



BARAYAND
انتشارات برآیند

برنامه محتوایی یک ساعته

راهنمای انحصاری ارزش پست‌های وبلاگ در ۶۰ دقیقه
و ایجاد محتوای قابل فروش

نویسنده:

میرا گتهند

مترجمان:

سروش صیادی - امین پورحسن

سرشناسه: کتهند، میرا
Kothand, Meera

عنوان و نام پدیدآور: برنامه محتوایی یک ساعته: راهنمای انحصاری ارزش پست‌های وبلاگ در ۶۰ دقیقه و ایجاد محتوای قابل فروش/ نویسنده میرا کتهند؛ مترجمان سروش صیادی، امین پورحسن؛ ویراستار شهره علمی؛ ویراستار علمی عادل طالبی. مشخصات نشر: تهران: برآیند، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۱۱۰ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۶۶-۷۳-۶

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: The one-hour content plan: the solopreneur's guide to a year's worth of blog post ideas in 60 minutes and creating content that sells and hooks, 2017

یادداشت: کتاب حاضر قبلاً با عنوان "برنامه یک ساعته تولید محتوا: راهنمای ایده‌یابی و تولید محتوای ارزشمند برای یک سال" با ترجمه ساسان جعفرنیا، هانیه غفرانی توسط سخن گستر منتشر شده است. یادداشت: کتابنامه: ص ۱۰۴.

عنوان دیگر: برنامه یک ساعته تولید محتوا: راهنمای ایده‌یابی و تولید محتوای ارزشمند برای یک سال.

موضوع: بازاریابی -- وبلاگ‌ها

موضوع: Blogs -- Marketing

موضوع: وبلاگ‌ها

موضوع: Blogs

موضوع: بازاریابی هدفمند

موضوع: Target marketing

شناسه افزوده: صیادی، سروش، ۱۳۶۶- مترجم

شناسه افزوده: پورحسن، حسن، ۱۳۵۶- مترجم

رده‌بندی کنگره: HF ۵۴۱۵

رده‌بندی دیویی: ۲۰۲۸۵۶۷۵۲/۶۵۹

شماره کتابشناسی ملی: ۷۵۸۹۱۲۷

وضعیت رکورد: فیبا



برنامه محتوایی یک ساعته

راهنمای انحصاری ارزش پست‌های وبلاگ در ۶۰ دقیقه و ایجاد محتوای قابل فروش

نویسنده: میرا کتهند

مترجمان: سروش صیادی، امین پورحسن

ویراستار علمی: عادل طالبی

ویراستار: شهره زمانی

کارشناس ترجمه: مریم حبیبی یوسفی

مدیر هنری: فرشاد رستمی

صفحه‌آرا: فاطمه محمدی

طراحی جلد: بابک قادری

ناظر چاپ: سینا برازوان

چاپ اول: ۱۴۰۰

تیراژ: ۱۰۰۰

قیمت: ۴۸۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۶۶-۷۳-۶

آدرس: تهران، میدان فاطمی، خیابان بیستون، کوچه دوم الف، پلاک ۳/۱، واحد اول غربی، صندوق پستی: ۱۴۳۱۶۵۳۷۶۵

تلفن: ۸۸۹۹۶۳۱۶

- همه حقوق چاپ و نشر انحصاراً برای نشر برآیند محفوظ است.
- استفاده از بخش‌هایی از متن کتاب، فقط برای نقد و معرفی آن مجاز است.

سخن ناشر

«محتوا پادشاه است.»

در روزگاری نه‌چندان دور، بیل گیتس این جمله را در یکی از نوشته‌هایش ذکر کرد و هنوز متخصصان حوزه محتوا بدان استناد می‌کنند. وسعت دید او در آن زمان که این جمله را نوشت ما را حیرت‌زده می‌کند. در سال ۱۹۹۶، کمتر کسی می‌دانست در آینده محتوای خوب چه تأثیرات شگرفی بر کسب‌وکارها خواهد داشت.

