

هندبوک عملیاتی سئو

(اصول و تکنیک های تولید محتوا)

نویسنده:

سولماز اعلایی



سرشناسه	: امامی، سولماز، ۱۳۵۴-
عنوان و نام پدیدآور	: هندبوک عملیاتی سنو (اصول و تکنیک‌های تولید محتوا)/ نویسنده سولماز امامی.
مشخصات نشر	: تهران: عطران، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۲۵۲ ص: مصور (رنگی)؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۷۸۵۰-۶۶-۶ ریا: ۱۱۰۰۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: جستجوی اینترنتی--دستنامه‌ها Internet searching-- Handbooks, manuals, etc وب -- موتورهای جستجو -- دستنامه‌ها Web search engines -- Handbooks, manuals, etc وبگاه‌ها -- طراحی -- دستنامه‌ها Web sites -- Design -- Handbooks, Manuals, etc
رده بندی کنگره	: ۴۲۳-ZA
رده بندی دیویی	: ۰۴/۰۲۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۷۲۰۲۸۹
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیبا

نام کتاب :	هندبوک عملیاتی سنو (اصول و تکنیک های تولید محتوا)
نویسنده :	سولماز امامی
نوبت چاپ :	اول
تیراژ :	۱۰۰۰ جلد
قیمت روی جلد :	۱,۱۰۰,۰۰۰ ریال
سال چاپ:	۱۴۰۰
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۷۸۵۰-۶۶-۶
لیتوگرافی:	پرهام نور
چاپ :	عطران
ناشر :	عطران

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر مطابق قانون مؤلفان و مصنفان مصوب ۱۳۴۸ متعلق به نشر عطران می‌باشد و هرگونه کپی برداری و استفاده از مطالب بدون اجازه کتبی پیگرد قانونی دارد.

پیشگفتار ناشر

با هدف تأمین نیازهای آموزشی قشر متخصص، گروه عطران با بیش از یک دهه سابقه برگزاری نشست‌های علمی و دوره‌های تخصصی بین‌المللی، اقدام به دریافت مجوز انتشارات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و بسط آثار علمی و ادبی نویسندگان و اهالی قلم نمود و در ادامه راه، متد تأمین مالی نویسندگان خوش قلم و با استعداد را در دستور کار قرار داده است. بدین صورت که قسمتی از هزینه چاپ کتاب‌های ارسالی پس از داوری، توسط گروه عطران تأمین می‌گردد.

پذیرای نظرات و پیشنهادات متخصصین و صاحب نظران در راستای بهبود و ارتقا سطح علمی و کیفی آثار منتشر شده انتشارات عطران هستیم. شایان ذکر هست که قسمتی از درآمد حاصل از فروش این اثر صرف آموزش فرهنگ محیط زیست خواهد گردید.

۰۲۱-۶۶۱۹۱۰۰۰

دفتر مرکزی نشر عطران:

۰۹۱۰۸۱۷۲۸۹۶

تلگرام پشتیبانی آلا

www.atrangroup.ir	گروه عطران
www.mdatran.com	شرکت مهندسی ماه دانش عطران (دوره‌های تخصصی و ارائه‌دهنده خدمات مشاوره آموزشی)
www.atranbook.ir	انتشارات عطران
www.zistbanab.ir	ماهنامه اختصاصی زیست‌بان آب
www.envco.ir	همایش و نمایشگاه ملی محیط زیست و بحران‌های پیش رو

