



۱۵ عادت تولیدکنندگان موفق محتوا

تبدیل شدن به یک تولیدکننده موفق محتوا آرزوی افرادی است که دوست دارند محتوای تصویری تولید کنند، فیلم‌های آماتور کارگردانی کنند یا استعداد خود در نوشتن را امتحان کنند. اگر این کار را درست انجام دهید، می‌توانید از طریق رسانه‌های دیجیتال و اجتماعی، مخاطبان هدف را با محتوای شگفت‌انگیز آموزش دهید و سرگرم کنید. شغل تولید محتوا نه تنها می‌تواند باعث رضایت شغلی واقعی شود، بلکه بازار عظیمی هم برای آن وجود دارد. در عصر کنونی، محتوا مرکز همه کارها است!

در گزارش جهانی وضعیت بازاریابی محتوا در ۲۰۲۲، ۷۳ درصد بازاریابان گفته‌اند که ۷۰ درصد وقتشان را به بازاریابی محتوا اختصاص می‌دهند. بیش از ۷۰ درصد شرکت‌ها هم قصد دارند بودجه بازاریابی محتوای خود را در سال جاری افزایش دهند. این آمار قطعاً نوید خوبی برای تولیدکنندگان محتوا است. اگرچه این شغل تقریباً بدون استرس است، اما شاید با موارد ناخوشایندی مثل بلاک شدن نویسنده یا محتوای بی‌اثر و غیرجذاب هم مواجه شوید. پس چطور می‌توانید از این رویدادها

جلوگیری کنید؟ با چه راهکارهای سریعی می‌توانید قدرتمندانه به بازی تولید محتوا ادامه دهید؟

راز مهم این است که هیچ راهکار سریعی وجود ندارد!

به‌جای تلاش برای یافتن راهکارهای سریع، باید عادات کلیدی تولید محتوا را در خود نهادینه کنید. ایده‌های محتوا به‌صورت جادویی ظاهر نمی‌شوند، بلکه واقعا باید عادات خوبی داشته باشید و بر نوشتن متمرکز شوید. چه تولیدکننده آزاد محتوا باشید که به مشتریان برای تعامل با مخاطبان‌شان کمک می‌کنید یا فردی خلاق و حرفه‌ای در بازاریابی دیجیتال باشید یا اینفلوئنسری باشید که همیشه مشغول ساخت پست فوق‌العاده بعدی است، ما رازهای مهم این کار را با شما در میان می‌گذاریم. در ادامه بعضی عادات‌های تولیدکنندگان موفق محتوا را توضیح می‌دهیم که می‌توانید برای بهبود مهارت‌های خود در تولید محتوا از آن‌ها الهام بگیرید.

۱. مدام و منظم بنویسید

شاید فکر کنید این کار را هر روز انجام می‌دهم! بله درست است، اما آیا فکر کرده‌اید که هر چند وقت یکبار عضلات خلاقیتتان را تکان می‌دهید؟ تولیدکنندگان موفق محتوا بی‌وقفه می‌نویسند و اثر این کار در آثارشان مشخص است. مثلا شاید وبلاگ خود را داشته باشند یا هر روز وقتی را به نوشتن مطالب خلاق اختصاص دهند. یک مزیت بزرگ نوشتن مداوم این است که باعث می‌شود بهترین زمان برای نوشتن متن‌های شفاف و دقیق را مشخص کنید. آیا صبح زود بیدار می‌شوید و وقتی دیگران هنوز دنبال قهوه و چای هستند، مانند روسا کارتان را شروع می‌کنید یا بعدازظهرها خلاقیتتان به اوج می‌رسد؟ وقتی «ساعت‌های طلایی» و ارزشمند خود را مشخص کردید، تولید محتوای موفق آغاز می‌شود. به‌علاوه، فرایند تولید محتوا هم برایتان راحت‌تر می‌شود.