ممکن است تصور کنید هر پادشاهی روزی از اریکه قدرت پایین خواهد آمد و پادشاه دیگری به قدرت خواهد رسید؛ ولی ما به شما می‌گوییم که پادشاه محتوا فرق دارد! سال‌ها از روزی که بیل گیتس این حرف را زد گذشته است و نه تنها از ارزش محتوا کاسته نشده، بلکه به راز بقای کسب‌وکارها بدل شده است. پادشاهی محتوا همچنان ادامه دارد و این حوزه هر روز متنوع‌تر می‌شود. این روزها، محتوای آنلاین از محتوای متنی، ویدئویی و صوتی فراتر رفته است و از فناوری‌ها چند رسانه‌ای نظیر واقعیت افزوده استفاده می‌شود. در نتیجه، می‌توانیم ادعا کنیم که محتوا پادشاه لایزال کسب‌وکارهاست.

با گسترش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، نیاز به تولید محتوای مؤثر نیز افزایش یافته است. این روزها می‌توان به راحتی، حسابی در شبکه‌های اجتماعی ساخت و برای آن محتوا تولید کرد. تا به حال، کتاب‌هایی در انتشارات برآیند منتشر شده است که همه با هدف رفع نیاز مخاطبان منتشر شده است. برنامه‌ریزی بازاریابی نیازهای کسب‌وکارها را در حوزه بازاریابی مرتفع می‌کند. هنر برندشدن راهنمای اشخاص و کسب‌وکارها برای برندسازی در فضای مجازی با تکیه بر بحث تولید محتواست. نوه‌زینه‌گاهی برای صاحبان کسب‌وکارها و استراتژیست‌ها مناسب است که بتوانند نوآوری کنند و در همان حال از هزینه‌ها بکاهند. خون نحس هم داستان هیجان‌انگیز و آموزنده درباره یک کسب‌وکار نوپاست که فراز و فرودهای بسیاری دارد. این‌ها عنوان‌های برخی از کتاب‌های نشر برآیند است که تاکنون منتشر شده است. این بار سراغ کتابی جذاب در حوزه محتوا رفتیم: بازاریابی محتوایی یک‌ساعته!

نویسنده این کتاب سعی می‌کند با زبانی ساده استراتژی تولید محتوای اثربخش برای وبلاگ را به شما بیاموزد. وی ادعا دارد به شما می‌آموزد تا در شصت دقیقه استراتژی یک‌ساله خود را آماده کنید. تصور کنید یک استراتژی مؤثر دارید که صدها ایده را در اختیار شما قرار می‌دهد! با کمک این استراتژی دقیقاً می‌دانید چه چیزی را در چه زمانی تولید کنید و چه نتیجه‌ای به دست می‌آورد. در چنین وضعیتی، می‌توانید محتوایی تولید کنید که کسب‌وکار شما را به جلو می‌راند، فروش محصولات و خدمات شما را افزایش می‌دهد و حضور شما در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی را نهادینه می‌سازد. از این‌رو، کتاب برنامه محتوایی یک‌ساعته همان چیزی است که

برای تدوین یک استراتژی مناسب و دیده شدن محتوای شما در میان هزاران محتوای رنگارنگ و متنوع نیاز دارید.

مخاطبان گرامی و فرهیخته نشر برآیند، ما جدیدترین کتابها در حوزه کسب و کارهای آنلاین و توسعه مهارت‌های فردی در کسب و کار را منتشر می‌کنیم؛ کتاب‌هایی که می‌تواند نیاز بسیاری از اعضای این اکوسیستم را پاسخ دهد و برای بقیه نیز باری باشد برای آشنایی با این حوزه. در این راه به همراهی شما نیاز داریم. اگر نقدی به کار ما دارید یا پس از خواندن کتاب نکته‌ای به ذهنتان رسید، آن را با ما در میان بگذارید. باور داریم که برای پیشرفت باید نقدها را بشنویم و اشتباهات را اصلاح کنیم. منتظر پیام‌های شما هستیم.

