

## اشتباهاتی نابخشنودنی در تولید محتوا

بازاریابی محتوایی و تولید محتوا یکی از بحث های داغ این روزهاست، اما تولید محتوا کار آسانی نیست و عدم توجه به بعضی نکات ممکن است باعث ایجاد نتیاج نامطلوبی برای کسب و کار شما شود اشتباهات زیر را مرتكب نشوید.

### بدون استراتژی کار کنید

مهم نیست که شما چطور و به چه تعداد محتوا تولید می کنید، اگر این محتوا در راستای اهداف کلان کسب و کار شما قرار نداشته باشد هیچ تاثیری در بازاریابی شما نخواهد داشت؟ در مورد هر محتوایی که تولید می کنید باید از خود بپرسید که آیا این محتوا در راستای برنامه ریزی ها و اهداف کسب و کار شرکت شما هست یا نه؟

### بدون توجه به اتفاقات و تاریخ های مهم محتوا تولید کنید

توجه به رویداد ها و تاریخ های مهم بسیار مهم است، علت اصلی مهم بودن رویدادها این است که توجهات افراد جامعه در روزهای مشخص و بر اساس اتفاقات بر روی مسائل مشخصی متمرکز می شود، و شما باید از این موج های مقطوعی ایجاد شده در جامعه نهایت استفاده را بکنید، به عنوان مثال فرض کنید شما یک شرکت تولید دارو هستید و یک وبلاگ در زمینه سلامت نیز دارید، در این صورت شما باید به دقت بیماری های شایع در جهان را رصد کنید، مثلا اگر در آفریقا بیماری ابولا شیوع می یابد و اخبار ابولا در صدر اخبار قرار می گیرد، کنجکاوی افراد در مورد این بیماری افزایش می یابد و نرخ جستجوهای کلمه "ابولا" بالا می رود و در صورتی که شما محتوایی در مورد ابولا تولید نکنید اشتباه بزرگی کرده اید.



### به روندها بی توجه باشید

**تولید محتوا** و بهینه سازی موتورهای جستجو دو فعالیت هستند که کاملاً تقویت کننده هم اند، در این میان بهترین کاری که می توانید بکنید توجه به روندهای جستجوی افراد است، باید از رفتارهای افراد جامعه در محیط مجازی باخبر باشید، به عنوان مثال باید بیشترین کلمات مورد جستجو در حوزه کسب و کار خود را شناسایی کنید و بر اساس این کلمات محتوای خود را طراحی کنید.

### از ابزارهای متفاوت استفاده نکنید

محتوا فقط متن نیست، مخاطبان اینترنتی علاقه زیادی به وبلاگ‌ها دارند اما همین مخاطبان بیشتر از آنکه متن را به اشتراک بگذارند، تصاویر، اینفوگرافیک‌ها و ویدئوها را به اشتراک می‌گذارند، پس تصاویر و ویدئو را فراموش نکنید، یکی از بهترین ابزارهایی که می‌توانید برای تولیدسریع تصاویر استفاده کنید سایت **canvas** است.

### اقدامات بعدی را در نظر نگیرید

یک محتوا صرفاً به قصد تولید محتوا تولید نمی‌شود، هدف از تولید محتوا می‌تواند به نسبت اهداف کلان هر کسب و کاری متفاوت باشد، به عنوان مثال یک برنده از محتوا برای فروش استفاده می‌کند، بنابراین باید در نظر داشته باشد که از طرق مختلف خواندن‌گانش را به سمت خرید راهنمایی کند، اگر هیچ لینک یا راهنمایی به سمت فروشگاه وجود نداشته باشد تولید محتوا به هدف خود نخواهد رسید. البته باید این رو هم

در نظر داشته باشید که تولید محتوا به قصد فروش مستقیم کار غیر حرفه ای است و باید مخاطب این حس را داشته باشد که با خواندن یک محتوا از او سوء استفاده شده است.

### محتوای خود را پس از تولید رها کنید

یک محتوا بعد از آنکه تولید شد مانند یک محصول است و نیاز به تبلیغ و ترویج دارد، و اگر تبلیغ نشود ممکن است فقط افراد معهودی آن را بخوانند، ابزارهای مختلفی برای ترویج محتوا وجود دارد، بهترین ابزارها شبکه های اجتماعی هستند، علاوه بر اینها سایت های مخصوصی برای اشتراک لینک وجود دارد که با اندکی جستجو می توانید آنها را پیدا کنید، لینک گرفتن و همکاری با سایت های مختلف دیگر نیز از دیگر ابزارهای ترویج محتوا است.

### با محتوا به عنوان یک خیابان یک طرفه برخورد کنید

وقتی یک محتوا تولید می شود یک گفتگوی ناخودآگاه بین تولیدکننده محتوا و خواننده محتوا شکل می گیرد، بنابراین این گفتگو باید یک طرفه رها شود، باید راه های نظردهی باز گذاشته شود، به نظرات داده شده پاسخ داده شود و امکان به اشتراک گذاری محتوا نیز فراهم شود.

### همه محتوا را خودتان تولید کنید

تولید محتوا کار آسانی نیست، هر فرد خط فکری مشخصی دارد و توانایی پوشش نیازهای سلایق مختلف را نخواهد داشت، سعی کنید برای تولید محتوا یک رسانه قوی بسازید و یک تیم داشته باشید، داشتن یک تیم تولید محتوا رفته به یکی از نیازهای اصلی برندهای بزرگ تبدیل شده است و عموماً پست های سازمانی مانند مدیر بازاریابی محتوایی در حال تعریف شدن هستند، اگر شرکت شما به حدی بزرگ نیست که یک بخش مجزا و یک تیم مستقل برای تولید محتوا داشته باشید سعی کنید از محتوایی که افراد دیگر تولید می کنند استفاده کنید، این کار هم به آنها کمک می کند و هم به شما کمک خواهد کرد تا تنوع محتوایی و کمیت محتوای تولیدی را نیز افزایش دهید.