویر استفاده شود.

تصاویر همچنین شامل درج لوگو شرکت شما در هر اسلاید است. این امر به شما کمک می‌کند برندان ارتقا یافته و مردم از سرقت ادبی اسلایدهای شما منصرف شوند.

۴. در چندین پلتفرم به اشتراک بگذارید

شما علاوه بر SlideShare، می‌توانید از پلتفرم‌هایی مانند Scribd و Issuu برای

بارگذاری ارائه‌های خود استفاده کنید. قبل از بارگذاری، مطمئن شوید که کلمات کلیدی موردنظران در عنوان و نام فایل قرار داشته باشد.

همچنین باید یک توضیح جالب بنویسید تا بینندگان بدانند چه چیزی در انتظارشان است. تعداد زیادی از بارگذاری‌ها، هیچ توضیحی ندارد که این باعث بدتر شدن نرخ کلیک می‌شود. علاوه بر این، حتما لینک شرکت خود را در قسمت توضیحات بگذارید.

ویدیو

اکنون وقت آن است که از پست‌های وبلاگ، تصاویر گرافیکی و ارائه‌ها، به‌عنوان پایه‌ای برای ایجاد ویدیوهای جذاب استفاده کنید.

یوتیوب دومین موتور جستجو و سومین وبسایت محبوب در سراسر جهان است. هرماه نزدیک به ۲ میلیارد کاربر فعال دارد و ۶۸٪ از کاربران یوتیوب از آن به‌عنوان روشی برای کمک به خرید استفاده می‌کنند؛ یعنی دسترسی به بیش از ۱/۳ میلیارد خریدار!

ازآنجاکه یوتیوب متعلق به گوگل است، اگر افراد محتوای شما را دوست داشته باشند و مرتبط با جستجوهایشان باشد، می‌توانید به‌سرعت رتبه خود را بهبود دهید.

با این اوصاف، به همان اندازه مهم است که ویدیوهای خود را برای ۳ پلتفرم بزرگ دیگر نیز برنامه‌ریزی کنید، یعنی: فیسبوک، توییتر و اینستاگرام.

۱. پست وبلاگ خود را به یک اسکریپت تبدیل کنید

با محاوره‌ای کردن پست وبلاگ خود، آن را به یک اسکریپت تبدیل کنید. جملات را دوباره مرتب کنید تا به نظر برسد در حال گفتگو هستید.

چندین روش برای طبیعی‌تر کردن اسکریپت شما:

- بیشتر از من و تو استفاده کنید.
- از لحن دوستانه و غیررسمی استفاده کنید.

• جملات طولانی را تا جای ممکن کاهش دهید

۲. صفحه خود را ضبط کرده و روی آن صداگذاری کنید

اگر آنقدر اعتماد به نفس دارید که جلو دوربین صحبت کنید، پس انجامش دهید! نشان دادن خودتان یک مشخصه ویژه به شما می‌بخشد، به خصوص اگر ویدیوی مفیدی باشد و تولید آن هزینه بالایی نداشته باشد. اما اگر با قرار گرفتن در جلو دوربین راحت نیستند، ضبط صفحه‌نمایش می‌تواند یک راهکار خوب دیگر باشد. نرم‌افزارهایی مانند Camtasia و Screenflow به شما امکان می‌دهند صفحه و صدای خود را ضبط کنید.

۳. مقدمه، پایان و CTA خود را همراه با موضوع خود ضبط کنید

سعی کنید ویدیوهای خود را در حدود ۱۰ دقیقه نگه دارید. شما باید برای هر دو بخش مقدمه و پایان یک مکث کوتاه (۱۰ ثانیه‌ای) داشته باشید تا بینندگان متوجه این دو بخش شوند.

مقدمه و پایان باید مختصر باشند. درباره اینکه چه کسی هستید صحبت کنید، اینکه موضوع ویدیو چیست، در ویدیوهای آینده قرار است درباره چه موضوعاتی صحبت کنید و از بینندگان تشکر کنید - همین.

۴. در پلتفرم‌های اشتراک ویدیو توزیع کنید

عنوان و شرح ویدیوی شما باید شامل کلمات کلیدی هدف کسب‌وکارتان باشد. در کادر توضیحات ویدیوهای آپلود شده، لینک صفحات فرود وبسایت و پروفایل‌های شبکه‌های اجتماعی خود را قرار دهید.

پادکست

پادکست‌ها برای ارتقا محتوا و ایجاد روابط با مخاطبان عالی عمل می‌کنند، چراکه مانند ویدیو به شما یک مشخصه ویژه می‌بخشند. خوشبختانه شما مجبور نیستید برای ایجاد پادکست‌های جذاب یک سخنران حرفه‌ای

باشید. در واقع، اگر چندین ویدیو در چنته داشته باشید، نصف راه را رفته‌اید. نحوه استفاده مجدد از ویدیوها برای تهیه پادکست:

۱. کلیپ صوتی را از ویدیوهای خود استخراج کنید

آهنگ‌های صوتی ویدیوهای شما می‌توانند در قسمت‌های پادکست مورد استفاده مجدد قرار بگیرند. شما با تهیه ویدیو، به‌طور موثر دو دارایی بازاریابی به دست می‌آورید. این قضیه می‌تواند به‌صورت برعکس نیز باشد. یعنی می‌توانید پادکست‌ها را ضبط کرده و آن‌ها را در یوتیوب یا به‌عنوان ویدیو در وبسایت خود بارگذاری کنید.

۲. مقدمه، پایان و CTA را به موضوع اصلی خود اضافه کنید

طرح کلی پادکست شبیه تهیه ویدیو است، با این تفاوت که مقدمه و پایان شما باید یک آهنگ کوتاه باشد. پیشنهاد می‌کنم از یک آهنگ منحصر به فرد استفاده کنید تا شنوندگان بتوانند آن را تشخیص دهند و به شما مرتبط بدانند.

۳. پادکست خود را توزیع کنید

استفاده از سرویس توزیع پادکست، باعث صرفه‌جویی در وقت می‌شود. شرکت‌هایی مانند Libsyn و BuZzsprout فقط از شما می‌خواهند قسمت‌های پادکست خود را در پلتفرم آن‌ها بارگذاری کنید و آن‌ها به‌طور خودکار پادکست شما را در مکان‌هایی مانند Spotify و iTunes پخش می‌کنند.

["message_box text_color="light]

منبع: کتاب «طرح یک صفحه‌ای بازاریابی محتوا»

نویسنده: پرافول شارما

ناشر: سخن گستر

ترجمه: ساسان جعفرنیا و بهاره قاسمی

[message_box/]