101 تکنیک برای تولید محتوای دیجیتال

زمانی که شما به‌درستی در اینترنت به جستجو بپردازید، از زیادی محتوای موجود و از آن مهم‌تر تنوع محتواها تعجب خواهید کرد. با ایده جدید ما شما فرصت‌هایی که می‌توانند باعث انتشار ویروسی محتوای شما شوند را از دست نخواهید داد و همچنین می‌توانید آن‌ها را به‌صورت دوره‌ای تکرار کنید. این کار برای دانستن کاربرد هر نوع محتوا و اینکه ببینید کدام نوع برای کمپین شما مفید است، ارزشمند است.

در قدم اول باید بدانید که شما از طریق محتوا می‌خواهید به چه اهداف و نتایجی دست پیدا کنید.

اهداف تولید محتوا :

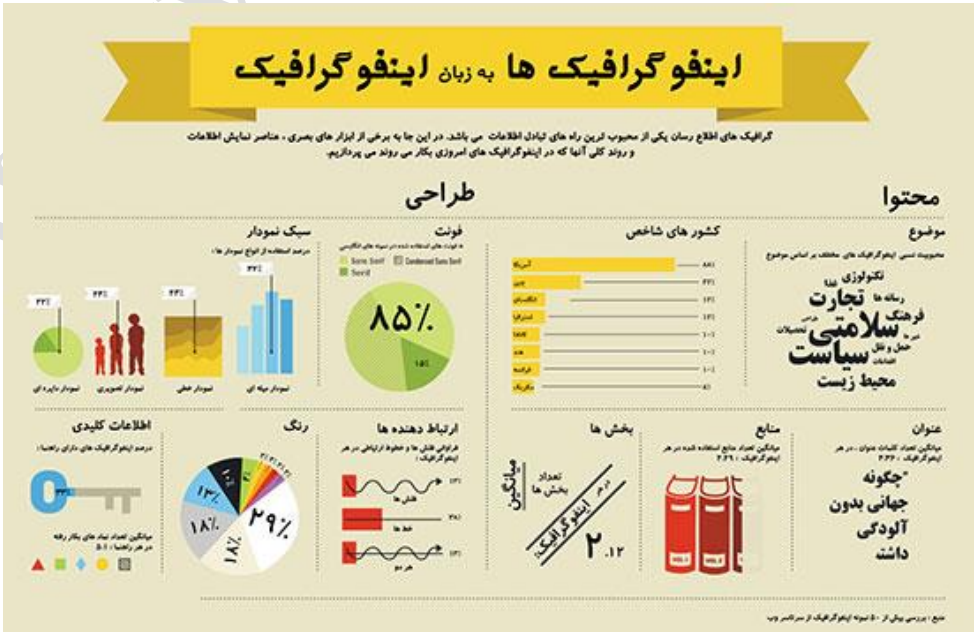
- برای سرگرمی : این مورد برای مخاطب جذابیت حسی قوی ایجاد می‌کند و باعث به اشتراک‌گذاری زیاد محتوا می‌شود.
- برای آموزش : این مورد نیز می‌تواند خروجی گسترده‌ای داشته باشد، خصوصاً برای کسانی که هنوز در مورد محصول یا خدمات اطلاعاتی ندارند. این محتوا نیز اغلب زیاد به اشتراک گذاشته می‌شود.
- برای متقاعد کردن : این محتوا کمی احساسی‌تر است و به‌تدریج ذهنیت مشتری را تغییر می‌دهد (من میگویم مشتری زیرا محتوای متقاعدکننده اغلب برای درک محصول استفاده می‌شود).
- برای تغییر دادن : این محتوا اغلب به‌جای احساسی، غیرمنطقی محسوب می‌شود، چون شما نیاز به فکر و تصمیم‌گیری دارید که چه تغییری به شما پیشنهادشده است.

محتوا کاملاً به فرد بستگی دارد. هرکسی نمی‌تواند محتوای احساسی را پذیرا باشد و ممکن است بعضی افراد مستعد پذیرش محتوای کوبنده باشند. به‌عنوان یک همراه مفید برای

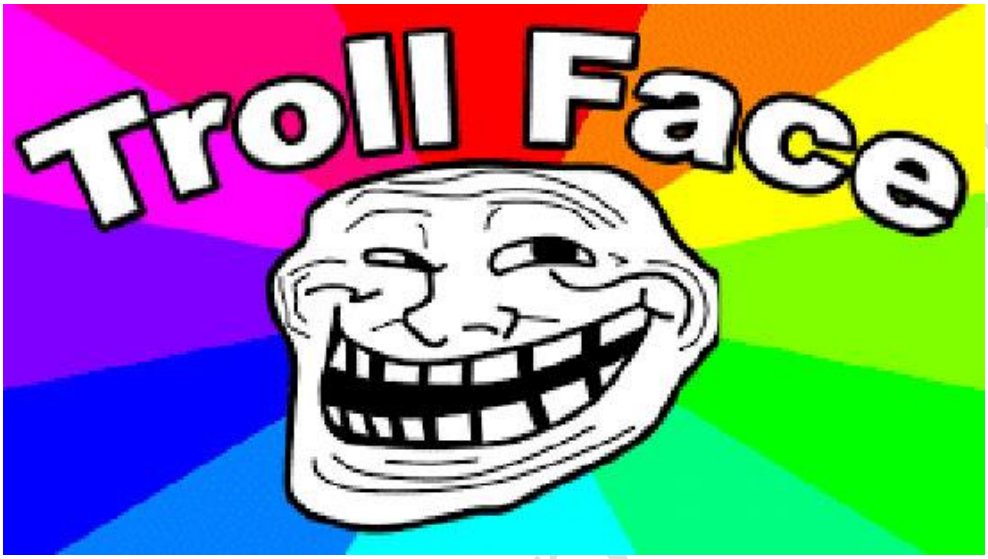
این لیست، ما یک برند را به‌عنوان یک جعبه‌ابزار ناشر قراردادیم تا بتوانید قدرت محتوای خود را کاملاً به کار ببندید.

در اینجا 101 مدل از محتوا وجود دارد که می‌توانید آن‌ها را امتحان کنید.

1- **اینفوگرافیک‌ها:** نام این مدل به‌خوبی بیانگر ویژگی‌های آن است؛ ارائه تصویری از داده‌ها و اطلاعات. اینفوگرافیک‌ها باعث می‌شوند که آمار یا مطالبی که شما در مورد آن صحبت می‌کنید، برای خواننده بسیار جذاب‌تر شوند.



2- تصاویر الگوهای رفتاری (ترول): این نوع محتوا در میان کاربران جوان اینترنت بسیار محبوب است. آن‌ها اغلب فیلم‌ها و تصاویری با متن طنزآمیز است که معمولاً به‌صورت ویروسی منتشر می‌شوند. با یک جستجوی ساده در گوگل می‌توانید الگوهای خنده‌دار بسیاری پیدا کنید.



3- ویدیوها: تمایل بر این است که این ویدیوها چنددقیقه‌ای باشند و چیزی که فیلم‌بردار قصد بیان کردنش را دارد به‌اختصار در آن گفته شود. ویدیو می‌تواند محتوای آموزشی یا طنز داشته باشد و هر فردی می‌تواند از آن لذت ببرد.

مثال : آشنایی با چند ایده جالب برای شروع یک بازاریابی ویدیویی تاثیرگذار

2- **بررسی‌های شخصی در مورد محصول:** همه افراد نظرات شخصی را دوست دارند؛ بنابراین اگر شما بر روی پلتفرم خود آن‌ها را نمایش دهید، خواننده‌ها می‌توانند ذهنیتی درباره تفکر شخصی شما از محصول داشته باشند. اگر شما یک وب‌سایت دارید، نظرات می‌توانند رتبه آن را بسیار بالا ببرند. امروزه دنبال کنندگان بررسی نظرات شخصی را به نوشته‌های یک مقاله ترجیح می‌دهند.

3- **نظرات دیگران در مورد محصول:** این رویکرد برای محصولات یا شرکتی مشخص یکسان است. آمازون و eBay مثال‌های خوبی از این نمونه هستند که چگونه نظر شما روی یک محصول می‌تواند ذهنیت خریداران را عوض کند.

4- **محتوای تولیدشده توسط کاربر:** هر نوع محتوایی مانند نوشته، ویدیو، پست وبلاگ یا بحث که توسط شما و همه افرادی که در دسترس شما هستند، تولید می‌شود.

