



## تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی با کلود

اگر دنبال راهی برای تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی با کلود هستید و مدیریت اینستاگرام، لینکدین، ایکس و تیک‌تاک تبدیل به یک کار تمام‌وقت شده، این سیستم دقیقا برای حل همین مشکل ساخته شده است. یک بار زیرساخت را تنظیم می‌کنید، سپس **کلود** بر اساس لحن برند شما ایده را تبدیل به محتوا می‌کند، تصاویر یا ویدیوها را می‌سازد، کپشن هر پلتفرم را جداگانه تنظیم می‌کند و آن را منتشر یا زمان‌بندی می‌کند.

این یک اتوماسیون شلوغ با ده‌ها سناریوی پیچیده نیست. هسته سیستم فقط سه بخش دارد: فایل صدای برند، ابزار ساخت مدیا از طریق **Higgsfield** و ابزار انتشار از طریق **Blotato**.

## اجزای سیستم اتوماسیون محتوا

• **Claude Code و Claude Desktop**: مغز اجرایی سیستم برای برنامه‌ریزی، نوشتن و هماهنگ کردن ابزارها.

• **فایل brand voice.md**: سندی که مشخص می‌کند محتوا باید شبیه شما و کسب‌وکارتان صحبت کند، نه شبیه یک ربات عمومی.

• **Higgsfield MCP**: مسیر ساخت تصویر، کاروسل و ویدیو با مدل‌های تولید مدیا.

• **Blotato MCP**: مسیر اتصال اکانت‌ها، انتشار محتوا و زمان‌بندی پست‌ها در پلتفرم‌های مختلف.

این سیستم برای تولیدکننده محتوا، کوچ، کسب‌وکار محلی، آژانس و هر برندی که می‌خواهد حضور ثابت در پلتفرم‌های مختلف داشته باشد کاربرد دارد؛ زیرا تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی با کلود به شما اجازه می‌دهد تا بدون افت کیفیت، سرعت کارتان را چند برابر کنید. نکته مهم این است که اتوماسیون نباید به معنی تولید انبوه محتوای بی‌هویت باشد. فایل صدای برند همان بخشی است که تفاوت را ایجاد می‌کند.



## مرحله اول: Claude Desktop و Claude Code را آماده کنید

ابتدا نسخه دسکتاپ کلود را از صفحه دانلود Claude نصب کنید. پس از ورود، به بخش Claude Code بروید و یک نشست جدید بسازید.

برای استفاده از Claude Code به یک پلن پولی نیاز دارید. پلن Pro کافی است و ضرورتی ندارد سراغ پلن گران‌تر بروید. مهم این است که در زمان ساخت و اجرای محتوا، مدل ۵ Claude Fable انتخاب شده باشد تا کیفیت خروجی و توانایی حل مسئله در بهترین وضعیت قرار بگیرد.

## مرحله دوم: فایل صدای برند را بسازید

قبل از اتصال هر ابزار دیگری، صدای برند را درست کنید. این کار فقط یک بار انجام می‌شود، اما ارزش دارد با دقت انجامش دهید. یک فایل صدای برند خوب در فرایند تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی با کلود، به سیستم می‌گوید:

- **هویت:** شما یا کسب‌وکارتان دقیقا چه کسی هستید
- **مخاطبان:** به چه مخاطبی خدمت می‌کنید
- **محصول:** خدمت یا پیشنهاد اصلی شما چیست
- **لحن:** لحن نوشتار شما چطور است
- **ادبیات:** چه عبارت‌ها، داستان‌ها و نمونه‌هایی را می‌توانید استفاده کنید
- **ادعاها:** چه ادعاهایی را واقعا می‌توانید اثبات کنید
- **اقدام (CTA):** فراخوان به اقدام مناسب شما چیست
- **فرمت:** برای هر پلتفرم چه فرمتی باید استفاده شود

مثلا یک کسب‌وکار قهوه می‌تواند در فایلش مشخص کند که قهوه را به‌صورت

کوچک مقیاس در آستین برشته می‌کند و به سراسر کشور ارسال دارد. اما این فقط هویت اولیه است. مخاطب، پیشنهاد خرید، داستان بنیان‌گذار، محدودیت‌های ادعا و زبان روزمره برند هم باید وارد فایل شود.

