

۱۵۵۷۱۳۸

جائزہ یافتہ محتویات قدم بہ قدم

www.ketab

سرشناسه	:	شهباز آسوری، رام نیل، ۱۳۴۱
عنوان و نام پدیدآور	:	بازاریابی محتوایی/نویسنده رام نیل شهباز آسوری؛ ویراستار فاطمه گلچین.
مشخصات نشر	:	تهران: ایده پردازان چکاد، ۱۳۹۶
مشخصات ظاهری	:	۱۰۰ص
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۱۵۸-۳۵-۶
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیا
موضوع	:	بازاریابی -- جنبه های اجتماعی/Marketing -- Social aspects
موضوع	:	بازاریابی هدفمند/Target marketing/مشتري شناسی
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۶ب۹ش/۴۵۲۱۵ HF
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۴۹۹۷۶۴۴



تلفن: ۸۸۸۴۰۷ - ۸۸۸۴۰۶۳۲

بازاریابی محتوایی

رام نیل - باز آسوری

- ویراستار: فاطمه گلچین
- آه-سازی: چکاد
- نوبت چاپ: اول ۱۳۹۶
- رکاب: ۱۰۰ نسخه
- قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان
- چاپ و صفحه‌ای: میرا، دهال

شابک ۹۷۸-۶۰۰-۸۱۵۸-۳۵-۶

حق چاپ: ۱۳۹۶، نشر ترفند ©

فصل اول: مقدمه ۹

تعریف مه ۱۳

تعریف ۱۳: ریاضی محتوایی

فصل دوم: هدف گذاری ۲۱

استراتژی چیست؟ ۲۱

تمرین ۲۹

فصل سوم: مخاطب شناسی ۳۱

اهمیت شناخت و انتخاب مخاطب ۳۱

شناخت مخاطب ۳۴

خلق پرسونا ۳۶

چه چیزهایی پرسیم؟ ۳۶

الف) جمعیت شناختی ۳۶

ب) جغرافیایی ۳۷

ج) شغلی ۳۷

د) نقش او ۳۷

ه) کاری ۳۷

و) اهداف ۳۸

ز) ترجیحات خرید ۳۸

تمرین ۴۰

فصل چهارم: سفر مشتری ۴۱

سفر مشتری ۴۴

اهمیت توجه به سفر مشتری ۴۵

تمرین ۴۸

فصل پنجم: ترویج محتوا

ترویج محتوا چیست؟ ۵۱

روش‌های ترویج محتوا ۵۲

تمرین ۵۵

فصل ششم: سنجش عملکرد محتوا ۵۷

دلایل سنجش عملکرد ۶۰

روش سنجش عملکرد محتوا ۶۱

فصل هفتم: استفاده مجدد از محتوا ۶۵

اهمیت استفاده مجدد از محتوا ۶۸

فوائد استفاده مجدد از محتوا ۶۸

روش‌های استفاده مجدد از محتوا ۶۹

الف) Republishing ۶۹

ب) Repurposing ۷۲

تمرین ۷۶

فصل هشتم: مدیریت محتوا ۷۷

۱. مهارت‌های فنی ۷۹

۲. مهارت‌های غیرفنی ۸۳

پیوست‌ها

پیوست ۱ ۸۷

تعدادی از فرمت‌های محتوا ۸۹

محتوای متنی ۸۹

محتوای تصویری ۹۱

محتوای صوتی ۹۱

محتوای ویدئو ۹۲

رویدادها ۹۲

انواع دیگر ۹۲

پیوست ۲ ۹۱

برخی از روش های تولید محتوا ۹۳

چند نکته ۹۶

پیوست ۳ ۹۵

چک لیست مراحل کار ۹۷

۱. هدف گذاری ۹۷

۲. طراحی پرسونا ۹۸

۳. بازار مشتری ۹۸

۴. ترانج ۹۹

۵. سنجش ها ۹۹

۶. استفاده مجدد از محتوا ۱۰۰

۱۰۰ www.modiremohtava.ir

پروژه فرهنگ تخصصی و تشریحی بازاریابی دیجیتال و بازاریابی محتوایی ۱۰۳

مقدمه

دو دسته رکسب و کارها تا کمتر از ۵ سال دیگر یا نابود می‌شوند یا در آستانه نابودی قرار می‌گیرند. آن‌ها هم نه به دلیل شرایط بد و اوضاع وخیم بازار؛ بلکه به خاطر عدم آینده‌نگری، استفاده نکردن از ابزارها و روش‌های جدید توسعه کسب و کار این آینده را هم در انتظار آن‌هاست.