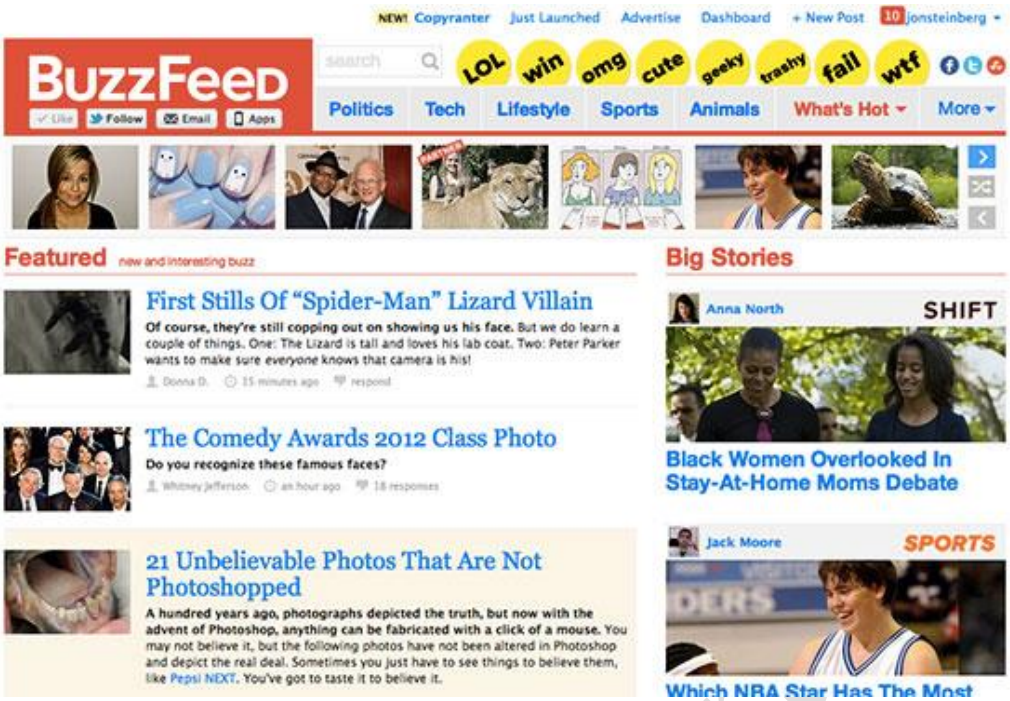
5- **راهنماهای چگونه:** این محتوا برای موضوعات مختلف، ساده و پیچیده وجود دارد. این نوع محتوا به خواننده چگونگی استفاده از یک محصول یا سیستم را آموزش می‌دهد که شاید نحوه شروع کار کردن با آن را نداند.

مثال : چگونه می توانیم از شکست در بازاریابی دیجیتالی جلوگیری کنیم؟

چگونه می توانیم از شکست در بازاریابی دیجیتالی جلوگیری کنیم؟

6- **فهرست‌ها:** این نوع محتواها امسال به‌ویژه در Buzzfeed بسیار رایج شده است. این مثال تنها برای اهداف کمدی بیان نمی‌شود، لیست روش مؤثری برای پوشش دادن هر نوع موضوعی است.

مثال : فهرست ایده های تبلیغاتی

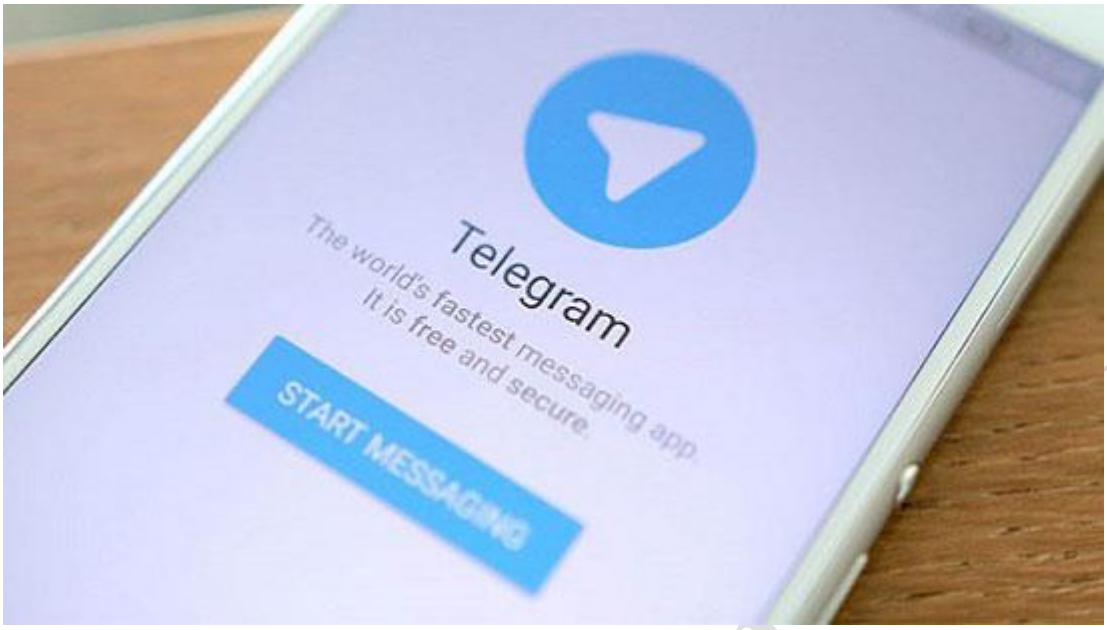


9- ویدیوهای زنده: این نوع محتوا به شکل پخش زنده ویدئوها، به‌ویژه در رویدادهای ورزشی یا مصاحبه‌ها است.

مثال : اهمیت استفاده از استوریز اینستاگرام برای موفقیت برندها

10- گفتگوهای آنلاین: پیام‌رسان Telegram یک نمونه عالی از چگونگی گفتگوی آنلاین در سال های اخیر است.

مثال : ۷ روش کاربردی در بازاریابی برای فروش محصولات در تلگرام



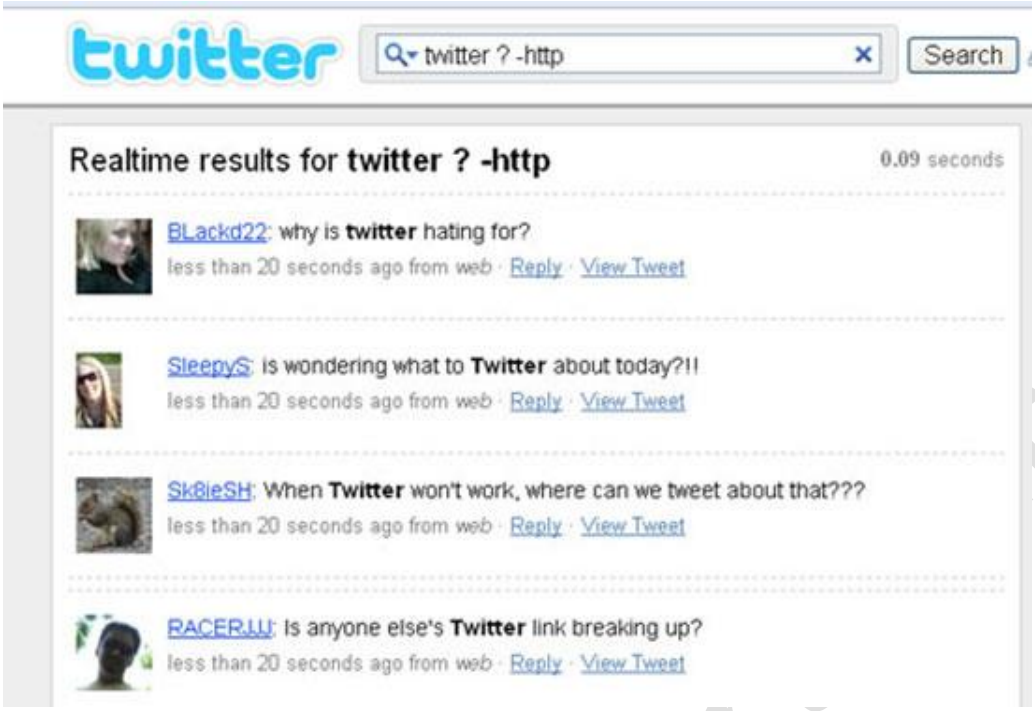
11- **گالری‌های عکس:** گفته‌شده که تصویر به‌اندازه هزاران کلمه سخن می‌گوید. اغلب توضیح دادن با استفاده از تصاویر در مقایسه با توده‌ای از نوشته‌ها، بسیار ساده‌تر است.

12- **صفحات لینک:** راه دسترسی خوانندگان به سایر سایت‌ها وبلاگ‌هایی که شما از آن‌ها لذت می‌برید یا توصیه می‌کنید. اگر آن‌ها را به اشتراک بگذارید، ممکن است آن‌ها هم کار شما را جبران کنند.

13- **مطالعه‌های موردی:** به‌طور خاص در کسب‌وکارهایی معمول است که می‌خواهند اصول برند و یا خدمات خود را نشان دهند.

14- **توصیه‌های مشتری:** این محتوا نیز در کسب‌وکارها بسیار رایج است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که برای مشتری‌ها یا مشتری‌های بالقوه اهمیت دارد که چرا باید با برند کار کنند. تائید مشتری‌ها می‌تواند اعتبار شرکت را بالا برد.

