

کد مطلب: ۲۳۲ ۱۰۰۰

## محتوا چیست؟



وقتی درباره‌ی محتوا صحبت می‌کنیم، یعنی در حال گفتگو پیرامون تعداد زیادی «واژه» هستیم که ترکیب شان می‌تواند نظر، منظور و هدفمان را به مخاطب انتقال دهد و عمده‌ی ارتباطات ما با مخاطب و مشتری، از میان واژگان میسر می‌شود. ما برای مخاطب خود، متن (مقاله، کتاب و...)، صدا (پادکست، مقاله صوتی و...) و تصویر (ویدئو، استاپ موشن و...) تهیه و ارسال می‌کنیم و به دنبال

هر کدام، انتظار ایجاد تاثیر و ادراکی در وی داریم. در همه‌ی اشکال محتوایی که به آن اشاره شد، «واژه» نقشی پررنگ و موثر دارد.

فرقی نمی‌کند که بخواهید یک ویدئوی معرفی (informative video) بسازید و یا حتی در پادکستی خود را معرفی کنید. هر جا سخن از مکالمه و ارتباط است، «واژه» خودنمایی می‌کند. محتوا ممکن است یک گزارش، مسابقه فوتبال و موزیکی باشد که در حال گوش دادن به آن هستید و یا چیزی که به آن فکر می‌کنید. تا چندی پیش نیاز به تولید و انتشار



محتوا تنها به اقشار خاصی از جامعه تعلق داشت، مثل روزنامه‌نگاران، نویسندگان و تولیدکنندگان برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، اما امروز محتوا همه جا حضور دارد و تولید و انتشار آن همگانی و یک ضرورت غیرقابل انکار است، در اینترنت، تلویزیون، رادیو، کتاب‌ها، مجله‌ها، دیسک‌ها، ذخیره‌کننده‌ها، تابلوهای شهری دیجیتال و

غیردیجیتال، رویدادها، سخنرانی‌ها و بسیاری موارد دیگر. محتوا با مخاطبین حرف می‌زند، پس باید جذاب، با کیفیت و باعث انتقال اطلاعات و تجربه شود.

نوشتن بهترین ابزار برای تغییر و پرورش ذهن است. تلاش برای خلق یک محتوای نوشتاری یعنی کلنجار رفتن با ذهنی که سکون یافته و تو وادارش می‌کند به مدد واژه‌ها به جنب‌وجوش در بیاید. تولیدکنندگان حرفه‌ای محتوا، به خوبی می‌دانند که تولید محتوای غنی، کاربردی و پرمغز، فعالیتی زمانبر است. بارزترین مثال آن، انتشار محتوای یک وبلاگ به صورت کتاب است.

### ایجاد وب سایت



همه ما تجربه یک مهاجرت عظیم را داریم. کوچ از دنیای فیزیکی به دنیای جذاب دیجیتال. هرکسی که وبسایتی داشته باشد، می‌تواند با قدرتی به مراتب بیشتر از روزنامه‌نگاران گذشته یا تولیدکنندگان برنامه‌های مختلف تلویزیونی، پیام خود را به گوش مخاطبانش برساند. در عصر حاضر اساس انتقال پیام، تولید و بازاریابی محتواست. شما باید مخاطب را به وب سایت خود کشانده و کاری کنید تا با اکراه آن را

ترک کند. به دست آوردن و نگه داشتن مخاطب، بدون تولید محتوایی که برای او جذاب باشد امکان پذیر نیست.

زمانی که با تولید محتوا ترافیک سایت را افزایش و اعتماد سازی کردید، وقت آن رسیده است که محتوای خود را تبدیل به پول کنید. مثلاً می‌توانید با برگزاری دوره های آنلاین و یا دانلودی کسب درآمد کنید. در زمینه توسعه فردی، ایبوک هایی تولید و بفروشید. غیرعادی بودن محتوای ایبوک، باعث فروش بیشتر آن می‌شود. شاید بخواهید تحلیل‌های شخصی خودتان از فیلم‌ها و سریال‌های مختلف را نوشته و طی برنامه‌ای منظم منتشر کنید.

