انفجار محتوا

اگر مدتی را در کنار بازاریاب‌ها بگذرانید، دست آخر این را از آن‌ها خواهید شنید: "محتوا حرف اول را میزند." شاید این، جمله‌ای کلیشه باشد اما تأثیر خودش را دارد. محتوای شما نه تنها به ایجاد آگاهی برای ساخت برندتان کمک می‌کند بلکه موقعیت شما را به عنوان یک مرجع در حوزه‌ی فعالیتتان مشخص می‌سازد.

هرچه محتوای شما بیشتر باشد، پیدا کردن و شناختن شما برای مشتریان احتمالی راحت‌تر خواهد بود و هرچه این محتوا مناسب‌تر و معتبرتر باشد افراد بیشتری به شما اعتماد خواهند کرد.

وقتی محتوایی را که عرضه می‌کنید آگاهی‌دهنده، متناسب و ارزشمند باشد، مشتریان احتمالی را به خود جلب می‌نمایید و پس از مدتی همان‌ها به مشتریان دائمی و طرفداران پر و پا قرص شما مبدل خواهند شد که این دقیقاً همان چیزی است که برای رسیدن به آن تلاش می‌کنید. مردم بیشتر به محتوا توجه دارند تا آن‌چه در تبلیغات ارائه می‌شود و ترجیح می‌دهند تا به جای فاکتور یا تبلیغات فروش، یک وبلاگ را بخوانند.

محتوا شکل‌های بسیاری دارد؛ مثلاً نوعی محتوا وجود دارد که مخاطب شما می‌تواند آن را بخواند، مانند نامه‌های وبلاگ، آپدیت‌های رسانه‌های اجتماعی، مقالات، کتاب‌های الکترونیکی، گزارشات، مقالات سفید و مواردی از این قبیل و نوع دیگر محتوا که قابل شنیدن است مانند مصاحبه‌های پادکست و رادیویی که همیشه معروف بوده‌اند یا محتوایی که می‌توان آن را مانند یک فیلم ویدیویی یا کنفرانس‌های مجازی تماشا کرد و در پایان نیز محتوایی که می‌توان آن را تجربه نمود مانند دیدن شما که در رویدادی مشغول صحبت کردن هستید. محتوا شکل کاملاً صحیح یا غلط ندارد و اغلب با حالت‌های ترکیبی احساس راحتی خواهید کرد. بر توانایی‌های خود و وسایلی تمرکز نمایید که مخاطب مورد نظرتان ترجیح می‌دهد. همیشه باید در برابر حضور آنلاین و آفلاین خود متعهد باشید و خود را به ایجاد محتوا به صورت پیوسته و دائمی ملزم سازید، یعنی هر هفته باید محتوایی جدید را خلق نموده و عرضه کنید. ایجاد محتوا به صورت ماهی یک‌بار نمی‌تواند موقعیت شما را به عنوان یک مرجع تثبیت نماید. لازم است تا این فرآیند پیوسته تکرار شود. هرکسی می‌تواند ماهی یک بار سخنی سودمند بگوید اما ما از افرادی تبعیت می‌کنیم و به حرف‌های کسانی گوش می‌دهیم که همیشه در حوزه تصور ما قرار دارند.

زمانی که فرآیند ارائه محتوا را متوقف سازید، زمان آغاز از دست دادن سرعت حرکت بوده و مخاطبانتان از دور شما پراکنده خواهند شد.

محتوایی با اعتبار زیاد، مهم‌ترین نوع محتوا است. نمی‌توان جنس بی‌مصرفی را تولید کرد و انتظار داشت که مردم آن را دوست داشته باشند. اگر این‌طور باشد به جای آن‌که کار سودمندی کرده باشید، بیشتر باعث ضرر و زیان شده‌اید. محتوای شما باید برای مشتریان مفید باشد خصوصاً اگر می‌خواهید محصولتان به فروش برود.

محتوای شما باید مانند بمب باشد، یعنی انفجاری در ذهن مردم ایجاد کند

اکوموتیو

محتوایی با شکوه را با خود داشته باشید بدون آنکه ریسمانی به آن متصل باشد. آن‌قدر محتوایتان مطلوب باشد که اگر برای مدت کوتاهی آن را آپدیت نکردید مردم احساس کنند چیزی را از دست داده‌اند.

با داشتن محتوایی معتبر بر روی مخاطب تأثیرگذارید نه با تبلیغ برای فروش. برای مشتریان، سودمند و قابل‌اعتماد باشید. بله محتوای شما برای جذب افراد جدید به سوی برندتان و مبدل ساختن آن‌ها به خریدار طراحی شده است، اگر واقعاً قصد کمک به مردم را نداشته و تنها در فکر فروش باشید آنگاه محتوایتان موفق نخواهد بود. محتوا و اطلاعات شما به آن‌ها کمک خواهد کرد، حتی اگر هیچ‌گاه قصد خرید نداشته باشند.

محتوای شما برای خودتان نیست بلکه برای مشتریان احتمالی است، پس باید بر روی کمک به آن‌ها متمرکز شود. شما منبعی برای آن‌ها هستید. محتوایی نسازید که فقط بر آن‌چه انجام داده‌اید تأکید کند. محتوایی بسازید که برای آن‌چه مشتریانتان می‌توانند انجام دهند تمرکز نماید.

