

شهاب راشد التسويق بالمحتوي

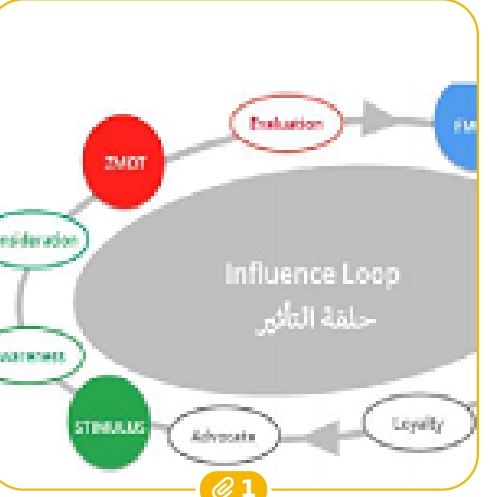
المقدمة

الكورس بشرح أساسيات التسويق بالمحتوي بتركيز على الأصول الصحيحة المتعلقة بنهم العملاء وأعداد المحتوى المناسب من أجل الوصول لأهداف الشركة، مع تعريف المدرسين بأفضل وأحدث الأساليب المتبعة بهذا الخصوص.

تعريف التسويق بالمحتوي

تسويق المحتوى هو العملية التسويقية والتجارية لإنشاء وتوزيع محتوى ذي صلة وقِيم لجذب واكتساب وإشراك جمهور مستهدف محدد بوضوح ومفهوم - بهدف دفع إجراءات العملاء المرحبة

إنشاء محتوى هادف



نبذة الصوت

هو شخصية البراند التي تستطيع أن تستفها من خلال المحتوى إذا كان مكتوب أو مري

يجب ان تعكس

- قيم الشركة
- شخصية العلامة التجارية
- الميزات التنافسية
- التعبير عن شخصية العملاء

السرد القصصي

- التعاطف: الارتباط البشري برعاية المرضى
- اساسيات السرد القصصي

- الشخصية الرئيسية / البطل
- الرحلة / التحدي
- النهاية / النتيجة

- احرص على الجانب الترفيهي
- تضمن عناصر مرتبطة بالجمهور
- سهولة المتابعة
- اجعلها لا تنسى
- دعم القصص بالبيانات والمصادر
- دمج المحتوى المرئي
- المراجعة اللغوية

- أقص في تسويق المحتوى القدر نفسه الذي قصيته في إنشاء هذا المحتوى

- أنواع/صيع المحتوى

- دراسة حالات
- فيديوهات
- رسومات بيانية
- تقارير رسمية
- أوراق عمل
- كتب إلكترونية

- أنواع/صيع المحتوى

- نماذج
- تقارير الأبحاث
- قوائم مرجعية
- ندوات عبر الإنترنت
- عروض تقديمية لمصم SlideShare
- تصميمات فنية

- قواعد مواكبة الأحداث

- اختر الحدث المناسب
- أهمه عامل الوقت
- فكر في الاستعدادات

- تفاعل المجتمعات الافتراضية
- خطوات إنشاء المحتوى المجتمعي العاطفي

- منح الأشخاص منصة للتعبير عن آرائهم
- قم بإمدادي بكل ما هو جديد

التسويق عن طريق المؤثرين والمجتمعات الافتراضية

اللزعات ومواكبة الأخبار / الأحداث

الخاتمة

تعلمت من هذا الكورس تعريف التسويق بالمحتوي إنشاء محتوى له هدف فوات نشر المحتوى التسويق عن طريق المؤثرين والمجتمعات الافتراضية إعداد المحتوى للبحث إعداد خطة المحتوى

بعد كتابة للمحتوي يجب تقييمه قبل نشره

- مناسبة الكلمات والأفكار لصوت العلامة التجارية.
- مناسبة الكلمات والأفكار لعملائك المستهدفين.
- مناسبة الكلمات والأفكار لهويتك التجارية.
- تحقيق المحتوى لأهداف الخطة التسويقية.

إذا كان المحتوى متطابقاً مع كل ذلك فقد فهمت بكتابة محتوى جيد، ولا تنتظر أن تكون تقييمك عبارة عن التعليقات والإعجابات.

نقاط هامة يجب مراعاتها عند كتابة المحتوى

- لا تنحاز إلى طرف في الأمور التي يحدث بها تعصب (الكرة - السياسة - الدين).
- حدد توقيت نزول المحتوى بالشكل المناسب.
- يمكنك الاستفادة من تعليقات العملاء واستفساراتهم للرد عليها في كتابتك.
- حاول بناء مجتمع خاص بالعلامة التجارية لك على مواقع التواصل الاجتماعي.

