

بازاریابی محتوا چیست؟



بازاریابی محتوا چیست؟ [مقاله مرجع]

تیم تحریریه اکیانوس آبی

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اکیانوس آبی](http://oghyanouseabi.com) سر بزنید.

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 می‌شود کسب و کار در ذهن مشتری بماند، آگاهی برند ایجاد شود، تخصص آن بیزنس به چشم بیاید و مشتریان را وفادار کند.

در صورتی که قصد دارید اطلاعات بیشتری در رابطه با بازاریابی محتوا (content marketing) کسب کنید، تا انتهای این نوشته از **گروه اقیانوس آبی** با ما همراه باشید.

محتوا چیست؟

پیش از بررسی فرایند بازاریابی محتوایی، بهتر است قدری بررسی کنیم که اصلاً چه چیزی را می‌توانیم یک محتوا در نظر بگیریم و اصلاً محتوا یعنی چه؟ تا مدت زمان کوتاهی قبل تر، دنلوشته‌های 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)

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

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!

تولید محتوا چیست؟

شاید بار اول با شنیدن “تولید محتوا”، آن را صرفا 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.

بازاریابی محتوا چیست؟

اینترنت باعث کمرنگ شدن بسیاری از فعالیت‌های سنتی شده که یکی از مهم‌ترین این فعالیت‌ها بازاریابی سنتی است. امروزه **بازاریابی** با سیاست‌های جدیدی انجام می‌شود که مهم‌ترین آن‌ها انتشار محتوای مفید، کاربردی و رایگان است.

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

جو پولیتزی *Joe Pulizzi*، یکی از مطرح ترین متخصصان تولید محتوا در جهان، تعریف کانتنت مارکتینگ را این گونه بیان می‌کند:

“بازاریابی محتوا (content marketing) به فرایندی در کسب و کار گفته می‌شود که با تولید محتوای جذاب، مفید و مجاب‌کننده باعث جذب و درگیر شدن مخاطبان آن کسب و کار می‌شود”.

به زبان ساده‌تر، در بازاریابی محتوا، باید اعتماد مخاطب را با انتشار محتوای مناسب و کاربردی جلب کنید تا در مراحل بعدی بتوانید محصول یا خدمات خود را به او بفروشید.

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 این مطلب از **مجله اقیانوس آبی** دلایل اهمیت بازاریابی محتوایی content marketing را شرح می‌دهیم:

۱. 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.

۲. بازار یابی محتوا، اعتماد سازی می‌کند.

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



سایتي 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.

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

یکی از بهترین روش‌های 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. قطعاً 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 مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.



۱. 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.

۲. 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 داستان پردازی 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.

۳. سیستم مدیریت محتوای مناسب پیدا کنید.

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

برای اینکه بتوانید محتوای خود را چه داخل سایت و چه خارج سایت به صورت سازمان یافته و اثربخش منتشر کنید، نیازمند یک سیستم مدیریت محتوای مناسب هستید. به همین جهت برای سایت خود یک سیستم بهینه مانند وردپرس انتخاب کنید و محتواهای خارج سایت خود را نیز در سایت‌هایی با عملکرد فنی مناسب منتشر کنید.

۴. در محتوای خود مشخص کنید که چرا بهترین انتخاب هستید.

تمام هدف ما از بازاریابی محتوا این است که به افراد بگوییم که ما بهترین انتخاب برای شما هستیم. این کار ابداء از طریق تبلیغات امکان پذیر نیست و حتی ممکن است نتیجه برعکس هم داشته باشد. باید بتوانید به شکلی مناسب ویژگی‌ها و مزایای محصول خود را برای مخاطبین بازگو کنید و توجه داشته باشید که ابداء هیچ گونه مقایسه مستقیمی با محصولات یا خدمات مشابه انجام ندهید.

۵. کارشناس تولیدکننده محتوا استخدام کنید.

اینکه بتوانید به صورت غیر مستقیم بر روی ناخودآگاه مخاطب خود اثر بگذارید و بگویید که از بقیه بهتر هستید، نیاز به فرایند تخصصی تولید محتوا دارید؛ نه اینکه صرفاً یک سری متن بنویسید و به عنوان محتوا منتشر کنید. به همین جهت، یا باید خودتان آموزش‌های لازم را ببینید و یا افراد متخصص در حوزه بازاریابی محتوایی استخدام کنید.

