



درباره بازاریابی محتوایی به دفعات صحبت شده است. طیف قابل توجهی از کارشناسان داخلی و خارجی به بررسی ابعاد مختلف این موضوع پرداخته‌اند. به رغم مطالبی که تاکنون منتشر شده است، به این دلیل در حال خواندن مجدد این مطلب هستید که این روزها همه ما به خوبی با اهمیت بازاریابی در پیشبرد تجارت آشنا شده‌ایم.

همه ما به خوبی می‌دانیم بازاریابی چیست. اما به اعتقاد بسیاری از کارشناسان بازاریابی بیش از آن‌چه مردم تصور می‌کنند پیچیده است. در حالی که بسیاری از کارشناسان بر این باور هستند که بازاریابی یک استعداد ویژه در ارتباط با درهم آمیختن کلمات است، کلماتی که بازاریاب و مخاطب را با یکدیگر همسفر می‌کنند تا به شناخت محصول هدف بپردازند، اما ما برای شما خبر خوبی داریم. نوشتن یک مهارت یادگرفتنی است و در همین حال بازاریابی محتوایی آن‌گونه که به نظر می‌رسد موضوع خیلی پیچیده‌ای نیست.

## مطلب پیشنهادی



آغاز اولین روز هفته به سبک افراد موفق!  
۶ ترند افراد موفق برای شروع یک روز شنبه پرانرژی!

ما در این مطلب یک چهارچوب ساده را به شما معرفی می‌کنیم که در هفت گام به شما کمک می‌کند محتوای تاثیرگذاری را آماده کنید.

## عنوان، اولین و مهم‌ترین گام

عنوانی که  
برای مطلب  
خود انتخاب  
می‌کنید،  
همانند پلی  
است که  
خوانندگان  
شما را به  
مطلب شما  
متصل  
می‌کند.  
همواره  
سعی کنید  
با کلمات  
بازی کرده

و

جذاب‌ترین عبارت را برای مطلب خود انتخاب کنید. سعی کنید تا حد امکان از اصطلاحات فنی پیچیده و هوشمندانه در عنوان خود استفاده نکنید. ایده‌های بسیاری را آماده کنید و یکی از آن‌ها را انتخاب کنید. عنوان، هدف مطلب شما را تشریح می‌کند.

### جمله اول، کلید جذب خواننده است

اولین  
جمله‌ای که  
مخاطب  
شما آن را  
مطالعه  
می‌کند تاثیر  
بسیار زیادی  
در دنبال  
کردن  
مطلب  
خواهد  
داشت.  
سعی کنید  
مطالب خود  
را به شکل


داستان‌گونه‌ای آماده کنید تا گیرایی لازم را داشته باشند. از جملاتی که حس کنجکاوی خواننده را تحریک کرده و او را مصمم می‌سازند تا انتهای یک مطلب را دنبال کند، استفاده کنید. متن شما باید به گونه‌ای تنظیم شود که پیش از آن‌که خواننده را خسته کند، او را ناگهان غافلگیر کند.

### مقدمه، تشریح کننده چهارچوب کلی یک مطلب است

**1**

## Headline

Don't be shy: your headline stands between your content and the click that gets it read. Generate LOTS of ideas. Avoid jargon and don't be too clever — aim for compelling clarity.



**2**

## First sentence

Use this sentence to keep your reader engaged. Try drawing them into a story that's in progress. Make a provocative statement. Build suspense. Pull your reader down the page!



3

## Introduction

Build a case for your content here. Keep it short and establish yourself as a confident, friendly expert. Master the artful placement of the More tag.



سعی کنید  
در بخش  
مقدمه  
سبکی را  
برای مطلب  
خود ایجاد  
کنید. مقدمه  
را کوتاه  
آماده کرده  
و خود را به  
جای  
خواننده  
مطلب یک  
فرد عام در  
ارتباط با  
مطالب

ساده یا یک متخصص در زمینه محتوایی که در حال آماده کردن آن هستید، قرار دهید. سعی کنید تکنیک برجسبها را به شکل بهینه مورد استفاده قرار دهید.

### عنوانهای فرعی، به بهبود چیدمان کمک می‌کنند

4

## Subheads

Use subheads to work out your content's structure before you write it. Recognize that some people may only read those tasty, snack-sized subheads — reward them with solid information.