عادل طالبی

اردیبهشت ۱۴۰۰

سخن مترجم

چندی پیش، در موضوعی خاص، پرسش‌های متعددی برایم ایجاد شد. برای یافتن پاسخ این پرسش‌ها اینترنت را زیر و رو کرده بودم، ولی پاسخ مشخصی نیافتم. سراغ یکی از دوستانم رفتم که در این زمینه متخصص و باتجربه است. او در چند دقیقه به همه پرسش‌هایم پاسخ داد. من تعجب کردم که چرا دوستم با اینکه باسواد است، اطلاعاتش را جایی منتشر نمی‌کند. علت را جویا شدم و او گفت: «چند بار خواستم شروع کنم و هر بار نمی‌دانستم از کجا شروع کنم که مخاطب داشته باشم. از طرف دیگر باید خودم را متعهد می‌کردم که ادامه دهم؛ ولی متأسفانه بعد از نوشتن اولین جمله، آن قدر درگیر کمال‌گرایی می‌شدم و محتوا را بالا و پایین می‌کردم که بی‌خیال می‌شدم و دست از کار می‌کشیدم.»

وقتی کتاب برنامه محتوایی یک‌ساعته را خواندم یاد این دوستم افتادم. جذاب‌ترین ویژگی کتاب این بود که به افراد اعتمادبه‌نفس می‌داد تا در کوتاه‌ترین زمان ممکن برنامه‌ریزی محتوایی انجام دهند و وارد کارزار شوند. با این توصیف، این کتاب به کسانی که می‌خواهند مسیر محتوایی‌شان را به سرعت برنامه‌ریزی کنند و درگیر روندهای پیچیده نشوند کمک می‌کند. اگر می‌خواهید به‌تنهایی محتوا تولید کنید یا گروهی کوچک هستید؛ هیچ‌وقت نمی‌دانید درباره چه موضوعی بنویسید و مدام درگیرید که ایده پست بعدی وبلاگتان چه باشد؛ بعد از اینکه موضوعی در اذهان پیچید و بحث‌برانگیز شد، درباره آن می‌نویسید تا بازنشر شود ولی این طور نمی‌شود؛ محتوایی که می‌نویسید جذاب نیست و ارتباطی قوی با محصولاتتان ندارد و به‌خوبی آن را تبلیغ نمی‌کند، برنامه محتوایی یک‌ساعته به کار شما می‌آید. پیشنهاد می‌کنم مطالب این کتاب را بررسی کرده و نکته‌های گفته‌شده را در اولین فرصت اجرا کنید.

اگر در به تیم محتوایی بزرگ مشغول به کارید و برای برنامه‌ریزی محتوایی و درست کردن تقویم محتوایی روندهای خاصی دارید، این کتاب چندان مناسب شما نیست و شاید مروری باشد بر روش‌ها و نیز ایده‌های جدیدی به شما بدهد.

در این کتاب می‌آموزید چطور به سرعت و به‌سادگی ایده‌های محتوایی تولید کنید و دیگر هیچ‌گاه برای اینکه چه بنویسید به تقلا نیفتید؛ با پنج نوع محتوا آشنا می‌شوید که مخاطب شما را به خریدار تبدیل می‌کند و خدمات یا محصولات شما را به راحتی به فروش می‌رساند؛ با سریع‌ترین شیوه‌ای آشنا می‌شوید که کمک می‌کند ویژگی‌های برند خود را بیابید و بر اساس آن محتوا تولید کنید؛ از هشت اصل واجب مطلع می‌شوید که در نوشتن بلاگ پست باید به آن‌ها توجه کرد و نیز می‌آموزید چطور به هر محتوایی که می‌نویسید توجه شود و آهن‌ربایی باشد که مخاطب شما را جذب محصولاتتان می‌کند.

بعضی از ابزارهایی که در این کتاب معرفی می‌شود، برای بازار ایران کاربردی نیست و در این موارد سعی کردم ابزار جایگزین را در پاورقی برای مخاطب ایرانی معرفی کنم.

