



تولید محتوا و هر نکته جالب و مهمی که باید در مورد آن بدانید!

امروزه محتوا به بخش مهمی در هر کسب و کاری تبدیل شده است. اما همواره این سوال پیش می آید که چرا به تولید محتوا نیاز است؟ اگر بخواهیم پاسخ کوتاهی بدهیم، می توان گفت چون به کاربران آگاهی داده و سوالات آن ها را پاسخ می دهد، آن ها را سرگرم می کند، بر تصمیمات آن ها تاثیر می گذارد و خیلی موارد دیگر که سبب می شوند کاربران در دنیای اینترنت به دنبال محتواهای مختلف باشند.

تولید محتوا برای وبسایت چیست و چه اهمیتی دارد؟

وبسایت ها برای آن که در موتورهای جستجو دیده شوند و بازدیدکنندگان را به خود جذب کنند، باید مطالبی را در سایت خود منتشر نمایند که به فرآیند تهیه این مطالب، تولید محتوا می گویند. استفاده از این تکنیک بازاریابی به شما کمک می کند تا مشتریان جدیدی را به کسب و کار خود جذب کرده و بازدیدکنندگان ارزشمندی به وبسایت وارد نمایید و آن ها را به مشتری تبدیل کنید. یکی از دلایلی که می توان برای مهم بودن تولید محتوا بیان کرد، این است که گوگل وبسایت هایی را دوست دارد که حرفی برای گفتن داشته باشند! وبسایت های توخالی که هیچ محتوایی ندارند، از نظر گوگل هیچ ارزشی ندارند. در ادامه دلایلی را بیان می کنیم که ثابت می کند تولید محتوا می تواند به رشد کسب و کار کمک کند.

۱. بالا بودن نرخ تبدیل در بازاریابی محتوایی

شاید یکی از بزرگترین مزیت های بازاریابی محتوایی برای شرکت شما، این است که در طول زمان، نرخ تبدیل واقعی بیشتری داشته باشید. نرخ تبدیل، اقدامی است که شما می خواهید بازدیدکننده بعد از ورود به وبسایت انجام دهد. به طور نمونه می توان ثبت نام، خرید یک محصول، دانلود یک اپلیکیشن، عضو شدن در خبرنامه و ... را نام برد.

تحقیقات صورت گرفته نشان می‌دهند شرکت‌هایی که بیشتر روی بازاریابی محتوایی کار می‌کنند، ۶ برابر، نرخ تبدیل بیشتری نسبت به رقبایشان دارند که روی بازاریابی محتوایی متمرکز نیستند. این مورد گویای این است که سرمایه‌گذاری کردن در تولید محتوا در نهایت باعث برگشت سرمایه و کسب سود برای کسب‌وکار شما می‌شود.

۲. محتوای مفید باعث جذب ترافیک بیشتر به سایت شما می‌شود

این مسئله را به یاد داشته باشید که محتوا پادشاه یک وبسایت است! انتشار پیوسته پست‌های مفید در وبلاگ به شما کمک می‌کند که در طول زمان، ترافیک بیشتری به وبسایت خود جذب کنید. تحقیقات نشان داده‌اند که شرکت‌هایی که بیشتر از ۱۶ پست وبلاگ در ماه منتشر می‌کنند، تقریباً ۳,۵ برابر ترافیک بیشتری نسبت به آنهایی که فقط ۴ پست یا کمتر منتشر کرده‌اند، داشته‌اند. بنابراین اگر می‌خواهید ترافیک وبسایت خود را بهبود بخشید، باید محتواهای با کیفیت بیشتری به طور پیوسته منتشر کنید. افراد زیادی فکر می‌کنند که با استفاده از رپورتاژهای زیاد می‌توانند وبسایت خود را به صفحه اول و رتبه اول نتایج گوگل برسانند. باید بگوییم که درست است، شما می‌توانید وبسایت خود را با کمک رپورتاژ به رتبه اول گوگل برسانید، اما چیزی که این رتبه را حفظ می‌کند، رپورتاژ نخواهد بود! هیچ چیزی نمی‌تواند با تعداد کلیک و ورودی سایت شما رقابت کند و چیزی که می‌تواند ورودی و ترافیک وبسایت شما را افزایش دهد، عنوان مقاله‌ها، محتویات مطلب و مشهور بودن یا نبودن برند شما می‌باشد. اگر برند معروفی نیستید، باید روی عنوان و محتویات مقالات خود، کار کنید و مطمئن باشید که این روش، بهترین راه برای دستیابی و حفظ رتبه اول گوگل است.

۳. نام تجاری خود را با تولید محتوای مفید به مخاطبان خود معرفی کنید

همه ما می‌دانیم که مصرف‌کنندگانی وجود دارند که نیازمند محصولات و خدمات ما هستند، اما تا به حال این فرصت را نداشته‌اند که نام تجاری مناسبی پیدا کنند. با ایجاد محتوای مفید و باکیفیت که خریداران شما را هدف قرار می‌دهد، می‌توانید به آگاهی کاربران خود بیافزاید و آن‌ها را از نام تجاری کسب‌وکار خود باخبر سازید. آگاهی از برند، یکی از مهمترین مزیت‌های بازاریابی محتوا است.

۴. شرکت شما می‌تواند از محتوای باکیفیت برای آموزش به مشتریان استفاده کند

به احتمال زیاد مشتریان احتمالی شما، با مشکلاتی روبه‌رو هستند که برند شما می‌تواند آن‌ها را حل کند. برای این مشکلات، چه راه‌حلی بهتر از تولید محتوای جذاب وجود دارد؟ باید حواستان به این مسئله باشد که در تولید محتوای خود به نیازها و مشکلات مشتریان‌تان پاسخ دهید و چیزی برای ارائه به آن‌ها داشته باشید. گوگل به این خصوصیت، اهمیت زیادی می‌دهد و وبسایت‌هایی را دوست دارد که بتوانند محتوای مفید و آموزنده به مخاطبین خود ارائه دهند.