دسته اول بخش قابل توجهی از کسب و کارهای سنتی هستند که هیچ نام و نشان درستی از آن‌ها در اینترنت پیدا نمی‌شود. آن‌ها همچنان روی روش‌های قدیمی کسب و کار اصرار دارند. بی‌خبر آن‌ها که در زمینه کاری آن‌ها، رقابایی هستند که هر روز به کمک بازاریابی اینترنتی هم بیشتری از بازار را در اختیار می‌گیرند. به خاطر دارم یکی از دوستانم در یکی از پاناماها معتبر، فروشگاه قطعات کامپیوتری داشت و می‌گفت بارها شاهد بودم که سایگان ما، خرید از یک سایت اینترنتی معروف و انتظار دوسه روزه برای رسیدن محصول را به خرید از فروشگاه من ترجیح می‌دهند.

اما دسته دوم کسب و کارهای اینترنتی هستند که از روش‌های درست بازاریابی اینترنتی چیز درستی نمی‌دانند. سایت آن‌ها فروش دارد، اما انتظارشان را برآورده نمی‌کند. این دسته نیز با آن‌که به حیات خود در اینترنت ادامه می‌دهند، اما عرصه را به رقابایی واگذار می‌کنند که از به‌روزترین روش‌های بازاریابی و فروش اینترنتی استفاده می‌کنند.



به نظر من هر دو دسته از کسب و کارهایی که معرفی کردم، به دلیل کاهش فروش نابود و ورشکسته نمی‌شوند، بلکه آن‌ها برای درآمدهایی که به دست نیاورده‌اند، در سراسیمی سقوط قرار می‌گیرند. درآمدهایی که به خاطر عدم به‌روزرسانی دانش خود، دو دستی به رقبا تقدیم کرده‌اند و آن‌ها به مرور به برندهایی معتبر و قدرتمند تبدیل می‌شوند در حالی که کسب و کارهای داستان ما در خوشبینانه‌ترین حالت می‌توانند وضعیت فعلی را حفظ کنند.

پس اگر کسب و کاری دارید که در یکی از دو دسته یادشده قرار دارند، بی‌شک من می‌کنم هر چه سریع‌تر به فکر تحولی اساسی باشید و در اینترنت فعالانه حضور پیدا کنید. اما یکی از معیارهای مهم برای موفقیت در کسب و کارهای اینترنتی، شنایی و پیاده‌سازی روش‌ها و مدل‌های جدید بازاریابی است.

بازاریابی محتوایی یکی از بهترین و اصولی‌ترین روش‌ها برای بازاریابی اینترنتی است. به کمک این روش در میان مدت فروش سایت شما به صورت تصاعدی افزایش پیدا می‌کند و در درازمدت به برند تبدیل می‌شود. اعتباری دوچندان می‌بخشد.

اگر در این زمینه اطلاعات کافی و درستی ندارید و نمی‌دانید باید از کجا شروع کنید، مطالعه کتابی که در دست دارید می‌تواند شروع خوبی برای ورود شما به دنیای بازاریابی محتوایی باشد. کتاب «راهنمای ۳۰ روزه برای یادگیری بازاریابی محتوایی» قدم به قدم به خوبی شما را در این زمینه راهنمایی کرده است. کافی است آن‌چه نویسنده کتاب به شما آموزش می‌دهد را مانند یک کتاب گام به گام در کسب و کارتان پیاده کنید. شک ندارم هر گام شما در این زمینه می‌تواند به مرور باعث جهشی بزرگ در کسب و کار اینترنتی شما شود.

محمد رضا رضایی

زمستان ۹۶