نویسنده کتاب، میراکاتند، یکی از نویسنده‌هایی است که کتابش در فهرست پرفروش‌ترین‌های آمازون قرار دارد. وبسایت شخصی‌اش نیز در سال ۲۰۱۷، ۲۰۱۸ و ۲۰۲۰ در فهرست صد وبسایت برتر کارآفرین‌های شخصی قرار گرفت. علاوه بر کتاب‌ها متعددی که تألیف کرده است، دوره‌هایی برای کسب‌وکارها برگزار می‌کند که از آماده کردن محصول تا بازاریابی را دربرمی‌گیرد. در پایان، دوست دارم از همه کسانی که برای منتشرشدن این کتاب تلاش کردند، تشکر کنم. از زهرا میرزایی عزیز که اگر پیگیری‌ها، کمک‌ها و ارتباطاتش نبود، این کتاب ترجمه نمی‌شد. از عادل طالبی عزیز و تیم حرفه‌ای‌اش که برای ویرایش و انتشار این کتاب زحمتهای فراوانی کشیدند. از پدر و مادرم که همیشه پشتیبانم بودند و از کسانی که کمک‌هایشان مؤثر بود، اما نمی‌توانم از تک‌تکشان نام ببرم؛ از همه شما صمیمانه سپاسگزارم.

مثل هر کار دیگری این کتاب هم خالی از اشتباه نیست. خوشحال می‌شوم اگر پیشنهادی داشتید، با من در میان بگذارید. می‌توانید با ایمیل soroush@haminshekli.ir با من در ارتباط باشید.

سروش صیادی

اردیبهشت ۱۴۰۰

فهرست مطالب

مقدمه. وعده‌ای بزرگ و جسورانه	۱۱
بخش ۱. جی‌پی‌اس محتوای شما: چگونه باید برای موفقیت محتوا آماده شد	۱۹
فصل اول. زمین بازی محتوای خود را تعریف کنید	۲۱
فصل دوم. دوست خیالی خواننده را پیدا کنید	۲۵
فصل سوم. محتوای خود را مهره اصلی سیر پیشرفت خواننده بدانید	۳۱
فصل چهارم. برند و محتوای خود را در فضای آنلاین قرار دهید	۳۳
بخش ۲. برنامه محتوایی یک‌ساعته	۳۵
بخش ۳. رسیدن به ایده‌های محتوایی	۴۱
فصل پنجم. نحوه تولید محتوا برای موضوعات مربوط به اهداف بلاگ شما	۴۵
فصل ششم. ایده‌های محتوایی برای تبلیغ محصول و ارائه خدمات	۴۹
فصل هفتم. هدف و محتوا: نحوه راه‌اندازی کسب‌وکار موفق	۵۷
فصل هشتم. انواع پست برای ایده‌های محتوایی شما	۵۹
بخش ۴. بسته عالی محتوا	۶۵
فصل نهم. تزریق صدای قدرتمند برند به محتوا	۶۷
فصل دهم. بهترین قالب محتوا چیست؟	۷۱
فصل یازدهم. چگونه پست‌های بلاگی هوشمندانه تولید کنیم که خوانندگان را به صندلی‌شان میخ‌کوب کند	۷۳
بخش ۵. راه‌های تبلیغ محتوا	۸۳
فصل دوازدهم. پنج مسیر متفاوت تبلیغات	۸۷
بخش ۶. چگونه می‌توانید جریان کاری تقویم محتوای خود را مدیریت کنید	۹۳
فصل سیزدهم. بایدها و نبایدهای تقویم محتوا	۹۵
فصل چهاردهم. ابزار مدیریت جریان کاری تقویم محتوا	۹۹
نتیجه + قدم‌های بعدی	۱۰۳



BARAYAND
انتشارات برآیند

مقدمه

وعده‌ای بزرگ و جسورانه

وعده می‌دهم در مدت تنها یک ساعت، به اندازه محتوای یک ساله بلاگی موفق، ایده تولید کنید. وعده‌ای بزرگ و جسورانه است. می‌دانم.