عنوانهای  
فرعی این  
قابلیت را  
در اختیار  
شما قرار  
می‌دهند تا  
ساختمان و  
چیدمان  
مطلب خود  
را به شکل  
دقیق‌تری  
تنظیم کنید.  
آمارها  
نشان  
می‌دهند که  
بسیاری از

مردم تنها به خواندن عنوانهای فرعی بسنده می‌کنند. دلیل این امر روشن است. عنوانهای فرعی کوتاه هستند و همواره از جذابیت خاصی برخوردار هستند. پس در نتیجه سعی کنید اطلاعات درون این عنوانها مهم و کلیدی باشند

### کپی اصلی، تکمیل کننده عنوان فرعی

5

## Main copy

Fill in the main copy under each subhead next. Tell stories and build your case. Use transition sentences for a smooth reading experience. Keep your sentences and paragraphs short for ease of reading.



سعی کنید  
کپی اصلی  
را درست  
زیر هر  
عنوان  
فرعی قرار  
دهید. سعی  
کنید به بیان  
داستانی  
پرداخته و  
در ادامه به  
تشریح  
نمونه خود  
بپردازید. در  
اصلاح  
فارسی به  
این تکنیک

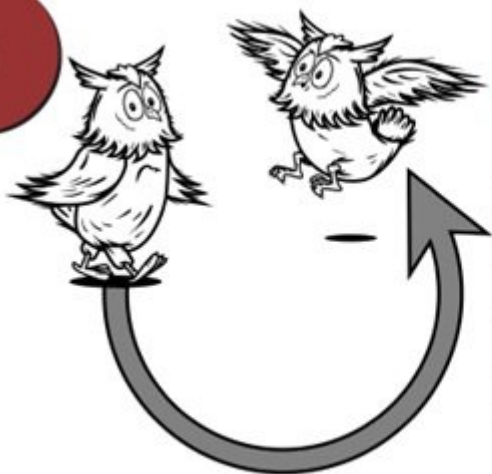
استعاره می‌گویند. همواره از جملات کوتاه استفاده کرده ( از نوشتن یک جمله چند خطی اجتناب کنید) و همواره از تکنیک پاراگراف‌بندی برای شکستن مطالب بلند استفاده کنید.

### خلاصه، چکیده‌ای از تمامی مطالب

6

## Summary

Refer back to the beginning at the end. Remind your reader what they learned. Reinforce how they'll benefit from what they read. Your summary will make the next element even stronger ...



در پایان  
مطلب خود  
بخش  
خلاصه را  
فراموش  
نکنید. در  
این بخش  
به تمامی  
مواردی که  
در مطلب  
خود آن‌ها  
را مورد  
بررسی  
قرار دادید،  
اشاره‌ای

داشته باشید. این بخش به خواننده شما این پیام را منتقل می‌کند که چه چیزی را از خواندن این مطلب به دست آورده است. این بخش به نوعی به ماندگاری مطالبی که آنرا مشاهده کرده‌اند کمک می‌کند. این عنصر تأثیر مهمی بر قدرتمند شدن مطلب شما دارد.

### به دنبال بازخوردها باشید

7

## Call to action

Your call to action simply asks the reader to take the next step, whether it's leaving a comment, subscribing, or visiting a sales page. This is where the business benefits of your content happen.



زمانی که  
مطلبی را  
آماده کردید  
از مخاطبان  
خود  
درخواست  
کنید  
بازخوردهای  
خود را ارائه  
کنند. این  
بازخورد  
می‌تواند  
تایید کننده  
یک مطلب،  
ارائه نظر  
شخصی یا

بازدید از صفحه فروش محصول باشد. اگر این مهارت را داشته باشید تا خواننده را متقاعد سازید به مطلب شما عکس‌العمل نشان دهد، به معنای آن است که کسب‌وکار شما به درستی از محتوایی که آماده کرده‌اید سود برده است. بازاریابی محتوایی زمانی که در هر بخش از عناصر آن به درجه بالایی از مهارت دست پیدا کنید، ساده خواهد بود.

**تاریخ انتشار:**  
02 آذر 1395

**نشانی منبع:** <https://www.shabakeh-mag.com/success-and-entrepreneurship/5490>