۵. محتوا می‌تواند به ایجاد اعتماد در مشتری منجر شود

هرچه بیشتر به آموزش و افزایش اطلاعات مخاطبین کمک کنید، اعتماد بیشتری ایجاد می‌شود. با تولید محتوا در وبسایت خود، شروع به برقراری ارتباط با مشتریان و ایجاد اعتماد در آن‌ها با استفاده از محتوا می‌کنید که آن‌ها نیز باتوجه به اعتماد ایجادشده می‌توانند نسبت به خرید خدمات و محصول شما اقدام کنند.

۶. تولید محتوای باکیفیت باعث می‌شود که اعتبار و اقتدار کسب‌وکار خود را بالا ببرید

برای مخاطبان و مشتریان، بسیار ارزشمند است که شما در صنعت خود، استاد هستید و برای نشان دادن میزان مهارت، تولید محتوا بهترین گزینه است که اعتبار و اقتدار کسب‌وکار را از نظر مشتریان بالا می‌برد. به طور مثال، با نوشتن پست وبلاگ در مورد چالش‌هایی که مشتریان شما با آن مواجه هستند یا مسائلی که در صنعت شما وجود دارد، به بازدیدکنندگان نشان می‌دهید چگونه بر زمینه کاری خود مسلط هستید و نتیجه نهایی آن، ارتباط برقرار کردن مشتریان با شما جهت مشاوره و راهنمایی است.

۷. با تولید محتوا، شما مخاطبین را به خرید ترغیب می‌کنید

هر مصرف‌کننده قبل از این که اقدام به خرید نهایی کند، مراحل مختلفی را طی می‌کند. مخاطب باید ابتدا احساس نیاز کند و سپس به سراغ خرید برود. او شروع به شناسایی و تحقیق در مورد راه‌حل‌های مختلف می‌کند و در نهایت براساس تحقیقات خود، تصمیم به خرید می‌گیرد. با تولید محتوا، شما می‌توانید راه‌حل استفاده از خدمات و محصولات خود را ارائه دهید.

۸. محتوا باعث بهینه‌سازی وبسایت برای موتورهای جستجو یا بهبود SEO می‌شود

بسیاری از مصرف‌کنندگان برای جستجوی یک محصول یا خدمات به موتورهای جستجو مراجعه می‌کنند و وبسایت‌هایی که در کلمه کلیدی مورد نظر در رتبه بالاتری از سایر سایت‌ها باشند، شانس بیشتری برای کلیک شدن خواهند داشت. تولید محتوای باکیفیت و تازه باعث می‌شود که محتواهای شما در کلمات کلیدی خاصی در موتورهای جستجو دیده

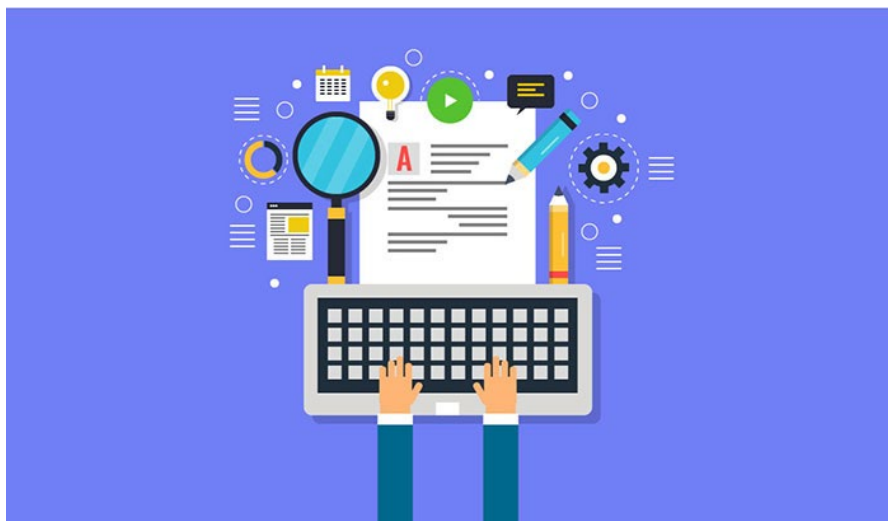
شوند و هرچه محتوا تازه‌تر و باکیفیت‌تر باشد، رتبه بهتری را کسب می‌کند. به این صورت وبسایت شما برای کلمات کلیدی خاصی در موتورهای جستجو بهینه می‌شود.

۹. تولید محتوای هدفمند می‌تواند به دستیابی شما به مخاطبین خاص کمک کند

همانطور که می‌دانید، همه کاربران آنلاین، مصرف‌کنندگان خدمات و محصولات شما نیستند و شما باید مصرف‌کنندگانی را به خود جذب کنید که به خدمات و محصولات شما نیاز دارند. با تولید محتوای مرتبط با محصولات و خدمات، کاربران علاقه‌مند به کسب‌وکار شما جذب شده و احتمال زیادی دارد که به مشتری شما تبدیل شوند.

۱۰. محتوا قابل اشتراک گذاری است

کاربران هنگامی که یک مطلب را مطالعه می‌کنند و آن را مفید می‌دانند، دوست دارند آن را با دوستان و همکاران خود به اشتراک بگذارند و برای این کار اقدام به ارسال محتوا با ایمیل، تلگرام، توییتر، لینکدین و ... می‌کنند. این به اشتراک گذاری باعث دیده شدن کسب‌وکار شما در شبکه‌های اجتماعی شده و باعث می‌شود که کاربران جدیدی به وبسایت شما وارد شوند.



انواع مختلف تولید محتوا

در عصر دیجیتال، بسیار اهمیت دارد که با انواع مختلف محتوا آشنا شویم و از انواع مختلف تولید محتوا برای ساخت برند و نام تجاری کسب و کار خود استفاده کنیم. محتوای متنی همیشه در بازاریابی دیجیتال، نقش مهمی ایفا کرده است، اما ایجاد و تولید محتوای متنی همراه با محتوای بصری می تواند جذابیت آن را بالا ببرد و بازدیدکننده از خواندن محتوا خسته نشود و محتوا را تا پایان مطالعه کند.