۲. به درخواست نوشتن در مهلت‌های غیرممکن نه بگویید و از نوشتن درباره موضوعات ناآشنا اجتناب کنید

اغلب تولیدکنندگان محتوا در رسانه‌های اجتماعی و در فضای بازاریابی دیجیتال با موارد زیر مواجه می‌شوند:

- از آن‌ها انتظار دارند هزاران کلمه در بازه‌های زمانی محدود تولید کنند.
- از آن‌ها انتظار دارند یک کار بزرگ نوشتاری را در یک روز انجام دهند.
- فقط خلاصه موضوعی که باید درباره آن بنویسند را دریافت می‌کنند و هیچ چیزی از آن موضوع نمی‌دانند.

تولیدکنندگان موفق محتوا می‌دانند چه زمانی باید از عجله دست بکشند یا اگر با موضوع خاصی آشنا نیستند، از نوشتن درباره آن امتناع کنند! بیایید واقع‌بین باشیم. نوشتن محتوا یا تبلیغ عالی یک فرایند عجولانه نیست. البته نیازی هم نیست روزها روی آن کار کنید، اما باید با واقعیت جامعه همسو باشد تا پیام‌های کلیدی برند را به مخاطب برساند. اگر تولیدکننده محتوا هستید و رئیس یا مدیری دارید که همیشه شما را تحت فشار می‌گذارد، نباید همیشه با خواسته او کنار بیایید. تعیین مهلت‌های معقول برای تحویل محتوا را حق خود بدانید. اگر واقعا می‌خواهید یک تولیدکننده محتوای موفق باشید، باید از حق خود دفاع کنید. باید برنامه‌تان را بررسی کنید و اعلام کنید که تولید هر محتوا تقریباً چقدر طول می‌کشد. حتماً حق چنین کاری را دارید. فریلنسرها هم مجبور نیستند همیشه به درخواست کارفرما پاسخ مثبت بدهند. اگر مثلاً نمی‌توانید در حوزه مالی محتوا تولید کنید، این درخواست را مودبانه رد کنید. به همین راحتی!

۳. امضا و لحن شخصی خود را خلق کنید

چقدر فیدهای رسانه‌های اجتماعی یا وبلاگ‌ها را مرور می‌کنید و دنبال الهام گرفتن از محتوای دیگران هستید؟ چند بار یکی از مشتریانتان از شما خواسته محتوایی مشابه

رقیب آنلاین برای او تولید کنید؟ آیا اینفلوئنسری هستید که دوست دارید با مخاطبان هدف ارتباط برقرار کنید، اما مطمئن نیستید باید همان کاری را انجام دهید که دیگران انجام می‌دهند؟ وقتی لحن و امضای شخصی خود را خلق می‌کنید، اصیل‌تر، قابل‌اعتمادتر و معتبرتر به نظر می‌آیید و تعامل بیشتری با مخاطبان برقرار می‌کنید. تولیدکنندگان موفق محتوا نه‌تنها برای ساخت لحن و امضای شخصی خود تمرین و تلاش می‌کنند، بلکه هر محتوایی را هم بر اساس آن تولید می‌کنند. مثلاً هنگام نوشتن وبلاگ می‌دانند که لحن شخصی‌شان چقدر مهم است و چه ارزش‌افزوده‌ای دارد. به‌عبارت‌دیگر، می‌دانند چگونه از دانش تخصصی خود در آن صنعت استفاده کنند و علاقه مخاطب را برانگیزند. پس سعی نکنید در تولید محتوا مانند دیگران باشید. خودتان باشید و از آن‌ها بهتر شوید.

۴. مخاطبان هدف را شناسایی کنید و با آن‌ها آشنا شوید

تولید محتوا فقط به‌عنوان وظیفه اشتباه بزرگی است. هیچ مخاطب هدفی از خواندن محتوایی که برای او ارزشی قائل نشده یا کاملاً یک‌طرفه نوشته شده خوشحال نمی‌شود. مردم دوست دارند محتوا برای آن‌ها تولید شود و با شما تعامل و گفتگو داشته باشند، نه اینکه احساس کنند آن‌ها را اصلاً به حساب نیاورده‌اید. تولیدکنندگان موفق محتوا تلاش می‌کنند مخاطبان هدف را بشناسند و می‌دانند:

- برای کدام گروه سنی می‌نویسند.
- ویژگی‌های جمعیتی و جنسیتی مخاطبان هدف را می‌شناسند.
- با نقاط دردی که باید در نوشته‌های خود به آن‌ها بپردازند آشنا هستند.
- می‌دانند با چه زبان‌های متنوعی با مخاطبان خود سخن بگویند.
- می‌دانند چگونه با مخاطبان هدف مشارکت و تعامل کنند.
- می‌دانند چه نوع محتوایی فوراً توجه مخاطبان هدف را جلب می‌کند.