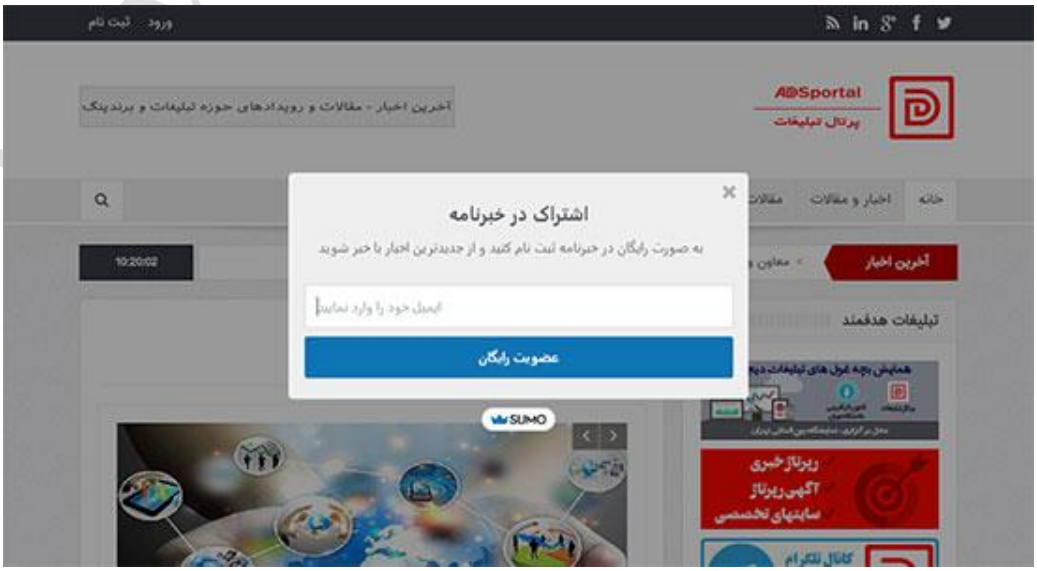
15- **پرسش و پاسخ:** جلسات پرسش و پاسخ می‌توانند به‌صورت رسمی یا غیررسمی باشند. برای مثال توییتر یک پلتفرم فوق‌العاده است که می‌تواند فضایی فراهم کند که مشتریان سؤالات خود را مطرح کنند، به‌ویژه کسانی که شانس پرسیدن سؤالات خود در روزنامه یا مجله را ندارند.



16- **پیگیری پرسش و پاسخ:** این نوع فرمت نوشته‌شده از جلسه پرسش و پاسخ شماست. این محتوا برای کسانی که رویداد زنده را ازدست‌داده‌اند یا جزییات بیشتری می‌خواهند، اهمیت دارد.

17- **پست‌های مهمان:** ما با این شکل از محتوا غریبه نیستیم؛ اجازه دادن به دیگر نویسنده‌ها که به‌صورت مهمان در سایت شما فعالیت کنند.

18- **خبرنامه‌ها:** این محتوا امروزه عموماً برای دنبال کنندگان ارسال می‌شود و به‌طورکلی اخبار و به‌روزرسانی محصول و کسب‌وکار را به آن‌ها نشان می‌دهد.



19- **پست‌های «چه‌کار انجام دهیم» و «چه‌کاری انجام ندهیم»:** خود را در سطحی از دانش قرار دهیم که برای خوانندگان عالی باشد. آن‌ها می‌خواهند بدانند که قدم بعدی خود را چگونه بردارند و در زمینه‌هایی مانند کار، زندگی شخصی و انتخاب لباسشان توصیه‌هایی بشنوند. یک نمونه عالی از این نوع محتواها برنامه‌ریزی برای سال آینده است.

مثال : آموزش کارآفرینی از سیر تا پیاز

20- **مصاحبه‌ها:** این مورد همانند جلسات پرسش و پاسخ است، با این تفاوت که به‌صورت فردی و توسط یک مصاحبه‌کننده انجام می‌شود و یک سری سؤالات مشخص در آن پرسیده می‌شود. این محتوا برای سایت‌های سبک زندگی و موزیک به‌خوبی جواب می‌دهد.

21- **تحقیق و داده‌ها:** همان‌طور که از اسم آن مشخص است، یک محتوای آماری است که در آینده برای موضوع مشخصی ممکن است به شما یا خوانندگان شما کمک کند.

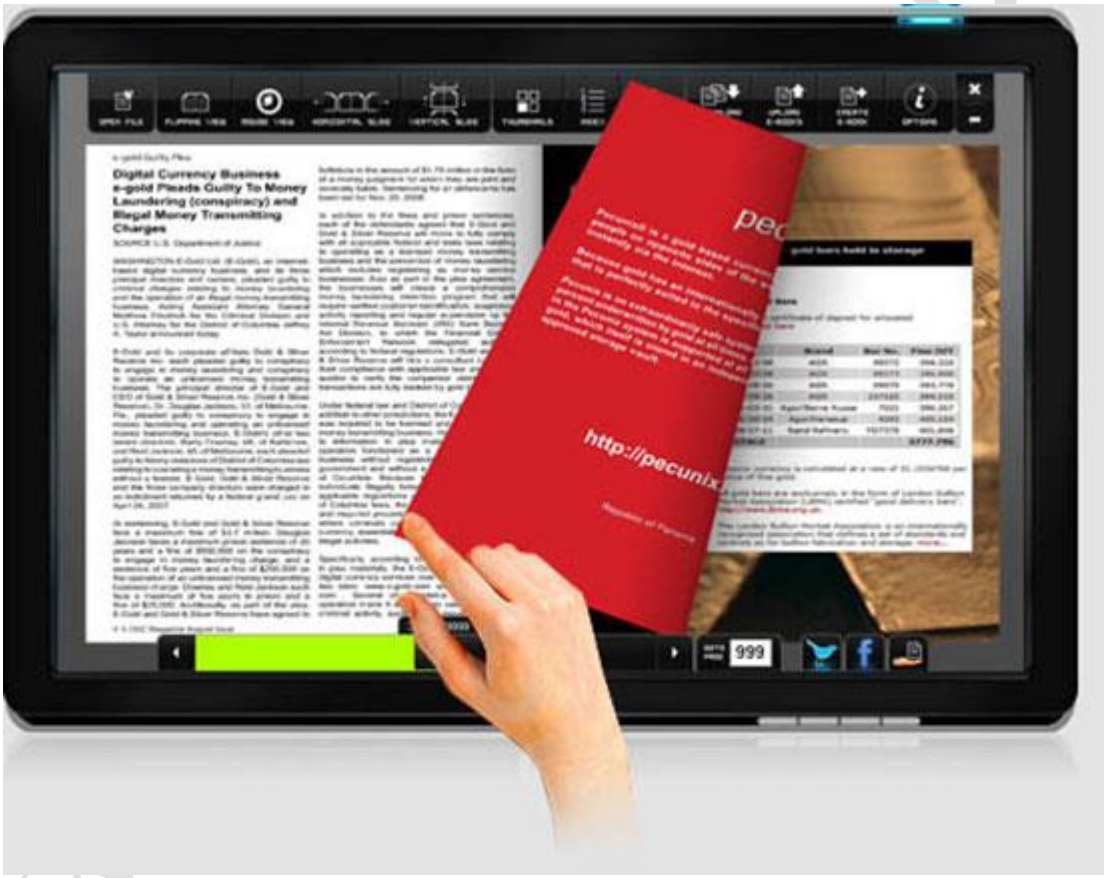
22- **نتایج تحقیق و داده‌ها:** خلاصه‌ای از اطلاعاتی که جمع‌آوری کرده‌اید.

23- **ساخت یک اپلیکیشن:** به‌عنوان روشی برای آگاهی دادن اینکه محتوای جدیدی بر روی سایت یا وبلاگ خود قرار داده‌اید.

24- **توییت‌های محدودشده:** جمله‌هایی که از توییتر برداشته‌شده است و می‌تواند برای مخاطب تأثیرگذار یا خنده‌دار باشد.

25- **GIFها:** کلیپ‌های بریده‌شده از ویدیوها، برنامه‌های تلویزیونی و فیلم‌ها که کاربران برای نشان دادن یک نکته اغلب به آن یک نوشته اضافه می‌کنند.