شاید وسوسه شوید قالب برنامه محتوایی یک ساعته را دانلود و پُر کنید.

اما قبل از شروع کار، به چند نکته دقت کنید.

نمی‌توانید با همان دیدگاه گذشته، برنامه محتوایی یک ساعته را طراحی کنید.

بنابراین، اگر بی‌محابا دست‌به‌کار شوید، در نیمه راه احساس سردرگمی خواهید کرد. قبل از آغاز، باید دقیقاً بدانید چطور می‌توانید برنامه دلخواه خود را طراحی کنید. این کتاب، راهنمای شما در چنین مسیری است.

این نقل قول یادتان هست: «اگر به شخصی ماهی بدهید، فقط برای یک روز به او غذا داده‌اید؛

اما اگر روش ماهیگیری را به او یاد بدهید، تا آخر عمرش غذای او را تأمین کرده‌اید؟»

به جای آموزش نحوه پرکردن فرم که بسیار هم جذاب است، قرار است روش تولید محتوای «خودتان» را بیاموزید. سپس، قدم‌به‌قدم به شما خواهیم گفت چگونه می‌توان برنامه محتوایی یک ساعته را پُر کرد.

بیایید چند دقیقه صادق باشیم.

همه آن راهکارهایی که دست‌وپا کرده‌اید؛ همان‌هایی که به شما قول می‌دهند به اندازه صد یا حتی دویست پُست وبلاگ به شما ایده خواهند داد،

همه آن اطلاعات تصویری‌ای که پینترست^۱ در اختیار شما می‌گذارد تا شخصی‌سازی کنید،

همه آن پُست‌های وبلاگی‌ای که به شما می‌گویند چگونه می‌توان به ایده‌ای خوب برای وبلاگ دست پیدا کرد،

همگی منابعی هستند که استفاده از آن‌ها به طرز عجیبی جذاب است. باور کنید می‌دانم. من هم این منابع را امتحان کرده‌ام.

و قطعاً این منابع تا اندازه‌ای کارسازند و وقت شما را می‌گیرند.

اما آن روز هم خواهد رسید که به خود بیایید و ببینید به صفحه خالی نمایشگر خیره شده‌اید:

بزرگ‌ترین کابوس هر بلاگری.

و چنین وضعیتی بسیار آشناست؛ زیرا قبلاً هم در این موقعیت قرار گرفته‌اید.

از میان آن همه فرمول و قالب که با آن‌ها حافظه کامپیوترتان را خفه کرده‌اید، همان حافظه‌ای که قول داده بودند تا دو سال پاسخ‌گوی نیازهای شما خواهد بود، هیچ کدام به کمک شما نخواهند آمد.

می‌دانید چرا؟

زیرا مشکل این نیست که هیچ ایده محتوایی ندارید یا نمی‌دانید چه چیزی باید تولید کنید.

مشکل این است که هیچ استراتژی یا سیستمی برای ارائه کارآمد ایده‌های محتوایی ندارید. این‌ها دو موضوع متفاوت‌اند. مگر نه؟
فقدان ایده‌های محتوایی صرفاً نشانه‌ی مشکلی بزرگ‌تر است. نمی‌توانید به‌سادگی این نشانه را برطرف کنید. باید مشکل اصلی را هدف بگیرید.
در این وضعیت است که اغلب افراد گرفتار می‌شوند و برنامه‌ی محتوایی و بلاگ به کمکشان می‌آید.

سه نشانه‌ی آشکار از اینکه به‌طور جدی به برنامه‌ی محتوایی بلاگ نیاز دارید

۱. هیچ‌وقت نمی‌دانید چه باید بنویسید.

بیشتر روزها تلاش می‌کنید ایده‌ای بدهید؛ اما برای محتوای ایده‌ی خود، از قبل برنامه‌ریزی نکرده‌اید.

