**4 راه برای بهبود محتوای شما با رسانه‌های اجتماعی**

می‌دانیم که یک استراتژی موفقیت‌آمیز در رسانه‌های اجتماعی مستلزم ارائه مطالب باکیفیت و جذاب برای کاربران است.

اما آیا از رسانه‌های اجتماعی برای کمک به شما در بهبود مطالبی که ایجاد می‌کنید و حتی ارزش بیشتری به مخاطبان خود می‌دهید، می‌توان استفاده کرد؟

محتوا و رسانه‌های اجتماعی به طور طبیعی با هم همکاری و از یکدیگر تغذیه می‌کنند. این همان چیزی است که استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال را از بقیه جدا می‌کند.

در حالی که روش‌های زیادی وجود دارد که می‌توان از رسانه‌های اجتماعی برای بهبود تلاش‌های شما در بازاریابی محتوایی استفاده کرد، در این پست چهار مورد از موثرترین راه‌های بهبود محتوای شما با رسانه های اجتماعی را خواهیم گفت.

1. **مخاطبان هدف خود را بهتر درک کنید**

از همه مهم‌تر، رسانه‌های اجتماعی یکی از قدرتمند‌‌ترین ابزارها برای آشنایی با مخاطبان خود هستند. از رسانه‌های اجتماعی برای به دست آوردن سبک زندگی روزمره مشتریان خود استفاده کنید.

شما باید بتوانید به راحتی به موارد زیر پاسخ دهید:

* مشتریان شما چه زمانی آنلاین هستند؟
* چه نوع محتوا را دوست دارند؟
* چه محتوایی را دوست ندارند؟
* چه برند‌های دیگری را استفاده می‌کنند؟
* آنها چه محتوایی را به اشتراک می گذارند؟

همه این اطلاعات می‌توانند برای هدایت بازاریابی محتوایی مورد استفاده قرار گیرند.

با درک کامل از اینکه مشتریان شما در رسانه‌های اجتماعی چه زمانی بیشترین فعالیت را دارند، می‌توانید زمان ایده آل برای به اشتراک گذاشتن مطالب خود تعیین کنید و درنهایت، باعث افزایش دسترسی و تعامل شوید.

اگر می‌دانید مشتریان شما چه نوع محتوا را دوست دارند یا دوست ندارند، می‌توانید از صرف ساعت‌های زیادی برای تهیه محتوای بی‌ربط، خودداری کنید. یا، می‌توانید مطلبی را که می‌دانید توجه مشتریان را جلب می کند، با یک تیتر جذاب قرار دهید.

این‌ها فقط چند نمونه است، می‌توان با روش‌های دیگری محتوا بهتر با رسانه‌های اجتماعی ساخت.

1. **از رسانه‌های اجتماعی به عنوان یک ابزار گوش دادن استفاده کنید**

رسانه‌های اجتماعی باید به موارد زیر نظارت کنند:

* نام تجاری شما
* گفتگوها پیرامون کلمات کلیدی و موضوعات.
* رویدادهای صنعت.
* فعالیت رقابتی.

تجزیه و تحلیل همه این داده‌ها و استفاده از آن برای استراتژی شما، نیاز به نظارت بر این اطلاعات ارزشمند دارد. عمل به این یافته‌ها به طور کلی به بهبود استراتژی بازاریابی دیجیتال شما کمک می‌کند، اما به خاطر این مقاله، ما بر نحوه تأثیرگذاری مثبت بر محتوای شما متمرکز خواهیم شد.

محتوا نیازهای مختلفی را ارائه می‌دهد. در ابتدا باید هدف را مشخص کرد که می‌تواند هدایت ترافیک به سایت شما، افزایش رتبه‌بندی کلمات‌کلیدی یا فعال‌کردن تیم فروش شما باشد، در نهایت، محتوا باید با نیاز مخاطبان شما مطابقت داشته باشد.

مطمئناً این کار ساده‌ای نیست، اما social listening کمک می‌کند تا این امر آسان‌تر شود.

نظارت بر فعالیت‌های کلیدی در رسانه‌های اجتماعی برای تعیین:

* مخاطب به دنبال چه اطلاعاتی است.
* چه سؤالی می پرسند.
* چالش‌های عمده‌ای که با آن‌ها روبرو هستند.

سپس از این اطلاعات برای شکل دادن بهتر به استراتژی محتوای خود استفاده کنید.

1. **محتوای متن**

مخاطبان خود را خسته نکنید. اگر فقط در مورد برند خود صحبت کنید وفقط 1 دیدگاه ارائه دهید محتوا به طرز وحشتناکی کسل کننده می‌‍‍‌‌شود.