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

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

توليد محتوا مي‌كنيد، مخاطبين شما چه كساني هستند، چرا بهترين ارائه دهنده محصولات خدمات يا محصولات هستيد و ساير موارد اين چنيني.

اما استراتژي بازاریابی محتوایی بخش کوچک‌تری از نگاه کسب و کارتابه موضوع محتوا است که در واقع حاصل استراتژي محتوای شما است. به عبارت ديگر، در استراتژي محتوا اطلاعاتي را جمع آوري مي‌کنيد و در استراتژي بازاریابی محتوایی از آن اطلاعات استفاده مي‌کنيد.

مزایای بازاریابی محتوا

پيشتر تحت عنوان چرا به بازاریابی محتوا نیاز داریم، مزایای فني کانتنت مارکتینگ بررسی شدند و اکنون قصد داریم تا از جنبه ديگري به اين موضوع نگاه كنيم. برخي از مزایای بازاریابی محتوا به شرح زیر هستند:

- انعطاف‌پذيري
- کم هزینه بودن
- اثر بخشی بالا
- آینده‌دار بودن
- جذب کاربران دائمی
- امکان برندسازی از طريق آن
- امکان تاثیرگذاري عميق روی کاربر

–تاثیر مثبت تولید محتوا بر قیف فروش

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

قيف فروش، اصطلاحی در بازاریابی مدرن است که فروش یک محصول یا خدمات را در ۴ مرحله خلاصه می‌کند:

۱. آگاه سازی
۲. ایجاد علاقه
۳. تصمیم گیری
۴. 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 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.

تقویم بازاریابی محتوا

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



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:

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

- براي انتشار هر چه بيشتر محتوای خود تلاش كنيد
- مخاطبين قديمی را حفظ و مخاطبين جديد را جذب كنيد.

سوالات متداول

۱. هر چند وقت يك بار بايد به بازاریابی محتوایی بپردازيم؟

اين موضوع كاملا بسته به شرايط كسب و كار شما است، اما موضوع مهم در اين رابطه مداومت داشتن در انجام كانتنت ماركتينگ است حال با هر بازه زمانی‌ای.

۲. آیا بايد توليد محتوا را برون‌سپاری كرد و به آژانس‌های توليد محتوا سپرد؟

برون سپاری خود فرایند كانتنت ماركتينگ توصیه نمی‌شود، اما برای توليد محتواهای مورد استفاده در بازاریابی محتوایی، اگر نیروی متخصص نداريد و خودتان هم توانایی انجام اين كار را نداريد، بهتر است از افراد متخصص در اين حوزه كمك گرفته و كار را برون سپاری كنيد.

۳. چطور افراد بيشتری را به اشتراك گذاری محتوا ترغيب كنيم؟

تنها محتوایی توسط افراد منتشر می‌شود كه بار محتوایی بالایی داشته و واقعا چیزی برای ارائه داشته باشد؛ بنابراین محتوای مفيد توليد كنيد.

۴. ایده بازاریابی محتوا را چطور پيدا كنيم؟

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.

۵. بازاریابی محتوا چیست؟

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

۶. بهترین کتاب‌های بازار یابی 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

۷. شغل تولید محتوا چه مزایایی دارد؟

تولید محتوا یک شغل مناسب، هم به عنوان شغل اول و هم به عنوان شغل دوم است. عدم نیاز به مکان خاص برای فعالیت، عدم نیاز به ابزار خاص، عدم نیاز به دانش آکادمیک و تقاضای بالا از مهم‌ترین مزایای شغل تولید محتوا هستند. دستمزد تولید محتوا نیز کاملاً وابسته به کیفیت کار شما است و نرخ ثابتی ندارد.

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

۸. بازاریابی محتوایی B2B چیست؟

در بازاریابی محتوای B2B مخاطبین هدف شما افراد نیستند و باید برای کسب و کارهای دیگر تولید محتوا کنید.