## کلود را وادار کنید از شما مصاحبه بگیرد

قالب فایل brand voice.md را به نشست Claude Code پیوست کنید. سپس به کلود دستور بدهید که فایل را با مصاحبه تکمیل کند: هر بار فقط یک سوال بپرسد و اگر پاسخ شما مبهم، کلی یا قابل استفاده برای هر برند دیگری بود، روی آن فشار بیاورد.

این رویکرد خیلی بهتر از این است که یک سند طولانی و خشک را دستی پر کنید. کلود مرحله به مرحله درباره هویت، مخاطب، پیشنهادها، لحن، نمونه‌ها و قواعد هر پلتفرم سوال می‌پرسد. اگر هیچ‌کدام از گزینه‌های پیشنهادی مناسب نبود، پاسخ خودتان را وارد کنید.

در پایان، فایل نهایی را به صورت Markdown ذخیره کنید. اگر لازم بود، می‌توانید از کلود بخواهید نسخه PDF را هم در پوشه دانلود یا دسکتاپ بسازد. این فایل از اینجا به بعد مرجع ثابت همه تولیدات محتوایی شماست.

قاعده طلایی: این مرحله را سرسری انجام ندهید. فرایند تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی با کلود هر قدر هم قدرتمند باشد، بدون تعریف دقیق از برند، فقط محتوای مرتب اما قابل فراموش شدن تحویل می‌دهد.

## مرحله سوم: Higgsfield را برای ساخت تصویر و ویدیو متصل کنید

کاروسل‌ها هنوز یکی از قالب‌های بسیار موثر برای اینستاگرام، لینکدین و ایکس هستند؛ چون تعامل چند مرحله‌ای ایجاد می‌کنند. وقتی کسی میان اسلایدها حرکت می‌کند، پلتفرم متوجه می‌شود که محتوا فقط یک نگاه گذرا نگرفته است.

برای ساخت این تصاویر و همچنین ویدیوهای کوتاه، به مدل‌های تولید مدیا نیاز دارید. Higgsfield یک محیط یکپارچه برای مدل‌های محبوب ساخت تصویر و ویدیو فراهم می‌کند. از جمله مدل‌های تصویری مانند Nano Banana Pro و GPT Image و مدل‌های ویدیویی مانند Veo، Kling و Seedance.

برای اتصال آن، ابتدا در Higgsfield حساب بسازید و وارد شوید. سپس در Claude Desktop این مسیر را دنبال کنید:

- **مرحله اول:** روی دکمه افزودن کلیک کنید.
- **مرحله دوم:** بخش Connectors و سپس Manage Connectors را باز کنید.
- **مرحله سوم:** روی افزودن کانکتور سفارشی کلیک کنید.
- **مرحله چهارم:** نام اتصال را Higgsfield بگذارید.
- **مرحله پنجم:** آدرس Remote MCP را از صفحه Higgsfield کپی و وارد کنید.
- **مرحله ششم:** اتصال را اضافه کنید، سپس روی Connect بزنید.
- **مرحله هفتم:** در پنجره مجوز، دسترسی کلود به Higgsfield را تایید کنید.

پس از تایید مجوز، لوگوی Higgsfield در فهرست کانکتورها با وضعیت متصل نمایش داده می‌شود. تنظیمات دسترسی را در شروع روی حالت پیش‌فرض بگذارید.

ابزار Higgsfield فقط برای یک تصویر ساده نیست. بخش Marketing Studio آن، قالب‌ها و قابلیت‌هایی دارد که برای محتوای تبلیغاتی، ویدیوهای کوتاه، تبلیغات UGC و فرمت‌های متنوع مناسب هستند. البته باید هزینه را واقع‌بینانه ببینید: ساخت ویدیو معمولا توکن و هزینه بیشتری از ساخت کاروسل تصویری دارد.

## مرحله چهارم: Blotato را برای انتشار خودکار وصل کنید

اکنون باید جایی داشته باشید که محتوای آماده را به حساب‌های اجتماعی برساند. Blotato برای همین قسمت استفاده می‌شود و امکان اتصال چندین پلتفرم را فراهم



می‌کند. ابتدا در Blotato حساب ایجاد کنید. این سرویس دوره آزمایشی دارد، بنابراین می‌توانید قبل از تعهد کامل، جریان کار تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی با کلود را تست کنید.