دکتر عباس علاف‌صالحی

انتشارات عطران

دیماه ۱۴۰۰

فهرست

عنوان	شماره صفحه
آموزش تولید محتوا ابزارها، روش ها، مثال ها و توصیه ها	۱۲
تولید محتوا در عصر رسانه های الکتریکی و الکترونیکی	۱۲
شغل تولید محتوا چیست و چه ویژگی هایی دارد؟	۱۳
چند سوال کلیدی در تولید محتوا	۱۴
برنامه ریزی تولید محتوا اهمیت تقویم محتوا	۱۴
تقویم محتوا	۱۵
ایده تولید محتوا را از کجا به دست بیاورم؟	۱۵
درباره تولید محتوا و درآمدزایی از آن چه نکاتی وجود دارد؟	۱۵
تولید محتوای متنی	۱۶
تولید محتوا با موبایل	۱۷
تولید محتوا برای اینستاگرام	۱۸
استخدام تولیدکننده محتوا چه سوال هایی بپرسم؟	۲۰
هزینه تولید محتوا	۲۱
چند پرسش کوتاه و پاسخ مختصر درباره تولید محتوا	۲۳
این کتاب چه درس هایی را به عنوان مکمل درس آموزش تولید محتوا پیشنهاد می کند؟	۲۳
تعریف علمی و رسمی محتوا چیست؟	۲۳
برای تولید محتوا به انگلیسی کدام اصطلاح درست است Content یا Content Creation	
Generation؟	۲۳
زندگی	۲۴
تعریف شوک محتوا	۲۴
شوک محتوا: ریشه ها، پیامدها و راهکارها	۲۵
ریشه های شکل گیری شوک محتوا	۲۵
تبعات و پیامدهای شوک محتوا	۲۶
اصول تولید محتوای الکترونیکی در دوران شوک محتوا	۲۷
تولید محتوای متنی چگونه تولید محتوا را شروع کنیم؟	۲۷
اهمیت تولید محتوای متنی	۲۸
آیا تولید محتوای متنی به درد من هم می خورد؟	۲۹
ویژگی های یک محتوای متنی با کیفیت چیست؟	۳۰
کپی نکنید	۳۱

۳۱	به سوال مخاطب پاسخ دهید
۳۲	ساختار متن را برای خواندن سرسری آماده کنید
۳۳	استفاده از جملات کوتاه را فراموش نکنید
۳۳	تا حد امکان، به دستور زبان و املاي کلمات توجه کنید
۳۴	بعد از مدتی، متن را بازخوانی و بازنویسی کنید
۳۴	چگونه تولید محتوای متنی را شروع کنیم؟
۳۵	هیچ باید و نباید قطعی وجود ندارد
۳۶	سبک مناسب را باید به تدریج پیدا کنید
۳۶	محتوای همیشه سبز یا محتوای سبز چیست؟
۳۷	مثال برای محتوای همیشه سبز
۳۸	مزیت تولید محتوای سبز چیست؟
۳۸	برخی از انواع شناخته شده و رایج محتواهای سبز
۳۹	محتوای زرد چیست؟ زرد نویسی به چه معناست؟
۳۹	تعریف محتوای زرد
۴۰	تاریخچه زرد نویسی و محتوای زرد
۴۰	محتوای زرد و ژورنالیسم زرد در عصر دیجیتال و شبکه های اجتماعی
۴۱	آیا همیشه راه سریع تر و کوتاه تر، بهتر است؟
۴۱	پادکست چیست؟ فایل صوتی و پادکست
۴۲	معنای عمومی تر پادکست چیست؟
۴۳	آینده ی فایل های صوتی و پادکست ها چه خواهد بود؟
۴۳	معرفی چند پادکست به زبان انگلیسی
۴۴	معادل فارسی پادکست چیست؟
۴۴	چطور و از کجا پادکست بشنویم؟ بهترین برنامه پادکست چیست؟
۴۵	روش کسب درآمد از پادکست چیست؟
۴۵	آیا منطقی است سایت پادکست داشته باشیم؟ یعنی یک سایت اختصاصی برای پادکست مان
۴۵	روش کسب درآمد از پادکست آیا می توانیم روی درآمد پادکست حساب باز کنیم؟
۴۶	چه روش هایی برای کسب درآمد از تولید پادکست وجود دارد؟
۴۶	روش های کسب درآمد از پادکست
۴۶	کسب درآمد با جذب اسپانسر (حامی)
۴۷	کسب درآمد از طریق حمایت مخاطبان یا دونیت (Donate)
۴۸	استفاده از ساز و کار افیلیت (همکاری در فروش)
۴۸	ایده هایی برای وبلاگ نویسی

