



## بازاریابی محتوا بهتر است یا تبلیغات پولی؟

بازاریابی محتوا یک انتخاب مقرون به صرفه برای هر شرکتی است و به ویژه برای افزایش مخاطبان بسیار مناسب است. تبلیغات پولی هم نتایج کوتاه مدت خوبی دارد، اما پس از پایان کمپین تبلیغاتی، شرکت باید دوباره همه کارها را از اول شروع کند.

استفاده از هر روش به نوع کسب و کارتان بستگی دارد. اگر در صنعت B2C هستید، به احتمال زیاد مشتریان محصولات و خدمات شما را بدون هیچ کمک بازاریابی پیدا می کنند، زیرا از قبل موارد مورد نیازشان را جستجو کرده اند، اما اگر در صنعت B2B هستید که مشتری کمی دارید یا اصلاً مشتری ندارید، بازاریابی محتوا راهی موثر برای معرفی برندتان است. پس باید هر دو روش را ارزیابی کنید تا ببینید کدام بهترین نتایج را برایتان دارد.

## بازاریابی محتوا چیست و انواع آن کدام است؟

بازاریابی محتوا توزیع محتوا در پلتفرم‌های مختلف است و برندها با تولید محتوای ارزشمند و مرتبط سعی می‌کنند مشتریان را به محصول یا خدمتشان جذب کرده و نتایج مطلوبی کسب کنند. روش‌های مختلفی برای بازاریابی محتوا وجود دارد که می‌تواند در جذب و حفظ مخاطبان خاص به برند کمک کند.

### بازاریابی ایمیلی

بازاریابی ایمیلی محبوب‌ترین شکل بازاریابی محتوا است، همه‌جا در دسترس است و می‌توانید با پایگاه داده فعلی مشتریان شرکت هم از این روش استفاده کنید. اگر می‌خواهید کمپین ایمیلی موفق شود، آن ایمیل باید عنوان قانع‌کننده، دعوت به اقدام واضح و یک پیشنهاد قوی داشته باشد. مطالعه‌ای نشان داد که بازگشت سرمایه از بازاریابی ایمیلی ۴۲۰۰ درصد است، یعنی به ازای هر دلار خرج شده ۴۲ دلار بازگشت سرمایه دارد.

### وبلاگ‌ها

وبلاگ‌ها محبوب‌ترین روش برندها برای انتشار پیامشان در اینترنت هستند. همچنین وبلاگ می‌تواند با ارائه چیزی به مشتریان در ازای گرفتن ایمیل یا نام و آدرسشان یا در ازای شرکت کردنشان در وبینار، مانند آهنربای جذب علاقه‌مندان عمل می‌کند. وبلاگ ارتباط خوبی بین شرکت و مشتریان ایجاد می‌کند که در بلندمدت موثر است. مطالعه‌ای در سال ۲۰۱۸ نشان داد که وبلاگ HuffPost ماهانه ۱۴ میلیون دلار درآمد داشته است.

## عضویت در گروه‌ها

وقتی عضو گروهی می‌شوید، مردم راحت‌تر به برند یا پیشنهادتان اعتماد می‌کنند. عضویت در یک جامعه یا گروه خاص به شناساندن برند و برقراری ارتباط قوی با مشتریان کمک می‌کند. مثلاً با عضویت در گروه‌های فیس‌بوک و لینکدین، تبلیغات شفاهی برندتان به مخاطبان بیشتری می‌رسد و در نتیجه می‌توانید محتوای قابل‌اعتماد و معتبری تولید کنید.

## محتوای تصویری

محتوای تصویری نیز هر روز محبوب‌تر می‌شود، زیرا وقتی مردم در خانه روی مبل دراز کشیده‌اند و در فیدهای رسانه‌های اجتماعی یا سایت‌های خرید آنلاین جستجو می‌کنند، می‌توانید با این نوع محتوا به راحتی توجهشان را جلب کنید. محتوای تصویری جذاب است و فوراً توجه مشتری را جلب می‌کند.

