

آیین نامه تولید محتوا ۹۹

هلدینگ پندارگاه

Samtaads.ir

شهر روز روشانی

آیین نامه تولید محتوا

فهرست

| | |
|---|---|
| ۳ | واحد رسانه |
| ۳ | تولید محتوا |
| ۳ | موارد زیر می بایست رعایت شود |
| ۳ | استراتژی تولید محتوا |
| ۴ | ترتیب محتوا |
| ۶ | جدول ابتدایی |
| ۶ | شاخص کلیدی ارزیابی (KPI) تولید محتوا: |
| ۷ | دستورالعمل تولید محتوا |
| ۸ | چک لیست محتوا |
| ۸ | چک لیست نگارش متن |

Samtaads.ir

واحد رسانه

تولید محتوا

موارد زیر می بایست رعایت شود

- استراتژی محتوا با توجه به شیوه بیان و تیپ شناسی

استراتژی تولید محتوا

- تعریف اهداف استراتژی تولید محتوا

۱. فروش محصولات

۲. فروش خدمات

۳. فروش راهکارها

۴. فروش پشتیبانی

۵. فروش آموزش

- تعریف شاخص کلیدی عملکرد برای اندازه‌گیری نرخ بازگشت سرمایه بازاریابی محتوایی.

○ تعداد فروش سایت

○ تعداد سرخ های رسانه

○ درصد مبلغ فروش به فروش کل

- بخش‌بندی مخاطبین برای افزایش محتوای شخصی‌سازی‌شده.

○ مخاطب عام

○ مخاطب تخصصی

○ همکار

- استراتژی استفاده مجدد از محتوای تولیدشده برای مقاصد مختلف.

○ ویدئوی محتوا

○ اینفوگرافی محتوا

○ صوت محتوا

○ نسخه چاپی یا pdf

- شناسایی دقیق مخاطبین هدف محتوا و تولید محتوا برای آنان.

○ تیپ شناسی مخاطب

○ تیپ نویسی

- تعریف استراتژی کانال‌های جذب مخاطب

○ بازاریابی در شبکه های اجتماعی

▪ ۱- گوش دادن

۲- اثر گذاشتن

۳- شبکه شدن

۴- فروش

○ بازاریابی در سایت های دیگر

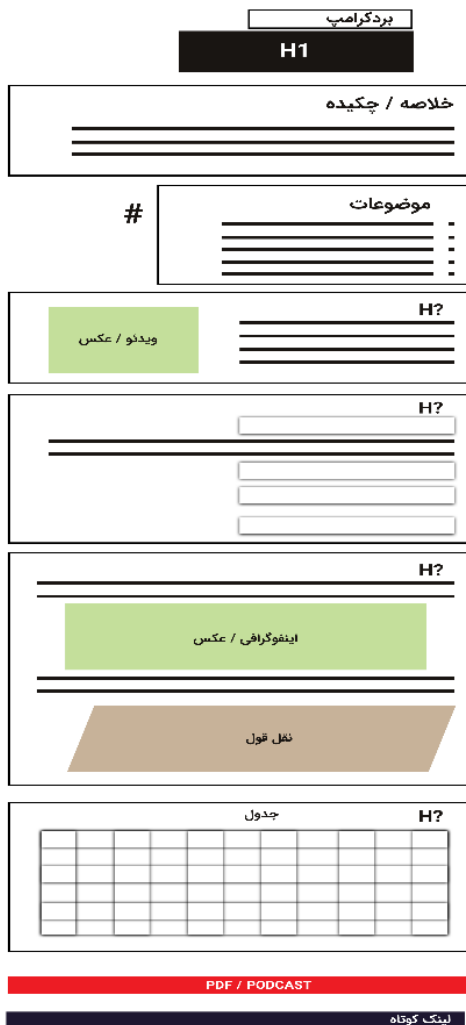
○ بازاریابی CPC

○ تبلیغات موبایلی

○ ریمارکتینگ

○ ایمیل مارکتینگ

○ تلفن مارکتینگ



ترتیب محتوا

• عنوان: ایجاد عناوین تاثیرگذار

• بردگرامپ

• خلاصه

• موضوعات: فهرست مطالب صفحه (anchor روی

تگ های h3 و بالاتر)

• ویدئو یا عکس

• پرسش و پاسخ

• اینفوگرافی یا عکس

• نقل قول

• جدول یا نمودار

• پی دی اف یا پادکست (محتوای صفحه به صورت

صوتی)

(هدف این است اسکیمای و structure data های مبتنی

بر استاندارد های گوگل باشد)