به طور کلی، ما می توانیم انواع مختلف محتوا را به موارد زیر تقسیم بندی کنیم:

۱. محتوای نوشتاری

۲. محتوای بصری

۳. محتوای تعاملی

۴. محتوای ویدئویی

در عمل، انواع مختلف تولید محتوا با هم همپوشانی دارند، اما تفاوت های کوچکی که در هر کدام از آنها وجود دارد، می تواند تاثیرات بزرگی داشته باشند.

انواع مختلف تولید محتوای نوشتاری

۱. پست وبلاگ

پست های وبلاگ برای برندها و کسب و کارها، اهمیت بالایی دارند. همچنین موتورهای جستجو به پست های وبلاگ، اهمیت ویژه ای می دهند و سایت هایی که مطالب وبلاگ بهتری دارند، رتبه بالاتری را در نتایج جستجو دریافت می کنند، بنابراین نوشتن پست های وبلاگ به عنوان یک ژنراتور عمل می کند و کسب و کار شما را رو به جلو می برد.

ناگفته نماند که پست های وبلاگ، آگاهی مخاطبان را در مورد موضوعات مختلف بالا

می‌برند و مشتریان را از اخبار و رویدادهای کسب‌وکار شما مطلع می‌کنند. به طور کلی، پست‌های وبلاگ، یک سابقه طولانی در ارائه محتوای ارزشمند و مفید دارند. اما آیا می‌توانید دلایل اهمیت وبلاگ را نام ببرید؟ بیایید ببینیم داشتن یک وبلاگ چرا اهمیت دارد:

۱. دلیل اولی که برای مهم بودن وبلاگ می‌توان نام برد، این است که شما در قسمت معرفی محصولات نمی‌توانید از عنوان‌های جذاب استفاده کنید و همانطور که گفتیم، عنوان‌های جذاب مهم‌ترین موضوع در افزایش ترافیک سایت هستند. بدین ترتیب، شما با داشتن وبلاگ در سایت خود می‌توانید مطالبی با عنوان‌های جذاب بنویسید و محصولاتتان را معرفی کنید و در نهایت ترافیک و فروش وبسایت خود را افزایش دهید.

۲. دلیل دوم این است که شما در صفحه محصولات نمی‌توانید برای مخاطب نیاز ایجاد کنید، نمی‌توانید از خود و محصولاتتان تعریف کنید، چرا که هرچقدر هم محصول شما باکیفیت و عالی باشد، باز هم صحبت پول در میان است و شما به مخاطب می‌گویید که از شما خرید کرده و به شما پول پرداخت کند.

۳. دلیل سوم را می‌توان به ایجاد اعتماد و رفع شک و تردید مخاطب مربوط دانست. بدین معنی که شما با داشتن یک وبلاگ می‌توانید شک و تردید مخاطب خود را با ارائه مطالب مفیدی همچون تشخیص اصل و تقلبی بودن محصول، از بین ببرید و او را به خرید ترغیب کنید.

۴. دلیل بعدی برای اهمیت وبلاگ، پررنگ کردن وجه تمایز شما از رقبای خود است. اما به نظر شما چطور می‌توان وجه تمایز را پررنگ کرد؟ پاسخ ساده است: نوشتن داستان مشتریان قبلی! داستان مشتریان قبلی برای مخاطبین شما بسیار جذاب است و در اکثر موارد به افزایش فروش سایت می‌انجامد. تنها با یک کار بسیار ساده، یعنی همان نوشتن داستان مشتریان قبلی، می‌توانید وجه تمایز خود را از رقا به نمایش بگذارید.

۵. آخرین دلیلی که می‌توان برای اهمیت وبلاگ عنوان کرد، معرفی خدمات و افزایش قطعی فروش سایت است. شما با مقالات جذاب و کاربردی که روی سایت خود قرار می‌دهید، می‌توانید به معرفی خدمات خود بپردازید و سپس مطمئن باشید که فروش شما افزایش خواهد یافت.

اگر شما به دنبال تولید محتوای وبلاگ هستید، همه امکانات لازم برای شروع کار فراهم است. در این قسمت، ما لیستی از انواع مختلف محتوای وبلاگ را برای شما آماده کرده‌ایم.

مطالب مفید کسب‌وکار

آموزش‌های مختلف

راهنمایی مشتریان

نقل قول‌ها

آمارها

همکاری‌ها

پرسش و پاسخ‌ها

مصاحبه‌ها

اخبار شرکت

اخبار محصولات

انتشار اخبار مرتبط با کسب‌وکار

لیست مقایسه

استراتژی جدید

تحقیقات صورت گرفته

بهترین روش‌ها

نکات مختلف

چک لیست‌های مختلف

پست‌هایی با عنوان چگونه

نقد و بررسی

۲. کتاب‌های الکترونیکی (Ebooks)

کسب‌وکارها زمانی که می‌خواهند اعتبار خود را به عنوان یک متخصص موضوعی بالا ببرند یا قصد ارائه یک نظر خاص در مورد موضوعی را دارند و محتوای لازم برای ارائه آن خیلی طولانی است، از کتاب‌های الکترونیکی استفاده می‌کنند. اغلب این نوع تولید محتوا به صورت PDF تهیه می‌شود.

تهیه و ارائه کتاب‌های الکترونیکی، یک راه‌حل مفید برای ایجاد لیستی از ایمیل کاربران و بازدیدکنندگان وبسایت است و فرصت تعامل بیشتر را برای بخش بازاریابی کسب‌وکار فراهم می‌کند تا به کمک ایمیل‌ها فروش را افزایش دهند.

کتاب‌های الکترونیکی می‌توانند به عنوان یک محصول دیجیتال، به صورت دانلود رایگان ارائه شوند و با استفاده از آن اعتبار کسب‌وکار را افزایش دهند.

هنگامی که یک کتاب الکترونیکی را ایجاد می‌کنید، یک صفحه فرود اختصاصی برای آن ایجاد نمایید تا مخاطب را به خود جذب کند و ایمیل خود را برای دریافت آن وارد کنند.

