

بازاریابی محتوایی چیست؟



بازاریابی محتوایی چیست و چه ویژگی‌هایی دارد؟ این مقاله را بخوانید تا جواب این سوال‌ها را پیدا کنید.

بازاریابی محتوایی چیست؟

روند تولید و انتشار مطالب مفید و جذاب برای جذب مشتریان و مخاطبان جدید، بازاریابی محتوایی است.

هدف بازاریابی محتوایی آن است که مخاطبان با استفاده از مطالب رایگان و کاربردی، اعتماد و گرایش بیشتری به کسب و کار شما پیدا کنند و در نهایت از شما خرید کنند.



بازاریابی محتوایی برای کدام کسب و کارها مناسب است؟

تمام کسب و کارها می‌توانند از بازاریابی محتوایی استفاده کنند. به کمک بازاریابی محتوایی به مخاطب نشان خواهید داد که در حرفه خود متخصص هستید و می‌خواهید به مشتریان کمک کنید تا با آگاهی و معلومات بیشتری تصمیم بگیرند.

بازاریابی محتوایی به صاحبان کسب و کارها کمک می‌کند که مانند یک مشاور حرفه‌ای مشتریان خود را راهنمایی کنند تا بهترین خرید ممکن را انجام دهند.

یک مثال از بازاریابی محتوایی

فرض کنیم کار شما فروش شال و روسری است. می‌توانید فیلم‌های کوتاهی درباره نحوه پوشیدن شال و روسری تهیه کنید و در وبسایت خود قرار دهید. یا اینکه درباره روش هماهنگ کردن روسری و مانتو مطلبی بنویسید و در سایت خود بگذارید. هم چنین می‌توانید عکس مدل‌های مختلف روسری بستن را بگیرید و تفاوت مدل‌های مختلف را نشان دهید. بعد از آن محتواهای تولید شده را در شبکه‌های اجتماعی، سایت‌ها، مجلات الکترونیکی،

گروه‌های مختلف و... منتشر می‌کنید تا به دست مخاطبان هدف خود برسد. با این شما اطلاعات کاربردی و مفیدی در اختیار مخاطبان خود قرار می‌دهید.

محتوا، ماده خام بازاریابی محتوایی است؛ بنابراین باید اصول و روش‌های تولید محتوا را به خوبی بلد باشید.



چهار قالب رایج برای تولید محتوا

✓ متن

یکی از ساده‌ترین قالب‌ها برای تولید محتوا، متن است. یک یخچال فروشی آنلاین می‌تواند با انتشار گزارشی از به روزترین محصولات، پاسخ به سوالات خریداران، چاپ خبرنامه و نوشتن یک کتاب الکترونیکی کوچک، علاقه‌مندان زیادی را به سمت خود بکشاند. همواره تولید محتوای متنی یکی از آسان‌ترین روش‌ها برای تولید و بازاریابی محتوا است.

✓ عکس

محبوبیت نرم افزارهایی مانند اینستاگرام نشان می‌دهد که افراد از تصاویر به شدت استقبال می‌کنند.

ذهن انسان، می‌تواند تصاویر را به خوبی تجزیه و تحلیل کند. برای مغز تحلیل عکس آسان‌تر از خواندن متن است. اگر در بازاریابی محتوایی خود از عکس‌ها استفاده کنید، به خوبی می‌توانید مفاهیم و اطلاعات تخصصی خود را به مخاطبانانتان منتقل کنید.

عکس‌های باکیفیت و مدل‌های مختلف آن از جمله کیک‌های شکلاتی هستند که در [رژیم محتوایی](#) درباره آن صحبت کردیم.

اینفوگرافیک‌ها، عکس نوشته‌ها، پاورپوینت‌ها جزو زیر مجموعه‌های گروه تصاویر هستند و به خوبی در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شوند.

✓ صوت

شما هم به پادکست‌ها و ویس‌ها علاقه دارید؟ قالب‌های صوتی نیز یکی از آسان‌ترین قالب‌ها برای تولید محتوا هستند.

برای تولید صوت می‌توانید از تجهیزات موبایل خود استفاده کنید و چند دقیقه با مخاطبان خود حرف بزنید و در وب سایت خود قرار دهید. رایج‌ترین قالب محتوا در شبکه اجتماعی تلگرام، صوت است. اگر می‌خواهید آموزش‌های صوتی درست کنید از این قالب می‌توانید استفاده کنید.

