

اثر گذاری بازاریابی محتوا در کسب و کار



بازاریابی محتوا، واژه‌ای است که احتمالاً خیلی آن را شنیده یا خوانده‌اید.

انسان‌ها از سالیان دور با تولید محتوا عجین بوده‌اند. از همان زمان‌هایی که انسان‌های اولیه روی دیوار غارها تصاویری را می‌کشیدند و به‌احتمال زیاد قصد داشتند پیامی را به آیندگان برسانند.



همه انسانها در حال تولید اطلاعات و محتوا هستند. یک آموزگار زمانی که آموزش می‌دهد، در حال تولید محتوا برای شاگردان خود است. یک مربی اخلاق برای اینکه مردم را به زندگی بهتر و خدایسندانه دعوت کند، مطالبی را که ارائه می‌دهد، خود تولیدکننده محتوا است. یک تهیه‌کننده و کارگردان فیلم سینمایی هم تولیدکننده محتواست. پس بنابراین همه انسانها به نوعی در حال تولید محتوا هستند.

در کسب‌وکار، تولید محتوا که می‌تواند به صورت مقاله، صوت، فیلم، خبر، کاتالوگ و ... باشد، رنگ و بویی دیگر به خود می‌گیرد.

در کسب‌وکار از تولید محتوا به عنوان بازاریابی برای فروش و جذب مخاطب استفاده می‌شود که در انگلیسی به آن Content Marketing می‌گویند.



امروزه بازاریابی محتوا بسیار مهم است و در تجارت اثر به سزایی دارد. در بازاریابی محتوا لازم است که شما در زمینه کسب‌وکار خود اطلاعات مفیدی را به مشتریان ارائه دهید و سعی شود راهنمایی‌های لازم را در اختیار آنها قرار دهید. محتوای تولیدشده برای اینکه هم دیده شود و هم به اشتراک گذاشته شود باید برای مشتریان بسیار جذاب و مفید باشد.

بازاریابی محتوا یکی از عواملی است که می‌تواند کسب‌وکار شما را از رقیباتان متمایز کند. اگر سعی شود اطلاعاتی را که در اختیار مشتریان قرار می‌دهید برای آنها مفید و ارزشمند باشد، اعتماد آنها را بالا می‌برید و می‌تواند در فروش محصولات و خدمات شما تأثیرگذار باشد.

به‌عنوان مثال در یکی از وبسایت‌های خوب فروش قطعات کامپیوتر که نمی‌خواهم نامش را در اینجا ذکر کنم، مشاهده کردم که از بازاریابی محتوا به‌خوبی استفاده می‌کنند. این وبسایت برای بررسی یک مدل کارت گرافیک یا بررسی فناوری جدید یک مادربرد یا حتی آموزش نصب یک پردازنده (CPU) بر روی مادربرد را کامل توضیح می‌دهد و این محتواها را به‌رایگان در اختیار مخاطبان و علاقه‌مندان سایتشان قرار داده است.



خُب چه اثری در فروش این وبسایت داشته است؟ تحقیقی که انجام داده‌ام نشان می‌داد این آموزش‌ها و محتواهایی که تولید کرده‌اند باعث شده اولاً مشتری‌ها با افراد پشت‌صحنه این

وبسایت آشنا شوند؛ دوماً اعتمادسازی به وجود آمده است؛ سوماً محتواهایی که تولیدشده کاربردی و مفید هستند و باعث اشتراک‌گذاری شده است؛ و چهارماً افرادی که این فیلم‌ها را دیده‌اند به دنبال آشنایی بیشتر با این وبسایت و در نهایت خرید می‌باشند.

حتماً با مثال فوق متوجه شده اید که بازاریابی محتوا چه معجزه‌ای در دنیای تجارت می‌تواند انجام دهد؟!

اکثر مردم در زمان انتخاب یک محصول برای خرید سردرگم هستند و نمی‌دانند واقعاً کدام گزینه بهتر است. شما با تولید محتوایی آموزشی می‌توانید به مشتریان کمک کنید که آن‌ها چگونه بهترین گزینه ممکن را انتخاب کنند یا چگونه می‌توانند یک خرید درست و مناسب را داشته باشند.

توصیه می‌کنم بازاریابی محتوای کسب‌وکارتان را به‌صورت فیلم یا صوت ارائه دهید. کلیپ‌های ویدئویی چنددقیقه‌ای کوتاه یا صوت‌هایی با فرمت MP3 چنددقیقه‌ای در اختیار مشتریانتان قرار دهید. این فایل‌ها را می‌توانید از وبسایت به‌صورت دانلودی یا در فروشگاه روی یک لوح فشرده (CD) رایت کنید و در اختیار مشتریان و علاقه‌مندان قرار دهید.

وبسایت مغناطیس مشتری : آموزش بازاریابی و فروش اینترنتی ، بهبود کسب و کارهای اینترنتی

www.customermagnet.ir

پس یکی از تغییرات مهم که در بازاریابی به وجود آمده این است که بخش عمده بازاریابی تبدیل به آموزش شده است و اگر به مشتریان و مخاطبان خود آموزش ارزشمندی ارائه ندهیم، عملیات بازاریابی ما ناقص خواهد بود.

اگر برای بازاریابی محتوا، وقت نگذاشته‌اید یا بخشی را به آن اختصاص نداده‌اید، از همین امروز به فکر باشید و روی این عامل مهم بازاریابی فعالیت تان را شروع کنید. با این اقدام می‌توانید یک جهش خوب در کسب‌وکار و تمایز با رقیبان ایجاد کنید.

منبع وبسایت مغناطیس مشتری – فرهاد عراقی

برای مقالات و آموزش های بیشتر به وبسایت مغناطیس مشتری

مراجعه کنید.

www.customermagnet.ir