استراتژی های تولید محتوا

استراتژی تولید محتوا به روش محاصره ای :

در درجه ی اول موضوعی به عنوان محتوای اصلی ما قرار دارد که در هسته ی کار قرار می گیرد.
در درجه دوم موضوعات مختلفی که کاملا مرتبط با هسته ی مرکزی ما قرار دارند نوشته می شود و سپس به موضوع اصلی مرتبط می شوند . در واقع با نوشتن مقالات مختلف و ارتباط دادن آن ها از طریق لینک های داخلی با هسته ی مرکزی موضوع اصلی خود راقوی می کنیم.
در روش محاصره در هر مقاله باید ۵ subtitle انتخاب شود و راجب آن صحبت نماییم.



استراتژی تولید محتوا به روش خوشه ای :

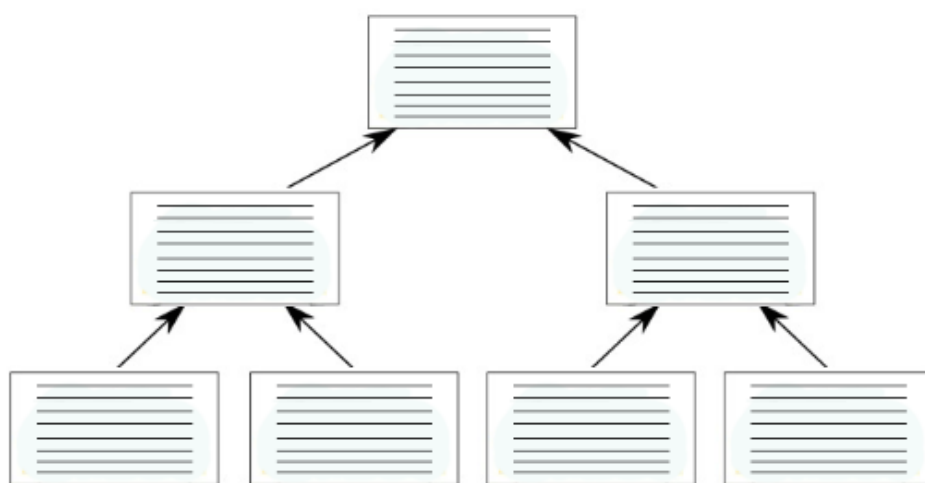
ساختار خوشه ای محتوا به گوگل کمک میکند تا رابطه بین صفحات مختلف را بهتر درک کند و موضوعاتی که شما در آن تخصص بیشتر و اعتبار بیشتری دارید و یا به عبارتی روی آن بیشتر کار میکنید را تشخیص دهد.

در استراتژی خوشه ای باید در باره ی ۸ subtitle را در هر مقاله صحبت نماییم.

زمانی که کاربران در محدوده موضوعی که شما در خصوص آن در سایت خودتان تولید محتوا کرده اید جستجو میکنند سایت و صفحات شما به آن ها معرفی خواهد شد.



کشف روابط بین محتواهای مختلف، چیزی است که گوگل مدام برای آن تلاش میکند وقتی شما به صورت خوشه ای تولید محتوا میکنید، گوگل خیلی راحتتر این کار را انجام میدهد و با رتبه بالاتر در نتایج جستجو، زحماتتان را جبران میکند.



جدول ابتدایی:

| | | | | |
|---------|--|----------------------|--|----------------------|
| | | | | عنوان |
| | | | | عبارت کلیدی |
| | | | | مترادف کلمه کلیدی |
| | | | | توضیحات متا |
| | | | | مخاطب محتوا کیست؟ |
| توضیحات | | چگالی عبارت کلیدی | | تعداد کلمات متن |

شاخص کلیدی ارزیابی (KPI) تولید محتوا:

- هدف جستجو (آنالیز از طریق سرچ کنسول)
- جایگاه میانگین جستجو
- عنوان سئو

- متا دیسکریپشن

- URL

- Snippet های نتایج جستجو

کیفیت محتوا

- خلاقیت در نوشتار

- منحصر به فرد بودن : داپلیکیت نباشه

دستورالعمل تولید محتوا :

- تحقیق و تعیین کلمه کلیدی : (غیر تکراری) از طریق حداقل یکی از ابزار های گوگل ترند و