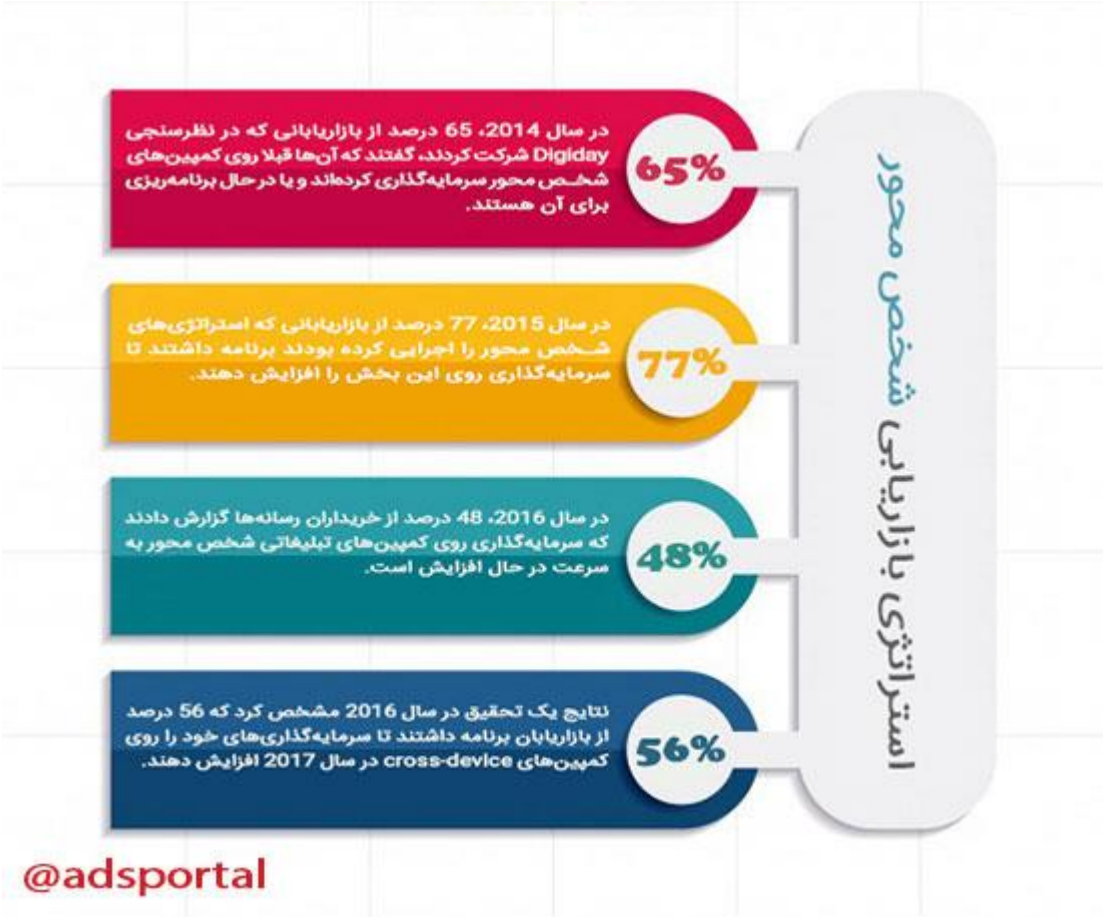
26- **کتاب‌های الکترونیکی:** این محتوا می‌تواند یک نسخه خلاصه با طراحی خوب از کتاب باشد یا برای توضیح ساده استفاده شود. این محتوا بر روی آی پد و هر وسیله دستی دیگری به‌خوبی کامپیوتر قابل‌استفاده است.



27- **کارتون‌ها و کمیک‌ها:** روشی طنز و غیررسمی برای نشان دادن یک موضوع است، حتی اگر یک موضوع جدی باشد.

28- **بصری سازی محتوا:** این نوع محتوا کاملاً مشابه اینفوگرافیک‌ها نیست اما اطلاعات کوبنده ارائه می‌دهد.

مثال : تحول در فروش با استفاده از استراتژی بازاریابی شخص محور



29- **رویدادهای آفلاین:** برندها می‌توانند از رویدادها برای کمک به مشتری‌ها یا آموزش کسانی که دوست دارند بیشتر یاد بگیرند، استفاده کنند. اگر رویدادها آفلاین باشند، کسب‌وکارها می‌توانند به‌جای استفاده از یک صفحه، با دیگران در یک سطح شخصی‌تر ارتباط برقرار کنند.

30- **رویدادهای آنلاین:** برای کسانی که ممکن است در رویدادهای شما حضور نداشته باشند، مستندسازی رویداد در برخی از جزئیات و یک مرور کلی، می‌تواند بسیار مفید باشد.

31- **تجلیل کردن:** تحسین یک برند یا شرکت می‌تواند ترافیک وب‌سایت شما را افزایش دهد و این پتانسیل را دارد که آن‌ها نیز برای جبران این کار را برای شما انجام دهند.

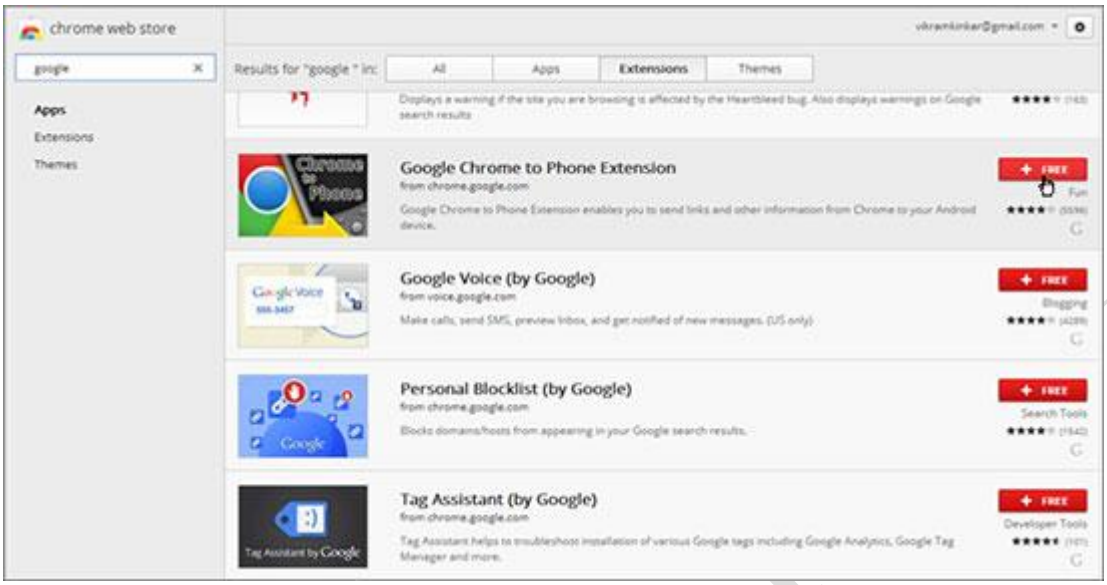
32- **ایجاد صفحات گسترده و اسناد کاربردی:** بگذارید صادق باشیم، هر فردی یک صفحه گستره خوب را دوست دارد و برخی از شرکت‌ها به این نکته توجهی ندارند. سازمان می‌تواند با یک مشتری رابطه‌ای ایجاد کند یا قطع رابطه کند و مهم است که در کل شرکت شما طنین‌انداز شود.

33- **تصاویر:** این نوع محتوا واضح‌ترین نوع محتوای موجود است. مخصوصا از طریق اینستاگرام و پینترست

مثال : چگونه برند خود در اینستاگرام را به شهرت برسانیم

34- **پادکست‌ها:** فایل‌های صوتی که برای شنیدن در دسترس هستند. این محتواها اغلب به‌صورت دنباله‌دار هستند و شما می‌توانید آن‌ها را دنبال کنید.

35- **ایجاد یک افزونه Chrome:** بر اساس مخاطبان هدف شما، ایجاد یک افزونه برای یک موقعیت خاص می‌تواند موجب پیشرفت برند شما شود.



36- **به اشتراک‌گذاری اسلایدها:** به‌صورت آنلاین در دسترس هستید. شما می‌توانید اسلایدها و اسناد خود را برای خود آپلود کنید یا با مشتریان و کاربران به اشتراک بگذارید.

37- **بازی‌های آنلاین**: همه افراد شانس تجربه این نوع محتوا را داشته‌اند. بازی‌های آنلاین با یک جستجوی ساده در گوگل و حتی فیس‌بوک در دسترس هستند.

38- **مسابقات:** در میان بلاگرها بسیار متداول است و بسیاری از آن‌ها برای اینکه مطمئن شوند که برنده به‌صورت عادلانه انتخاب می‌شود از Rafflecopter استفاده می‌کنند. استفاده از این سیستم موجب به اشتراک‌گذاری و بازدید بیشتر از سایت شما می‌شود.

39- **اخبار شرکت:** تنها بر اساس یک کسب‌وکار یا شرکت جریان دارد و می‌تواند شامل به‌روزرسانی‌های شرکت و هر موضوعی باشد که مشتری‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این محتوا شبیه خبرنامه برای دنبال کنندگان از طریق ایمیل ارسال می‌شود.