## بازاریابی محتوا چه فایده‌ای برای کسب‌وکارتان دارد؟

بازاریابی محتوا به معنی تولید و اشتراک‌گذاری انواع محتوا برای جذب مشتری است و هدف آن آموزش به مشتریان احتمالی درباره یک محصول، خدمت یا کسب‌وکار است. تولید محتوا همچنان روشی محبوب در بازاریابی است و می‌تواند علاقه‌مندان تولید کند، ترافیک سایت را افزایش دهد، رتبه طبیعی سایت را بهبود بخشد، با ارائه محتوای عالی اعتماد ایجاد کند و در هر مرحله از چرخه خرید، ارزش واقعی به مشتریان ارائه دهد. تقاضا برای خدمات بازاریابی محتوا هر روز افزایش می‌یابد. یک مطالعه نشان داد که بیش از نیمی از بازاریابان مورد بررسی (۵۳ درصد) معتقدند درآمد شرکتشان پس از تمرکز بر بازاریابی محتوا افزایش یافته است.

## چالش‌ها

در دنیای پرشتاب بازاریابی، هر ثانیه مهم است و ارزش دارد. وبلاگ‌ها، پست‌های رسانه‌های اجتماعی و بازاریابی محتوا همگی راه‌های عالی برای دسترسی به مخاطبان هدف هستند. با این حال، تولید محتوای کافی و ایجاد تمایز به زمان و انرژی زیادی نیاز دارد. هر روز محتوای متنوعی به اشتراک گذاشته می‌شود. بنابراین، برجسته کردن محتوای خودتان بسیار دشوار است. اگر محتوای مشابهی در وب وجود داشته باشد یا محتوای شما ارزش کافی برای خوانندگان نداشته باشد، شاید در نتایج موتورهای جستجو ظاهر نشود. بازاریابی محتوا فقط وقتی موثر است که مخاطبان مناسب را در پلتفرم‌های مناسب هدف قرار دهد. باید به شخصیت خریداران، رفتارها، علایق و الگوی زندگی آن‌ها توجه کنید. اگر خود محتوا یا کانال توزیع آن برای مشتری مطلوب نباشد، بازاریابی محتوا بی‌نتیجه است.

## تبلیغات پولی چیست و انواع آن کدام است؟

کمپین‌های تبلیغات پولی راهی عالی برای تبلیغ محصولات و خدمات شرکت‌ها برای مخاطبان بیشتر است. راه‌های مختلفی برای تبلیغات پولی از جمله تبلیغات فیس‌بوک، تبلیغات یوتیوب، Google Ads و غیره وجود دارد. کمپین‌های پولی گران هستند، اما اگر درست مدیریت شوند بسیار موثرند. شرکت‌ها گزینه‌های مختلفی برای تبلیغات پولی دارند. یادتان باشد که هر گزینه مجموعه متفاوتی از مزایا و معایب دارد، بنابراین بهتر است قبل از انتخاب نوع مناسب تبلیغات نیازهای شرکتتان را در نظر بگیرید.

## Google Ads

Google Ads تبلیغات پولی ارائه می‌دهد که در نتایج جستجوی گوگل نمایش داده

می‌شود. همچنین شامل تبلیغاتی است که از طریق برنامه‌های Google AdSense و Display Network در سایر سایت‌ها ظاهر می‌شوند. کمپین‌های تبلیغاتی Google Ads یکی از محبوب‌ترین گزینه‌های تبلیغاتی برای کسب‌وکارها است. با استفاده از ابزار «نمایش تبلیغ» می‌توانید تبلیغ خود را در سایت‌های خاص مرتبط با مخاطبان هدف‌تان نمایش دهید. Google Ads فقط وقتی موثر است که یک سایت خوب با محتوای باکیفیت، صفحه فرود خوب و اطلاعات مرتبطی داشته باشید که مشتری دنبال آن است.