همیشه تلاش می‌کنید سهمیه‌ی روزانه را پُر کنید. در خلأ و بدون تفکر درباره‌ی نقش محتوا در بلاگ یا اهداف کسب‌وکار، آن را تولید می‌کنید.

۲. به‌شدت به دنبال گرایش‌ها و ترندهای به‌روز تولید محتوا هستید.

موضوعات محتوای شما، از الف تا ی، متنوع و پراکنده هستند. به دنبال موضوعاتی می‌روید که تصور می‌کنید پست شما را پربازدید خواهند کرد و دیگران آن را به اشتراک خواهند گذاشت. بیشتر اوقات، ارتباطی میان بخش‌های گوناگون محتوای شما وجود ندارد و در بهترین حالت، ارتباط آن‌ها تصادفی است. امید دارید از یکی از این موضوع‌ها استقبال شود و ترافیک سایتتان ناگهان افزایش یابد.

۳. محتوای شما فاقد ارتباطی عمیق با محصولات یا خدمات ارائه‌شده است.

مطمئن نیستید چگونه می‌توان محتوایی تولید کرد که محصولات یا خدمات شما را تبلیغ کند. صرف‌نظر از اینکه محصولی برای عرضه داشته باشید یا قرار باشد چنین محصولی را بیابید، محتوای شما مشکل خواننده را حل نمی‌کند.

نکته‌ای کوتاه درباره‌ی سلب مسئولیت: قرار نیست محتوایی که شما تولید می‌کنید مخاطب را ترغیب کند تا کاری انجام دهد. محتوای شما می‌تواند خوانندگان را سرگرم کند یا الهام‌بخش آن‌ها باشد.

اهدافتان هر چه باشند، محتوا باید خواننده را قدم‌به‌قدم در مسیر هدف نهایی شما پیش ببرد. این همان نکته‌ای است که شاید کاملاً از آن غافل بوده‌اید.

برنامه محتوایی یک ساعته با پرداختن به شیوه حل مشکلات ریشه‌دار، شما را با «استراتژی محتوایی» اثربخش برای بلاگ آشنا می‌کند.

این کتاب کمک خواهد کرد انواع محتوا را به سادگی تولید کنید. به عبارت دقیق‌تر، در کمتر از شصت دقیقه، به اندازه یک سال ایده محتوایی با ترافیک زیاد تولید خواهید کرد.

به خواننده خود مسیری روشن و نویدبخش برای دستیابی به محصولات و خدمات دلخواهش نشان دهید.

زمینه‌هایی را که مخاطب به آن‌ها گرایش دارد، کشف کنید تا جهت و تمرکز داشته باشید.

برند خود را بسازید.

و در نهایت، از رشد بلاگ و کسب‌وکار خود پشتیبانی کنید.

استراتژی محتوا چیست؟

دمیان فارن‌ورث،^۱ مسئول ارشد تولید محتوا در کاپی‌بلاگر^۲، استراتژی محتوا را این‌گونه تعریف می‌کند: استراتژی محتوا «برنامه‌ای برای جذب مخاطب از طریق انتشار، حفظ و گسترش محتوای مستمر و منظم است که اسباب آموزش یا تفریح را فراهم می‌کند یا غریبه‌ها را به طرف‌دار و طرف‌دارها را به مشتری تبدیل می‌کند».

بدون اینکه وقت خود را صرف واژگان و تعریف‌ها کنیم، به سادگی می‌توانیم بگوییم که بازاریابی محتوا به معنی ایجاد رابطه با خواننده و توانمندسازی و آموزش او از طریق محتواست و استراتژی محتوا طرحی است که ما را به این هدف می‌رساند.

راحت است، مگر نه؟

تولید محتوا فقط برای شرکت‌های تجارت‌به‌تجارت^۳ و تجارت‌به‌مشتری^۴ نیست. استراتژی محتوا ابزاری قدرتمند برای بلاگرها و کارآفرینان مستقل است.