۳. توضیحات محصول

همه مدیران فروشگاه‌های اینترنتی و کسب‌وکارهای اینترنتی، از اهمیت توضیحات محصول آگاهی دارند. اما آن را نادیده می‌گیرند و از پتانسیل بالای آن غافل می‌شوند.

تولید محتوا برای توضیحات محصول به مشتریان کمک می‌کند تا از محصولات، اطلاعات کاملی پیدا کنند و بهتر بتوانند محصول خود را انتخاب و خرید کنند. تجربه نشان داده

است که اکثر کاربران قبل از این که اقدام به خریداری یک محصول کنند، در اینترنت جستجو کرده تا اطلاعات مختلفی از آن کسب کنند و با اطمینان خرید خود را انجام دهند. این مسئله، فرصت مناسبی برای مدیران فروشگاهها و کسبوکارها فراهم می کند تا با ارائه توضیحات کامل و جامع محصول، بازدیدکنندگان را به وبسایت خود جذب کرده و آنها را به مشتری تبدیل کنند.



انواع مختلف تولید محتوای بصری

در دوران دیجیتال، برای شناخته شدن برند باید از تمامی اشکال مختلف محتوا استفاده کرد. هرچند که محتوای مبتنی بر متن، همیشه در بازاریابی دیجیتال، یک نقش مهم را ایفا می کند، اما ترویج و تولید محتوای بصری می تواند برای کسبوکار شما مزایای زیادی به ارمغان بیاورد.

سه مزیت اصلی تولید محتوای بصری عبارتند از:

جذاب تر هستند: طبق تحقیقاتی که صورت گرفته، ثابت شده است که عکسها، فیلمها و سایر رسانه های تصویری در سایت های مختلف، ۷۷ درصد بیشتر از محتوای متن، نظر خوانندگان را به خود جذب می کنند.

درک تصویر راحت تر است: بازدیدکنندگان می توانند اطلاعات بصری را ۶۰,۰۰۰ بار سریع تر از محتوای متنی پردازش می کنند.

بیشتر به یاد می ماند: طبق قوانین مغز، اطلاعاتی که همراه با تصاویر ارائه می شوند، ۶ برابر بیشتر در ذهن باقی می ماند.

۱. تصاویر

تصاویر، غالب ترین نوع محتوای بصری هستند که در تولید محتوا از آن ها استفاده می شود. در حالی که ممکن است مخاطبین، متن ها را نادیده بگیرند، اما یک تصویر مناسب می تواند پیام شما را در چند ثانیه منتقل کند.

استفاده از تصاویر باکیفیت در مقاله های وبلاگ، توضیحات محصول و ... جذابیت محتوا را به حد زیادی بالا می برد و کمک می کند تا مخاطب، محتوا را کامل مطالعه کند. پیدا کردن تصاویر، کار خیلی دشواری نیست و آن ها را از منابع مختلفی مانند گوگل، پینترست، فری پیک و ... می توان پیدا کرد.

۲. اینفوگرافیک ها

اینفوگرافیک ها نیز از محبوب ترین محتواهای بصری هستند که در آن ها با استفاده از موارد مختلفی مانند آمارها، تصاویر، نمودارها و ... اطلاعاتی به صورت تصویر به مخاطب ارائه می شود. تجربه نشان داده است که اینفوگرافیک ها، سه برابر بیشتر از محتواهای دیگر به اشتراک گذاشته می شوند.

۳. فیلم ها

امروزه نسبت به گذشته، بیشتر بازدیدکنندگان در حال مشاهده محتوای ویدئویی هستند. در واقع، تولید محتوای ویدئویی یکی از بهترین نوع بازاریابی برای دستیابی به مشتریان

هدف شما است. اگر می‌خواهید که در بازار رقابتی امروز باقی بمانید، باید راهی پیدا کنید تا مخاطبان هدف خود را جذب کرده و آن‌ها را به سرعت با محتوا درگیر کنید. برای کسب‌وکارهای کوچک نیز تولید محتوای ویدئویی، یک تکنیک بازاریابی محسوب می‌شود، چرا که این نوع محتوا، بازده بالایی دارد و بازگشت سرمایه آن سریع است. بر طبق گزارشات ارائه شده از **BrightCove**، برندهایی که از ویدئو استفاده می‌کنند، می‌توانند انتظار داشته باشند که به طور متوسط ۱۵۷ درصد افزایش ترافیک عالی را از موتورهای جستجو دریافت کنند. علاوه بر این، ویدئو به افزایش زمان باقی ماندن کاربر در وبسایت نیز کمک زیادی کرده و این خود شانس فروش شرکت شما را بیشتر می‌کند.

۴. پادکست‌ها

شکلی دیگر از محتوا، پادکست‌ها هستند که در آن افرادی که گوینده می‌باشند و صدای خوبی دارند، محتواهایی به صورت صوتی به وسیله امکاناتی مانند میکروفن ضبط می‌کنند و آن را در وبسایت برای شنیدن قرار می‌دهند یا آن‌ها را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند.



چگونگی انتخاب کلمات کلیدی و تاثیر آن در محتوای باکیفیت و سئوی سایت

در صورتی که می‌خواهید صفحات سایت شما، تولید محتوا و ایمیل مارکتینگ شما، نتیجه مطلوبی داشته باشد، باید بدانید چطور کلمات کلیدی را جستجو و پیدا کنید. کلمات کلیدی عبارتند از:

کلمات و عباراتی که افراد برای انجام جستجو انتخاب می‌کنند.

کلمات و عبارتی که شما باید در مورد آن‌ها تولید محتوا کنید.

جستجو و کلمات کلیدی صحیح به شما کمک می‌کند، عباراتی که افراد بیشتر در موتورهای جستجو وارد می‌کنند را شناسایی کرده و از آن‌ها به شکل صحیحی جهت تولید محتوا استفاده کرده تا بتوان به این عبارت‌های وارد شده کاربران در موتورهای جستجو پاسخ داد.

آیا کلمات کلیدی اهمیت زیادی دارند؟ تغییرات به چه صورت بوده است؟

شاید شما بپرسید آیا هنوز هم کلمات کلیدی باارزش هستند؟ پاسخ کوتاه به این سوال، بله است. اما نه به شکلی که در گذشته برای سئوسازی استفاده می‌شد.

