

۳ نکته مهم در ایجاد محتوای جذاب



نویسنده: مهران منصوری فر

تلرپور

مضمون‌سازی محتوایی یکی از کارهای بسیار مهم برای موفقیت در رقابت‌های بازاریابی پیوسته است. اگرچه هنگامی که روی صفحه وب سایت شما مطالب فراوانی مثل تصاویر، ویدئوها، مقالات و یا پست‌های چندرسانه‌ای شبکه‌های اجتماعی و ... ظاهر می‌شوند شما می‌بایست توجه داشته باشید که برای موفق شدن نیاز است تا این حجم اطلاعات را با توجه به سیستم بازاریابی پیوسته خود برای بازدیدکننده‌های تازه دسته‌بندی کنید.

اگر شما یک مدیر وب هستید یک مسولیت مهم شما بازاریابی است و مهمترین کاری باید به طور پیوسته انجام بدید تولید محتوا است. این‌طور که به نظرمی آید کار زیادی برای انجام دادن دارید. برای تحقیق کردن، پایه‌ریزی و نگهداری، بهینه‌سازی و فعالیت‌های بازاریابی، زمان برای شما نمی‌ایستد و سریع‌تر از آنچه فکر می‌کنید می‌گذرد. ممکن است شما کارهای دیگری به جز تولید محتوا نیز داشته باشید و نتوانید فرصت زیادی را صرف تولید محتوای ارزشمند کنید. شاید یک بازاریاب وابسته (Affiliate Marketer) بودن برای شما یک شغل تمام‌وقت نباشد و شما نسبت به یک شغل دیگر مسولیت و تأکید بیشتری داشته باشید. شاید شما یک اعتیاد نسبت به دنیای فوتبال دارید و اخبار ۲۰ لیگ مختلف فوتبال را به همراه تیم‌ها و بازیکنانش دنبال می‌کنید. یا شاید توجه زیادی به یک فرد یا خانواده خود دارید. پس با این وضعیت یک بازاریاب چگونه می‌خواهد روی کار خود تمرکز کند و بتواند به خوبی محصولات شرکت را به فروش برساند و یا تولید محتوا انجام دهد؟ به همین منظور ما ۳ نکته بسیار مهم و درعین حال ساده را برای این‌که یک بازاریاب بتواند روی کارش تمرکز داشته باشد و زمان و انرژی‌اش را مدیریت کند، در نظر گرفته‌ایم.

۱. همانند یک رئیس به کار خود نظارت داشته باشید و معاون خود باشید.

فعالیت بازاریابی یک رقابت است و برای رسیدن به شرایط مناسب در کار مسیر سختی در پیش رو می‌باشد. لازمه آن صرف زمان، انرژی و خلاقیت است. اگر شما نتوانید یک فضای خلاقانه و پویا در کار خود فراهم کنید، شاید شخصی دیگر بیاید، جای شما را بگیرد و آن کار را انجام دهد.

به فرض مثال یک محصول جدید در دنیای تکنولوژی و دیجیتال را در نظر بگیرید که در سطح جهان عرضه شده است. اگر شما نتوانید با زبان خودتان و سبک و شیوه خودتان آن محصول را بازاریابی کنید، شخص دیگری این کار را می‌کند. شما باید با توجه به اطلاعاتی که در اختیارتان قرار گرفته است برای آن محصول زمینه‌سازی و محتوا سازی کنید. مثلاً اگر محصول یک گوشی موبایل یا برنامه‌های آن است باید راجع به جزئیات و اطلاعاتی که مربوط به آن می‌شود فعالیت کنید و در رابطه با آن محتوا سازی کنید.

شما محتوای کس دیگری را نمی‌دزدید، تأکید می‌کنیم، شما محتوای کس دیگری را نمی‌دزدید. شما می‌بایست محتوای مخصوص به خودتان را با توجه به محتوای اصلی محصول ارائه کنید. درواقع شما اطلاعات را راجع به

آن محصول گسترش می‌دهید و راجع به آن توضیحات بیشتری ارائه می‌دهید تا بتوانید روی مشتری‌هایتان تأثیر مثبت بگذارید. اینگونه نظارت و تولید محتوا که توسط شما انجام می‌شود به شما این اجازه را می‌دهد تا سریع‌تر و راحت‌تر در کار خود پیشرفت کنید و از دیگران در این رقابت جلو بزنید.

۲. در به‌کارگیری اطلاعات شهامت کافی داشته باشید.