این افراد در فرایند تولید محتوا چه برای کانال‌های شخصی خودشان و چه برای

کارفرما یک هدف نهایی تعیین می‌کند و می‌دانند باید خوانندگان را خوشحال کنند! پس، مخاطبان هدف را در اولویت قرار می‌دهند. نویسنده خوبی بودن یک جنبه کار است، اما اگر می‌خواهید نویسنده‌ای عالی باشید، باید محتوایی بی‌نقص به مخاطبان ارائه دهید!

۵. از کارفرما توضیح بخواهید

به‌عنوان تولیدکننده محتوا در رسانه‌های اجتماعی چند بار بدون آگاهی از خواسته واقعی کارفرما شروع به نوشتن کرده‌اید؟ نوشتن یک مطلب معمولی و حفظ ظاهر کار آسان است، اما تولیدکنندگان موفق محتوا این روش را اشتباه بزرگی می‌دانند. اگر از هدف محتوا مطمئن نیستید، از کارفرما توضیح بخواهید. اگر تمام جزئیات را بررسی نکنید و فقط بخواهید یک کار معمولی تحویل دهید، به خودتان و کارفرما آسیب می‌زنید. باید جزئیات هر بخش کار مثل مخاطبان هدف، انتظارات آن‌ها و مهلت تحویل کار را از کارفرما بپرسید. تولیدکنندگان موفق محتوا هرگز از سوال پرسیدن نمی‌ترسند و می‌دانند که پرسیدن سوالات درست بسیار مهم است! پس وقتی خلاصه و فهرست کارهایی که باید انجام دهید را در اختیارشان قرار می‌دهند، فوراً هر نکته‌ای که درباره آن ابهام دارید را مشخص کنید. سوالات خود را بنویسید و با ایمیل یا اپ‌های دیگر برای کارفرما ارسال کنید. هرگز از پرسیدن خجالت نکشید. این کار را به عادت تبدیل کنید!

۶. از انتظارات فراتر بروید

آیا آماده هستید کارتان را ارتقا دهید و از انتظارات فراتر بروید؟ تولیدکنندگان موفق محتوا همیشه این تلاش اضافی را انجام می‌دهند و می‌دانند همیشه راهی برای بهتر شدن وجود دارد. پس، از انتظارات فراتر می‌روند. با اصلاح دقیق تبلیغ‌ها و آگهی‌های خود، تحقیق کامل درباره موضوعات و ارائه نکات جالب، تا حد ممکن محتوایتان را

جذاب کنید. تسلط خود در این حوزه‌ها را نشان دهید و با ارائه مطالب اختصاصی که در توان همه نیست، مخاطبانتان را شگفت‌زده کنید. یادتان باشد خوانندگان، مشتریان یا حتی رئیس انتظار محتوا و تبلیغ عالی از شما دارند، اما وقتی محتوای شگفت‌انگیز تولید می‌کنید، واقعا متعجب می‌شوند!

۷. کنجکاو بمانید

آیا می‌دانید در دنیای اطرافتان چه می‌گذرد؟ آیا مدام مطالعه می‌کنید و اطلاعات خود درباره مسائل روز جامعه را گسترش می‌دهید؟ یا در یک حباب فانتزی باقی می‌مانید که زندگی در آن راحت و بدون پیچیدگی است؟ تولیدکنندگان موفق محتوا هر روز از منابع اطلاعاتی استفاده می‌کنند. آن‌ها:

- پادکست گوش می‌دهند.
- وبلاگ‌ها و سایت‌های مربوط به صنعت خودشان را می‌خوانند.
- از اخبار روز اطلاع دارند (حتی اگر فقط تیتراخبار مهم باشد).
- از مطالعه مطالبی که برایشان جدید است خجالت نمی‌کشند.

