



چگونه مانند بلاگرها پست منتشر کنید؟

خیلی چیزها باید دست‌به‌دست هم بدهند تا بلاگی موفق شود؛ از چیدمانی با طراحی عالی گرفته تا ویجت‌های فنی پر جزئیات. با این حال، هیچ‌کدام نمی‌تواند جایگزین محتوایی خوب برای مخاطب واقعی باشد. اگر خیلی عالی می‌نویسید پادکست تولید می‌کنید، عکس می‌گیرید، ویدیو می‌سازید و مخاطبانی پیدا می‌کنید که از سبک و محتوای شما لذت می‌برند، دیگر واقعا موفق می‌شوید؛ بدون اینکه بخواهید زمان زیادی را صرف ظاهر بلاگتان کنید.

محتوایی بی‌نظیر حتی می‌تواند کاری کند که خوانندگان از رابطی غیر کاربردی یا کمبود ویژگی‌های جذاب کامپیوتری، چشم‌پوشند. بنابراین، اگر برای موفقیت بلاگتان کاری نمی‌کنید، روی تولید محتوا تمرکز کنید. نیاز مخاطب را بشناسید و آن را پیوسته تامین کنید.

["message_box text_color="light]

برای شناخت مخاطب می‌توانید از روش‌های زیر استفاده کنید:

- استفاده از نرم‌افزارهای آماری برای پیگیری تعداد بازدیدکنندگان بلاگتان و پست‌هایی که مشاهده می‌کنند.
- توجه به محتوایی که بزرگترین و بهترین واکنش خوانندگان را به دنبال دارد (یا واکنشی که شما می‌خواهید، حتی اگر بزرگترین هم نباشد).
- به بلاگ‌های دیگران در حوزه موضوع انتخابی‌تان نگاهی بیندازید تا ببینید از بین نظرات آن‌ها چه چیزی پیدا می‌کنید. همچنین، به دنبال رتبه‌بندی‌های موتور جست‌وجوی خود و سایر داده‌ها بگردید.

[message_box/]

نکاتی که باید در مورد تحلیل بلاگ رعایت کنید:

۱. بلاگر هرچند وقت یک‌بار محتوای جدید منتشر می‌کند؟

تناوب پست‌های بلاگ موضوع بسیار مهمی است. هر بلاگری می‌تواند به شما بگوید که به‌طور مداوم پست بگذارید؛ اما تقریباً هیچ‌کدام نمی‌توانند بگویند منظورشان دقیقاً چیست.

آیا می‌توانید بفهمید که اغلب رقیبانتان چه زمان را برای نوشتن پست‌هایشان انتخاب می‌کنند. آیا روزانه پست جدید می‌گذارند یا چند بار در روز؟ چند بار در هفته مطلب می‌گذارند یا فقط یک‌بار در هفته؟ وقتی بلاگ را می‌خوانید، حس می‌کنید به محتوای بیشتری نیاز دارید یا کمتر؟

۲. بلاگر چه زمانی پست منتشر می‌کند و آن را با دیگران به اشتراک می‌گذارد؟

ساعت‌های روز تاثیری شگفت‌انگیز بر این دارد که خوانندگان چطور پست شما را

دریافت می‌کنند. شما باید وقتی که مخاطبان پست کامپیوترهایشان نشسته‌اند یا به گوشی‌هایشان نگاه می‌کنند یا اینکه ایمیل و شبکه‌های اجتماعی را بررسی می‌کنند، آن‌ها را پیدا کنید.

اگر مخاطب هدفتان نوجوانان هستند، سعی کنید قبل یا بعد از ساعت مدرسه، پست‌هایتان را منتشر کنید نه زمانی که در کلاس درس نشسته‌اند. در آن زمان در حال انجام تکالیفشان هستند و وب‌گردی نمی‌کنند.

حتما خوانندگان شما می‌توانند هر وقت دوست داشتند، از بلاگتان بازدید کنند و محتوایی را که نیمه‌شب پست می‌کنید ببینند؛ اما محتوای آنلاین همیشه هم جدید نیست. اگر محتوایتان چند ساعت قبل از زمانی که خوانندگان گوشی‌هایشان را بردارند، منتشر شده باشد، ممکن است زیر محتوای جدیدتر مخفی شود.