اینجاست که محتوا کمک می‌کند. هنگامی که به درستی انجام شود، گزینش محتوا به تعامل با اعضای اصلی جامعه کمک می‌کند، رهبران فکر و کارشناسان صنعت را درگیر می‌کند، و دیدگاه‌ها و ارزش‌های منحصر به فردی را به مخاطبان شما ارائه می‌دهد.

از فضای رسانه‌های اجتماعی برای ترسیم چشم انداز سایر متخصصان صنعت و رهبران فكر استفاده كنید. روش‌های مؤثر بسیاری برای انجام این کار وجود دارد.

در اینجا چند مورد اشاره شده است:

* نکات / پیش بینی‌ها
* نقل قول‌ها
* آمارها
* مثال‌ها

**نکته:** از رسانه‌های اجتماعی نیز می‌توان برای محتوای تولید شده توسط کاربر استفاده کرد. این روش به ویژه برای تقویت دسترسی به محتوا و نشان دادن قدردانی از طرفداران جدید و قدیمی مفید است.

با موفقیت در زمینه محتوا، شما خودتان را در ایجاد روابط بسیار ارزشمند با سایر افراد در صنعت پیدا خواهید کرد، در حالی که همزمان به مخاطبان جدید و بسیار هدفمند می‌رسید.

1. **به کاربران کمک کنید تا محتوای شما را متوجه شوند**

یک آمار تکان دهنده وجود دارد که کاربران به جای خواندن آن‌ها، مقالات را اسکن (مرور اجمالی) می‌کنند.

ما واقعاً چه کاری باید انجام دهیم؟

برای کمک به مخاطبان که به راحتی محتوای شما را متوجه شوند، ما به عنوان بازاریاب‌های موفق دیجیتال باید راهی پیدا کنیم.

ما نمی‌توانیم به طور اختصاصی به همان روش به ارائه مطالب ادامه دهیم و این واقعیت را بپذیریم که کمتر از نیمی کاربران در واقع آن را می‌خوانند. رسانه‌های اجتماعی ابزاری باورنکردنی برای کمک به حل این مشکل است.

این را در نظر بگیرید:

شما 10 ساعت را صرف تهیه یک متن 3000+ کلمه‌ای کرده‌اید که تمام جزئیات مربوط به یک موضوع خاص را شامل می‌شود.

بیایید بگوییم موضوع یادگیری ماشین است تا این مثال ملموس‌تر شود.

محتوایی که ایجاد کردید یک نمای کلی از:

* یادگیری ماشینی چیست.
* چرا اینقدر مهم است.
* مزیت اصلی آن.
* چگونه در طول این سال‌ها تکامل یافته است.
* چالش‌های مشترکی که مشاغل با آن روبرو هستند.
* چگونه کار می‌کند.
* سؤالات متداول.
* انتخاب ابزار مناسب برای یادگیری ماشین.

به راحتی می‌توان فرض کرد که اکثر کاربران از هر کلمه ای که در این محتوا ایجاد کرده‌اید استفاده نمی‌کنند. ممکن است برخی از کاربران فقط در یکی از بخش‌های زیادی که تحت پوشش خود قرار داده‌اید به دنبال اطلاعات باشند.

ایجاد محتوا در رسانه‌های دوستانه اجتماعی می تواند به فهم آن برای مخاطبان شما کمک کند. به عنوان مثال، یک فیلم کوتاه از آنچه در پست موجود است را تهیه کنید و آن را در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید.

همچنین فرصتی برای تقسیم مطالب به محتوای مفید و قابل اشتراک گذاری وجود دارد. به عنوان مثال، شما می‌توانید فیلم‌های کوتاه ایجاد کنید که هر بخش از این قسمت را پوشش می‌دهد و آن را در کانال‌های رسانه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید.

نکته اصلی اطمینان از این است که شما به چندین روش محتوا را در اختیار کاربران قرار می‌دهید تا بر اساس رفتارها و ترجیحات منحصر به فرد آنها، مصرف شود.

**نتیجه نهایی**

به همان روشی که برای بهبود استراتژی رسانه‌های اجتماعی خود از محتوا استفاده می‌کنید، می‌توانید از رسانه‌های اجتماعی برای بهبود استراتژی محتوا خود استفاده کنید.

شایان ذکر است که تعامل تیم‌های بازاریابی رسانه‌های اجتماعی و بازاریابی محتوایی موجب هم‌‌سویی در سازمان می‌شود.

وقتی هر دو تیم روش‌های پشتیبانی از یکدیگر را درک کنند، استراتژی کلی بازاریابی دیجیتال نتایج چشمگیری مانند دسترسی گسترده، ترافیک اضافی به سایت شما، افزایش تعامل و موارد دیگر را خواهد دید.