اگر وب‌سایتتان برای تبلیغات گوگل بهینه‌سازی نشده باشد، از کمپین تبلیغاتی خود نتیجه نمی‌گیرید. اگر صفحه فرود شما شامل اطلاعات نامربوط یا لینک‌هایی به سایت‌های دیگر باشد، پولتان را هدر می‌دهید. با وجود این‌که عوامل زیادی بر عملکرد یک کمپین تبلیغاتی گوگل اثر می‌گذارند، اما کیفیت محتوای صفحه فرود شما از هر چیز دیگری مهم‌تر است.

## پرداخت به ازای هر کلیک (PPC: Pay Per Click)

بازاریابی PPC یک مدل تبلیغات اینترنتی است که در آن تبلیغ‌کننده برای انتشار آگهی خود در یک وب‌سایت خاص پول می‌دهد. این بازاریابی انواع مختلفی دارد: مثل نمایش تبلیغات و هدف‌گیری مجدد بازدیدکنندگانی که خرید نکرده‌اند. بعضی شرکت‌ها این روش را ترجیح می‌دهند، زیرا در هر زمانی می‌توان آن را آغاز یا متوقف کرد، اما نقطه‌ضعفش این است که نسبت به سایر تبلیغات مانند Google Ads گران‌تر است. کسب‌وکارها معمولاً وقتی از روش PPC استفاده می‌کنند که دنبال نتایج فوری هستند، اما اگر دنبال نتایج بلندمدت هستید بهتر است از روش‌های دیگری مانند تبلیغات فیس‌بوک، توئیتر، لینکدین و اینستاگرام استفاده کنید.

## تبلیغ در رسانه‌های اجتماعی

بازاریابی رسانه‌های اجتماعی نوعی تبلیغ است که مشتریان را در رسانه‌های اجتماعی هدف قرار می‌دهد. تبلیغ در رسانه‌های اجتماعی مستقیم‌ترین راه تعامل و ارتباط با مخاطبان است. می‌توانید در انواع رسانه‌های اجتماعی مثل فیس‌بوک، اینستاگرام، لینکدین، توییتر و پینترست تبلیغ کنید.

تبلیغات فیس‌بوک و اینستاگرام نمونه‌ای از تبلیغات پولی برای مخاطبان بیشتر است. بهتر است محصولات و خدماتتان را در این پلتفرم‌ها بازاریابی کنید، زیرا راه سریع‌تری برای جذب علاقه‌مندان است. باین‌حال، فقط وقتی به نتایج خوب دست پیدا می‌کنید که اهداف شفاف تعیین کرده باشید و افراد مناسبی را هدف قرار داده باشید. مثلاً، اگر هدف تبلیغتان شناساندن برند باشد، شاید علاقه‌مندان زیادی را به صفحه فرود خود بکشانید، اما نتوانید آن‌ها را به خریدار تبدیل کنید. یک کسب‌وکار کوچک باید استراتژی خود در رسانه‌های اجتماعی را مشخص کند و مخاطبان مناسبی را هدف قرار دهد تا بتواند نتایج خوبی از تبلیغات پولی بگیرد.

## فایده تبلیغات پولی برای کسب‌وکارها چیست؟

تبلیغات پولی یک استراتژی موثر و مقرون‌به‌صرفه برای هدایت ترافیک به سایت است. می‌توان از آن برای شناساندن برند، ایجاد علاقه‌مندان، بزرگ کردن فهرست‌های ایمیلی یا افزایش تعامل در رسانه‌های اجتماعی استفاده کرد. تبلیغات پولی بهترین راه دستیابی به مشتریان احتمالی است. این نوع بازاریابی می‌تواند با افزایش تعداد فالوئرها، ترافیک و علاقه‌مندان، شرکتتان را معروف کند. همچنین این امکان را به شما می‌دهد که بازارهای خاص یا مکان‌های جغرافیایی خاص را هدف قرار دهید. اما هدف تبلیغات پولی فقط رساندن پیام شرکتتان به جهان نیست، بلکه دسترسی و فالوئرها را بیشتری به شما می‌دهد و منجر به افزایش ترافیک سایت و تبدیل بیشتر بازدیدکنندگان به خریدار می‌شود!

