

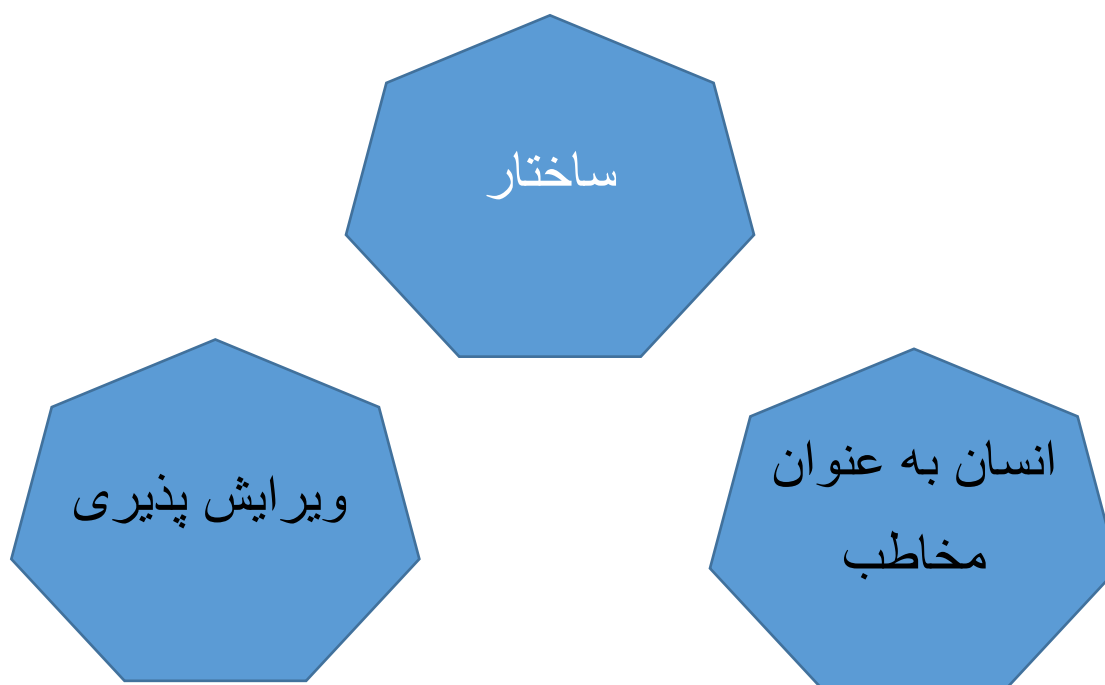
به نام خدا

موضوع: محتوا

خلق محتوا، خلق مشتری

پیشگفتار: به طور قطعی میتوان گفت امروزه دیگر کمتر کسی حوصله نگاه کردن به تبلیغات پرزرق و برق تلویزیون و گوش دادن سرودهای رادیویی را دارد یا نگاه کردن بیلبوردهای تبلیغاتی و یا بروشورهای پرشمار تمرکز کند. بله امروزه با گسترش اینترنت مشتریان برای کسب اطلاعات محصولات و خدمات ویافتن ارائه دهندگان مناسب به هر منبعی که لازم باشد سر میزنند و دیگر فقط به اطلاعات ارائه شده توسط شرکت ها اکتفا نمیکنند پس بهتر است به جای پرداختن به خودمان و معرفی ویژگی های محصولات مختلف و خدماتی که ارائه میدهیم بر ارائه محتوایی که برای مشتری ارزش ذاتی داشته باشد و آنها را درگیر کند تمرکز کنیم تا آنها دوباره به سراغ ما بیایند و ما را منبع موثق اطلاعات صنعتی بدانند که در آن فعالیت میکنیم که اینگونه به طور اندک اندک کاری میکنیم که مشتری در کنار دریافت محتوا و اطلاعات مورد نیازش و به طور کلی شرکت ما آشنا شود و برای خرید هم به ما مراجعه کند. بدین ترتیب با صرف هزینه به مراتب کمتر به نتایج بسیار بهتری دست پیدا کنیم.

تعریف محتوا: شکلی از اطلاعات که ساختار مشخص دارد
برای انسان به عنوان مخاطب قابل درک و استفاده است و فرآیند ویرایش
(حداقل پیش از عرضه و ترجیحاً حتی پس از عرضه) درمورد آن
معنا دارد و قابل اعمال است. محتوای دیجیتال دارای همه ی ویژگی های
بالا است. اما ویژگی دیگر هم دارد و آن این است که برای انتقال و ذخیره
سازی و مصرف آن از بستر و زیرساخت دیجیتال استفاده میشود.
چنین تعریفی میتواند مواردی مانند کتاب ها، مقالات، فایل های صوتی
و پادکست ها، ویدئوها و انیمیشن ها، بسته ها و محصولات آموزشی
پست های منتشر شده در شبکه های اجتماعی و ایمیل های دیجیتال را
پوشش دهد.



