

# استراتيجية إنشاء المحتوى عالي الجودة

⌚ منذ 4 دقائق

آخر تحديث: 2022/10/16 at 5:51 مساءً

المحتوى عالي الجودة هو شريان الحياة لكل استراتيجية تسويق داخلية ناجحة. سواء كنت تدير حملة تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو تبني استراتيجية **تحسين لمحركات البحث**، فأنت بحاجة إلى استراتيجية رائعة لإنشاء المحتوى.

من الضروري نشر **محتوى عالي الجودة** لجذب الجمهور المستهدف والاحتفاظ به

لكن القول إن إنشاء محتوى عالي الجودة وتوزيعه عبر قنوات مختلفة أسهل من فعله.

لهذا السبب تحتاج إلى إستراتيجية قوية لإنشاء المحتوى لمساعدتك على وضع الإستراتيجيات وتنفيذها. من **البحث عن الكلمات الرئيسية المستهدفة** إلى تحديد المحتوى - تتضمن استراتيجية إنشاء المحتوى عالي الجودة سلسلة من الخطوات الحاسمة.

## لماذا تحتاج إلى استراتيجية إنشاء المحتوى؟

هل تعلم أن إنشاء المحتوى هو المهمة التي يستعين بها معظم مسوقي محتوى B2B؟ مذهلة تصل إلى 45% من مختصي التسويق يكافحون من أجل إنشاء محتوى الذي يضرب على وتر حساس مع جمهورهم المستهدف.

يجب أن تتضمن استراتيجية إنشاء المحتوى عالي الجودة ليس فقط سبب إنشاء المحتوى، ولكن أيضًا كيف. كيف ستنتج وتوزع المحتوى؟

في حالة عدم وجود إستراتيجية محددة جيدًا، سينتهي بك الأمر بنشر أجزاء عشوائية من المحتوى بين الحين والآخر. والأسوأ من ذلك، أنك قد تنشر محتواك في وقت يكون فيه جمهورك أقل احتمالاً لأن يكون نشطاً.

الطريقة الوحيدة لتجنب مثل هذا الموقف هي تحديد استراتيجية محتوى عنيدة. يقدم عددًا كبيرًا من الفوائد، مثل:

1. الحفاظ على التماسق في إنشاء المحتوى وتوزيعه
2. التأكد من أن كل أصل محتوى يكتسب أقصى قدر من الجذب
3. تبسيط جهود تسويق المحتوى للتأكد من أنها تركز دائمًا على أهدافك النهائية
4. تحديد الموضوعات والموضوعات وأفكار المحتوى التي سيكون لها صدى لدى جمهورك المستهدف
5. اختيار قنوات التوزيع المناسبة للوصول إلى جمهورك المستهدف
6. الاحتفاظ بجميع أعضاء فريق محتواك على نفس الصفحة
7. التأكد من أن لديك مستودعًا لأصول المحتوى عالية الجودة في أي وقت محدد



يجب أن يكون استهداف احتياجات الجماهير ، وتحديد أولويات تحسين محركات البحث ، وإحضار تعاون المحتوى تحت سقف واحد جزءًا أساسيًا من استراتيجيتك .

لقد حان الوقت بالنسبة لنا لتوضيح بعض الاساليب المفيدة لتساعدك على بناء استراتيجية قوية لإنشاء المحتوى الذي يعمل من أجل مديري المحتوى و الكتاب .

## تكتيكات البحث لاستراتيجية إنشاء المحتوى عالي الجودة

من تحديد الجمهور المستهدف إلى اختيار الكلمات الرئيسية ذات الصلة ذات الحجم الكبير - **يعتبر البحث الكافي في صميم كل استراتيجية محتوى ناجحة** . إليك بعض النصائح لمساعدتك على البدء:

### استخدم الاستطلاعات عبر الإنترنت

إذا كان لديك بالفعل قائمة بريدية واسعة النطاق ، فيمكنك إجراء استطلاع عبر الإنترنت لفهم جمهورك بشكل أفضل.

### الاستفادة من استطلاعات الرأي على وسائل التواصل الاجتماعي

استطلاعات الرأي على وسائل التواصل الاجتماعي مفيدة بشكل خاص لفهم نقاط الألم والتطلعات لدى جمهورك.

### مراقبة تعليقات المدونة

سيعطيك القيام بذلك فكرة عن توقعات قرائك ومشاكلهم واحتياجاتهم. يمكن أن يكون مفيدًا جدًا عند تطوير أو تعديل استراتيجية إنشاء المحتوى عالي الجودة

### التركيز على الاستماع الاجتماعي

راقب علامات التجزئة ذات العلامات التجارية واسم العلامة التجارية على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة. أيضًا ، راقب قسم التعليقات في منشوراتك على وسائل التواصل الاجتماعي.

### استخدم أدوات التحليلات

استكشف [Google Analytics](#) وتحليلات الوسائط الاجتماعية للحصول على رؤية أكثر تعمقًا للمعلومات الديموغرافية لجمهورك الحالي.