۴۸	 تجربه‌های شغلی
۴۹	 تجربه‌های مسیر شغلی
۴۹	 یک استعاره مفهومی
۵۰	 گزارش وب فارسی / انگلیسی
۵۰	 چند مثال فرضی
۵۲	 انواع محتوا فهرست‌ها
۵۲	 چند نکته که مناسب است در تنظیم فهرست‌ها رعایت کنیم
۵۴	 فهرست تعدادی از سایتهای منبع اینفوگرافی
۵۵	 رپورتاژ آگهی چیست؟ یک نمونه رپورتاژ آگهی موفق چه ویژگی‌هایی دارد؟
۵۷	 چرا افراد و کسب و کارها به سراغ انتشار رپورتاژ آگهی می‌روند؟
۵۹	 انتخاب رسانه مناسب برای رپورتاژ آگهی
۶۰	 تاثیر رپورتاژ آگهی روی سئو
۶۰	 Sponsored و NoFollow لینک‌های
۶۱	 رفتار بازدیدکنندگان مهم است
۶۲	 روش نوشتن متن رپورتاژ آگهی برای کسب بهترین نتیجه
۶۳	 کم و کوتاه ننویسید
۶۳	 در مورد موضوع، جستجو کنید
۶۳	 پرسونای مخاطب خود را بشناسید
۶۴	 به سبک آن رسانه نزدیک شوید
۶۴	 برای «انتخاب عنوان» وقت بگذارید
۶۵	 اهمیت پاراگراف اول را فراموش نکنید
۶۵	 تا حد امکان به سمت فروش مستقیم نروید
۶۶	 تا حد امکان به استانداردهای یک مقاله واقعی نزدیک شوید
۶۶	 فضا را با عکس و نمودار تلف نکنید
۶۷	 به دنبال آگاهی از برند هستید؟ ترافیک؟ یا فروش؟
۶۸	 استفاده از CTA اشکال ندارد
۶۹	 همه چیز را اندازه‌گیری کنید
۷۰	 سه پیشنهاد برای پلتفرم‌های انتشار رپورتاژ آگهی
۷۱	 تفاوت رپورتاژ آگهی با اسپانسر شدن برای محتوا چیست؟
۷۲	 انواع محتوا محتوای حمایت شده یا دارای اسپانسر چیست؟
۷۳	 ویدئو مارکتینگ چیست؟
۷۳	 اهمیت ویدئو مارکتینگ