کنجکاو تولیدکنندگان محتوا یک مزیت دیگر هم دارد. می‌توانید دانش خود را درباره موضوع خاصی افزایش دهید و با اعتمادبه‌نفس و تسلط بیشتر درباره آن مطلب بنویسید. حتی اگر هر روز چندین ساعت مطلب می‌نویسید، زمانی را هم به کنجکاو و آموختن مطالب جدید اختصاص دهید. مثلا اگر فریلنسر هستید و در پلتفرم‌های فریلنری خاص کار می‌کنید، برای خود هدف بگذارید که روزی حداقل یک بار ویدیویی مربوط به نکات آن پلتفرم‌ها را در یوتیوب تماشا کنید. اگر هم بازاریاب دیجیتال هستید، در خبرنامه‌های بازاریابی دیجیتال یا سایت‌های بازاریابی محتوا عضو شوید تا جذاب‌ترین نکات و بهترین علاقه‌مندان به ایمیلتان سرازیر شوند.

۸. روش تحقیق را یاد بگیرید

تولیدکنندگان موفق محتوا می‌دانند که انجام تحقیق معتبر و نوشتن مطالب خیلی فراتر از یک جستجوی ساده در گوگل است و مطالبی که راحت در گوگل پیدا می‌شود فاصله زیادی با واقعیت دارد. آن‌ها به منابع اطلاعاتی مختلف مثل وبلاگ‌ها، وبسایت‌ها، سایت‌های خبری و ویدیوهای مختلف سر می‌زنند تا اطلاعاتی جامع و بی‌طرفانه به دست آورند. با استفاده از حداقل منابع در نوشتار، محتوای مغرضانه و پر از اشتباه تولید می‌کنید که مخاطبان هدف نمی‌پسندند. همچنین، متخصصان تولید محتوا می‌دانند که هنگام تحقیق باید به هدف خاصی که برای خود تعیین کرده‌اند پایبند باشند و نوشته‌هایشان باید به سوالات خاص خوانندگان پاسخ دهد. پس برای اینکه یک تولیدکننده موفق محتوا باشید باید:

- همیشه زوایای مختلف را در نظر بگیرید و محتوایی واقعی و اصیل خلق کنید.
- برای تحقیق وقت بگذارید و زمان لازم برای هر تحقیق را در نظر بگیرید.
- از پلتفرم‌های آنلاینی استفاده کنید که خلاصه‌ای از منابع عظیم محتوا را در اختیارتان قرار می‌دهند.

۹. شاخص‌های کلیدی عملکرد را تعیین و اندازه‌گیری کنید

تولیدکنندگان موفق محتوا همیشه می‌دانند که باید با نوشته‌های خود به نتایج خاصی دست یابند. مثلاً شاید:

- نویسنده وبلاگ باید فالوئرهايش را افزایش دهد.
- نویسنده محتوا در حوزه تجارت الکترونیک باید به افزایش فروش مشتریان کمک کند.
- یک بازاریاب دیجیتال باید علاقه‌مندان را جذب کند و مخاطبان را به قیف فروش هدایت کند.
- یک اینفلوئنسر هم دنبال دسترسی بیشتر به مخاطبان و افزایش تعامل با آن‌ها

است.

همان‌طور که می‌بینید، هدف هر تولیدکننده محتوا با دیگری فرق دارد و تولید محتوای آن‌ها به اهداف کسب‌وکارشان و شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI) یا فرصت‌های کاری ربط دارد. پس اگر می‌خواهید بهترین تولیدکننده محتوا باشید، باید شاخص‌های کلیدی عملکرد شرکت و روش اندازه‌گیری آن‌ها را تعیین کنید. آیا می‌خواهید ترافیک زیادی به سایتتان بکشانید؟ پس بهتر است روش استفاده از گوگل آنالیتیکس را یاد بگیرید. آیا نمی‌دانید پست‌هایتان در کدام رسانه‌های اجتماعی جذابیت بیشتری دارند؟ پس سری به آمار و تحلیل‌های هر پست بزنید تا ببینید کدام یک بهترین عملکرد را داشته است. اهداف خود را بر اساس اهداف شاخص حوزه کاری‌تان تعیین کنید. نتایج نوشته‌ها و محتوای خود را بررسی کنید و ببینید در کدام حوزه‌ها امکان پیشرفت بیشتر دارید. با این روش حتما کیفیت محتوایتان افزایش می‌یابد.