گوگل ساجست و گوگل آلترنیویو سرچ، گوگل آلرت

- کلمه کلیدی ۱ تا ۳ کلمه

- کلمه کلیدی مرتبط : انتخاب کلمه کلیدی مترادف و کلمات کلیدی درون محتوا

- کلمه کلیدی مترادف می بایست به موضوع اصلی تر که صفحه یا نوشته برای آن

موضوع نوشته می شود با در نظر گرفتن استراتژی باشد یا معانی کلمه کلیدی

اصلی

- کلمه کلیدی مترادف ۱ تا ۳ کلمه تا ۵ با توجه به شرایط

- طول هر پاراگراف ۱۵۰ کلمه حداکثر

- تیتر گذاری حداکثر هر ۲۵۰ کلمه

- حداقل ۶۰۰ کلمه

- انتخاب عنوان اصلی بین ۱ تا ۵ کلمه (برای طولانی کردن از اسنیپ ها استفاده شود)

- نوشتار : محتوا می بایست شامل چکیده، رعایت عناوین و استفاده از المان های نوشتاری

(بولد، ایتالیک، نقل قول، رنگ، هایلایت و غیره) بر گوگل اساس تمرکز بر روی کلمه

کلیدی و کلمات مهم

- کلمه کلیدی در عنوان و لینک و خط اول از پاراگراف اول استفاده شود

- کلمه کلیدی خط اول پاراگراف اول

- توضیحات متا از خلاصه میتوان استفاده شود در صورتی که نمی دانید چطور متا بنویسید

این قسمت خالی بماند

- تمام محتوای تولید شده ابتدا توسط سرپرست تولید محتوا بررسی و سپس تایید در

مرحله بعد در صورت نیاز و رفع مشکل بیشتر ارجاع به وبمستر در غیر اینصورت می

تواند منتشر شود و اگر نیاز به بازنگری داشت به سرپرست ارجاع داده خواهد شد.

سرپرست محتوای منتشر شده را رندوم چک می‌کنند. در صورت نیاز تذکر و یا آموزش داده خواهد شد

- تمام محتوای منتشر شده باید از نمره سئو قابل قبول برخوردار باشد
- تولید pdf هر صفحه و قراردادادن در انتهای صفحه
- همه ویدئو ها و تصاویر باید سئو و بهینه باشند

- نام تصویر: کلمه کلیدی یا عنوان تیترا یا موضع پاراگراف
- عنوان: کلمه کلیدی در صورت تعدد با عنوان تیترا یا موضع پاراگراف
- متن جایگزین: حاوی عنوان و غیر مشابه
- توضیح مختصر: توضیح کوتاه تصویر حاوی کلمه کلیدی
- توضیح: توضیح کامل حاوی کلمه کلیدی
- حجم: بهینه با compressjpg / tiny
- ابعاد
- فرمت

- استفاده از تگ‌ها درست باشد، خلاصه ابتدا و انتها نتیجه گیری، پرسش و پاسخ، جدول، نمودار، عکس، ویدئو، پادکست، اینفوگرافی
{محتوا باید از حداقل ۷۵ درصد موارد درج و سئو محتوا را شامل شود}

چک لیست محتوا

| نام مقاله/موضوع | عنوان مناسب | کلمه کلیدی | جدول ابتدا | نقل قول | طرح سوال جذاب | تیتر جذاب | جمله انگیزشی | ریایت اصول نگارشی | تعداد کلمه متن | طول پاراگراف | چگالی کلمه کلیدی | تعداد کلمات عنوان | نوشته‌ها بود. (هابلیت) | کلمه کلیدی در عنوان و خط اول | توضیحات متا | مترادف کلمه کلیدی | pdf | جدول/نمودار |
|-----------------|-------------|------------|------------|---------|---------------|-----------|--------------|-------------------|----------------|--------------|------------------|-------------------|------------------------|------------------------------|-------------|-------------------|-----|-------------|
| | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ |
| | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ | ۱ |

(فایل اکسل چک لیست در اختیار قرار می‌گیرد)

چک لیست نگارش متن

- نقطه شروع

- هدف را بنویسید
- شناسایی مشتری
- صحنه ای از آنچه خریدار با آن روبرو می‌شود را ترسیم کنید
- یک طرح کلی از نقاط اصلی مورد نیاز تهیه کنید
- پیشنهاد نوپای خود را بنویسید

- چه مشکل و یا دردی قرار است حل شود؟
- اقدامی که انتظار دارید خواننده انجام دهد را بنویسید

○ نوشتن

- فقط بنویسید در مرحله بعد ویرایش کنید
- ۵ سرفصل بنویسید- همه نوشته های شما باید با این سرفصل ها مطابقت داشته باشد
- سبک نوشتاری مانند صحبت کردن رسمی باشد
- تمرکز بر خوانندگان خود- به جای من/ ما از کلمه شما استفاده کنید
- از نقاط اصلی که قبلا مشخص شده است استفاده کنید
- هر نقطه اصلی باید به عنوان یک زیرنویس بکار برده شود
- پایان دادن متن باید به عنوان یک اقدام به عمل مشخص و واضح باشد
- به روشنی بیان کنید این کار چه کمکی به شما می کند