۳. اندازه پست‌های بلاگ

اگر بدانید اندازه ایده‌آل یک پست در میان بلاگرهای باتجربه موضوعی به شدت بحث‌برانگیز است، قطعاً تعجب می‌کنید. برخی از بلاگرها از قاعده کوتاه و شیرینی که بر بیشتر نوشته‌ها در فضای مجازی حاکم است، استفاده می‌کنند: پست باید سریع منظور را برساند و به خوانندگان این امکان را بدهد تا با اطلاعاتی که نیاز دارند، به روزهای شلوغ خود بازگردند. بعضی دیگر فکر می‌کنند پست‌های بلند (حتی مقاله‌ها) مناسب‌اند و باعث می‌شوند خوانندگان زمان بیشتری را در سایت بگذرانند و نظرات اندیشمندان بیشتری بگذارند. موضوع بلاگ و میل مخاطب و زمان موجود، اندازه طبیعی پست‌های بلاگ را تعیین می‌کند. بررسی بلاگ‌های رقیبان تعداد کلمات مطلوب در یک پست را می‌گوید که می‌توانید آن را به‌عنوان نقطه شروع برای بلاگتان به کار ببرید.

۴. وقتی بلاگر به وبسایت‌های خارجی لینک می‌دهد

لینک دادن به بلاگ‌ها و وبسایت‌ها راه خوبی برای برطرف کردن نیازهای خواننده است. با اشاره به منابع اطلاعاتی یا حتی بلاگ‌ها کمک می‌کنید درباره موضوع شما بیشتر بدانند و ذهنشان را بیشتر درگیر می‌کنید؛ بنابراین، وقتی رقیبانتان ترجیح می‌دهند به سایت‌های دیگر لینک بدهند، به کدام سایت‌ها لینک می‌دهند؟ آیا این سایت‌ها هدفشان سرگرمی و آموزش یا اطلاع‌رسانی است؟ آیا لینک‌ها در متن پست وجود دارند یا در پایان از متن جدا افتاده‌اند؟ چه چیزی باعث می‌شود خودتان روی یک لینک کلیک کنید؟

۵. وقتی بلاگر مستقیم مخاطب را خطاب قرار می‌دهد

بسیاری از بلاگرها از سبک نوشتاری بسیار شخصی استفاده می‌کنند که مستقیم خواننده را خطاب قرار می‌دهد؛ ممکن است دوست داشته باشید که بلاگر مستقیم شما را خطاب قرار دهد؛ چون به این ترتیب گفت‌وگویتان بیشتر شخصی به نظر می‌رسد. یا اینکه بر اساس موضوع بلاگ، شاید رویکردی رسمی با آکادمیک مناسب‌تر باشد. در هر صورت، بررسی کنید و ببینید چطور رقابت شما باعث می‌شود از پس این موضوع برآیید. آن‌ها کی بازخورد خوانندگان را می‌خواهند و چطور آن درخواست‌ها را بیان می‌کنند؟ آیا خوانندگان واقعا واکنش نشان می‌دهند؟ اگر پاسخ مثبت است، به کدام روش‌ها جواب می‌دهند؟

۶. استفاده از عناصر چندرسانه‌ای مانند تصویر و صدا و ویدیو

طی سال‌ها، تصویر و گرافیک و ویدیو به همان اندازه کلمات در دنیای بلاگ نویسی اهمیت پیدا کرده‌اند. توجه کنید که چگونه رقیبانتان در بلاگ‌هایشان از این عناصر استفاده می‌کنند. آیا آن‌ها از عکس‌ها برای نشان دادن مفاهیم پست‌ها استفاده می‌کنند یا فقط برای جلب توجه این کار را انجام می‌دهند؟ درباره محتوای ویدیویی

جاسازی شده چطور؟ پست‌هایی که این موارد اضافی را دارند، نظرات بیشتری به دست می‌آورند یا کمتر؟ آیا پست‌هایی با تصاویر بیشتر، بیشتر در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شوند؟ دوست دارید در این قالب‌ها اطلاعات به دست آورید یا اینکه آن‌ها را گیج‌کننده می‌دانید؟