هدف از تولید محتوا: نخستین شکل تولید محتوا همان چیزی است که
بسیاری از ما در شبکه های اجتماعی تجربه کرده ایم ((تولید محتوا به
صورت کاملاً شخصی و بدون انگیزه های تجاری و اقتصادی))

بسیاری از اکانت های شخصی و خانوادگی در این گروه قرار میگیرند. هدف از این نوع تولید محتوا معمولا بیان خودمان و روزمرگی هایمان و دغدغه هایمان است. ممکن است این مطالب منتشر شده به یک بیوگرافی مختصر از ما و ثبت تفکر و ایده های ما و حتی شغل ما و توانایی های ما در زمینه های مختلف شود. واضح است که **بازاریابی محتوا** با این استراتژی محتوا در اینجا مفهوم خیلی زیادی نخواهد داشت و استاندارد و چهارچوب خاصی هم ندارد.

و اما تولید محتوا برای مصرف داخلی سازمان ها و یا کسب و کار: به عنوان مثال: تولید یک فایل ویدئویی آموزشی برای کارکنان تازه وارد. تولید گزارش از وضعیت فعالیت ها و پروژه ها. تنظیم بخش نامه ها و آیین نامه ها برای ابلاغ به کارکنان.

کسانی که در زمینه مدیریت محتوا برای سیستم ها متخصص هستند را

Enterprise Content Management OR ECM

میگویند.

تولید محتوای متنی چیست؟

. تولید محتوای متنی را می توان پایه ای ترین شکل تولید محتوا دانست

شاید در نخستین نگاه، تولید محتوای متنی را معادل پست نویسی برای یک وبلاگ یا انتشار جزوه و مقاله در نظر بگیرید، اما واقعیت این است که بیشتر انواع و فرمت های محتوا نیازمند تولید محتوای متنی هستند

به عنوان مثال، حتی اگر دغدغهی شما ویدئو مارکتینگ باشد و بخواهید یک کلیپ ویدئویی تولید کنید، بسیار حرفه‌ای‌تر است که ابتدا متن حرف‌ها و صحبت‌های خود را بنویسید و تنظیم کنید. به شکل مشابه، بسیاری از تولیدکنندگان حرفه‌ای فایل‌های صوتی و پادکست هم، ابتدا متن یا اسکریپت حرف‌های خود را می‌نویسند و سپس به سراغ ضبط می‌روند.

البته این به آن معنا نیست که در ویدئوها یا پادکست‌ها الزاماً روخوانی انجام می‌شود، اما همین که ابتدا به تولید و تهیه‌ی محتوای متنی فکر کنید باعث می‌شود که ذهنتان مرتب‌تر شود و بتوانید اجرای حرفه‌ای‌تری داشته باشید.

فعالان شبکه‌های اجتماعی هم نمی‌توانند از زیر بار محتوای متنی شانه خالی کنند. از توییت‌نویسی در توییتر تا کپشن‌نویسی در اینستاگرام، مصداق‌های تولید محتوای متنی هستند و کسی که در متن نویسی قوی‌تر باشد، می‌تواند تأثیر عمیق‌تری روی مخاطبان خود بگذارد.

سایر فعالیت‌های دیجیتال مارکتینگ هم به نوعی با متن و تولید محتوای متنی در ارتباط هستند. از تنظیم متن ایمیل برای ایمیل مارکتینگ گرفته تا تهیه رپورتاژ آگهی در یک پروژه بازاریابی محتوا.

و اما چگونه تولید محتوا را شروع کنیم؟ واقعیت امر این است که نوشتن کار بسیار مشکلی است این می‌توانید از نویسندگان و کسانی که تجربه آن را دارند بپرسید که در نهایت تمرین واز همه مهم‌تر خواندن کتاب‌های

متعدد در زمینه های مختلف همیشه کمک کننده خواهند بود چرا که خواننده خوب کم کم به یک نویسنده خوب تبدیل خواهد شد. و در نتیجه به طور کلی پردرآمدترین بخش در دنیای ما تولید محتوا بوده و هست و خواهد بود اما روش رسیدن به این درآمد با توجه به شرایط آن شغل فرق میکند از تولید پادکست بگیرید تا تیزرهای تبلیغاتی و هر محتوایی که ما همیشه با آن سر و کار داریم از خوراکی های که میخریم که تصاویر گوناگون دارند تا بیلبرد های تصویری و.....

همیشه دقت داشته باشیم که محتوا خیلی ساده به نظر میرسد اما بیان آن در شرایط و ویژگی های آن محصول تغییر میکند

متن موفق همراه با تصاویر مناسب با موضوع محتوا هماهنگ باشد مثلا ماشین های متعدد از شرکت های مختلف آرمهای مخصوص مثل ماشین تویوتا و فراری و غیره.....

امیدوارم این مطالب براتون آموزنده بوده باشه.

این مطالب از چند سایت و کتاب و البته یکسری تصورات خودم بود امیدوارم که آموزنده بوده باشه از شما عزیزان هم خواهش میکنم که حتما با نظرات خودتون و انتقادات به اینجانب مساعدت کنید.

با تشکر.

۱ محتوا را تعریف کنید.

۲ هدف از تولید محتوا چیست.

۳ تولید محتوای متنی چیست.