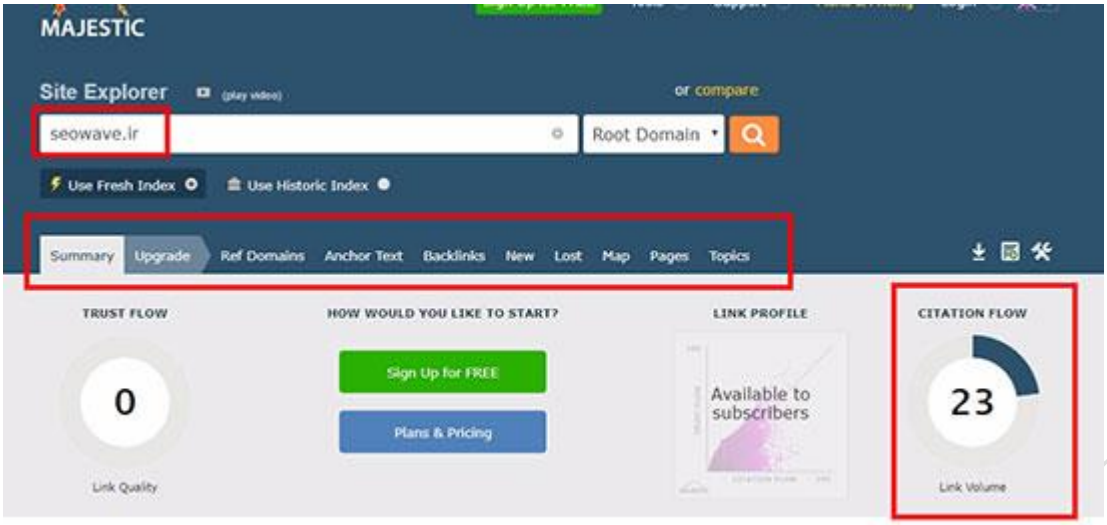
40- **اهداف و چشم‌اندازهای شرکت:** بر اساس تغییراتی که در اهداف و چشم‌اندازهای شرکت انجام می‌شود، این امکان وجود دارد که آن‌ها را در اخبار شرکت یا در یک صفحه فرود جداگانه در وب‌سایت شرکت خود قرار دهند. داشتن چشم‌اندازهای مشخص به مشتری‌های شما این اطمینان را می‌دهد که شما هدفمند هستید.

41- **کارایی شرکت:** هرکسی از دیدن نکات مثبت در سایت‌ها و اخبار لذت می‌برد و این محتوا به شرکت اجازه می‌دهد که به افراد نشان دهند که چرا کار کردن با آن‌ها فوق‌العاده است.

42- **جداول زمانی:** اطلاعات زیادی را به‌صورت مختصر جمع‌آوری کنید. Dipity یک منبع عالی برای ایجاد این نوع محتوا است.

43- **نسخه‌های تعاملی از محصولات خود:** نسخه‌ی نمایشی سریع از محصول شما می‌تواند برای وب‌سایتتان مفید باشد. افراد دوست دارند بدانند که هر چیزی چطور کار می‌کند و اگر شما قادر به ارائه این سرویس باشید، شما سوا لاتی را مطرح می‌کنید که یک نسخه‌ی نمایشی بلافاصله حل می‌کند.

44- **ابزارهای رایگان:** ارائه ابزارهای ساده و مؤثر به خوانندگان به‌صورت رایگان، به این معنی است که شما یک سرویس موردنیاز را ارائه می‌دهید. MajesticSEO به شما اجازه می‌دهد تا به جزئیات ابتدایی دسترسی داشته باشید، اما این جزئیات شامل مواردی است که بیشتر موردتوجه هستند. این کار باعث می‌شود افراد برای استفاده از این ابزارها دوباره به سایت مراجعه کنند.



45- **ابزارهای خریدنی:** گاهی یک سایت یا شرکت به ابزاری نیاز دارد که روش عملکرد آن‌ها را به‌کلی تغییر می‌دهد. ابزارهایی مانند SEMRush یک نسخه آزمایشی رایگان و سپس نسخه خریدنی آن را ارائه می‌دهند که می‌تواند بی‌نهایت مفید باشد.

46- **وبینارها:** دادن فرصتی به خوانندگان برای شریک شدن یا دیدن یک وبینار مفید که ممکن است بسته به موضوع آن، توسط افراد زیادی دیده شود. اگر شما درزمینه خود مهارت دارید، افراد فرصت‌های بسیاری را به دست می‌آورند که چیزی که شما می‌خواهید بگویید را بشنوند و در آن شریک شوند.

47- **پست‌های وبلاگ:** محتوایی مانند خاطرات روزانه که در وبلاگ خود می‌نویسید.

48- **اخبار هدفمند:** با استفاده از یک رویداد توجهات مثبتی به برند خود جذب کنید. بسته به اینکه چه رویدادی است، می‌تواند عملکرد عالی داشته باشد. به‌عنوان‌مثال، در طول طوفان شن Duracell توانست ایستگاه‌های شارژ را به مناطق آسیب‌دیده اعزام کند. آن‌ها این ویدیو را منتشر کردند و نشان دادند که برند در جمع‌کردن مردم چقدر شگفت‌انگیز است.

49- **عقاید شخصی:** هنگامی‌که شما برای نوشتن مطالب بسیار محتاطانه عمل می‌کنید، با انتشار یک پست ازنظر شخصی خود می‌توانید وجه دیگری از خود را به خوانندگانتان نشان دهید، این کار جذابیت خوبی دارد. صداقت در جامعه‌های وبلاگی پذیرفته‌شده است و به معنای نمایش و به اشتراک‌گذاری است.

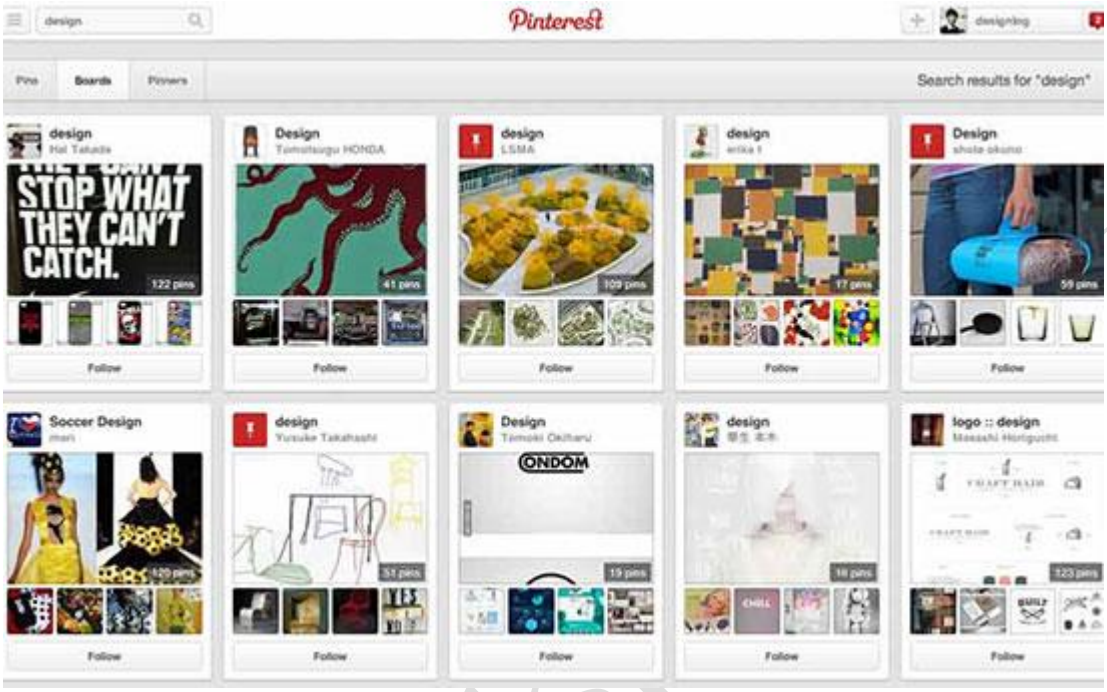
50- **منابع رایگان:** همان‌طور که قبلاً به آن اشاره کردم افراد چیزهای رایگان را دوست دارند و اگر شما قادر به ارائه اطلاعات یا قالب‌هایی هستید که بدون تردید خوانندگان شما را از نقطه A به B می‌رساند، همیشه آن‌ها بازمی‌گردند.

51- **محتوای تعاملی:** به عقیده من این محتوای آینده است. ما از محتوا برای جلب‌توجه استفاده می‌کنیم و چه چیزی بهتر از اینکه آن‌ها را درگیر کنیم؟ این یک مفهوم نسبتاً جدید است، کل ایده محتوای تعاملی بسیار هیجان‌انگیز است، به این معنی که همه تلاش می‌کنند که شانس امتحان کردن آن را به دست آورند.