استراتژی محتوا چه مزایایی دارد؟

مغز انسان طوری تنظیم شده است که مزایای ملموس را دنبال کند؛ پس بیایید با همان‌ها شروع کنیم.

-
1. Demian Farnworth
 2. Copyblogger
 3. B2B
 4. B2C

مزایای ملموس استراتژی محتوای برتر

سئو^۱

هر چه محتوای شما منحصر به فردتر باشد، لینک‌های بیشتری از طرف بلاگ‌های دیگران به آن وصل خواهند شد. بک‌لینک^۲ پیامی به گوگل خواهد فرستاد با این مضمون که سایت شما محتوای با کیفیتی دارد.

ترافیک

هنگامی که محتوای استثنایی تولید می‌کنید، مردم به سایت شما مراجعه می‌کنند و آن را به دوستانشان نیز پیشنهاد می‌دهند. اگر ترافیک بیشتری دریافت کنید، راحت‌تر بر سر پست‌های دارای حامی مالی^۳ چانه خواهید زد و با برندها همکاری خواهید کرد.

فرصت‌های جذب حامی مالی

اگر محتوای شما با نوع خاصی از محصولات یا خدمات، ارتباط مستقیم داشته باشد یا اگر برای مخاطب خاص، محتوا تولید کنید، برای برندهایی که همواره به دنبال اینفلوئنسرها و بلاگرها هستند تا مجموعه محصولات و خدمات خود را تبلیغ کنند، جذابیت پیدا خواهید کرد.

فروش

هر چه محتوای شما هدفمندتر باشد، مخاطب با آن بیشتر ارتباط برقرار خواهد کرد تا به راه‌حل مدنظر خود دست یابد. در این حالت، مخاطب حاضر به صرف هزینه خواهد بود؛ زیرا او را برای خرید محصولاتتان آماده کرده‌اید. همین واقعیت درباره محصولات و خدمات جانبی هم صدق می‌کند.

رشد لیست ایمیلی

اگر محتوای متمرکز تولید کنید و مسائلی را پیش ببرید که مخاطب به آن‌ها گرایش دارد، افراد بیشتری وارد لیست شما خواهند شد.

مزایای غیر ملموس استراتژی محتوا

آگاهی

تصور کنید در گروهی فیس‌بوکی، این گفت‌وگو بین مشترک شما و فردی غریبه صورت بگیرد:
غریبه: «پینترست کلافه‌ام کرده. هر کاری می‌کنم به نتیجه نمی‌رسم.»

1. SEO
2. The Backlink
3. Sponsore

مشترک شما: «بلاگ او را چک کرده اید؟ او برای خودش یک پاپینترست است. دوره های آموزشی رایگان هم برگزار می کند. این لینکش.»
 غریبه: «باید پینترستم را مرتب کنم. بگذار آموزش های رایگان را ببینم.»
 اگر محتوایتان مخاطب را توانمند سازد، حتی بدون درخواست شما نیز لینک سایتتان را به دیگران پیشنهاد خواهد کرد و برای آن ها خواهد فرستاد.

احترام و ستایش

جمع کردن طرفدار سخت و زمان بر است؛ زیرا باید اول اعتماد آن ها را جلب کنید. ولی اگر ثابت کنید می توانید مشکلاتشان را حل کنید، همیشه به منابع اطلاعاتی شما مراجعه خواهند کرد تا به منابع رقبایتان. حتی در زمینه مصاحبه برای ضبط پادکست و پست های مهمان و جلسه ها نیز خوانندگان شما به دنبال شما خواهند بود و از جانب آن ها، پیشنهادهای سرازیر خواهند شد.

سهام فکری که به فروش غیر مستقیم منجر می شود

شاید همین الان کسی در بازار نباشد که بخواهد محصول یا خدمات شما را بخرد؛ اما زمانی که به مربی و دستیار مجازی و طراح یا حتی محتوای آموزش رسانه های اجتماعی نیاز باشد، اول چه کسی به ذهن خوانندگان خطور خواهد کرد؟ البته که شما؛ زیرا محتوایتان به بخشی از تفکر آن ها تبدیل شده است.

