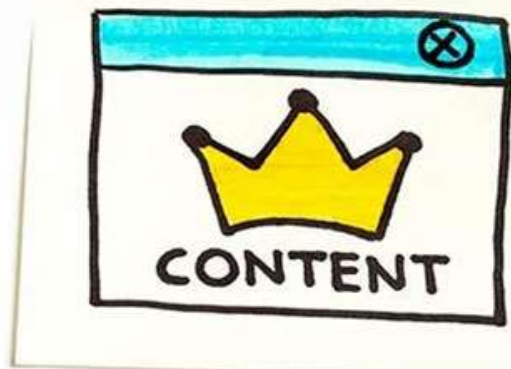


بازاریابی محتوا چیست؟



بازاریابی محتوا چیست؟ [مقاله مرجع] تیم تحریریه اقیانوس آبی

به احتمال زیاد تاکنون این جمله کلیشه‌ای را شنیده باشید که محتوا پادشاه است! محتوا ستون اصلی تمام **کسب و کارهای اینترنتی** است و به قدری اهمیت پیدا کرده است که تحت عنوان فرایندی جداگانه به نام بازاریابی محتوا مطرح شده است. بازاریابی محتوا با جلب توجه، مشتاق کردن و حفظ مخاطبان باعث می شود کسب و کار در ذهن مشتری بماند، آگاهی برند ایجاد شود، تخصص آن بیزنس به چشم بیاید و مشتریان را وفادار کند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

در صورتی که قصد دارید اطلاعات بیشتری در رابطه با بازاریابی محتوا (content marketing) کسب کنید، تا انتهای این نوشته از [اقيانوس آبي](#) با ما همراه باشید.

محتوا چیست؟

پیش از بررسی فرایند بازاریابی محتوایی، بهتر است قدری بررسی کنیم که اصلا چه چیزی را می‌توانیم یک محتوا در نظر بگیریم و اصلا محتوا یعنی چه؟ تا مدت زمان کوتاهی قبل تر، دلنوشته‌های روزانه در وبلاگ‌ها و یک سری اطلاعات تخصصی بسیار محدود در وب فارسی نقش محتوا را بازی می‌کردند؛ اما امروزه مفهوم و بازار محتوا بسیار گسترده‌تر شده است.

در ساده ترین تعریف ممکن، می‌توان گفت که محتوا مجموعه ای از اطلاعات مفید و کاربردی برای کاربران است که تحت یک فرمت خاص در اختیار کاربر قرار می‌گیرد. رایج ترین فرمت های محتوا عبارتند از:

- محتوای متنی
- محتوای صوتی
- محتوای ترکیبی
- محتوای تصویری (عکس و فیلم)

در استراتژی های بازاریابی محتوا، انتخاب نوع محتوا اهمیت ویژه‌ای دارد. نوع محتوا با توجه به سلیقه کاربران، نوع کسب و کار و بستر فعالیت شما تعیین می شود. به عنوان مثال، در بستری مانند اینستاگرام شرایط برای نوشتن محتوای متنی خیلی مهیا نیست و معمولا محتواها به صورت عکس و فیلم هستند. کاربران هم در اینستاگرام به دنبال دیدن فیلم هستند نه خواندن مقاله!

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.



تولید محتوا چیست؟

شاید بار اول با شنیدن "تولید محتوا"، آن را صرفاً نوشتن چند خط متن، انداختن تعدادی عکس یا ضبط یک ویدیو تصور کنید! شاید تا چند سال پیش این گونه بود، اما اکنون که محتوا به خوراک اصلی مخاطب تبدیل شده و از طرفی مخاطبین بسیار سخت گیر و حساس شده‌اند، بحث تولید و بازاریابی محتوا بسیار پیچیده تر و تخصصی‌تر شده است.

این احتمال داده می شود که تا چند سال آینده مبحث تولید محتوا تبدیل به یک گرایش دانشگاهی از رشته تجارت الکترونیک بشود! در تولید محتوا، درست است که شما باید محتوا را با هر روشی که مد نظر دارید بسازید، اما هنر این جا است که کاربر را با ارائه محتوای واقعا با کیفیت مجاب به مطالعه محتوای خود کنید.

بیشتر بخوانید: [استراتژی بازاریابی چیست و چطور تدوین می شود؟](#)

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

بازاريابي محتوا چيست؟

اينترنت باعث كمرنگ شدن بسياري از فعاليتهاي سنتي شده كه يكي از مهم‌ترين اين فعاليتها بازيابي سنتي است. امروزه **بازاريابي** با سياست‌هاي جديدي انجام مي‌شود كه مهم‌ترين آن‌ها انتشار محتوای مفيد، کاربردی و رایگان است.