۱۰. از جدیدترین روندهای بازاریابی آگاه شوید

بازاریابی دیجیتال همچنان در حال تکامل است و هر روز انواع جدیدی از قالب‌های محتوا ارائه می‌شوند. پس اگر واقعا می‌خواهید در زمینه تولید محتوا حرفه‌ای شوید، باید تمام تلاش خود را به کار بگیرید و با آخرین روندهای بازاریابی آشنا شوید. به‌ویژه تولیدکنندگان محتوا در رسانه‌های اجتماعی باید بر انواع محتوایی که موج‌های بزرگی در حوزه بازاریابی ایجاد می‌کنند مسلط باشند. حتما دوست ندارید رقابتان با یک روند تولید محتوای جدید شما را شکست دهند و همه فکر کنند از آن‌ها تقلید می‌کنید و خودتان هیچ ایده خاصی ندارید. عادت‌های زیر را در خود نهادینه کنید:

- مطالعه روزانه وبسایت‌های مربوط به آخرین اخبار بازاریابی دیجیتال
- یادداشت‌برداری از ویژگی‌های کاربردی و مناسب برای خودتان
- امتحان کردن آن ویژگی‌های جدید در پست‌هایتان در رسانه‌های اجتماعی محبوب

یک تولیدکننده موفق محتوا می‌داند که همیشه می‌تواند کارهای بیشتری انجام دهد، بیشتر بداند و بیشتر کشف کند. این افراد کنجکاو می‌مانند و هرگز از یادگیری دست نمی‌کشند.

۱۱. محتوای نهایی را بررسی کنید

چقدر پیش آمده که پس از نوشتن یک قطعه محتوا آن را با خیال راحت پست کرده‌اید، اما فوراً یک نقد تند دریافت کرده‌اید؟ متخصصان باتجربه تولید محتوا می‌دانند که نوشته شما با نقطه آخر جمله تمام نمی‌شود و عواقب زیادی دارد. پس کارهای زیر را انجام دهید:

- بررسی دیکته
- بررسی دستور زبان
- بررسی خوانا بودن متن
- بررسی احتمال سرقت ادبی یا تقلید از دیگران
- بررسی تعداد کلمات
- بررسی مرتبط بودن هشتگ‌های هر پست

و این فهرست ادامه دارد!

بررسی محتوای نهایی فقط به چک کردن املاي کلمات خلاصه نمی‌شود. باید از اپ‌های اصلاح‌کننده دستور زبان هم استفاده کنید تا مطمئن شوید که محتوا از این نظر ایرادی ندارد. این کار باعث می‌شود همه شما را یک نویسنده معتبر بدانند، نه فردی که فقط می‌خواهد کارش را تمام کند.

۱۲. کارهای سایر تولیدکنندگان محتوا را به اشتراک بگذارید

آیا از خواندن این نکته تعجب کردید؟ آیا فکر کردید شما را به سرقت ادبی تشویق می‌کنیم؟ نه اصلا منظور این نبود. فقط می‌خواستیم بگوییم که اشتراک‌گذاری محتوای سایت‌ها یا صفحات دیگر که بینشی شبیه شما دارند، گاهی می‌تواند اعتبار محتوای شما را هم بیشتر کند. مثلا، فرض کنید در حوزه طراحی داخلی پست می‌گذارید و ناگهان در رسانه‌های اجتماعی به پست جذابی درباره نوسازی آشپزخانه برمی‌خورید. پس حتما باید آن را با مخاطبان خود به اشتراک بگذارید و اسم نویسنده اصلی را در آن تگ کنید و بنویسید که چقدر از دیدن آن لذت برده‌اید. خیلی خوب است که برای این کار اجازه بگیرید و حق مولف را حفظ کنید. حتما آن شخص هم از این‌که کارش را به دیگران معرفی کرده‌اید خوشحال می‌شود و شاید او هم اقدامی مشابه برایتان انجام دهد و لطفتان را جبران کند.