۷. پست‌هایی که نظرات بیشتری دارند و پست‌هایی که نظرات کمتری می‌گیرند

بلاگی که پست‌هایش نظرات بیشتری می‌گیرد، نشان می‌دهد که بلاگر مخاطب خود را جذب کرده و او را تحت تاثیر قرار داده است؛ حتی اگر فقط او را عصبانی کند. احتمالاً بلاگی که نظراتی ندارد یا نظرات آن کم است دیگران را سرگرم نکرده و جذابیتی برای آن‌ها ندارد (یا حتی اصلاً خوانده نمی‌شود)، بیشتر بلاگرها هر وقت می‌خواهند پستی بگذارند، صدها نظر دریافت نمی‌کنند. برخی از پست‌های بلاگ‌ها واکنش‌های بهتری نسبت به دیگر پست‌ها دریافت می‌کنند و بخشی از چیزی که بلاگرها را موفق می‌کند، دانستن این نکته است که چه چیزی باعث می‌شود آن پست‌ها واقعا موثر واقع شوند تا سبب تکرار موفقیت بلاگرها شوند. حواستان به بلاگ رقیبانتان باشد تا ببینید چه زمانی یک پست با واکنش بزرگی از سمت مخاطب مواجه می‌شود و آن واکنش از چه نوعی است.

همچنین، حواستان به پست‌هایی باشد که هیچ نظری برایشان گذاشته نمی‌شود و واکنشی را بر نمی‌انگیزد. سعی کنید دلیل مفید نبودن آن پست‌ها را بدانید تا همان اشتباه را تکرار نکنید.

۸. سبک نوشتن بلاگر

بلاگرها به محتوای خوب نیاز دارند و برای بیشتر آن‌ها این محتوا با داشتن سبک نوشتاری قابل‌فهم و موثر و خوانا به دست می‌آید. بلاگر بلاگ‌هایی که در جایگاه ویژه

شما هستند و به فعالیت و مخاطبان زیادی نیاز دارند، از چه سبکی باید استفاده کند؟ شخصی؟ حرفه‌ای؟ طنزآمیز؟ چه لحنی خوانندگان را مجذوب می‌کند و باعث می‌شود دوباره به بلاگتان سر بزنند؟ چه روشی را بیشتر سرگرم‌کننده و جذاب می‌دانید؟

۹. اغلب چه زمانی بلاگر محتوای حمایت‌شده تولید می‌کند؟

بسیاری از بلاگرها با همکاری مشتریان به تولید محتوای حمایت‌شده می‌پردازند و از این طریق کسب درآمد می‌کنند. این محتوا اغلب به آسانی تشخیص داده می‌شود؛ اما بلاگر باید همیشه اعلام کند که درازای این پست، پول هم دریافت کرده است.

برای بیشتر بلاگرها یافتن تعادلی میان محتوای معمولی و محتوای حمایت‌شده، دقت زیادی می‌طلبد. زمان‌هایی را که از بلاگی بازدید کرده‌اید و فکر می‌کنید محتوای آن در پست‌های حمایت‌شده خیلی مهم و دشوار است، یادداشت کنید. به نظرتان اغلب چه زمانی است؟

["message_box text_color="light]

از نکات بالا برای تحلیل بلاگتان استفاده کنید. بعد از اینکه بلاگتان را راه‌اندازی کردید، با همان دید انتقادی و نکته‌سنجانه که برای رقیبانتان داشتید، به محتوای خود نگاه کنید، چه کاری را درست انجام می‌دهید؟ چه کاری را دارید اشتباه انجام می‌دهید؟

شاید این تمرین برای شما دشوار باشد، مطمئنم بعد از اینکه ابتدا محتوای خود را تولید کردید، از آن لذت خواهید برد. با این همه، هیچ‌کس چنین قراری با خودش نگذاشته است که پست بدی را در بلاگش قرار دهد!

همچنان، بعضی از پست‌ها احتمالاً برای خوانندگان محبوب‌تر از بقیه باشد و اگر فهمیدید که چرا برخی از پست‌های خاص بهتر از بقیه هستند، می‌توانید آن‌ها را

دوباره تکرار کنید. در حقیقت، داشتن نگاهی منتقدانه به محتوای خود باعث می‌شود واقعا موفق شوید: بلاگ نویسی رسانه‌ای است که مدام در حال تغییر است و نیاز دارید سبک و محتوای خود را هم‌زمان با مخاطبتان تغییر دهید و آن را بهبود ببخشید.

این نوع بررسی محتوا را چند بار در سال انجام دهید تا مطمئن شوید دارید درست در مسیر موفقیت گام برمی‌دارید و به شکلی به‌روز دیگران را جذب بلاگتان می‌کنید، حتی اگر هدفتان جذب خانواده خودتان است.

[message_box/]

["message_box text_color="light]

منبع: کتاب «بلاگ‌نویسی»

نویسنده: ایمی ایپولد پر

ناشر: آوند دانش

ترجمه: مینا وحیدیونس

[message_box/]