جو پوليتزي *Joe Pulizzi*، يكي از مطرح‌ترين متخصصان توليد محتوا در جهان، تعريف كانتنت ماركتينگ را اين گونه بيان مي‌كند:

“بازاريابي محتوا (content marketing) به فرآيندي در كسب و كار گفته مي‌شود كه با توليد محتوای جذاب، مفيد و مجاب‌كننده باعث جذب و درگير شدن مخاطبان آن كسب و كار مي‌شود.”

به زبان ساده‌تر، در بازيابي محتوا، بايد اعتماد مخاطب را با انتشار محتوای مناسب و کاربردی جلب كنيد تا در مراحل بعدي بتوانيد محصول يا خدمات خود را به او بفروشيد.



برای مشاهده ساير مقاله‌هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

چرا به بازاریابی محتوا نیاز داریم؟

بازاریابی محتوایی، امکاناتی را در اختیار صاحب کسب و کار قرار می‌دهد که هیچ نوع بازاریابی دیگری نمی‌تواند! در بازاریابی محتوا شما نیازهای کاربران را هدف قرار می‌دهید و اگر قدری زیرک باشید، در همین حین که کاربر در حال برطرف‌سازی مشکل یا نیاز خود از طریق محتوای شما است، می‌توانید او را تبدیل به مشتری خود کنید. در ادامه دلایل اهمیت بازاریابی محتوایی content marketing را شرح می‌دهیم:

1. بازاریابی محتوا موجب برندسازی می‌شود.

بازاریابی محتوا و [برندسازی](#) ارتباطی بسیار نزدیک با یکدیگر دارند. البته برندسازی روش‌های مختلفی دارد، اما چه چیزی بهتر از اینکه بتوانید با محتوای مفید و رایگان برند خود را در ذهن ثبت کنید؟! تولید محتوای مفید به صورت مداوم می‌تواند برند شما را هم برای مخاطبین و هم برای موتورهای جستجو یا شبکه‌های اجتماعی ماندگارتر کند.

2. بازار یابی محتوا، اعتماد سازی می‌کند.

سایتی که محتواهای رایگان خود را با کیفیت بالا منتشر می‌کند، به صورت غیر مستقیم بیان کرده که برای مخاطبین خود ارزش قائل است و کاربر این موضوع را به صورت ناخودآگاه حس می‌کند. این حس باعث ایجاد [وفاداری مشتریان](#) می‌شود. در مقابل هم سایت‌های بسیاری هستند که محصولات و خدمات با کیفیت و مناسب ارائه می‌کنند، اما به دلیل عدم وجود محتوای مناسب در زمینه مربوطه، کاربر نمی‌تواند به آنها اعتماد کند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

3. بازاریابی محتوا برای سئوی وب سایت بسیار مفید است.

یکی از بهترین **روش های تبلیغات** برای کسب و کارتان این است که در موتورهای جستجو رتبه‌های خوبی داشته باشید و این موضوع امکان پذیر نیست، مگر با تولید محتوای مناسب که رکن اصلی بازاریابی محتوایی است.

از طرفی تمامی توجه موتورهای جستجو برای رتبه دادن، رفتار کاربر در یک صفحه است! هر چه که کاربر زمان بیشتری را در یک صفحه بگذارد و فعالیت‌هایی مانند لایک کردن یا کامنت گذاشتن را انجام دهد، الگوریتم‌های موتورهای جستجو این صفحات را ارزشمندتر در نظر می‌گیرند. قطعا تحریک کاربر به این رفتارها نیز بدون محتوای مفید امکان پذیر نیست.



استراتژی بازاریابی محتوا

بازاریابی محتوا در **دیجیتال مارکتینگ** یک فرایند چند جانبه است که جزئیات زیادی دارد. به همین واسطه باید برای اجرای بهتر آن یک استراتژی طرح شود. جزئیات دقیق یک استراتژی بازاریابی محتوا وابسته به نوع و شرایط کسب و کار شما است که باید توسط یک فرد متخصص تعیین شود اما برخی اصول کلی در این باره وجود دارند که در ادامه به تشریح آنها پرداخته‌ایم.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به **اقيانوس آبي** سر بزنيد.



1. هدف خود را از تولید محتوا دقیقاً مشخص کنید.