در گذشته یکی از هدف‌های یافتن کلمات کلیدی، تولید محتوا و قرار دادن این کلمات با چگالی بالا در مقالات بود و اکثراً، سایت‌ها به دنبال آن بودند که صفحات را به صورت مصنوعی ایجاد کرده و آن‌ها را به نتایج بالا برسانند و اصلاً به کیفیت محتواها توجهی نمی‌کردند.

این نوع رویکرد، دیگر کار نمی‌کند و برعکس جریمه نیز دارد. گوگل روز به روز در حال ارتقاء الگوریتم‌های جستجوی خود است و تلاش می‌کند که نتایجی را به کاربران نمایش دهد که بیشترین ارتباط را با نیاز کاربر داشته باشند.

پس نباید در استفاده از کلمات کلیدی افراط کرد تا گوگل، وبسایت را به عنوان سایت تقلب کننده به حساب نیاورد و آن را در نتایج نمایش دهد. فراموش نکنید که مقاله‌ها را نیز به صورتی تهیه کنید تا بازدیدکنندگان به خواندن آن ترغیب شوند و آن را کامل مطالعه کنند. همچنین با قرار دادن پی دی اف مقالات روی سایت، اگر کاربر زمان کافی برای خواندن مقاله را نداشته باشد، می‌تواند پی دی اف را دانلود کرده و سرفرصت آن را بخواند.

نحوه یافتن کلمات کلیدی

پیدا کردن کلمات کلیدی مناسب زمینه فعالیت سایت، بخشی مهم از فرآیند تولید محتوا است و باید با دقت انتخاب شود تا بهترین بازدهی را داشته باشد و ترافیک لازمه را به وبسایت هدایت کند.

امروزه ابزارهای مختلفی برای پیدا کردن کلمات کلیدی ارائه شده است، اما بهترین گزینه، استفاده از سرویس‌های خود گوگل می‌باشد که مطابق با جستجوهای کاربران تهیه می‌شود.

یافتن کلمات کلیدی از پیشنهادات گوگل

یکی از ساده‌ترین روش‌هایی که با استفاده از موتورهای جستجوی گوگل می‌توان کلمات کلیدی مناسبی پیدا کرد، استفاده از پیشنهادات ارائه شده گوگل است. برای این کار کافی است یک کلمه یا عبارت را در قسمت کادر جستجو وارد کنید تا دیگر کلمات و جملات مرتبطی که بیشترین جستجو را داشته‌اند به شما پیشنهاد داده شوند.

به عنوان مثال، اگر شما کلمات «تولید محتوا» را وارد کنید، دیگر کلمات مرتبط با تولید محتوا به شما نمایش داده می‌شوند که این پیشنهادات، عبارت‌های بیشتر جستجو شده مرتبط با «تولید محتوا» هستند.



استفاده از سرویس Google Trends

یکی دیگر از سرویس‌های گوگل که یک ابزار مناسب برای دیدن آمار و اطلاعات مختلف مرتبط با یک یا چند کلمه کلیدی است و امکانات خاصی مانند تعداد جستجوهای انجام شده براساس کشور، بازه زمانی، دسته‌بندی و نوع جستجوی وب را دارد، سرویس Google Trends است.

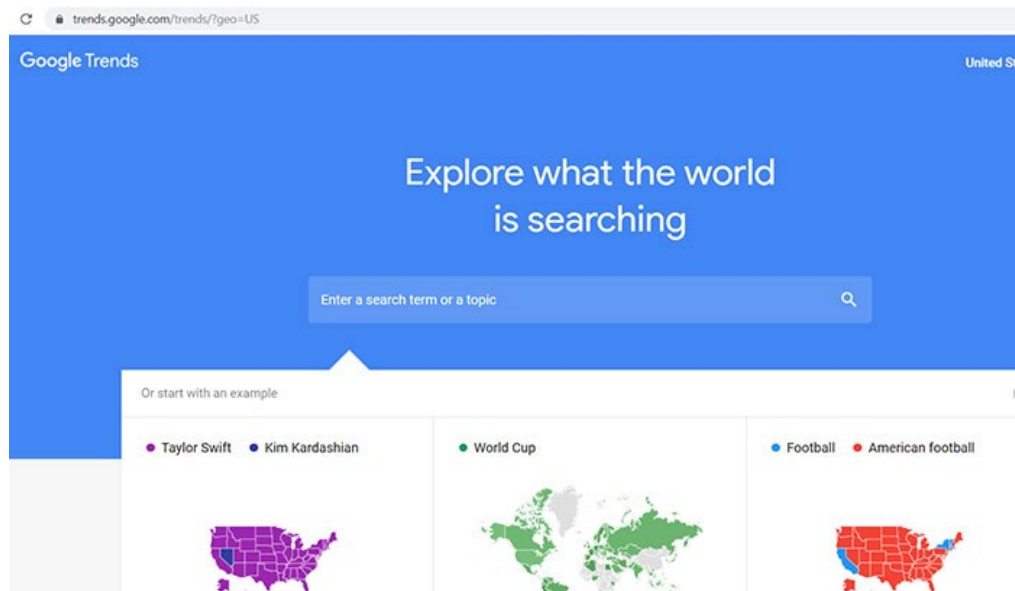
برای این کار کافی است که ابتدا وارد سرویس شده و در قسمت کادر مورد نظر، عبارت خاصی وارد کنید و سپس گزینه‌های مختلف کشور، بازه زمانی و ... را تغییر دهید تا آماری از تعداد دفعاتی که عبارت مورد نظر در گوگل جستجو شده، به همراه نمودار به شما نمایش داده شود.

در قسمت پایین‌تر، بخشی به نام **Interest by subregion** وجود دارد که اطلاعاتی از بیشترین جستجوهای انجام شده براساس موقعیت مکانی نمایش داده می‌شود.