خلاق بودن و استفاده از ایده‌ای جالب و خاص در تولید محتوا، تأثیرات به سزایی در افزایش رتبه سایت شما دارد. در کنار تولید محتوای با کیفیت، به استمرار آن نیز باید توجه کنید. لازمه فعالیت حرفه‌ای ما به عنوان نویسنده، کارآفرین و صاحب کسب‌وکار، بروز خلاقیت و نوآوری است. در سایت‌های مختلف



## چگونه برای وبسایت، محتوای با کیفیت تولید کنید؟

اینترنتی گشت بزنید و نمونه‌های مختلفی از محتوا را مشاهده نمایید. دیگر اهمیت دادن به تولید و بازاریابی محتوا، نشان‌دهنده هوشمندی ما نیست، بلکه ضرورتی برای بقای زندگی حرفه‌ای، توانایی کسب درآمد و ادامه دادن در مسیر توسعه فردی و شغلی ماست.

### هدف‌تان از تولید محتوا چیست؟

هدف‌تان از تولید محتوا دقیقاً چیست؟ آیا مثل سایت زومیت قصد دارید روزانه چند ده مقاله و خبر در سایت خود قرار دهید و به واسطه ترافیک بالا درآمدزایی کنید؟ یا مثل وب سایت همیار وب، محتوای خود را مستقیماً بفروشید؟ هدف‌تان را کاملاً مشخص کنید که چه محتوایی را و چگونه می‌خواهید بفروشید؟ فرمت‌های تولید محتوا را مشخص کنید. آیا فقط می‌خواهید مقاله بنویسید و اشتراک ویژه در سایت خود بفروشید؟ یا می‌خواهید دوره‌های آموزشی در قالب ویدیو نیز تولید کنید؟ آیا می‌خواهید محتوا بفروشید؟ تولید و فروش محتوا،

<https://t.me/soleimanipur>

روح‌الله سلیمانی پور

## محتوا

چیزی است که من انتظار دارم

## بیشترین درآمد در اینترنت

از طریق آن به دست آید

نخستین جمله بیل گیتس در مقاله معروفش با عنوان

«محتوا پادشاه است»

در سال ۱۹۹۶

یکی از پردرآمدترین، بی‌دردسرترین و کم‌هزینه‌ترین شغل‌های اینترنتی دنیاست. تولید محتوای آموزشی طرفداران بسیاری دارد. محتوایی تولید کنید که نیاز مخاطب را به خوبی برطرف کند. آیا می‌خواهید به گروهی از مردم در مورد یک موضوع خاص اطلاع‌رسانی کنید؟ هرگز پیش از پاسخ به این سوال‌ها، نوشتن را شروع نکنید. شما براساس شناخت خود از مخاطبان و سلیقه شخصی، اقدام به تولید محتوا می‌کنید، که باید سه ویژگی کیفی، اصلی و مهم داشته باشد:

الف - جذاب بودن. ب - سرگرم‌کننده بودن. پ - کاربردی بودن.

محتوایی جذاب است که همیشه یک قدم از ذهن خواننده جلوتر باشد.

بطور کلی برای تولید محتوا حول هر موضوعی، مراحل زیر باید انجام شود:

- ۱- بررسی نیازها، انتخاب یک موضوع مناسب و مطالعه و جمع‌آوری مطلب در مورد آن.
- ۲- عنوان بندی صحیح مطالب گردآوری شده.
- ۳- فرمت محتوای تولید شده.

۴- استفاده از جذابیت‌های بصری و گرافیکی

۵- دریافت و بررسی بازخوردها



از تولید محتوای متنی شروع کنید. مقاله بنویسید تا مخاطبان با شما آشنا و اعتماد سازی شود، سپس برای گسترش کار از فرمت‌های صوتی یا ویدیویی استفاده کنید. بازخورد بگیرید و ببینید که چه فرمت‌هایی بیشتر به درد مخاطبان می‌خورد و برایش پول پرداخت می‌کنند. فکر نکنید همیشه باید محتوایی تولید کنید که قبلاً کسی درباره آن صحبتی نکرده

باشد. البته چنین محتوایی عالی و خیلی زود فراگیر می‌شود، اما در تولید محتوا وسواس نداشته باشید و پروسه تولید محتوای خود را متوقف نکنید.

قطعاً تولید محتوا، خلق محتوا نیست و با جمع‌آوری اطلاعات هم می‌شود محتوای عالی تولید کرد. تولید محتوا یعنی جمع‌آوری اطلاعات از چندین منبع و دسته‌بندی آنها، به نوعی که مخاطب از آن لذت ببرد و نیازش را برطرف کند. تقلید کردن لازمه شروع کار حرفه‌ای است. قسمتی از انتقال دانش با تقلید کردن اتفاق می‌افتد.