تولید محتوای بی‌هدف، تنها اتلاف وقت و انرژی است. به عنوان مثال، اگر برای یک محصول قصد دارید که محتوای جانبی بسازید، باید دقیقاً مشخص کنید که هدف شما فروش آن محصول است یا معرفی آن یا ... البته می‌توان محتوا را با چند هدف ارائه داد اما به هر جهت، تمامی اهداف شما باید کاملاً مشخص و جلوی چشم‌تان باشند.

بیشتر بخوانید: [هدف کسب و کار](#) باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد؟

2. مخاطبین محتوای خود را انتخاب کنید.

در تمام [روش‌های بازاریابی](#)، تعیین نوع مخاطب از اصول کلیدی است. حتماً شما هم موافقید که هر محتوایی مناسب هر فردی نیست! پس برای اینکه بتوانید محتوایی بنویسید که مخاطب را جذب خود کند، باید دقیقاً بدانید که برای چه کسی تولید محتوا انجام می‌دهید.

به عنوان مثال اگر برای یک مجموعه فنی مهندسی قصد تعیین استراتژی بازاریابی محتوا را دارید، باید بدانید که دانش‌آموختگان حرفه‌های مهندسی معمولاً انسان‌هایی با روحیات خشک هستند که علاقه‌ای به داستان‌پردازی ندارند و بیشتر می‌پسندند که پاسخشان را صاف و پوست‌کنده دریافت کنند. در نقطه مقابل، اگر برای یک سایت فعال در حوزه هنر تولید محتوا می‌کنید، باید محتوای خود را با داستان‌سرایی و اعمال جزئیات مختلف تولید کنید تا با روحیات لطیف این افراد در حوزه هنر سازگار باشد.

بیشتر بخوانید: [انواع مشتریان](#) خود را بشناسید!

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

3. سيستم مديريت محتوای مناسب پيدا كنيد.

برای اينکه بتوانيد محتوای خود را چه داخل سايت و چه خارج سايت به صورت سازمان يافته و اثربخش منتشر كنيد، نيازمند يك سيستم مديريت محتوای مناسب هستيد. به همين جهت برای سايت خود يك سيستم بهينه مانند وردپرس انتخاب كنيد و محتواهای خارج سايت خود را نيز در سايت‌هایی با عملکرد فنی مناسب منتشر كنيد.

4. در محتوای خود مشخص كنيد که چرا بهترين انتخاب هستيد.

تمام هدف ما از بازاریابی محتوا اين است که به افراد بگوئيم که ما بهترين انتخاب برای شما هستيم. اين کار ابدًا از طريق تبليغات امکان پذير نيست و حتی ممکن است نتيجه برعکس هم داشته باشد. بايد بتوانيد به شکلی مناسب ويژگی‌ها و مزایای محصول خود را برای مخاطبين بازگو كنيد و توجه داشته باشيد که ابدًا هيچ گونه مقايسه مستقیمی با محصولات يا خدمات مشابه انجام ندهيد.

5. کارشناس توليدکننده محتوا استخدام كنيد.

اينکه بتوانيد به صورت غير مستقيم بر روی ناخودآگاه مخاطب خود اثر بگذاريد و بگوئيد که از بقيه بهتر هستيد، نياز به فرايند تخصصی توليد محتوا داريد؛ نه اينکه صرفاً يک‌سری متن بنويسيد و به عنوان محتوا منتشر كنيد. به همين جهت، يا بايد خودتان آموزش‌های لازم را ببينيد و يا افراد متخصص در حوزه بازاریابی محتوایی استخدام كنيد.

اگر برای نوشتن استراتژی بازاریابی محتوایی خود به کمک نياز داريد، کافی است فرم زير را پر كنيد تا برای وقت مشاوره رايگان با شما تماس بگيريم: (قسمت ديجيتال ماركتينگ را علامت بزويد)

نام و نام خانوادگی

برای مشاهده ساير مقاله های ما، حتماً به [اقيانوس آبی](#) سر بزويد.

شماره موبایل

حوزه مورد نظر خود جهت درخواست مشاوره را انتخاب کنید.

بازاریابی برندینگ سیستم سازی ترسیم چارت سازمانی بهبود فروش تبلیغات
دیجیتال مارکتینگ مدیریت منابع انسانی ارتباط با مشتری و CRM استراتژی قیمت گذاری

ثبت درخواست

تفاوت استراتژی بازاریابی محتوا و استراتژی محتوا

استراتژی محتوا، یک مفهوم بسیار فراگیر است و استراتژی بازاریابی محتوا را هم در بر می‌گیرد.