## چالش‌ها

تبلیغات پولی ابزاری موثر برای دسترسی سریع به حجم بزرگ‌تری از مخاطبان است، اما اگر شرکتی بیش‌ازاندازه به تبلیغات پولی متکی باشد، به‌اندازه کافی نمی‌فروشد، زیرا تبلیغات پولی باعث وفاداری مصرف‌کننده نمی‌شود. شاید این تبلیغات برای معرفی و شناساندن برند موثر باشد، اما نمی‌تواند مشتری احتمالی را برای خرید از شما قانع کند.

## بررسی اثربخشی تبلیغات پولی و بازاریابی محتوا

وقتی بودجه شرکت محدود است، باید درباره استفاده از انواع مختلف بازاریابی، خرج کردن پول و تبلیغ مناسب برای کسب بهترین نتیجه عاقلانه تصمیم بگیرید. پس موثرترین نوع بازاریابی کدام است؟ هر دو مورد مزایا و معایب خود را دارند.

تبلیغات پولی وقتی خوب است که کسب‌وکار نیاز دارد ترافیک بیشتری به صفحه فرودش هدایت کند. شاید تبلیغات پولی در ابتدا موثر به نظر برسد، اما باعث وفاداری مخاطبان نمی‌شود، اما یک استراتژی عالی برای افزایش سریع ترافیک و تبدیل بازدیدکننده به خریدار است. از سوی دیگر، استراتژی‌های سئو هم زمان‌بر است و شاید شرکت ماه‌ها پس از بهبود وب‌سایت نتایج خوب سئو را ببیند. پس، تبلیغات پولی یک استراتژی کوتاه‌مدت عالی است، اما برای شرکتی که به‌سرعت در حال رشد است، سئو نوعی سرمایه‌گذاری بلندمدت به حساب می‌آید.

از سوی دیگر، بازاریابی محتوا روشی کندتر اما بسیار موثر برای جذب مشتریان احتمالی است. با بازاریابی محتوا، اعتماد مشتریان را به دست می‌آورید، زیرا محتوا بیشتر خواننده را هدف قرار داده و راه‌حلی برای مشکل او ارائه می‌دهد و مانند تبلیغات پولی دنبال درآمدزایی نیست. مردم می‌توانند از شما بیاموزند، به سازمانتان اعتماد کنند، برندگان را تبلیغ کنند و در نهایت به مصرف‌کنندگان شما تبدیل شوند.

این فرایند را می‌توان با انواع بازاریابی محتوا مانند وبلاگ‌ها، ایمیل‌ها و عضویت در گروه‌ها انجام داد. به همین دلیل جذب ترافیک طبیعی، یک دارایی بی‌نظیر برای کسب‌وکارها است.

## کسب‌وکارهای کوچک باید کدام روش را انتخاب کنند؟

یک استراتژی محتوای عالی هم‌زمان به تبلیغات طبیعی و پولی توجه می‌کند، زیرا ترافیک سایت از انواع پلتفرم‌های پولی و طبیعی می‌آید. شاید مشتری بر اساس ترجیحات خود روی محتواهای مختلف صفحه شما کلیک کند. این محتوا می‌تواند تبلیغ پولی، پست وبلاگی یا محتوای تولیدشده توسط کاربر باشد. آن‌ها اول با برندتان آشنا می‌شوند و سپس اگر به دردشان بخورد، به شما مراجعه می‌کنند.

با این حال، اگر شرکتتان می‌خواهد در بلندمدت موفق باشد، بازاریابی محتوا گزینه بهتری است. بازاریابی محتوا یک استراتژی قدرتمند برای برندها است، اما فرآیندی دشوار و زمان‌بر است. به همین دلیل بسیاری از شرکت‌ها ترجیح می‌دهند بازاریابی محتوای خود را به یک متخصص برون‌سپاری کنند و خودشان آن را انجام ندهند. اگر بودجه بازاریابی دارید و می‌خواهید به موفقیت بلندمدت برسید، می‌توانید یک تبلیغ نویس ماهر استخدام کنید تا بازاریابی محتوا را برایتان انجام دهد.