۱۳. روش مناسب برای تبلیغ و معرفی خودتان را پیدا کنید

هیچ‌کس شبیه شما نیست و این قدرت فوق‌العاده شما است. وقتی بحث نوشتن به میان می‌آید، تولیدکنندگان موفق محتوا می‌دانند که نوشته‌های اصیل و معتبر وجه تمایز آن‌ها از دیگران است. مثلا اگر روش باز کردن موتور ماشین یا طرز پخت یک کیک شکلاتی سه لایه را می‌دانید، تخصصی دارید که شاید دیگران نداشته باشند. پس، چه بخواهید هنگام مصاحبه خود را به کارفرمای احتمالی معرفی کنید و چه بخواهید مشتریانی به کسب‌وکار فریلنسری خود جذب کنید، باید نقاط قوت کلیدی خود را پررنگ کنید و به دنیا نشان دهید که توان انجام چه کارهایی را دارید.

۱۴. شبکه‌سازی کنید

احتمالا تولیدکنندگان موفق محتوا به شما می‌گویند که بخش بزرگی از موفقیت‌های نویسندگی آن‌ها به‌خاطر مربیان‌شان و شبکه‌سازی با آن‌ها است. آن‌ها از بزرگان یاد

می‌گیرند، نصایح آن‌ها را جدی می‌گیرند، موفقیت‌های این استادان را می‌بینند و آن‌ها را به‌خاطر می‌سپارند. پس اگر کارتان را از دایره محدود آشنایان آغاز می‌کنید، به گروه‌های رسانه‌های اجتماعی می‌پیوندید یا خودتان شبکه‌سازی می‌کنید، باید قبيله سازگار با خود را پیدا کنید و برای نوشتن از آن‌ها الهام بگیرید.

۱۵. وبلاگ بنویسید

هر تولیدکننده موفق محتوا عقیده دارد که وبلاگ‌نویسی لذت‌بخش‌ترین حوزه نویسندگی است و فرصتی باورنکردنی ایجاد می‌کند تا واقعا مطلبی اصیل و شبیه خودتان بنویسید. اگر اینفلوئنسر هستید و برای یک برند خاص مطلب می‌نویسید یا این‌که مطالب را برای وبسایت شخصی خود تهیه می‌کنید، وبلاگ‌نویسی واقعا خلاقیت‌هایتان را شکوفا می‌کند! همچنین، داشتن وبلاگ به شما کمک می‌کند با مخاطب هدف ارتباط برقرار کنید و به‌راحتی حضور آنلاین چشمگیری برای خود یا کارفرما ایجاد کنید. به‌علاوه، از آنجایی‌که ایده‌های زیادی برای وبلاگ‌نویسی وجود دارد، وبلاگ‌ها منبع غنی محتوا برای پست گذاشتن در رسانه‌های اجتماعی نیز هستند و پس از نوشتن محتوا می‌توانید تکه‌های کوچکی از آن را برای پست‌های خود در رسانه‌های اجتماعی استفاده کنید. به‌عبارت‌دیگر، وبلاگ‌نویسی به شما کمک می‌کند برای تولید محتوا در رسانه‌های اجتماعی هوشمندانه عمل کنید.

وقتی هر روز برای تولید محتوای باکیفیت تلاش می‌کنید و عادت‌های مهمی در خود ایجاد می‌کنید، مسیرتان برای تبدیل شدن به یک تولیدکننده موفق محتوا هموار می‌شود. پس مطالب این مقاله را در فرایند تولید محتوا و در استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال خود لحاظ کنید، به یک نویسنده حرفه‌ای تبدیل شوید و همیشه برای خوشحال کردن مخاطبان قدم‌های بزرگتری بردارید.