

روش های تولید محتوا چیست؟



روش های تولید محتوا چیست؟



<https://iracode.com/idea-to-produce-good-content/>



۰۹۱۲۴۸۰۴۵۳۵



## روش های تولید محتوا چیست؟

روش های تولید محتوا: یکی از موضوعاتی که برای صاحبین کسب و کار و افراد مختلف سوال شده این است که نمیدانند باید چه محتوایی تولید کنند. اهمیت تولید محتوا را می دانند اما وقتی به آنها می گوئیم الان راجع به چه موضوعی باید محتوا تولید کنند خیلی در جریان آن نیستند. برای برخورداری از خدمات تولید محتوا می توانید با ما در ارتباط باشید.

### روش های تولید محتوا چیست؟

برای اینکه ما بتوانیم یک سری ایده های محتوایی خوبی داشته باشیم و بتوانیم از دل آن به موضوعات خوبی برسیم و در نهایت تولید محتوای موفق داشته باشیم، دو روش درون سازمانی و برون سازمانی داریم.

در بخش اول که درون سازمانی هست شما به صورت مستقیم با تیم و مشتری تان وارد ارتباط می شوید. در قدم اول از واحدهای کاری که با آنها در ارتباط هستید و همکار هستید می توانید راجع به مشتری تان یک سری اطلاعات جمع آوری کنید، مثلاً تیم فروش یکی از بهترین واحدهایی هست که تا زمانی که مشتری هنوز از سرویس یا خدمت شما استفاده نکرده می تواند به شما کمک کند و بهتان بگوید قبل از خرید یک سرویس یا خدمت چه سوالات، چه چالش ها و چه نیازهایی برای مخاطب یا مشتری شما وجود دارد و شما می توانید از طریق آن بگویید تولید محتوا متنی چیست؟ به آن پردازید.

یکی دیگر از واحدهای خیلی خوب در این زمینه واحد پشتیبانی است که این واحد پشتیبانی بیشتر برای حین استفاده از یک سرویس هست. اینکه زمانی که مشتری خدمت یا سرویس شما را انتخاب کرد و الان از آن استفاده می کند با چه مشکلاتی مواجه می شود و چه چالش های جدیدی برای او به وجود می آید که مدام یک سری سوالات پرتکرار در واحد پشتیبانی مطرح می شود. مثلاً آن داستان معروف سوالات متداولی که معمولاً عموم سایت ها دارند از اینجا خیلی خوب می تواند نشأت بگیرد که ما بتوانیم خیلی خوب به سوالات پرتکرار با جواب های شفاف و کمک کننده برسیم و مخاطبمان را از این جهت آماده کنیم و یا واحدهای دیگری مثل واحد CRM هم میتوانند در این زمینه کمک کنند.

یکی دیگر از روش هایی که در بخش درون سازمانی می تواند به شما کمک کند، ارتباط مستقیم با خود مخاطب یا مشتری است. این که شما به روش های خلاقانه ای مثل فرم های نظر نظرسنجی یا تماس تلفنی مستقیم با مخاطب و مشتری تان ارتباط برقرار کنید و از او بخواهید که راجع به خودش و اتفاقی که در این مدت برایش افتاده صحبت کند، اینکه با چه چالش هایی مواجه بوده و یا وقتی از این سرویس استفاده می کند آن مشکلاتش حل شده و یا چه مشکلات دیگری برایش به وجود آمده و مجموعه اینها شما از طریق محتوا چه راهکارهایی را می توانید برای مخاطب تان ارائه کنید که به شفاف سازی برسد، از دیگر راه هایی هست که ما در شرایط درون سازمانی آن را تجربه میکنیم و می توانیم روی آن کار کنیم.



دسته دوم که مربوط می شود به ایده یابی در زمینه تولید محتوا، روش برون سازمانی است. ما یکسری ابزارها در فضای آنلاین داریم که کم و بیش از آنها برای اینکه ببینیم مهمترین دغدغه ها و سوالات و مشکلات مخاطب چه چیزی هست استفاده می کنیم. خوب موتورهای جستجو به خصوص موتور جستجوی گوگل یکی از مهمترین پایگاه داده هایی هست که می تواند تشخیص دهد در حال حاضر مخاطبین و یا جامعه ای از مردم که یک سری ویژگی های مشخصی دارند، چه دغدغه هایی دارند.