تولید محتوا برای ساختن یک برند واقعی، جذب مخاطب، نگه داشتن او روی وب سایت، تبدیل کردنش به مشتری و در نهایت، ایجاد وفاداری در او لازم است و لذا به تولید محتوای باکیفیت و هدفمند توجه داشته باشید. ما انسان‌ها، عاشق شنیدن داستان‌های غیر تکراری و تازه هستیم.

## استراتژی تولید محتوا

استراتژی تولید محتوا، یعنی محتوایی تولید کنید که طرفدار داشته باشد، محتوایی که نیاز اصلی مخاطب باشد، محتوایی که مخاطب را به شما وابسته کند و محتوایی که با کلمات کلیدی پرتعداد، رتبه خوب در جستجوی گوگل بگیرد. استراتژی محتوا یعنی برنامه‌ریزی برای تولید، مدیریت و انتشار محتوای مفید و کاربردی.



برای حضور بلندمدت در دنیای دیجیتال مارکتینگ، بایستی استراتژی محتوایی دقیق و برنامه ریزی شده‌ای در حوزه تولید و بازاریابی محتوا داشته باشید. بازاریابی محتوایی یک رویکرد بلند مدت برای ایجاد اعتماد است که به مخاطبان نشان دهید، شرکت شما یک تخصص منحصر به فرد برای حل مشکلات آنها ارائه می‌دهد تا در نهایت آنها را در مسیر رسیدن به انتهای قیف بازاریابی (فروش محصول) هدایت کند. بازاریابی

محتوا یکی از اصلی‌ترین تفاوت‌ها، در بین برندهای مختلف است.

بازاریابی محتوا، تکنیک تولید محتوای ارزشمند و پرطرفدار و اشتراک گذاری آن در اینترنت است و هدف آن افزایش ترافیک وبسایت می‌باشد. به عنوان یک بازاریاب محتوایی باید تصمیمات متفکرانه‌ای بگیرید، در مورد نحوه و جایی که می‌خواهید محتوایتان را توزیع کنید. بازاریابی محتوا به منزله کشف طلای پنهان شده در زیر خاک است.

انتخاب یک مدل تولید محتوا موفق، زمانبر است. محتوا مداری، نقشه‌ای سریع برای پولدار شدن نیست. شما در حال ساختن یک دارایی ارزشمند و ماندگار هستید. مدل محتوا مداری شما، از تقاطع محدوده دانش، مهارت و اشتیاق شما، ایجاد می‌شود.

محتوا تولید شده نیاز به مراقبت دارد و باید همچون یک سرمایه از آن مراقبت و روز به روز آن را بهتر و بهتر کنید.

نقش استراتژیست تولید محتوا، ترکیبی از روزنامه نگاری، ارتباطات، بازاریابی و تجزیه و تحلیل است. مهمترین مهارت‌های یک استراتژیست محتوا، خلق محتوا و توانایی دیدن یک تصویر بزرگ از کسب و کار است، به نحوی که بتواند به وسیله‌ی خلق قطعات کوچک







## چگونه برای وبسایت، محتوای با کیفیت تولید کنید؟

محتوا، یک داستان جذاب برای کسب و کار بسازد و این نیازمند شناخت کامل از کسب و کار و همچنین مخاطبان آن است. داستان سرایی کنید و یک ارتباط عاطفی با مخاطب ایجاد کنید، داستان‌هایتان را مختص برند خود ایجاد کنید.

استراتژیست محتوا نیازمند داشتن مهارت کپی رایتینگ هست، تا بداند چگونه محتوای تولید شده را در کانال‌های مختلف ارائه، برنامه‌ریزی و ویرایش کند. به عنوان مثال قرار است با شخصی مصاحبه کند. سوالات از قبل نوشته و آماده شده باشد و در پایان مصاحبه تصمیم بگیرد که این محصول با چه فرمتی (متن، پادکست و ویدئو) منتشر شود. یک استراتژیست محتوا باید، توانایی برنامه‌ریزی، تحویل کمپین، تجزیه و تحلیل معیارهای اثربخشی و یک استراتژی برای کسب موفقیت داشته باشد.

منبع: اینترنت

سایت تانور فکر

شعار وبسایت تانور فکر:

کم گوی و گزیده گوی چون درُ تازانداک تو جهان شود پُر

( نظامی گنجوی )