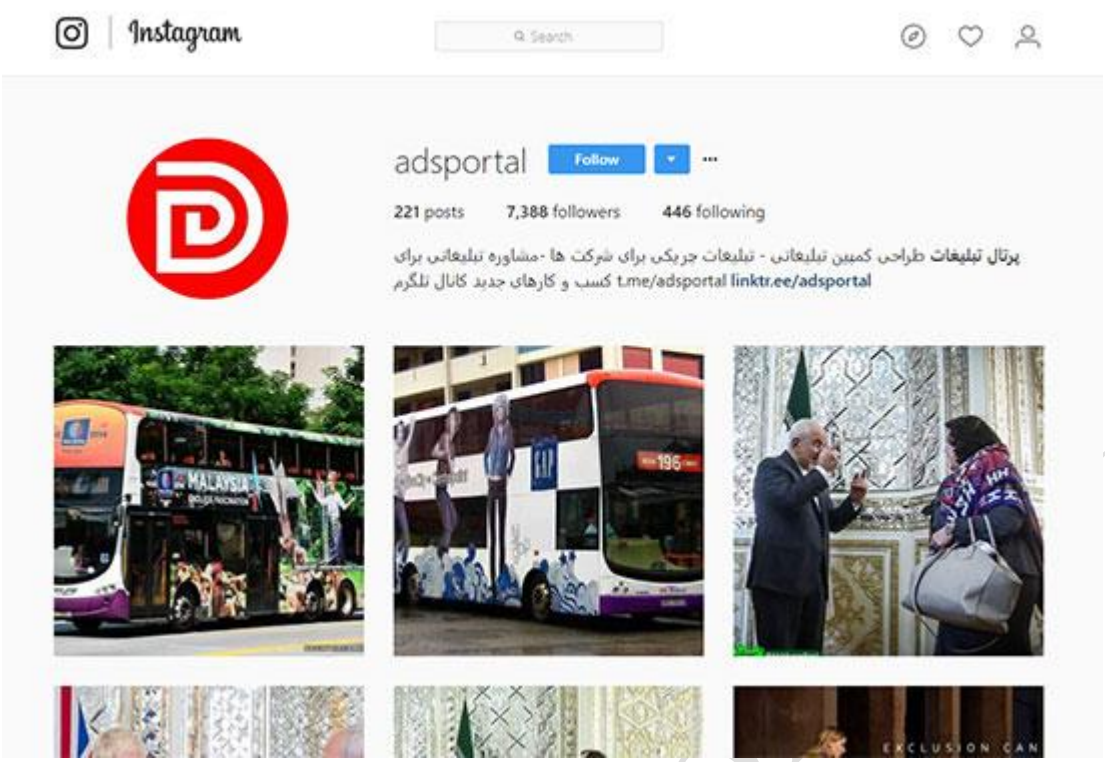
52- **مجله‌های آفلاین:** نسخه چاپی خوب قدیمی شده است. متأسفانه، دیجیتال در طول چند سال گذشته رشد کرده است و این مجلات به‌آرامی از بین می‌روند.

53- **مجله‌های آنلاین:** این نیز محتوای آینده است. مجلات دیجیتال امروزه بر روی کامپیوترها و تبلت‌ها در دسترس هستند، به این معنی که محتوای تعاملی نشان داده‌شده در آن‌ها چیزی شبیه یک کتاب پاپ آپ بسیار سرگرم‌کننده است.

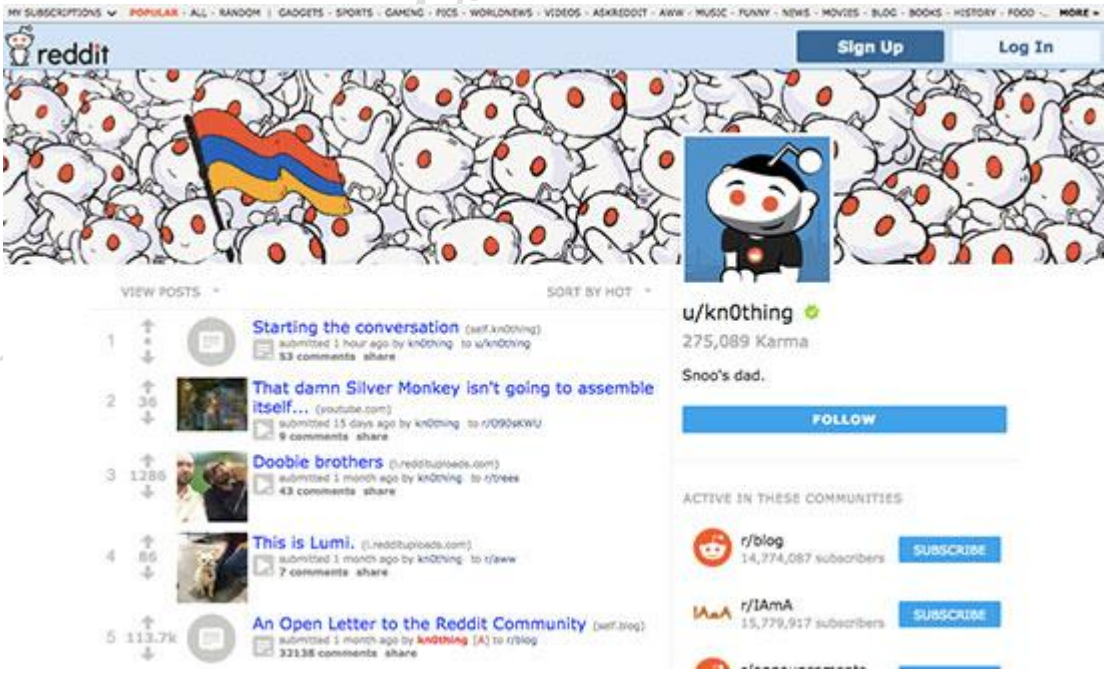
54- **پست‌های پینترست:** برای کاربران هنر و صنایع‌دستی، شما می‌توانید تصاویر الهام‌بخش را به بوردهایی که به‌طور کامل به شما یا رویدادهای زندگی‌تان مرتبط می‌شوند، متصل کنید.



55- **پست‌های اینستاگرام:** برای جمعیت جوان‌تر، اینستاگرام کاملاً تصویری است و هشتگ‌هایی نیز در آن قرار دارد؛ این بدین معناست که بازدید از صفحه شما زیاد می‌شود. اگر شما یک سایت دارید که مشتریان هدف شما 16 تا 25 ساله هستند، اینستاگرام یک راه عالی برای دسترسی به خوانندگانتان است. شما می‌توانید هر زمان که پست می‌کنید آن را به سایت بفرستید، بنابراین خوانندگان هیچ عکس جدیدی از دست نخواهند داد.



56- **ایجاد کاربر Reddit:** بسته به هدف شما و توانایی شما در ارائه خود، یک رهبر فکری بودن درزمینه مشخص به این معناست که هر محتوایی که در پروفایل Reddit خود به اشتراک می‌گذارید می‌تواند بسیار باارزش شود و شما را در حوزه خود به فردی بانفوذ تبدیل کند.



57- **نقشه‌ها:** مستندسازی اطلاعات سفر یا تحقیقاتی که می‌تواند همه‌جا منتشر شود.

58- **داستان‌ها:** این محتوا می‌تواند یک تجربه شخصی یا یک نوشته خلاقانه باشد. محتوایی که در قالب داستان تهیه می‌شود می‌تواند عملکرد خوبی به دست آورد. Storybird یک نمونه عالی است که از طریق آن می‌توانید کتاب مجازی خود را ایجاد کنید.

مثال : شبکه های اجتماعی، راهکاری برای روایت داستان برند شما

59- **نکات ثابت‌شده از طریق مقایسه‌ها:** برای اینکه بتوانید افکار خود را به‌طور کامل توضیح دهید یا زاویه دیگری از چیزی را نشان دهید که توضیح مستقیم آن سخت است، تشبیه‌های قابل‌تعمیم یا مقایسه‌ها عالی هستند.

60- **بررسی کتاب‌ها:** محتوا فوق‌العاده‌ای که این اجازه می‌دهد تا برداشت شخصی خود را ازآنچه می‌خوانید بیان کنید. اگر چیزی که میگویید ارزشمند باشد، این کار شما را به یک رهبر فکری در زمینه خود تبدیل می‌کند. برای این کار، بر روی نسخه‌های جدید، پیش انتشار و مصاحبه با نویسنده تمرکز کنید.

61- **بررسی محصولات:** همانند بررسی کتاب، ممکن است لازم باشد برند یا کسب‌وکاری را ایجاد کنید، به رسمیت شناخته شدن در این موضوع ممکن است به نفع شما کار کند. توصیه‌های شما ممکن است در آینده شما را در جایگاه فوق‌العاده‌ای قرار دهد.

62- **پست‌های کوتاه وبلاگی:** پست‌های کوتاه و خلاصه کاربر را قادر می‌سازد که به‌روزرسانی‌های کوتاه ارسال کند. برای مثال توییتر تنها اجازه می‌دهد که از 140 کاراکتر استفاده کنید.

63- **امتحانات:** اغلب سؤالات سرگرم‌کننده و خنده‌دار است که احتمالاً می‌تواند تعیین کند که چقدر چاق هستید یا شما چه شخصیتی از Breaking Bad را دارید. Buzzfeed معدنی برای آزمون است و به همین دلیل است که آن‌ها به‌خوبی این کار را انجام می‌دهند.