## اکانت‌های اجتماعی را متصل کنید

در تنظیمات Blotato، فهرست حساب‌های اجتماعی را باز کنید. برای هر شبکه، روی ورود یا اتصال کلیک کنید، وارد حساب خود شوید و مجوز دسترسی را تایید کنید. همین فرایند برای اینستاگرام، لینکدین، ایکس، فیسبوک و تیک‌تاک تکرار می‌شود.

لازم نیست از روز اول همه پلتفرم‌ها را وصل کنید. با سه کانال اصلی شروع کنید، کیفیت خروجی را بسنجید و سپس شبکه‌های دیگر را اضافه کنید. سیستم فقط به همان حساب‌هایی می‌تواند پست بفرستد که واقعا به Blotato متصل شده‌اند.

## Blotato را به Claude Code متصل کنید

در بخش API یا راهنمای اتصال Blotato، آدرس MCP مخصوص Claude Desktop را پیدا کنید. بعد همان مسیر قبلی را در Claude دنبال کنید:

- **مرحله اول:** Connectors را باز کنید.
- **مرحله دوم:** Manage Connectors را انتخاب کنید.
- **مرحله سوم:** یک کانکتور سفارشی جدید بسازید.
- **مرحله چهارم:** نام آن را Blotato بگذارید.
- **مرحله پنجم:** آدرس Remote MCP را وارد کنید.
- **مرحله ششم:** روی Add و سپس Connect کلیک کنید.
- **مرحله هفتم:** در صفحه مجوز، دسترسی را تایید کنید.

در این مرحله، تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی با کلود به‌صورت یکپارچه انجام می‌شود؛ یعنی این هوش مصنوعی هم توان تولید مدیا دارد و هم مسیر انتشار به حساب‌های اجتماعی شما را در اختیار دارد.

## اولین تست: ساخت و انتشار یک کاروسل

برای اولین اجرا، درخواست را ساده نگه دارید. لازم نیست از ابتدا یک اتوماسیون عظیم بسازید. یک نمونه دستور می‌تواند چنین معنایی داشته باشد:

```
["message_box text_color="light]
```

یک پست کاروسلی برای اینستاگرام، لینکدین و ایکس بساز. متن هر پلتفرم را متناسب با همان پلتفرم تنظیم کن. از فایل صدای برند من استفاده کن. تصاویر را با Higgsfield MCP بساز و با Blotato MCP در هر سه حساب منتشر کن.

```
[message_box/]
```

اگر طراحی خاصی مدنظر دارید، یک اسکرین‌شات یا تصویر مرجع هم پیوست کنید و بگویید ساختار بصری از آن الهام بگیرد. منظور کپی کردن نیست، بلکه استفاده از ریتم، چیدمان، نوع تیترهای برجسته یا حال‌وهوای طراحی به‌عنوان راهنماست.

اگر موضوع پست را مشخص نکرده باشید، کلود سوال می‌پرسد. این رفتار مطلوب است. برای مثال می‌توانید موضوعی مثل «سیستم‌عامل هوش مصنوعی برای مدیریت کسب‌وکار» انتخاب کنید. سپس کلود اتصال‌ها را بررسی می‌کند، محتوای متنی و طراحی را آماده می‌سازد و برای انتشار می‌فرستد.

## نتیجه چه شکلی دارد؟

در یک نمونه عملی، سیستم یک کاروسل شش‌اسلایدی ساخت و آن را برای لینکدین و اینستاگرام با فرمت‌های متفاوت منتشر کرد. طراحی شامل تیترهای بزرگ، چیدمان سمت چپ و ساختاری نزدیک به تصویر مرجع بود، اما رنگ‌ها و محتوای آن با هویت برند هماهنگ شد.

کاروسل تصویری معمولاً انتخاب اقتصادی‌تری از ویدیو است و می‌تواند عملکرد بسیار خوبی داشته باشد. اگر به ویدیوهای کوتاه نیاز دارید، همان درخواست را با عبارت‌هایی مانند «ویدیوی کوتاه»، «Short» یا «ویدیوی مناسب تیک‌تاک و ریلز»

تغییر دهید. فقط پیش از اجرای گسترده، هزینه مدل‌های ویدیویی را در حساب Higgsfield بررسی کنید.

## چرا محتوا برای هر پلتفرم متفاوت می‌شود؟

این بخش، دلیل اصلی اهمیت فایل صدای برند در فرایند تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی با کلود است. فایل خوب فقط تعیین نمی‌کند که متن شما دوستانه یا حرفه‌ای باشد. باید برای هر پلتفرم قواعد جداگانه داشته باشد.