هدف شما از ویدئو مارکتینگ چیست؟	۷۴
روش اول استفاده از نرم افزارهای پیام رسان	۷۵
روش دوم استفاده از اپلیکیشن های فشرده سازی فیلم	۷۵
روش سوم استفاده از سرویس های آنلاین فشرده سازی فیلم	۷۶
چند نکته ی ساده درباره فشرده سازی فایل ویدئویی	۷۷
امروز، تولید محتوا از دیروز سخت تر و از فردا ساده تر است	۷۸
تولید محتوا مهارتی متفاوت با بازاریابی محتوا و استراتژی محتواست	۷۸
در جلسه مصاحبه استخدامی تولید کننده محتوا چه سوالهایی بپرسیم؟	۷۹
آیا می توانیم چند نمونه از محتواهای قبلیات را ببینیم؟	۷۹
دو پیشنهاد	۷۹
نظرت در مورد این کارها چیست؟	۸۰
چند پیشنهاد	۸۰
محتوای موفق از نظر تو چه ویژگی هایی دارد؟	۸۱
تا کنون چه اشتباه هایی در تولید محتوا داشته ای؟ مورد یا خاطره ای در ذهن داری؟	۸۲
از چه نرم افزارهایی برای تولید محتوا استفاده می کنی؟	۸۳
فهرستی از چند ایده برای انتشار پست در اینستاگرام	۸۴
جمله های کوتاه و نقل قول	۸۵
تقویم محتوایی چیست؟ یک نمونه تقویم تولید محتوا شامل چه چیزهایی است؟	۸۷
سه شیوه متفاوت در طراحی تقویم محتوا	۸۷
درست کردن تقویم تولید محتوا چه فایده ای دارد؟	۸۸
شغل تولید محتوا انتظار ما از کارشناس تولید محتوا چیست؟	۸۸
آیا تولید محتوا، فقط شامل تولید محتوای الکترونیکی و دیجیتال است؟	۸۹
کارشناس تولید محتوا باید چه مهارت هایی داشته باشد؟	۹۰
نویسندگی مهارت در نگارش و تنظیم محتوای متنی	۹۰
آشنایی با زبان انگلیسی	۹۱
آشنایی با نرم افزارهای خانواده آفیس	۹۱
آشنایی با حداقل یک سیستم مدیریت محتوا	۹۱
آشنایی با حداقل دو ابزار گرافیکی	۹۲
جستجوی حرفه ای در وب و شبکه های اجتماعی	۹۳
توانایی تنظیم تقویم محتوا	۹۳
سنو و بهینه سازی برای موتورهای جستجو	۹۳
آیا کارشناس تولید محتوا باید استراتژی محتوا و بازاریابی محتوا هم بداند؟	۹۴

۹۵.....	نقاط قوت و ضعف شغل تولید محتوا چیست؟
۹۷.....	استراتژی موفقیت در بازار کار تولید محتوا
۹۷.....	فاکتورهای کلیدی موفقیت در شغل تولید محتوا چه هستند؟
۹۸.....	درگیر کردن مخاطب
۹۸.....	تازگی و اورجینال بودن
۹۸.....	نگاه بلندمدت
۹۹.....	رعایت اخلاق و حرفه‌ای‌گری
۱۰۰.....	مدیریت زمان و انضباط شخصی
۱۰۰.....	سنجش عملکرد و مستندسازی
۱۰۱.....	کنجکاوی و بنچمارکینگ
۱۰۱.....	درآمد کار تولید محتوا چقدر است؟
۱۰۲.....	چه رشته‌هایی با تولید محتوا در ارتباط هستند؟
۱۰۳.....	دو نکته مهم برای استخدام تولیدکننده محتوا
۱۰۳.....	کسب درآمد از تولید محتوا
۱۰۴.....	کسب درآمد از محتوا به عنوان محصول نهایی
۱۰۵.....	فروش دسترسی به محتوا
۱۰۶.....	جذب حامی (اسپانسر)
۱۰۶.....	کسب درآمد از محتوا به عنوان ابزار گردآوری مخاطب
۱۰۷.....	محتوای وایرال یا محتوای ویروسی چیست و چه ویژگی‌هایی دارد؟
۱۰۷.....	تعریف محتوای ویروسی چیست؟
۱۰۸.....	چرا محتوای وایرال برای تولیدکنندگان محتوا جذاب است؟
۱۰۹.....	چه عواملی روی وایرال شدن محتوا تأثیر می‌گذارند؟
۱۰۹.....	CTA چیست؟ آشنایی با انواع CTA
۱۱۰.....	اهمیت CTA در چیست؟
۱۱۱.....	در CTA چه پارامترهایی باید رعایت شود؟
۱۱۱.....	موضوعات مورد علاقه مردم در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی
۱۱۳.....	روش تولید محتوا برای افزایش فروش آنها می‌پرسند، شما پاسخ دهید
۱۱۵.....	معرفی مختصر کتاب آنها می‌پرسند شما پاسخ دهید
۱۱۵.....	چند نکته از کتاب مارکوس شریدن
۱۱۶.....	فقط بر روی فروش متمرکز نشوید
۱۱۶.....	به سوال‌های مشتری فکر کنید
۱۱۶.....	مخاطب اول و آخر شما «مشتری» است