○ ویرایش

- حذف محتوایی که برای خواننده مهم نیست
- هر چیزی که ۱۰۰ درصد روشن نیست و نیاز به بازنویسی دارد را ویرایش کنید
- جملات طولانی را به دو یا سه جمله تقسیم کنید
- تعداد واژگان و عبارات پیچیده را کاهش دهید
- از تجربه و نگرش خود در متن استفاده کنید
- سرفصل های خود را بررسی کنید
- چیدمان تصاویر را بررسی کنید
- کاهش پاراگراف ها
- نقاط تفکیک سطر برای متن های موردی استفاده کنید
- از ایده های مهم و تعجب آور استفاده کنید

○ لیست نهایی

- آیا نوشته شما به طور مستقیم به مخاطبان مورد نظر اشاره می کند؟
- آیا نوشته شما عاطفی است و بر مزایای خواننده متمرکز است؟
- آیا نوشته شما واضح و روان است؟
- آیا نقاط تماس واضحی به مخاطبان اعلام کرده اید؟

▪ آیا نوشته شما برای مخاطبان جالب است؟

▪ آیا با اقتدار نوشته اید؟

نمونه عبارات تبلیغاتی

| | | |
|---|--------------------------------------|---|
| چگونه ... که باعث می شود... | چگونه با ... مرحله آسان... | چگونه ... در ... |
| چگونه از عهده ی ... در ... برآمده | چگونه ... را بیاییم | چگونه ... بلرزایم |
| چگونه ... قوی بسازیم | چگونه... را کاملا تغییر دهیم | چگونه ... را بوجود آوریم که ... را به دست می آورد |
| چگونه از ... استفاده کنیم تا در برابر ... بایستیم | چگونه بگوییم که ... | چگونه ... را به روش درست ... |
| چگونه ... می تواند الهام بخش ... باشد؟ | چگونه از شر ... خلاص شویم؟ | با ... چه کنیم؟ |
| ... را کجا پیدا کنیم؟ | راهنمای سریع: | راهنمای کامل: |
| راهنمای غایی... | راهنمای نو آموزان .. | هک ... |
| چگونه ... را خودتان انجام دهید؟ | آناتومی... که حاصل آن... | چیزهایی که به شما نمی گویند |
| ... بحث های داغ سال... | هر ... که ... باید داشته باشد | ... برای ... مدنظر داشته باشید |
| راه های ... که همین الان باید امتحان کنید | ... دیوانه وار که با شما ... می دهند | انواع ... |
| سوالاتی که باید قبل از ... پرسید | ... می ارزد | اسرار... |
| منایعی که کمک می کنند تا شما ... شوید | علائمی که ممکن است شما | توجهی به فهرست بازبینی ... |
| قواعد ... | عادات ... | ایده هایی برای ... |
| بحث های روز که لازم است بدانید... | بحث های رو که لازم است بدانید... | بهترین ... برای ... |
| ... که ما عاشقش هستیم | حقایقی درباره ی ... | مسائل حیاتی برای ... |
| مزایای کلیدی ... | مسائل حیاتی برای ... | نمونه هایی ... که به شما الهام می بخشند. |
| ... که به شما انگیزه می بخشند. | ایده های ... | دلایلی که به ... نرسیدید |

| | | |
|-----------------------------------|----------------------------------|---|
| با ... هوشمند شوید | راهبردهای هوشمندانه برای ... | موثرترین تاکتیک ها برای ... |
| رایج ترین راهکارهای ... | مراحل اساسی برای... | راه های غلط برای... |
| راه های خلاقانه برای ... | نکاتی برای ... که سرشان شلوغ است | ... غافلگیر کننده |
| رهنمود های عاری از خطا برای ... | فرمول حماسی برای ... | نکات دم دستی از ... برای ... |
| راه های عالی برای ... بدون | فوت و فن های | راه هایی برای حصول اطمینان از اینکه |
| خطاهایی که هرگز تکرار نخواهید کرد | عجیب اما موثر برای ... | تاکتیک هایی برای ... |
| نکات عالی برای.... | ... که شما را ... | ... خود را لبریز کنید |
| راه های مطلوب برای | زیرکانه ترین ... برای ... | چیزهایی که کسی درباره ی ... به شما نمی گوید |