برای نمونه، اینستاگرام می‌تواند کپشنی پرانرژی‌تر، همراه با ایموجی و تعداد مشخصی هشتگ داشته باشد. در مقابل، لینکدین می‌تواند یک روایت طولانی‌تر و حرفه‌ای‌تر ارائه دهد که در پایان به یک درس یا بینش کسب‌وکاری می‌رسد.

پس نباید یک کپشن را کورکورانه در همه‌جا کپی کنید. یک ایده مرکزی می‌تواند در چند شبکه توزیع شود، اما بسته‌بندی آن باید با زبان همان پلتفرم هماهنگ باشد. این سیستم دقیقاً همین کار را با تکیه بر قواعد نوشته‌شده در فایل Markdown انجام می‌دهد.

## زمان‌بندی هفتگی محتوا در ۱۵ دقیقه

انتشار فوری عالی است، اما ارزش واقعی اتوماسیون زمانی دیده می‌شود که برنامه هفتگی خود را بسازید. در مسیر تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی با کلود دو راه وجود دارد:

• **از بخش Routines:** زمان‌های مشخصی مانند هر روز ساعت ۸ صبح را انتخاب کنید و پلتفرم‌های مقصد را تعیین کنید.

• **از Claude Code:** از پرامپت برنامه‌ریزی هفتگی استفاده کنید تا کلود چند سوال درباره هفته بپرسد، تقویم محتوا بسازد و اجرای آن را آماده کند.



می‌توانید فقط سه پلتفرم را هدف بگیرید، یا با اتصال همه حساب‌ها، پست را در تمام کانال‌های در دسترس منتشر کنید. همچنین می‌توانید برنامه را ترکیبی طراحی کنید: کاروسل‌های کم‌هزینه‌تر برای انتشار روزانه و ویدیوهای کوتاه برای کمپین‌ها یا روزهای مهم‌تر.

## اشکال‌زدایی و چند نکته مهم

اگر جایی در مسیر به خطا خوردید، از خود کلود کمک بگیرید. از صفحه خطا اسکرین‌شات بگیرید، آن را پیوست کنید و دقیقاً بگویید چه چیزی کار نمی‌کند. حل مسیله یکی از نقاط قوت ۵ Claude Fable است و معمولاً می‌تواند مرحله بعدی را روشن کند.

- **پست آزمایشی:** قبل از اولین انتشار واقعی در سیستم تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی با کلود، با یک پست آزمایشی شروع کنید.
- **بررسی اتصال:** اتصال هر حساب را جداگانه بررسی کنید.
- **صراحت در درخواست:** موضوع، پلتفرم‌های مقصد و نوع مدیا را در درخواست صریح بنویسید.
- **تصویر مرجع:** برای کاروسل‌ها از تصویر مرجع استفاده کنید تا جهت طراحی مشخص‌تر شود.
- **بررسی هزینه:** هزینه ساخت ویدیو را پیش از زمان‌بندی تعداد زیاد ویدیو بررسی کنید.
- **به‌روزرسانی:** فایل صدای برند را هر زمان پیشنهادها، مخاطبان یا لحن برند تغییر کرد، به‌روزرسانی کنید.

هدف این نیست که کنترل برند را واگذار کنید. با تسلط بر سیستم تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی با کلود، هدف این است که کارهای تکراری، از نوشتن نسخه‌های متعدد تا طراحی اولیه و انتشار در چند پلتفرم، از روی دوش شما برداشته شود. یک

بار سیستم را با صدای واقعی برندگان می‌سازید، سپس به‌جای جنگیدن با تقویم محتوا، روی ایده‌ها، پیشنهادهای و رشد کسب‌وکار تمرکز می‌کنید.

اگر می‌خواهید در کنار تولید محتوای حرفه‌ای، مسیر شغلی خود را هم با کمک هوش مصنوعی سریع‌تر و هوشمندانه‌تر پیش ببرید، مقاله «[هوش مصنوعی برای ساخت رزومه](#)» را هم مطالعه کنید. در این مقاله یاد می‌گیرید چگونه از هوش مصنوعی برای ساخت رزومه‌ای حرفه‌ای، متناسب با موقعیت شغلی و اثرگذارتر استفاده کنید.