در قسمت **Related queries** نیز می‌توان اطلاعات کلمات کلیدی مرتبط را مشاهده کرد. در صورتی که تب مورد نظر روی عبارت **TOP** باشد، محبوب‌ترین کلمات کلیدی

تولید محتوا و هر نکته جالب و مهمی که باید در مورد آن بدانید!

مرتبط با عبارت وارد شده و در صورت قرار گرفتن روی عبارت **Rising**، کلمات کلیدی که با عبارت شما مرتبط بوده و جستجوی بالایی داشته‌اند را نمایش می‌دهد.

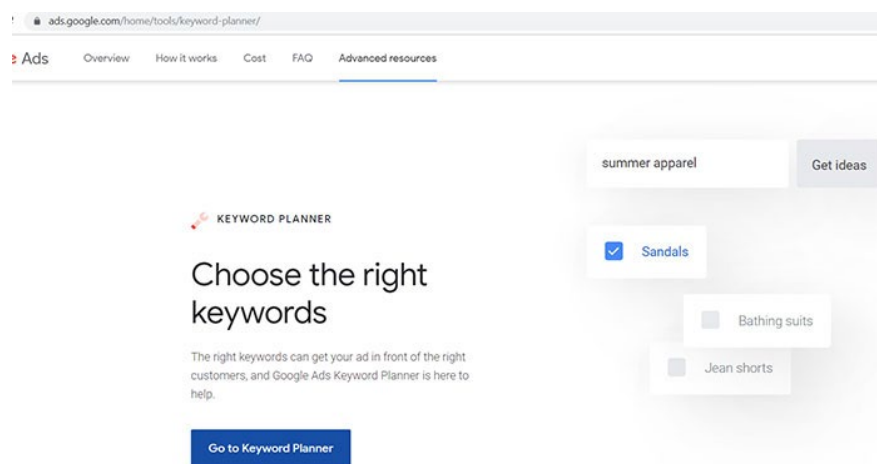


استفاده از سرویس Google Keyword Planner

آخرین سرویس گوگل که از آن می‌توان برای پیدا کردن کلمات کلیدی استفاده کرد، سرویس گوگل کیورد پلنر یا **Google Keyword Planner** است که در اصل برای کسانی ارائه شده که می‌خواهند از کلمات کلیدی برای تبلیغات خود استفاده کنند. استفاده از این سرویس کاملاً رایگان است و شما تنها به یک اکانت گوگل نیاز دارید. برای اینکه به **Google Keyword Planner** دسترسی داشته باشید، باید چند مرحله ساده را پشت سر بگذارید. ابتدا باید روی گزینه **Go to Keyword Planner** کلیک کنید. سپس این سوال را مشاهده خواهید کرد: **What's your main advertising goal**. در این قسمت باید روی گزینه **Experienced with GoogleAds** و در صفحه بعد روی گزینه **Create an account without a campaign** کلیک

تولید محتوا و هر نکته جالب و مهمی که باید در مورد آن بدانید!

کنید. اکنون باید سراغ گزینه **Submit** بروید. پس از کلیک روی **Submit**، گزینه **Explore your account** برای شما نمایش داده می‌شود که باید روی آن کلیک کنید. پس از طی این مراحل، باید روی گزینه **Tools** و سپس **Switch to expert mode** کلیک نمایید. حال با کلیک روی گزینه **Tools** باید **Keyword Planner** را مشاهده کنید. اکنون دیگر تمامی مراحل را طی کرده‌اید و می‌توانید با استفاده از این سرویس گوگل، کلمات کلیدی مناسب خود را پیدا کنید.



از کلمات کلیدی باید در کجای محتوا استفاده کرد

بعد از آن که کلمات کلیدی را از راه‌های مختلفی پیدا کردید، باید در ارتباط با آن‌ها تولید محتوا کرده و کلمات کلیدی مورد نظر را مطابق با اصول سئو در قسمت‌های مختلف محتوا وارد کنید تا بهترین نتیجه را دریافت نمایید. کلمات کلیدی را باید در قسمت‌های زیر استفاده کرد:

عنوان صفحه: یکی از اصلی‌ترین قسمت‌هایی که باید کلمه کلیدی در آن قرار بگیرد، عنوان صفحه مقاله است. گوگل این قسمت مقاله را همراه با لینک در نتایج جستجو نمایش می‌دهد. پس حتماً از کلمات کلیدی اصلی در عنوان مقاله استفاده کنید.

در لینک‌ها: گوگل برای پیدا کردن کلمات کلیدی یک مقاله، قسمت‌های مختلف از جمله لینک را مورد بررسی قرار می‌دهد و در صورتی که کلمه کلیدی اصلی در آن وجود داشته باشد، آن را در نتایج لحاظ می‌کند.

استفاده در تگ‌های هدینگ: گوگل، کلمات کلیدی موجود در تگ‌های هدینگ که با H۱-H۶ مشخص و طبقه‌بندی می‌شوند را نیز مورد بررسی قرار می‌دهد. البته نباید در استفاده از آن‌ها تفریط کرد و طوری شود که خوانایی عنوان‌ها از دست برود، بلکه باید به صورت طبیعی در عنوان‌ها قرار بگیرد.

استفاده در محتوا: به طور رایج، محتوا مهمترین قسمتی است که در آن کلمات کلیدی قرار می‌گیرند. کلمات کلیدی باید در پاراگراف‌های اول، بیشترین حضور را داشته باشند و بعد از آن در کل محتوا پخش شوند.

استفاده در تگ alt تصاویر: تصاویر یکی دیگر از قسمت‌های محتوا است که در خوانایی و سئوی سایت تاثیر زیادی دارد. هنگامی که اقدام به قرار دادن تصاویر در مقاله می‌کنید، باید از کلمات کلیدی در نام‌گذاری و توضیحات آن استفاده نمایید. موتورهای جستجو، این قسمت‌ها را مورد بررسی و در نتایج جستجو مدنظر قرار می‌دهند.

همچنین توجه داشته باشید که تراکم کلمات کلیدی باید بین یک تا سه درصد کل متن باشد و از سه درصد نباید بیشتر شود. به عنوان مثال، اگر متن شما ۱۰۰۰ کلمه است، تعداد کلمات کلیدی مناسب ۱۰ عدد خواهد بود.