64- **وبلاگ‌های ویدیویی:** نویسندگان وبلاگ‌های ویدیویی اخیراً جهانی شده‌اند و مانند Zoella در هر گوشه‌ای ظاهر می‌شوند. Vlogs ها وبلاگ‌های ویدیویی هستند و می‌توانند برای هر هدفی فیلم تولید کنند. ممکن است بسته به چیزی که روی آن تمرکز دارید، این مدل محتوا برای شما کاربردی باشد.

65- **ضبط صفحه‌نمایش:** اگر مشتری‌ها نمی‌دانند از ابزاری چطور استفاده کنند و شما نمی‌توانید به‌صورت رودررو برای آن‌ها این کار را انجام دهید، شما می‌توانید مراحلی که نیاز است انجام دهند را از طریق ضبط صفحه‌نمایش با آن‌ها نشان دهید.

66- **تصویر صفحه‌نمایش:** شما می‌توانید به‌سادگی از صفحه‌نمایش خود عکس بگیرید و آن را به یک محتوای تصویری تبدیل کنید.

67- **موزیک ویدیوها:** آهنگ‌های بسیاری هستند که موزیک ویدیوی آن‌ها بیشتر از شعر یا متنشان باعث ماندگاری آن‌ها شده است. بر اساس هدف شما این نوع محتوا می‌تواند عملکرد فوق‌العاده‌ای داشته باشد.

68- **نقشه‌های ذهنی:** برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی چیزهایی که برای انجام یک پروژه به آن‌ها نیاز دارید. نقشه‌های ذهنی شما را قادر می‌سازد تا بهترین ایده‌های خود را به دست آورید و می‌توانید بهترین ایده‌های محتوایی ممکن برای وبلاگ یا وب‌سایت خود را استفاده کنید.

69- **بیوگرافی‌های شخصی:** به خوانندگان شما اجازه می‌دهد که نسبت به شخصی که در پشت وبلاگ یا سایت قرار دارد، احساس واقعی داشته باشند. این پست‌ها غیررسمی هستند و به‌منظور قرار گرفتن در سطح شخصی با خوانندگان منتشر می‌شوند.

70- **جمع‌آوری مقالات:** این یک روش عالی برای علاقه‌مند کردن خوانندگان به وبلاگ شماست. شما باید جنبه‌های مختلف هر مقاله را موردبحث قرار دهید تا در یک متن نهایی جمع شوند.

www.adsportal.ir

مثال : راه اندازی استارتاپ از سیر تا پیاز

71- **خلاصه کتاب‌ها:** خلاصه‌ای از کتاب که شما تمایل دارید در سایت خود درباره آن بحث کنید.

72- **تقدیر:** همه افراد چیزهای رایگان را دوست دارند. شما می‌توانید با استفاده از پلتفرم‌های مختلف مانند شبکه‌های اجتماعی از دیگران تقدیر کنید. تقدیر کردن در پلتفرم‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی می‌تواند باعث افزایش فالوورها شود و آگاهی از برند را افزایش می‌دهد.

73- **تصویرسازی:** تصورات راهی عالی برای بیان افکار شما به روشی طنزآمیز یا آموزشی است. اغلب، تصاویر بسیار دل‌نشین‌تر از یک پاراگراف بزرگ از کلمات هستند، همچنین این کار روشی بسیار خلاقانه برای بحث در مورد یک موضوع است.

74- **منتشر کردن اخبار:** به‌طور مستقیم افرادی که در صنعت خبر کار می‌کنند، هدف این نوع محتوا هستند. خبری برای انتشار در اختیار آن‌ها قرار می‌گیرد تا درصورتی‌که به آن علاقه‌مند باشند به‌روزرسانی‌هایی درباره آن داستان خاص منتشر کنند. این رویکرد انتشار

اخبار می‌تواند با توجه به مشتری شما و ساختاری که در آن قرار دارد، به‌طور شگفت‌انگیزی برای شما کارایی داشته باشد.

75- **اطلاعیه‌های عمومی خدمات یا ویدیوهای آن:** به‌طورمعمول برای اهداف آموزشی مورد هدف قرار می‌گیرد. زمانی که موضوع آن‌ها مسائل مهم و نگرانی‌های عده زیادی از مردم باشد، بسیار تأثیرگذار هستند.

76- **نقل‌قول‌ها:** صحبت‌هایی که توسط شخص دیگری گفته‌شده است و اغلب برای هدف مشخصی استفاده می‌شود. نقل‌قول‌ها روشی عالی برای بحث در مورد چیزهایی هستند که به همه مربوط می‌شوند. نقل‌قول‌ها برای استفاده در سطح شخصی، به‌ویژه در وبلاگ‌ها بسیار عالی هستند.

77- **پیام‌های الهام‌بخش:** روشی عالی برای انگیزه دادن و آوردن گرایش‌های مثبت به وبلاگ شما است. مردم وقتی‌که به زندگی شخصی خود می‌اندیشند اغلب احساس شکست می‌کنند، به‌عنوان یک برادر یا خواهر بزرگ‌تر می‌توانید به‌عنوان یک شخصیت بانفوذ و هدایت‌کننده ظاهر شوید.

78- **تصاویر و نوشته‌های طنز:** فردی نباشید که همیشه جدی است. واردکردن طنز به یک موقعیت می‌تواند سختی آن موضوع را کاهش دهد. برای موضوعات کوبنده، این شیوه عالی است.

79- **ضبط صدا:** برای مثال، کارهای شنیداری که می‌توانند برای پادکست‌ها استفاده شوند. این ضبط‌ها اغلب مجموعه‌ای از محتوای صوتی هستند.

80- **Pdfها:** بسیاری از فایل‌های PDF به‌صورت یک کتاب الکترونیکی هستند، اما همیشه هم این‌طور نیست. ارائه اطلاعات در یک PDF برای استفاده روزمره، می‌تواند به‌عنوان منبعی برای آن اطلاعات محسوب شود.

81- **آثار ادبی:** این محتوا می‌تواند نوشته‌ای خلاقانه یا عمومی باشد که مربوط به شماست و آن را نوشته‌اید. وبلاگ شما می‌تواند به‌عنوان اثر ادبی شما توصیف شود.

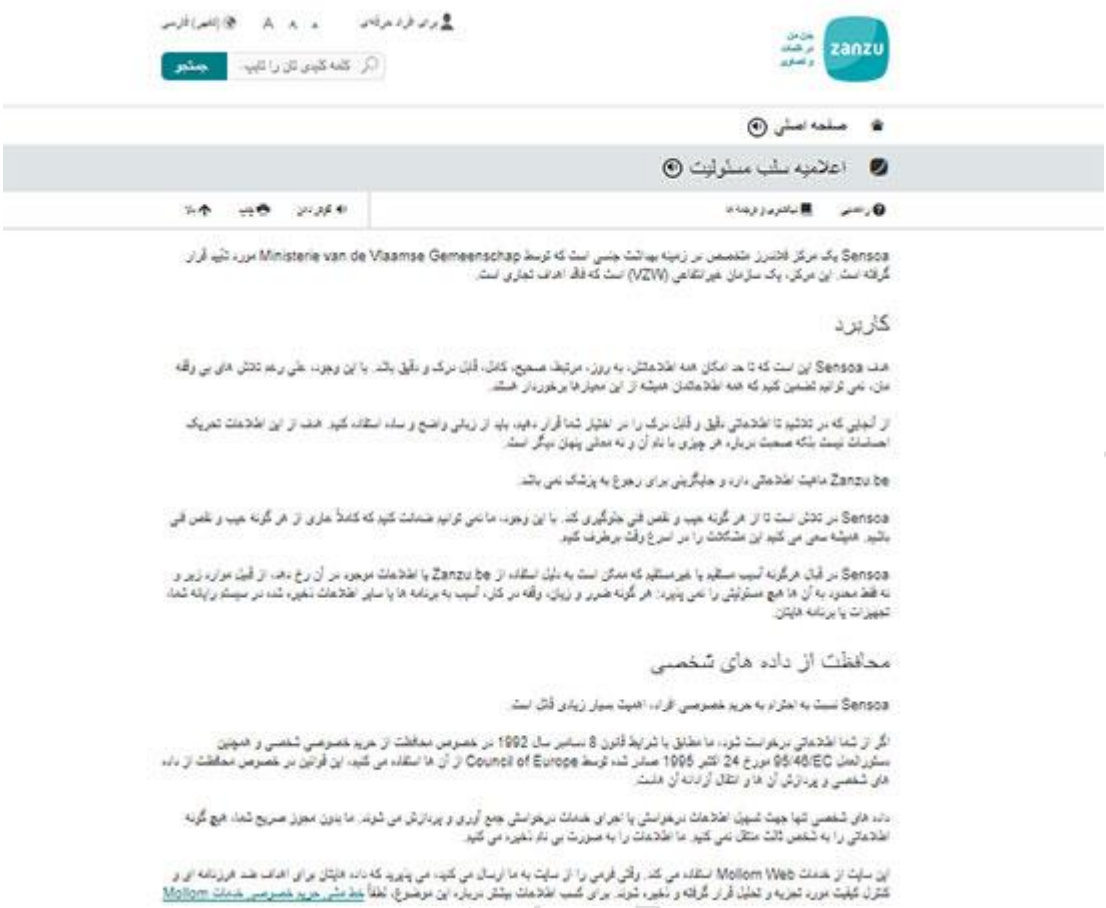
82- **Vineها:** فیلم‌های کوتاه هفت‌ثانیه‌ای زمان زیادی را برای فروش یک محصول به شما نمی‌دهد، اما تعدادی از آن‌ها به شما اجازه می‌دهد تا یک برند را بسازید، محصولات خود را نشان دهید یا فقط سرگرم شوید.