✓ فیلم

آینده بازاریابی محتوایی در دستان محتوای ویدئویی است. فیلم‌ها در شبکه‌های اجتماعی حرف اول را می‌زنند و روزانه افراد زیادی را به تماشای خود مشغول می‌کنند. برنامه بازاریابی محتوایی وب سایت شما باید تولید فیلم‌های کوتاه ۳ تا ۵ دقیقه‌ای را شامل شود.

این روزها گوشی اکثر افراد هوشمند شده و دوربین‌های آن‌ها با کیفیت خوبی فیلم و عکس می‌گیرد. برای تهیه فیلم به سراغ دوربین‌های حرفه‌ای و گران قیمت نروید. از تلفن همراه خود استفاده کنید.

شما می‌توانید با از صحبت‌های خودتان، محصولات و خدمات یا نظر مشتریانانتان فیلم بگیرید و آن‌ها را در سایت خود منتشر کنید. البته اگر کمی ماهر شوید و نرم افزارهای ویرایش فیلم را یاد بگیرید می‌توانید تیزرهای حرفه‌ای تولید کنید. تیزر در شبکه‌ای مانند اینستاگرام توجه مخاطبین را به سرعت جلب می‌کند.



بیشترین نرخ بازگشت سرمایه به کمک بازاریابی محتوایی

بازاریابی محتوایی، برنامه‌ای بلند مدت است که در مقایسه با دیگر استراتژی‌ها بیشترین نرخ بازگشت سرمایه را دارد. اگر تازه شرکتی تاسیس کرده‌اید بهتر است بخشی از سرمایه بازاریابی شرکت خود را به بازاریابی محتوایی اختصاص دهید .

یک برنامه بازاریابی محتوایی موفق چه ویژگی‌هایی دارد؟

وقتی می‌خواهید برای بازاریابی محتوایی کسب و کار خود برنامه‌ای تنظیم کنید، به نکات خاصی باید توجه کنید.

بازاریابی محتوایی باید :

- بر اساس تعاملتان با مشتری بنا شود. بنابراین باید محتوایی تولید کنید و خریداران می‌خواهند و به دنبالش هستند.

- باید افراد را در شرایط خودشان و جایی که هستند به سمت شما بکشاند. یعنی در جایی که مخاطبان شما حضور دارند (مانند شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها و...) محتوای مرتبط با کار و برند شما باید در همان مکان وجود داشته باشند.
- تعیین کند که محتوای مناسب برای هر کانالی چیست و چگونه می‌توان آن را تولید کرد.
- جذاب و درگیر کننده باشد و افراد را مجذوب خود کند. با تعریف داستان‌هایی از شروع کارتان، داستان‌هایی مرتبط با مشتریانان، تولید مطالب آموزشی و حل مشکلات رایج افراد، می‌توانید فرآیند بازاریابی محتوایی خود را جالب‌تر کنید.
- معیار از پیش تعیین شده داشته باشد. یعنی باید برای بازاریابی محتوایی خود خط پایان در نظر بگیرید. این خط پایان می‌تواند مقدار مشخصی از مشتریان جدید یا تعداد دنبال کننده‌های جدید در شبکه‌های اجتماعی باشد.
- همیشه سبز باشد؛ یعنی همواره بادوام و تازه باشد. محتوای تولید شده در بازاریابی محتوایی باید ماه‌ها و سال‌ها بماند، بدون اینکه کهنه و قدیمی شود. البته بعضی اوقات تاریخ انقضای برخی از محتواها فرا می‌رسد. مثلاً ممکن است یک بحث داغ رسانه‌های اجتماعی همیشه پرترفدار نباشد؛ اما مطالب مهم، کتاب‌های الکترونیکی و اینفوگرافیک‌ها عمر بیشتری دارند. در تولید محتوا برای بازاریابی محتوایی باید طوری فکر کنید که چندین فصل باقی بمانند.



چکیده مطالب :

گفتیم که بازاریابی محتوای، برنامه‌ای برای تولید و انتشار مطالب مفید است که منجر به جذب مشتریان و مخاطبان جدید می‌شود. برای تولید محتوا ۴ قالب متداول (متن، صوت، فیلم و عکس) معرفی کردیم.

این نکته را به خاطر داشته باشید:

اگر در بازاریابی محتوایی موفق باشید می‌توانید اعتماد مخاطبان را به خود جلب کنید و با آن‌ها روابطی پایدار برقرار کنید. پس هرچه زودتر برای تدوین استراتژی‌های بازاریابی محتوایی کسب‌وکار خود برنامه‌ریزی کنید.

اگر می‌خواهید بیشتر با اهمیت بازاریابی محتوایی آشنا شوید، مطالعه مقاله «[چرا بازاریابی محتوایی مهم است؟](#)» به شما پیشنهاد می‌شود.