محتوای کپی چگونه باعث افت رتبه سایت می‌شود

یکی از مواردی که باعث می‌شود گوگل، سایت‌ها را جریمه کند، وجود مطالب تکراری در آن است. هنگامی که ربات‌های گوگل محتوای یک وبسایت را بررسی می‌کنند و متوجه کپی بودن آن می‌شوند، اصلی‌ترین منبع مطلب که در یک تاریخ، قدیمی‌تر است را به عنوان

مطلب اصلی در نظر می‌گیرند و سایر مطالب کپی را در نتایج جستجو نمایش نمی‌دهند. اگر تعداد این کپی‌ها زیاد شود، در اصطلاح سایت مورد نظر توسط گوگل پنالتی می‌شود. با این اقداماتی که گوگل برای مقابله با محتوای تکراری انجام می‌دهد، سایت کپی‌کننده محتوا از نتایج جستجو حذف خواهد شد. هنگامی که سایت در نتایج جستجو آورده نشود، دیگر بازدیدکننده از طریق جستجو وارد وبسایت نخواهد شد و در نتیجه ترافیک سایت به میزان زیادی کاهش پیدا می‌کند.

چطور می‌توان مطالعه یک مطلب را قطعی ساخت؟

برای اینکه بتوانید مطالعه مطلب خود را قطعی سازید، باید به چند نکته مهم توجه کنید. این نکات عبارتند از:

۱. مطلب خود را با یک داستان جذاب شروع کنید: مخاطبین، مقاله‌هایی که داستانی جذاب و البته مفید داشته باشند، بیشتر دوست دارند.
۲. از عنوان‌های مشخص و جذاب استفاده کنید: برای اینکه مخاطبین را به سایت خود بکشانید و مطالعه مطلب خود را قطعی سازید، می‌توانید از عنوان‌های جذاب استفاده کنید.
۳. از عکس‌های مرتبط و جذاب استفاده کنید: عکس‌ها، قسمت مهمی از مقالات را تشکیل می‌دهند. شما با قرار دادن عکس‌های مرتبط به مطلب خود و البته جذاب، می‌توانید مخاطبین را در سایت خود نگه دارید.
۴. خلاصه مطلب را ارائه کنید: در ابتدای مطلب خود، حتماً چکیده مطلب را قرار دهید و در انتهای متن نیز نتیجه‌گیری داشته باشید.
۵. PDF مقاله را در انتهای مطلب قرار دهید: با قرار دادن PDF مقاله در انتهای آن، اگر مخاطبین وارد سایت شما شوند اما زمان کافی برای مطالعه مقاله را نداشته باشند، می‌توانند PDF آن را دانلود کرده و سرفرصت آن را مطالعه کنند.

۶. زمان مطالعه مطلب خود را تعیین کنید: با تعیین و قرار دادن زمان مطالعه برای مقاله خود، مخاطبین می‌توانند برای زمان و کارهای خود برنامه‌ریزی کرده و مطلب را مطالعه کنند.

تقویم محتوا چیست و چه اهمیتی دارد؟

همانطور که قبلاً گفتیم، تولید محتوا باید به صورت منظم صورت بگیرد و در زمان‌های مشخصی محتوا منتشر شود. برای برنامه‌ریزی این کار، افرادی که مسئول تولید محتوای سایت هستند، برای ایجاد محتواهای وبلاگ، شبکه‌های اجتماعی و ... تاریخ و زمان‌های خاصی را مشخص می‌کنند تا در یک زمان مشخص، محتواها تهیه و منتشر شوند. به این فرآیند مشخص کردن و برنامه‌ریزی روند تولید محتوا، در اصطلاح تقویم محتوا می‌گویند.

چرا استفاده از تقویم محتوا اهمیت بالایی دارد؟

داشتن یک تقویم محتوا برای هر وبسایتی بسیار مهم است. از دلایل آن نیز می‌توان به ایجاد آگاهی از نام تجاری، جذب مشتریان جدید و افزایش سئو سایت و ... اشاره کرد. امروزه راه‌های مختلفی برای ایجاد تقویم محتوا فراهم شده است که از جمله آن‌ها می‌توان به **Google Calendar**، **Google Sheets**، ترلو، واندربلیست و ... اشاره کرد که در آن اعضای تیم تولید محتوا حضور پیدا می‌کنند و مدیر تیم تولید محتوا یا سردبیر، کارهایی را جهت تولید محتوا همراه با تاریخ انجام ایجاد می‌کند، هر کار می‌تواند جزئیات دیگری مانند عنوان، توضیحات، منابع، فایل‌های پیوست و نکات لازم را داشته باشد. در ایران نیز استفاده از این ابزارها بسیار فراگیر شده است، به طوری که اکثر کسب‌وکارها برای مدیریت کارکنان و پروژه‌های خود از این سرویس‌ها استفاده می‌کنند.



چهار نوع محتوای مفید که گوگل آن‌ها را دوست دارد

۱. محتوای همیشه سبز چیست و چه اهمیتی دارد؟

محتوای همیشه سبز یا **Evergreen content**، محتوای بهینه‌سازی‌شده برای موتورهای جستجو است که به طور پیوسته مورد استفاده قرار می‌گیرد و در مدت زمانی طولانی برای خوانندگان، تازه می‌باشد. این نوع محتوا تاریخ مصرف ندارد! برای تولید محتوای همیشه سبز نباید از تاریخ استفاده کنید! به عنوان مثال، در عنوان و **url** مطلب شما نباید تاریخ قرار بگیرد.

همه پست‌های یک سایت، محتوای همیشه سبز نیستند و بسیاری از محتواها پس از گذشت مدت زمان کوتاهی از انتشار، ناپدید می‌شوند، اما محتوای همیشه سبز اینطور نیست و امکان دارد با گذشت زمان، ترافیک بیشتری نیز برای سایت داشته باشد. به محتوایی که از گذشته صحبت کند، یک واقعه را تعریف نماید، سالانه به‌روزرسانی شود یا تغییرناپذیر است، محتوای همیشه سبز گفته می‌شود.