استراتژی محتوا شامل تمام فرایندهای در بر گیرنده تولید محتوا است، از جمله اینکه به چه هدفی تولید محتوا می‌کنید، مخاطبین شما چه کسانی هستند، چرا بهترین ارائه دهنده محصولات خدمات یا محصولات هستید و سایر موارد این چینی.

اما استراتژی بازاریابی محتوایی بخش کوچک‌تری از نگاه کسب و کارتابه موضوع محتوا است که در واقع حاصل استراتژی محتوای شما است. به عبارت دیگر، در استراتژی محتوا اطلاعاتی را جمع آوری می‌کنید و در استراتژی بازاریابی محتوایی از آن اطلاعات استفاده می‌کنید.

مزایای بازاریابی محتوا

پیشتر تحت عنوان چرا به بازاریابی محتوا نیاز داریم، مزایای فنی کانتنت مارکتینگ بررسی شدند و اکنون قصد داریم تا از جنبه دیگری به این موضوع نگاه کنیم. برخی از مزایای بازاریابی محتوا به شرح زیر هستند:

- انعطاف‌پذیری

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



- کم هزینه بودن
- اثر بخشی بالا
- آینده‌دار بودن
- جذب کاربران دائمی
- امکان برندسازی از طریق آن
- امکان تاثیرگذاری عمیق روی کاربر

تاثیر مثبت تولید محتوا بر قیف فروش

قیف فروش، اصطلاحی در بازاریابی مدرن است که فروش یک محصول یا خدمات را در 4 مرحله

خلاصه می‌کند:

1. آگاه سازی
2. ایجاد علاقه
3. تصمیم گیری
4. اقدام به خرید

تاثیر تولید محتوا بر قیف فروش بحثی بسیار مفصل است، اما به صورت کلی، شما به عنوان یک ارائه دهنده خدمات یا محصولات موظف هستید تا با ارائه محتوای تخصصی و لازم برای هر قسمت از این قیف، کاربران را به قسمت بعدی منتقل کنید.

در مرحله اول، باید مخاطبان خود را از جزئیات محصولات خود با خبر کنید. در قدم بعدی باید به کاربران نشان دهید که چرا شما بهترین انتخاب برای رفع نیاز آنها هستید. در مرحله سوم، کاربر آماده برای خرید است اما قدری تردید دارد؛ تنها کاری که باید انجام دهید این است که با ارائه یک سری

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

نظرات مثبت، تجربه‌های کاربری دیگر مشتریان، نقد و بررسی محصول، ارائه ضمانت‌های خرید و ...، مخاطب را کاملا متقاعد کنید. پس از طی کردن تمامی این مراحل، کاربر به راحتی به شما اعتماد کرده و از محصولات و خدمات شما استفاده خواهد کرد.



مزایای بازاریابی محتوا

۱. انعطاف‌پذیری
۲. کم هزینه بودن
۳. اثر بخشی بالا
۴. آینده‌دار بودن
۵. جذب کاربران دائمی
۶. امکان برندسازی از طریق آن
۷. تاثیرگذاری عمیق روی کاربر
۸. تاثیر مستقیم روی قیف فروش

تقویم بازاریابی محتوا

تقویم بازاریابی محتوایی، بهترین ابزار برای نظم بخشیدن به محتواهایی است که در برنامه کانتنت مارکتینگ خود در آینده قصد انتشار آنها را دارید. در تقویم محتوایی باید تمامی محتواهایی که در آینده قصد انتشار یا آپدیت آنها را دارید را وارد کنید تا بتوانید با برنامه‌ای مشخص بازاریابی محتوای خود را پیش ببرید.

با استفاده از لینک زیر می‌توانید نمونه تقویم محتوایی را دانلود کرده و متناسب با کسب و کار خود آن را شخصی سازی کنید:

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

سوالات متداول در حوزه بازاریابی محتوا



سوالات متداول

1. هر چند وقت یک بار باید به بازاریابی محتوایی بپردازیم؟

این موضوع کاملاً بسته به شرایط کسب و کار شما است، اما موضوع مهم در این رابطه مداومت داشتن در انجام کانتنت مارکتینگ است حال با هر بازه زمانی‌ای.