هر اطلاعاتی که ارائه می‌کنید، باید به نتیجه‌ای متفاوت از آن چیزی برسد که در حال حاضر وجود دارد. مشتریان احتمالی خود را در این فرآیند همراهی کنید و چیزی را به آن‌ها عرضه کنید که نیاز دارند.

حالت محاوره‌ای محتوای خود را حفظ نمایید و بنویسید که چگونه صحبت می‌کنید. آن‌چه عرضه می‌کنید ویدیوها، پست‌های وبلاگتان و مواردی از این قبیل باید به مخاطب احساسی دائمی را القا نمایید و بدین ترتیب مخاطبتان دقیقاً بداند هر زمان انتظار چه چیزی را داشته باشد. به خاطر دستور زبان خود یا این‌که نویسنده خوبی هستید نگرانی نداشته باشید. مردم تنها به دنبال ارزش محتوای شما هستند.

مطمئن شوید محتوایتان و درک آن آسان است. فرض را بر این نگذارید که مخاطبتان می‌داند از چه حرف می‌زنید. همچنین اطمینان حاصل کنید که محتوایتان قابل پیگیری است. زمانی که فردی نظر خود را مطرح می‌کند، به او کمک کنید تا او نیز طرفدار و مشتری شما شود.

همچنین دوست دارید محتوایتان سرگرم‌کننده باشد. تنها این‌که محتوایتان مناسب باشد کافی نیست؛ بلکه باید توجه داشت که تا چه حد می‌توانید در انتقال پیام خود مؤثر عمل کنید.

محتوایی ایجاد کنید که هضم آن راحت باشد و واقعی و شخصی بودن آن را حفظ نمایید. با انتقال پیام مخاطبتان متوجه ارزش کارتان می‌شود، موقعیت خود را به عنوان مرجعی در حوزه فعالیتتان تثبیت نموده و این امکان را ایجاد نمایید تا افرادی که هنوز با شما آشنا نشده‌اند بتوانند شما را پیدا کنند. عرضه پیام‌هایی تأثیرگذار مستلزم صرف وقت، سخت‌کوشی و پشت‌کار است.

تعبیر و تفسیر، رمز اصلی ایجاد محتوایی باارزش است

تعبیر و تفسیر نه تنها در حوزه اطلاعات بلکه در خصوص ارزش و اعتبار نیز کاربرد دارد. داده‌ها و اطلاعات همه جا وجود دارند و دستیابی به آن‌ها آسان است. این‌که چگونه آن‌ها را تعبیر و تفسیر می‌کنید، همان نقطه ایست

اکوموتیو

که فرصت‌هایتان در آن قرار دارد. خبر، خبر است. چه چیزی باعث می‌گردد خبری نسبت به خبر دیگر کانال ارتباطی بهتری ایجاد نماید؟ ایده‌ها و تعبیر تفسیرهایی که از آن خبرها به عمل می‌آید.

شما هستید که مردم برای تعبیر و تفسیر آن‌چه در جایگاه و موقعیتتان در بازار در حال رخ دادن است به شما مراجعه می‌نمایند. نظر خود را دست کم نگیرید و همیشه مطمئن باشید نظریه‌ی شما تأثیر خود را دارد.

محتوا به تنهایی کافی نیست. وبلاگ‌های با محتوایی وجود دارد که توسط افرادی بی پول نوشته شده‌اند. پس هرکسی می‌تواند محتوایی ارزشمند را ایجاد نماید. ایجاد محتوای مناسب نیازی به بودجه بازاریابی برای برندی بزرگ ندارد. وجود کمی خلاقیت کار را پیش می‌برد و نکته‌ی دیگر آن‌که موفقیت محتوای شما از ترکیب همه تلاش‌هایتان حاصل می‌گردد.

باید به صورت آنلاین همیشه قابل‌رؤیت باشید و می‌توانید این کار را از طریق ویدیوها، رسانه‌های اجتماعی، وب‌سایت یا بلاگ خود انجام دهید و محتوای خود را عرضه کنید. تا حد ممکن محتوای خود را منتشر نمایید. هرچه این محتوا بهتر باشد، افراد بیشتری به شما در منتشر نمودن آن کمک می‌کنند.

منظورمان این نیست که هزاران پیام را در فضا منتشر کنید با این امید که مخاطبانتان افزایش یابند. بلکه منظور این است که محتوایی ایجاد کنید که برای مخاطب دارای ارزش و مناسب باشد. هرچه این محتوا مناسب‌تر باشد، در نظر مخاطب باارزش‌تر جلوه خواهد نمود و برندتان پیشرفت بیشتری خواهد داشت.

با داشتن محتوایی که مانند ویروس پخش شود، می‌توانید به داشتن رابطه‌ای گرم امیدوار باشید نه فروش زیاد. فروش محصول حاصل ایجاد ارتباط و صحبت با مخاطب است. شما به محتوایی نیاز دارید که توجه‌ها را به خود جلب نماید و با مردم رابطه برقرار کند زیرا از این طریق است که آن‌ها همه جا در مورد شما صحبت خواهند کرد.

تنها ایجاد محتوا کافی نیست. با مردم ارتباط ایجاد کرده و با آن‌ها گفتگویی صمیمانه داشته باشید

اکوموتیو