به محتوای بازاریابی خود مثل یک دودکش گول‌پیکر نگاه کنید. به‌منظور پیدا کردن بهترین محتویات برای نظارت و الهام‌گیری از ایده‌های خود می‌بایست یک سری از اطلاعات در سطح بالاتر قرار بگیرند و از ایده‌های دیگر جدا شوند. مثل یک قیف یا دودکش شما باید از میان اطلاعاتی که جدا کرده‌اید مقداری را برگزینید که این کار، کار آسانی نیست و زمان زیادی طلب می‌کند و فعالیت بازاریابی و تجارت شما را به تأخیر می‌اندازد.

شما باید در برخورد با اطلاعات و گزینش آن‌ها در کار به سرعت عمل کنید تا بتوانید زمان و انرژی خود را کنترل کنید. اینها کارهایی است که باید انجام دهید:

۱- ورودی‌ها را متمرکز کنید: به این شکل که یک ایمیل یا فضای را ایجاد کنید و آن را فقط برای کار بازاریابی خود اختصاص دهید و مطمئن شوید که همه داده‌ها و ورودی‌ها به آن ایمیل فرستاده می‌شوند. هرچند وقت یک‌بار به آن سر بزنید و آن را سازمان‌دهی و سامان‌دهی کنید و اطمینان حاصل کنید که در آن مکان فقط اطلاعات کاری شما حضور دارند و این اطلاعات به دست شخص دیگری نخواهد افتاد.

۲- گردآوری و جمع‌آوری اطلاعات در فضای ابری (سرورهای ابری): ایده‌ها و محتویاتی که در ایمیل شما جمع می‌شوند را با سه روش دسته‌بندی و طبقه‌بندی کنید:

دسته اول: مناسب

دسته دوم: شاید مناسب / برای زمانی دیگر

دسته سوم: نامناسب

آن دسته از ایمیل‌هایی که در دسته سوم (نامناسب) هستند را پاک کنید. سپس یک لیست از دسته اول (مناسب‌ها) و دسته دوم (شاید مناسب / برای زمانی دیگر) تهیه کنید. حالا شما با این لیست، ایده‌هایی که آماده به‌کارگیری هستند را در اختیاردارید و می‌توانید از آن‌ها در فرصت‌های مناسب پیش‌رویتان استفاده کنید. برای این‌که این فهرست‌ها همیشه و همه‌جا در دسترس شما باشند، می‌توانید آن‌ها را در سرورهای ابری ذخیره کنید.

۳. به ارزش کارتتان بی افزایید.

همهٔ محتویات و مضمون‌هایی که توسط خلاقیت شما ایجاد شده‌اند زمانی ارزشمند و معتبر می‌شوند که خودتان به آن‌ها ارزش دهید. نیازی نیست که شما محتویات و مضمون‌هایی خلق کنید که مردم را ملزم به عوض کردن زندگی و یا کارشان و یا استراتژی زندگی‌شان کند؛ بلکه شما باید به بازدیدکنندگان خود حس اعتماد بدهید و آن چیزی که واقعاً به سود آن‌ها می‌باشد را ارائه کنید. در این حالت اگر چیزی را پیشنهاد می‌کنید مطمئن باشید که این پیشنهاد به‌طوری ارائه می‌شود که خوانندگان با خواندن آن، شما را مسئول و دلسوز بدانند. در صورت خوب نبودن این پیشنهادها احتمالاً خوانندگان و بازدیدکنندگان خود را به‌صورت پی‌درپی از دست خواهید داد. هنگامی که در حال خلق کردن ایده‌ای جدید هستید، از خود پرسید آیا این اطلاعات می‌توانند به قدری جالب باشند که خواننده‌ها را مجاب به خواندن کند؟ یا این که فقط طبق عادت روزانه یا هفتگی در حال ارسال چنین مطالبی هستید؟ یا به‌عبارت‌دیگر این کار را از روی اجبار انجام می‌دهید؟ به ارزش محتویات کارتتان بی افزایید تا بازدیدکنندگان بیشتری داشته باشید و در کارتتان موفق شوید. در غیر این صورت نتیجه خود گویای کار شما خواهد بود.

به سمت جلو حرکت کرده و خلاقیت به خرج دهید :

حواستان جمع باشد که در دنیای اطلاعات و بازاریابی‌ها غرق نشوید. خیلی ساده احتمال دارد انرژی شما به هدر برود. درواقع به‌جای اینکه این انرژی صرف خلاقیت‌های فردی شود، با این کارها هدر می‌رود. باشهامت و استراتژی پیش بروید و به تحقیق و خلق محتویات خودتان در مارکتینگ پردازید و برای خود مشکل‌سازی نکنید. کارتتان را باارزش‌تر از پیش کنید و برای کاری که می‌کنید احترام و ارزش قائل شوید.