تطوير المحتوى في 2020

- التركيز على نتائج المحتوى
- الفيديو والبيت المباشر في قلب المشهد
- نوايا المستخدمين في البحث تقود إنشاء المحتوى
- تطور المحادثات التسويقية
- زيادة تصميم المحتوى للبحث الصوتي
- زيادة الاعتماد على المحتوى الشخصي
- تطور المدونات الصوتية
- الصراع من أجل المقتطف

كيفية تحليل أداء التسويق بالمحتوي

- العناصر الواجب وضعها في الاعتبار عند تحليل المحتوى بفعالية

دورة إنشاء المحتوى

- التخطيط
- إنشاء المحتوى
- النشر والتوزيع
- التقييم والتحليل

يجب ان تعكس

- قيم الشركة
- شخصية العلامة التجارية
- الميزات التنافسية
- التعبير عن شخصية العملاء

إنشاء محتوى هادف

- الشخصية الرئيسية / البطل
- الرحلة / التحدي
- النهاية / النتيجة

تعريف التسويق بالمحتوي

- تسويق المحتوى هو العملية التسويقية والتجارية لإنشاء وتوزيع محتوى ذي صلة وقِيم لجذب واكتساب وإشراك جمهور مستهدف محدد بوضوح ومفهوم - بهدف دفع إجراءات العملاء المرحبة

المقدمة

الكورس بشرح أساسيات التسويق بالمحتوي بتركيز على الأصول الصحيحة المتعلقة بنهم العملاء وأعداد المحتوى المناسب من أجل الوصول لأهداف الشركة، مع تعريف المدرسين بأفضل وأحدث الأساليب المتبعة بهذا الخصوص.

إعداد المحتوى لمحرركات البحث

- الخطوة الأولى: البحث عن الكلمات المفتاحية
- الخطوة الثانية: تخصيص المحتوى المكتوب

إعداد استراتيجيه وخطة المحتوى

- مكونات استراتيجيه المحتوى
- عناصر خطة المحتوى

طرق لتحديد المواضيع ذات الأهمية

- حول أي شيء تود أن يتم تقييمك
- منصات الإنترنت
- أخبار الصناعات الرائجة
- الأسئلة الأكثر شيوعاً الخاصة بالمبيعات/ والدعم.
- أهداف الشخصية الافتراضية المستهدفة.
- التحديات التي تواجهها الشخصية الافتراضية.

- منطور خطة عمل اليزنس
- العملاء المستهدفين / الشخصية الافتراضية
- خريطة المحتوى
- قصة العلامة التجارية
- خطة القنوات التسويقية / قنوات النشر

- تحديد الأهداف وكيفية قياسها
- تحديد العملاء المستهدفين / الشخصية الافتراضية
- القنوات التسويقية للوصول للعملاء المستهدفين
- تحديد نوعية وصيغة المحتوى
- ابتكار أفكار للمحتوي
- خطة التفاعل مع المتابعين
- إعداد روتزنامه المحتوى
- مراقبة الأداء والتقييم

- عدد الريارات للموقع الإلكتروني
- الفرص البيعية المحتملة/العملاء المحتملين
- الانتشار والمشاركة على قنوات التواصل الاجتماعي
- روابط داخلية
- أداء المحتوى من حيث المؤلف
- أداء المحتوى من حيث الموضوع
- أداء المحتوى من حيث النوع/ الصيغة

- قم بجمع أكبر عدد من المعلومات عن ما ستقوم بالكتابة عنه.
- تجنب رأيك الشخصي أثناء الكتابة وكن محايداً تماماً.
- المحتوي يجب ألا يكون طويلاً أو مملاً، ولا قصيراً فيخل بالمعنى.
- يجب أن تكون متطلياً على كل التحديثات أولاً بأول.
- تابع صفحات المنافسين دائماً.
- تابع الأحداث المشهورة التي يتحدث عنها الجميع.

- لا تنحاز إلى طرف في الأمور التي يحدث بها تعصب (الكرة - السياسة - الدين).
- حدد توقيت نزول المحتوى بالشكل المناسب.
- يمكنك الاستفادة من تعليقات العملاء واستفساراتهم للرد عليها في كتابتك.
- حاول بناء مجتمع خاص بالعلامة التجارية لك على مواقع التواصل الاجتماعي.