2. آیا باید تولید محتوا را برون‌سپاری کرد و به آژانس‌های تولید محتوا سپرد؟

برون‌سپاری خود فرایند کانتنت مارکتینگ توصیه نمی‌شود، اما برای تولید محتواهای مورد استفاده در بازاریابی محتوایی، اگر نیروی متخصص ندارید و خودتان هم توانایی انجام این کار را ندارید، بهتر است از افراد متخصص در این حوزه کمک گرفته و کار را برون‌سپاری کنید.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

3. چگونه افراد بیشتری را به اشتراک گذاری محتوا ترغیب کنیم؟

تنها محتوایی توسط افراد منتشر می‌شود که بار محتوایی بالایی داشته و واقعا چیزی برای ارائه داشته باشد؛ بنابراین محتوای مفید تولید کنید.

4. ایده بازاریابی محتوا را چگونه پیدا کنیم؟

برخی از ابزارها مانند گوگل آلرت و شبکه‌های اجتماعی در کنار بررسی تجربه‌های شخصی و تجربه‌های مشتریان و بررسی اخبار و سایر موارد اینچنینی می‌تواند در پیدا کردن ایده کانتنت مارکتینگ موثر باشد.

5. بازاریابی محتوا چیست؟

در یک کلام بازاریابی محتوا، جذب و اقناع افراد از طریق تولید محتوای هدفمند و جذاب است.

6. بهترین کتاب‌های بازاریابی محتوا کدامند؟

برای کسب اطلاعات بیشتر در این زمینه می‌توانید PDF کتاب بازاریابی محتوا یا نسخه‌های چاپی را تهیه کنید که برخی از گزینه‌ها به شرح زیر هستند:

- *ماشین محتوا نوشته Dan Norris*
- *بازاریابی محتوایی نوشته Joe Pulizzi*
- *استراتژی محتوا برای وب نوشته Melissa Rach و Kristina Halvorson*

7. شغل توليد محتوا چه مزايای دارد؟

توليد محتوا يك شغل مناسب، هم به عنوان شغل اول و هم به عنوان شغل دوم است. عدم نياز به مكان خاص برای فعاليت، عدم نياز به ابزار خاص، عدم نياز به دانش آكادميك و تقاضای بالا از مهم‌ترين مزايای شغل توليد محتوا هستند. دستمزد توليد محتوا نيز كاملا وابسته به كيفيت كار شما است و نرخ ثابتی ندارد.

8. بازاریابی محتوایی B2B چیست؟

در بازاریابی محتوایی B2B مخاطبين هدف شما افراد نيستند و بايد برای كسب و كارهای ديگر توليد محتوا كنيد.

اگر برای نوشتن استراتژی بازاریابی محتوایی خود به كمك نياز داريد، كافی است فرم زير را پر كنيد تا برای وقت مشاوره رايگان با شما تماس بگيريم: (قسمت ديجيتال ماركتينگ را علامت بزويد)

نام و نام خانوادگی

شماره موبایل

حوزه مورد نظر خود جهت درخواست مشاوره را انتخاب كنيد.

بازاریابی برندینگ سيستم سازی ترسيم چارت سازمانی بهبود فروش تبليغات
 ديجيتال ماركتينگ مدیریت منابع انسانی ارتباط با مشتری و CRM استراتژی قيمت گذاری

ثبت درخواست

برای مشاهده ساير مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبی](#) سر بزويد.

جمع بندی

بازاریابی محتوا، موضوعی بسیار گسترده و پر جزئیات است که برای توضیح کامل آن شاید نیاز به صدها نوشته باشد. کانتنت مارکتینگ، جانی تازه به همه کسب و کارهای جهان بخشید و آنقدر اثر بخش بود که حتی کسب و کارهایی که اینترنتی نبودند را نیز به خود جذب کرد و این موضوع نشان از بازدهی بسیار مناسب این نوع بازاریابی است.

اینکه بتوانید به درستی چنین فرایندی را پیاده کنید، تا حد زیادی وابسته به تجربیات شما است و ما در این مقاله بازاریابی محتوا تنها تلاش کردیم که یک بررسی اجمالی بر روی موضوع بازاریابی محتوایی داشته باشیم:

- در تولید محتوا یک مزیت جدید خلق کنید
- نظر مخاطبین را محترم شمارید
- در تولید و انتشار محتوا نظم داشته باشید
- برای تولید محتوای خود هدف داشته باشید
- در بازاریابی محتوایی به کاربر خود ثابت کنید که بهترین انتخاب هستید
- برای انتشار هر چه بیشتر محتوای خود تلاش کنید
- مخاطبین قدیمی را حفظ و مخاطبین جدید را جذب کنید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.