



## ۵ گام برای تهیه چک لیست تولید محتوا

آیا می دانستید اگرچه ۹۳ درصد بازاریابان B۲B از بازاریابی محتوا استفاده می کنند، اما فقط ۴۲ درصد آن ها واقعا می دانند چه می کنند؟ یعنی بیش از نصف بازاریابان محتوا در تاریکی و ابهام، محتوا تولید می کنند. به نظر می رسد داشتن یک استراتژی محتوای دقیق، کلید موفقیت است. مطالعه ای نشان داد که بازاریابان B۲B که استراتژی محتوای دقیقی دارند، خود را در بازاریابی محتوا موثرتر از دیگران می دانند. پس، بازاریابانی که می خواهند در بازاریابی محتوا موفق شوند، باید برنامه روشنی در ذهن داشته باشند. ما یک چک لیست تولید محتوا طراحی کرده ایم تا مطمئن شوید همه موارد در جای درست خود قرار می گیرند. اگر می خواهید محتوای مفید و جذاب تولید کنید، ۵ گام زیر را انجام دهید.

**۱. به نتیجه نهایی فکر کنید: می خواهید با تولید محتوا به کجا**

## برسید؟

امیدوارید با تولید محتوا چه منفعتی برای کسب و کارتان به دست آورید؟ یادتان باشد رئیس اهمیتی نمی‌دهد که محتوایتان ویروسی می‌شود یا نه. بلکه فقط می‌خواهد بداند این محتوا چه ارزشی به کسب و کار اضافه می‌کند. آیا دنبال شناساندن برند هستید؟ یا می‌خواهید مشتریان علاقه‌مند را به تیم فروش معرفی کنید؟ اگر هدف خود از تولید محتوا را مشخص کنید، سایر گام‌ها خودبه‌خود مشخص می‌شوند.

## ۲. مشتری محور باشید: ببینید مشتریان دوست دارند چه مطالبی بخوانند

اگر در صنعت شیرینی هستید، نوشتن مقاله درباره غذاها انتخاب درستی نیست. محتوای شما باید تا حد ممکن به مشتریانتان ربط داشته باشد. یک راه سریع برای پیدا کردن موضوعات موردعلاقه مشتریان این است که ببینید رقبا درباره چه موضوعاتی مطلب می‌نویسند. چندین ابزار آنلاین برای این کار وجود دارد، اما Social Crawlytics یکی از بهترین ابزارها برای شناسایی محبوب‌ترین محتوای تولید شده توسط رقبا است.

## ۳. قالب محتوا را تعیین کنید: چه نوع محتوایی پیامتان را به بهترین شکل منتقل می‌کند؟

اسلایدها، اینفوگرافیک‌ها، مقالات طولانی و... از انواع گزینه‌ها هستند، اما توجه خوانندگان محدود است. ببینید کدام قالب محتوا پیام موردنظرتان را به جذاب‌ترین شکل ممکن ارائه می‌دهد.

## ۴. وقتی آن‌ها حضور دارند، شما هم حضور داشته باشید: کی باید محتوایتان را به اشتراک بگذارید؟

ما در دوره‌ای زندگی می‌کنیم که اطلاعات با سرعتی عجیب می‌آیند و می‌روند و احتمال زیادی وجود دارد که محتوای شما به راحتی میان سایر محتواهای مشابه گم شود. اگر می‌خواهید محتوایتان شانس برای جلب توجه خواننده داشته باشد، باید آن را به موقع ارسال کنید. به عبارت دیگر، باید بدانید مشتری چه زمانی آنلاین است یا چه زمانی وبلاگتان را مطالعه می‌کند. به نظر می‌رسد بهترین زمان ارسال پست در وبلاگ‌ها، صبح است. البته این زمان به نوع مخاطبانتان بستگی دارد. برای تعیین زمان‌های بهتر اشتراک‌گذاری پست‌ها از گوگل آنالیتیکس کمک بگیرید.

## ۵. پیامتان را ارسال کنید: محتوای خود را آزادانه تبلیغ و پخش کنید

انتظار نداشته باشید خوانندگان فقط به دلیل مطالب و محتوایی که پست کرده‌اید، سراغتان بیایند. فقط تولید محتوای عالی کافی نیست. تنها راهی که دیگران متوجه می‌شوند شما محتوای فوق‌العاده‌ای تولید می‌کنید این است که آن را به شکلی در اختیارشان قرار دهید و به آن‌ها معرفی کنید. محتوای خود را از طریق رسانه‌های اجتماعی، انجمن‌های آنلاین مرتبط یا سایت‌های بازاریابی کتاب و محتوا مانند Digg و StumbleUpon به مخاطبان معرفی کنید. حتی می‌توانید آن را در یک کمپین ایمیلی و به‌طور مستقیم برای مشتریانتان ارسال کنید! اگر خودتان برای خودتان تبلیغ نکنید، هیچ‌کس دیگری این کار را برایتان انجام نخواهد داد.