کاری نداریم که این ویژگی یا قدرت گاهی وقت ها می تواند خیلی خطرناک باشد اما وجود آن و استفاده صحیحش در کسب و کارها از این جهت می تواند خیلی کمک کننده باشد. مثلاً شما وقتی می خواهید یک عبارت را در گوگل سرچ کنید احتمالاً دیده اید که خود گوگل یکسری موارد را به شما پیشنهاد می دهد، مواردی که گاهی خیلی خنده دار به نظر می رسد اما هست و جزء مواردی هست که مطمئناً مخاطبین و مردم آن ها را سرچ کرده اند که گوگل هم دارد تشخیص می دهد که احتمالاً شما هم قصدتان سرچ کردن همان موارد است. یا زمانی که شما یک موردی را سرچ کردید و پایین صفحه می آید در صفحات جستجوی گوگل یکسری پیشنهادات جانبی هم به شما می شود که آنها هم جزء مواردی است که گوگل تشخیص داده که ممکن است به جستجوی شما مربوط و نزدیک باشد و به شما کمک می کند که جستجوی هدفمندتری داشته باشید.

خب اینها ابزارهای خیلی ساده و دم دستی هستند اما برای جلوتر ما می توانیم از یک سری ابزارهای خیلی قوی تر مثل گوگل ترندز استفاده کنیم. گوگل ترندز یکی از جالب ترین ابزارهایی است که ترندها و کلمات پرتکراری که در یک بازه زمانی جستجو شده اند را به شما نشان می دهد. مهمترین کاربردش هم می شود اینطور به آن نگاه کرد که بحث مقایسه هست یعنی شما یک سری ترندها را مقایسه کنید و ببینید که در حال حاضر نسبت به یک موضوع واحد کدام ترند بهتر و بیشتر جستجو می شود و به نظر می رسد که آینده بهتری هم دارد. مثلاً زمانی که یک سری رویدادهای جهانی و معروف در دنیا برگزار می شود، شما اگر از همان ابزار گوگل ترندز، ترندها را چک کنید و کلمات پرکاربردی که مربوط به آن رویداد جهانی هست را سرچ کنید ناگهان می بینید که ترندها در یک بازه زمانی یک افزایش خیلی زیادی را داشته اند و بلافاصله بعد از تمام شدن آن رویداد جهانی با یک نزول ناگهانی همراه می شوند. اینها نشان می دهد که ما از ترندها می توانیم برای اینکه ببینیم مردم چه محتوایی را در چه بازه زمانی جستجو میکنند استفاده کنیم.



## روش های تولید محتوا چیست؟

یکی دیگر از ابزارها، گوگل وبمستر و یا همان کنسول گوگل هست. اگر شما این ابزار را روی سایتتان سوار کرده باشید، بعد از یک مدتی که از این ابزار استفاده کرده باشید و شروع کنید به دریافت و ذخیره اطلاعات، داخل بخش سرچ ها میتوانید پرکاربردترین کلماتی که با سرچ آنها مخاطب به سایت شما رسیده است را بررسی کنید.

( برای تولید محتوای ویدئویی کلیک کنید ) اهمیت این کار زمانی خوب دیده می شود که شما وقتی بررسی کردن روی این کلمات را شروع می کنید، از دل آنها یک سری ایده های جدید به وجود می آورید که مثلاً چطور من می توانم کلمه کلیدی که به خوبی در آن بالا می آیم را در ابعاد بزرگتری گسترش دهم و در کلمات کلیدی که به من مربوط می شوند اما به هر دلیلی در آن ضعیف هستم چطور می توانم آنها را قوی کنم و ورودی بیشتری در این زمینه داشته باشم.

استفاده از گوگل کنسول و کلماتی که شما قبلاً به آن لینک خوردید و در آن ها دیده شدید، خیلی به توسعه آن کلمات و به توسعه آن محتواهایی که میخواهید تولید کنید کمک می کند.

ابزار بعدی که می خواهیم راجع به بحث تولید محتوا چیست؟ و ایده یابی برای تولید محتوا به شما معرفی کنیم، استفاده از دو تا سایتی است که تقریباً کار یکسانی دارند اما عملکردهای مختلفی دارند و آن هم، وب سایت kwfinder و گوگل ارت هست که شما میتوانید از این دو طریق و با استفاده از این دو سایت به کلمات پر تکراری که در یک صنعت خاص و یا یک جامعه خاص خیلی سرچ می شود برسید. این به شما کمک می کند و دید مناسبی به شما می دهد که چه کلماتی الان پر تکرار هستند و وضعیت آن کلمات نسبت به همدیگر چیست؟!

زمانی که شما این کلمات را پیدا کردید و متوجه شدید که چه دغدغه هایی به سمت کسب و کار شما وجود دارد و چه کلمات کلیدی از طریق آنها می شود که مخاطبین به کسب و کار شما برسند، از دل آنها می توانید یک سری ایده های محتوایی پیدا کنید که با تولید محتوا در آن زمینه، هم نسبت به آن کلمات کلیدی قوی می شوید و هم می توانید به خوبی به نیاز و مشکل مخاطبیتان آن پاسخ دهید.