تبدیل شدن به هدایت کننده فکر و متخصص

اگر بتوانید به طور مرتب محتوا تولید و منتشر کنید و در عمق چند گروه محتوایی منتخب وارد شوید، به متخصص این موضوع تبدیل خواهید شد.

برنامه محتوایی یک ساعته، چگونه کار می کند

در بخش اول کتاب، خواهید آموخت که چگونه قسمت های گوناگون جی پی اس محتوای خود را تنظیم کنید. شما با تعریف متغیرهایی که زمینه بلاگتان را تشکیل می دهند، مبنایی برای موفقیت محتوا ایجاد خواهید کرد.

با مطالعه این بخش، شما بلاگ خود را عامل تحول مخاطب خواهید دانست و دیدگاهی منحصر به فرد در محتوای خود تزریق خواهید کرد.

در بخش دوم کتاب، با سه روش مهم برای رسیدن به ایده های محتوایی آشنا خواهید شد که آن را روش¹ E.O.G می نامیم. با این روش، به موقع محتوایی تولید خواهید کرد که خواننده را توانمند می سازد و به شما کمک می کند محصولات و خدماتتان را بفروشید.
 پس از آن، معجزه اتفاق خواهد افتاد. این ها را در برنامه محتوایی یک ساعته، کنار هم خواهید گذاشت.

1. Expert-Offer-Goal (متخصص، ارائه، هدف)

در بخش سوم کتاب، پست بلاگ خود را به هشت قسمت مهم تقسیم کرده و هر کدام را بهینه خواهید کرد تا خوانندگان را تا انتهای مطلب پایبند سازید. نکته نهایی این است که مطمئن شوید صدای مخصوص برند شما از فرمول^۱ ADDE بهره می‌گیرد.

در دو بخش آخر کتاب، استراتژی‌هایی برای تبلیغ محتوایتان و ابزاری برای ساده کردن فرایند نگارش کشف خواهید کرد،

بدون تعریف‌های من‌درآوردی،

بدون حدس و گمان،

بدون استرس و نگرانی.

ولی نادیده گرفتن برنامه محتوا برای بلاگ بزرگ‌ترین اشتباه است.

یک لحظه وضعیتی را تصور کنید که در آن، هیچ‌وقت ایده‌هایتان برای ایجاد پست بلاگ تمام نمی‌شود. خواهید دید که این وضعیت چگونه بلاگ و کسب‌وکار شما را متحول خواهد کرد.

شما دقیقاً می‌دانید چه چیزی تولید کنید، چه زمانی تولید کنید و چه نتایجی به دست خواهید آورد.

هر قسمت از محتوای شما بخشی از بلاگ و کسب‌وکار را پیش می‌برد، محصولات و خدمات را می‌فروشد و حضور آنلاین شما را نهادینه می‌کند.

پیشنهادهای پولی یا رایگان شما به آهن‌رباهایی تبدیل خواهند شد که خوانندگان را جذب خواهند کرد، طوری که نتوانند مقاومت کنند.

قدرت استراتژی محتوا و هدف برنامه محتوایی یک‌ساعته در همین است.

هنوز هیجان‌زده نشده‌اید؟

به طرز فکر و عملی سلام کنید که اغلب بلاگرها و کارآفرینان مستقل به آن عادت ندارند!

از این پس، محتوا را به همان شکل سابق نخواهید دید و دقیقاً همین نکته به شما کمک خواهد کرد از میان سروصداها و هیاهوها، صدای خود را به گوش مخاطب برسانید.

بیایید قالب‌های آماده را که فقط نیاز به پرکردن دارند، رها کرده و محتوایی تولید کنیم که برای شما و بلاگتان منحصر باشد.

اگر آماده‌اید، شروع کنیم!

