



۳ استراتژی محتوا برای یوتیوب

بسیاری از افراد فکر می‌کنند که موفقیت در یوتیوب فقط به تولید محتوا محدود می‌شود؛ اما واقعیت این است که استراتژی‌های محتوایی معینی وجود دارند که باید آن‌ها را در نظر گرفت. در این مقاله، به بررسی سه استراتژی کلیدی برای موفقیت در یوتیوب خواهیم پرداخت.

۳ استراتژی محتوایی در یوتیوب

یوتیوب به‌عنوان یک پلتفرم محتوایی، ویدیوها را به سه دسته اصلی تقسیم می‌کند:

۱. **ویدیوهای بلند.** این ویدیوها معمولاً بین ۳ تا ۲۰ دقیقه طول دارند و محتوای اصلی کسب و کار شما را به نمایش می‌گذارند.

۲. **ویدیوهای کوتاه عمودی.** این ویدیوها زیر یک دقیقه طول دارند و در فرمت عمودی قرار دارند. این نوع ویدئوها به تازگی به محبوبیت زیادی دست یافته‌اند.

۳. ویدیوهای زنده. این ویدئوها می‌توانند برای مدت زمان‌های طولانی‌تر از ۱۰ دقیقه تا ۱ ساعت پخش شوند و به شما اجازه می‌دهند که به صورت مستقیم با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنید.

انتخاب استراتژی مناسب

برای انتخاب بهترین استراتژی، باید به توانایی‌ها و نقاط قوت خود توجه کنید. به عنوان مثال، بن فنینگ که یک مربی رهبری است، به‌جای تولید ویدیوهای بلند، شروع به ساخت ویدیوهای کوتاه عمودی کرد و این ویدیوها برای او منجر به جذب مشتری و افزایش فروش شد.

در مقابل، فرد دیگری به نام برایان وایت، که به‌دنبال برقراری ارتباط منظم با مخاطبان خود بود، تصمیم گرفت که هر هفته یک ویدیوی زنده برگزار کند و از این طریق موفق به فروش ۴ میلیون دلار املاک شد.

استفاده از تمام استراتژی‌ها

شرکت لگاری، به‌خوبی از سه استراتژی محتوایی استفاده می‌کند. آن‌ها هر هفته یک ویدیوی ۷ دقیقه‌ای منتشر می‌کنند، یک ویدیوی کوتاه عمودی تولید می‌کنند و همچنین هر ماه یک بار به‌صورت زنده با مخاطبان خود ارتباط برقرار می‌کنند. این روش نه تنها به افزایش تعامل با مخاطب کمک می‌کند، بلکه به برند آن‌ها نیز اعتبار می‌بخشد.

با استفاده از این استراتژی‌ها، می‌توانید به راحتی یک برنامه محتوایی موثر برای یوتیوب طراحی کنید و از پتانسیل این پلتفرم بهره‌برداری کنید.