تولید محتوای همیشه سبز با کلمات کلیدی مناسب به وبسایت شما کمک می‌کند تا همیشه بازدیدکنندگان جدیدی وارد سایت شما شوند. به عنوان مثال، اگر وبسایت شما در مورد سلامت و تناسب اندام باشد، اگر محتوایی با کلمه کلیدی «بهترین تمرینات پا» تهیه کنید، این محتوا به عنوان محتوای همیشه سبز شناخته می‌شود. چون همیشه کسانی هستند که دنبال بهترین تمرینات پا باشند و این افراد هر زمانی که در موتورهای جستجو، بهترین تمرینات پا را وارد کنند، محتوای شما به آن‌ها نمایش داده می‌شود. ویکی پدیا بهترین نمونه محتوای همیشه سبز است.

چرا محتوای همیشه سبز برای کسب و کارها مهم است؟

تهیه و انتشار محتواهای همیشه سبز برای کسب و کارها می‌تواند یک سرمایه‌گذاری بلندمدت باشد که در طول زمان برای وبسایت‌شان ترافیک جذب می‌کند و بازدیدکنندگان جدیدی وارد وبسایت آن‌ها می‌شوند.

بهترین راه‌حل‌ها برای تولید محتوای همیشه سبز

با استفاده از مواردی خاص می‌توان محتوای همیشه سبز را به راحتی ایجاد کرد. این موارد عبارتند از:

پاسخ به پرسش‌های خوانندگان یا FAQ.

ارائه راهنمایی مرتبط با صنعت خود.

توضیح مفاهیم مرتبط با کسب و کار شما.

نوشتن تاریخچه‌ها.

آموزش‌های گام به گام و ...

۲. محتوای مرجع چیست؟

نوع دیگری از محتوا که گوگل آن را دوست دارد، محتوای مرجع است. این نوع محتوا، ارائه‌کننده آمار و ارقام می‌باشد، جای محتوای مرجع تثبیت شده است و از جای خود تکان نمی‌خورد مانند «۱۰ مورد از بهترین‌های...»، فهرست‌بندی و به‌روزرسانی می‌شود، قابل استناد است و ویدئوی اختصاصی دارد. گوگل، این محتواها را دوست دارد و برای آن‌ها ارزش قائل می‌شود. محتوای مرجع باید شرایط خاصی داشته باشد، یعنی باید آمار و ارقامی ارائه دهد یا تحلیلی انجام داده و آن‌ها را فهرست‌بندی کند.

۳. محتوای سریالی چیست؟

آیا می‌دانید تفاوت فیلم‌های سینمایی با سریال‌ها در چیست؟ پاسخ آن ساده است: کارگردان فیلم‌های سریالی، زمان بیشتری دارد تا روی مخاطب و بینندگان خود تأثیر بگذارد، اما در فیلم‌های سینمایی اینطور نیست! در محتواهای سریالی نیز شرایط به همین صورت است. شما با نوشتن محتواهای سریالی، زمان بیشتری برای خود می‌خرید تا بتوانید روی مخاطب تأثیر بگذارید. محتوای سریالی باعث اعتیاد خواننده شما می‌شود! هدف شما از سریالی ساختن محتوا، عادت کردن مخاطب به مطالب شما و در نهایت افزایش ترافیک و ورودی سایت شما می‌باشد! بدین ترتیب است که با استفاده از این نوع محتوا می‌توانید کاربران به سایت خود بکشانید و به هدف خود از ورود کاربر به سایتتان برسید.

۴. محتوای طولانی تر (آسمان خراش یا Skyscraper)

این موضوع را قبول دارید که اگر بخواهید برج شما دیده شود، باید آن را بلندتر بسازید؟ محتوا نیز درست به همین صورت است. اگر می‌خواهید محتوای بهتری داشته باشید و محتوای شما رتبه بگیرد، باید محتوای طولانی بنویسید. برای این کار می‌توانید کلمه

کلیدی خود را تعیین کرده، چند محتوای اول گوگل را بررسی و بیشتر از آن‌ها بنویسید. کار دشواری نیست ... تنها کافی است محتوای شما طولانی‌تر از سایر محتواها باشد! مهم‌ترین نکته‌ای که باید در نوشتن محتواهای طولانی در نظر بگیرید، خوانایی مطلب است. طولانی شدن مطلب شما نباید به خوانایی آن صدمه بزند.

راهنمایی برای تولید محتوای خوب

کسب‌وکارها برای این که ترافیک وبسایت و بازدید سایت خود را افزایش دهند و مشتری واقعی خود را پیدا کنند، باید تولید محتوای باکیفیتی داشته باشند. این مسئله به قدری اهمیت دارد که خود به یک روش بازاریابی تبدیل شده است که به آن بازاریابی محتوایی می‌گویند.

در بازاریابی محتوایی با استفاده از محتوا، مشتریان جدید شناسایی شده و آن‌ها را به وبسایت وارد می‌کنند. برای این که محتوای خوبی ایجاد کنید، لازم است به موارد مختلفی توجه داشته باشید که از جمله آن‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

نوشتن عنوان‌های جذاب.

ایجاد مقاله‌های کامل با تعداد کلمات بالا.

در نظر گرفتن یک مقدمه خوب برای مقاله.

لینک‌سازی داخلی و خارجی.

قرار دادن تصاویر، ویدیوها و پادکست‌ها در مقاله‌ها.

بخش‌بندی کردن مقالات.

بهینه‌سازی کردن برای موتورهای جستجو.

اشتراک گذاری در شبکه‌های اجتماعی.

معرفی منبع مقالات.



سخن پایانی

همانطور که در این مقاله مطالعه کردید، تولید محتوا برای کسب و کارها، مزیت‌های فراوانی دارد و برای این که از این مزیت‌ها بهره‌مند شوند، باید توجه خاصی به تولید محتوای باکیفیت داشته باشند. اما امروزه تولید محتوا به دلیل رقابت زیاد، مشکل شده و خود به یک تخصص تبدیل شده است.