83- **برگ هزینه:** به‌عنوان یک کسب‌وکار که به فروش محصولات می‌پردازد، اهمیت دارد که قیمت‌ها را در وب‌سایت خود داشته باشید. اگر در فرآیند توسعه هستید، دیدن روندی که رقبا انجام می‌دهند، یک گزینه عالی است.

84- **پست‌های حمایتی:** اغلب در رویدادها به نویسندگان وبلاگ‌ها هدایایی داده می‌شود که ممکن است راهی برای پرداخت به آن‌ها باشد تا پستی در مورد آن رویداد ویژگی‌های آن بنویسند. آن‌ها اغلب این موارد را در یک صفحه می‌نویسند و مسئولیتی درباره آن نمی‌پذیرند.

85- **سلب مسئولیت‌ها:** عموماً صفحه‌ای از وبلاگ است (به‌ویژه در وبلاگ‌های مربوط به مد) که در مورد تبلیغات و هدایایی که ممکن است دریافت کرده باشند در آن صحبت می‌کنند. همچنین در مورد موضوعات وابسته به قانون کپی‌رایت در این صفحات صحبت می‌شود.

www.adsportal.ir



86- **QR کدها:** در حال حاضر این روش کمی قدیمی شده است، اما هنوز هم یک‌راه برای ورود از دنیای آفلاین به آنلاین است. یک QR کد را می‌توان بر روی گوشی خود اسکن کرد تا پیشنهادها یا پیوندهایی به محصول یا وب‌سایت شما ارائه کند.

87- **افزونه‌ها:** ایجاد یک افزونه چیزی نیست که پنج دقیقه طول بکشد و به هدف شما بستگی زیادی دارد. ایجاد یک پلاگین مفید برای کاربران، مشتریان و حتی افرادی که مشتری شما نیستند، راهی عالی برای کسب آگاهی است.

88- **همکاران (و شرکا):** این شبیه به یک صفحه منبع است، اما پیوند دادن به شرکت‌ها و سایر وابستگان شما می‌تواند به معنای بازگشت سود به سمت شما باشد.

89- **نظرات:** راه ارتباطی با خوانندگان و کسانی که مایل‌اند در زمینه موضوعات پست‌هایی که منتشر کرده‌اید با شما بحث کنند. این‌یک راه عالی و سریع برای گفتن نظر یا ابراز احساسات درباره پست است. هرچه بیشتر در وبلاگ‌ها بخوانید و نظر دهید، احتمال اینکه توجه وبلاگ نویس به شما جلب شود، بیشتر است. ایجاد رابطه‌ی مجازی با آن‌ها همیشه می‌تواند در آینده به نفع شما باشد.

90- **اشاره به رسانه‌ها:** نشان دادن اسکرین شات از رسانه‌ها، روشی عالی برای جلب‌توجه است! این روش همچنین راهی برای تثبیت توییت‌ها و پست‌های فیس‌بوک رسانه‌ها است.

91- **پیش‌بینی‌های فردی:** گاهی گفتن نظر شخصی شما در مورد موضوعی سخت است، مخصوصاً اگر نظر شما در مقابل نظرات دیگران قرار می‌گیرد. این کار گاهی اوقات می‌تواند منجر به یک حرکت شود اما تکرار آن موجب افزایش آگاهی در مورد شما و برندتان می‌شود.

92- **صفحه منبع:** این صفحات می‌توانند به وب‌سایت‌های دیگر، اطلاعات مفید و دانلودها لینک شوند.

93- **سؤالات متداول:** سؤالات متداول یک منبع عالی برای هر وب‌سایت است. مردم همیشه سؤال می‌کنند تا از طریق پاسخ آن‌ها به یک منبع درست برسند.

www.adsportal.ir

94- **مقالات سفید:** این مقالات راهنماها یا گاهی گزارش‌هایی هستند که اجازه می‌دهد مشتریان بالقوه یا کاربران، قبل از همکاری با شما یا یک محصول یا خدماتی خاص، آگاهانه تصمیم بگیرند.

95- **ویدیوهای کوتاه:** ویدیوهایی که از طریق واین، فیس‌بوک و اینستاگرام منتشر می‌شوند. بر اساس پلتفرمی که انتخاب می‌کنید ویدیوها ممکن هست حتی به 15 ثانیه کوتاه شوند تا یک داستان کوچک خلق کنند. اغلب محتوا قبل از رسیدن به انتها تمام می‌شوند؛ به این معنا که خوانندگان یا بینندگان می‌توانند با رفتن به یک صفحه خاص ادامه محتوا را مشاهده کنند. این نوع محتوا برای ایجاد طنز به‌خصوص در فیس‌بوک عالی است.

96- **نرم‌افزارهای موبایل:** بسته به پلتفرم‌های مختلف به‌عنوان ابزاری برای به اشتراک‌گذاری محتوای شما، نرم‌افزارهای موبایل راهی عالی برای تقویت شما یا نام برند شماست.

www.adsportal.ir

97- **نظرسنجی‌ها:** زمانی که شما به دنبال افراد دیگر و دانستن علاقه‌مندی‌های آن‌ها هستید، به‌ویژه هنگامی‌که به سایت شما مراجعه می‌کنند و می‌خواهید نظر آن‌ها را در مورد طرح و محتوای خود بدانید، نظرسنجی روشی فوق‌العاده است. با انتشار چنین محتوایی خوانندگان می‌فهمند که شما از مشارکت آن‌ها خوشحال می‌شوید و می‌خواهید محتوایی ایجاد کنید که آن‌ها عمیقاً علاقه‌مند به دیدن آن هستند.

98- **اطلاعات پس‌زمینه:** با انتشار کمی از پس‌زمینه شخصی خود می‌توانید برای خوانندگان احساسی ایجاد کنید که جنبه‌های دیگری از شما را ببینند. هر چیزی که باعث برانگیختن احساسات شود این محتوا را شگفت‌انگیز می‌کند.

99- **رپرتاژ خبری :** به‌عنوان‌مثال اغلب در سراسر سایت‌ها وبلاگ‌ها تبلیغات دیده می‌شود. برخی ممکن است از این سایت‌ها درآمد کسب کنند، هرچند اندک باشد.

ولی تاثیر رپرتاژ خبری به مراتب خیلی بیشتر از تبلیغات بنری و یا کلیکی می باشد چراکه یک بک لینک ارگانیک و دائمی برای سایت شما محسوب می شود .

مثال : چگونه آگهی رپرتاژ خبری در سایت های تخصصی داشته باشیم

100- **تراکت‌ها:** تراکت روشی عالی برای نمایش رویدادها یا حتی مهارت‌های طراحی فرد است. خلاقیت در این روش اغلب می‌تواند بسته به جنبه‌های بسیاری دیده شود.

101- **ویکی‌ها:** ایجاد یک ویکی‌پدیا در سایت شما، زمانی که یک خواننده به دنبال اطلاعات بیشتری در مورد یک موضوع است، می‌تواند روشی عالی برای ارجاع دادن باشد. این روش مخصوصاً برای بازی‌ها کاربردی است، جایی که افراد می‌توانند به حقایق و راهنمایی‌هایی مفید درباره بازی دسترسی داشته باشند.

استفاده از تعداد محدودی از این مدل‌ها در برنامه محتوای شما می‌تواند شما را مشهور کند و ترافیک سایت شما را افزایش دهد. صرف‌نظر از اینکه محتوای شما درباره چه چیزی است، محتوا دارد با مخاطبین شما صحبت می‌کند؛ تفاوتی ندارد که محتوای شما برای آموزش، تفریح، متقاعد کردن یا تغیر دادن باشد، با استفاده از این موارد می‌توانید به‌صورت فوق‌العاده محتوای خود را توسعه دهید.

خوب تا اینجا به 101 مورد برای تولید محتوا اشاره کردیم . مطمئنا روش های دیگری هم وجود دارد که میشه به این لیست اضافه کرد. ما مشتاقانه منتظر دریافت نظرات و روش های پیشنهادی شما هستیم برای کامل تر کردن این لیست .

ایمیل ما : info@adsportal.ir

وب سایت : www.adsportal.ir

کانال تلگرام : https://t.me/adsportal

اینستاگرام : https://www.instagram.com/adsportal

www.adsportal.ir