### لا تتجاهل البحث عن الكلمات الرئيسية

من منشورات المدونة والتعليقات التوضيحية على وسائل التواصل الاجتماعي إلى أوصاف مقاطع فيديو YouTube وعلامات التصنيف على Instagram - ستكون الكلمات الرئيسية في متناول يدك في كل مرحلة من مراحل استراتيجية إنشاء المحتوى عالي الجودة. تأكد من تحديد الكلمات الرئيسية ذات المغزى والشائعة في مكانتك باستخدام [أدوات البحث عن الكلمات الرئيسية](#) مثل:



◦ [SEMrush](#)

◦ [مخطط الكلمات الرئيسية من Google](#)

◦ [الكلمات المفتاحية Explorer بواسطة Ahrefs](#)

◦ [اتجاهات جوجل](#)

◦ [جوجل Search Console](#)

◦ [مستكشف الكلمات الرئيسية في Moz](#)

## تحديد أهداف واضحة

استخدم منهجية ذكية لتحديد الأهداف لتحديد الأهداف التي هي:

◦ محدد

◦ قابل للقياس

◦ يمكن تحقيقه

◦ حقيقي

◦ مقيدة زمنياً

## نصائح لتطوير استراتيجية إنشاء المحتوى عالي الجودة

لا يمكنك القفز مباشرة إلى عملية إنشاء وتوزيع محتوى من الدرجة الأولى . تحتاج إلى تحديد استراتيجية قوية لإنشاء المحتوى أولاً. إليك بعض النصائح التي ستكون مفيدة في هذه المرحلة:

### أفكار المحتوى العصف الذهني

اجمع فريقك وابدأ في تدوين جميع الأفكار والمواضيع والموضوعات التي تعتقد أنها ستؤثر على جمهورك. يمكنك أيضاً استخدام أداة مثل [AnswerThePublic](#) للعثور على الأسئلة التي يرحب أن يدور حولها جمهورك حول موضوع معين. عندما يكون لديك العديد من الأفكار ، قم بإدراجها في جدول بيانات Excel وابدأ في البحث عن كل موضوع.

### تدقيق المحتوى الحالي المنشور

ابحث عن أصول المحتوى الأفضل أداءً والأسوأ أداءً عبر قنوات مختلفة. سيساعدك القيام بذلك على تحديد الموضوعات والتنسيقات وقنوات التوزيع التي تحقق أقصى قدر من الجذب.

## تكتيكات إنشاء المحتوى لأفضل إستراتيجية

هذه الخطوة هي الجزء الأكثر توقعًا في تسويق المحتوى. إذا كنت قد أنشأت إستراتيجية قوية لإنشاء المحتوى ، فيجب أن يكون ذلك واضحًا ومباشرًا. إليك بعض النصائح الأكثر فاعلية:



قم بإعداد مدونتك الإلكترونية

إذا لم تقم بإعداد مدونتك بعد ، فقد حان الوقت للبدء. يمكنك استخدام نظام إدارة المحتوى (CMS) مثل WordPress أو HubSpot [لإنشاء مدونة رائعة في بضع خطوات بسيطة](#) .

## نشر محتوى غني بالكلمات الرئيسية

إذا كنت تكتب منشورات مدونة ، فتأكد من تحسينها باستخدام الكلمات الرئيسية الصحيحة . ومع ذلك ، تجنب حشو المحتوى بكلمات رئيسية غير ملائمة. بدلاً من ذلك ، ضع كلماتك الرئيسية في الأقسام التالية:

1. عنوان الصفحة
2. عنوان الفوقية
3. ميتا الوصف
4. مقدمة
5. العنوان (H1) والعناوين الفرعية (H2 ، H3)
6. نص بديل للصورة
7. استنتاج

## تحسين هيكل المحتوى

لا أحد يحب قراءة نص طويل. بينما يعمل المحتوى الطويل بشكل أفضل ، تحتاج إلى جعله قابلاً للقراءة والمسح الضوئي. استخدم جمل وفقرات قصيرة. أيضًا ، قسم المحتوى إلى أقسام فردية باستخدام عناوين فرعية ذات مغزى.

## اكتب عناوين مقنعة

استخدم عنوانًا واضحًا وسريعًا ووافقت للنظر يثير فضول القراء ويخلق إحساسًا بالإلحاح.

## استخدم تنسيقات المحتوى الجديدة

بصرف النظر عن منشورات المدونة ، يجب أن تفكر أيضًا في استخدام تنسيقات محتوى أخرى مثل:

1. أشرطة فيديو
2. المدونة الصوتية
3. الرسوم البيانية
4. الميمات
5. منشورات وسائل التواصل الاجتماعي (تغريدات ، نكت ، سطر واحد ، تسميات توضيحية)
6. الرسوم المتحركة

يعتمد الاختيار النهائي لتنسيقات المحتوى على جمهورك المستهدف وأهدافك التسويقية وميزانيتك. يعتمد ذلك أيضًا على قنوات التوزيع التي تخطط لاستخدامها للوصول إلى جمهورك. يمكنك إنشاء منشورات مدونة لأنواع



مختلفة من المحتوى ، مثل البودكاست ومقاطع الفيديو ، والترويج لها من مدونتك ، بحيث تقوم بتوجيه حركة المرور إلى موقع الويب الرئيسي.

## استخدام صور رائعة

اجعل منشورات مدونتك أكثر قيمة وإثراءً من خلال تضمين صور ورسوم توضيحية ورسوم بيانية ذات صلة وعالية الجودة. لدينا مكتبة وسائط مليئة بجميع المحتويات المستخدمة سابقًا (حتى تتمكن من إضافة صور من منشورات المدونة القديمة). بالإضافة إلى ذلك ، ندمج بشكل مباشر مع [Unsplash](#) للوصول المجاني إلى صور عالية الجودة.

## تضمين CTA

سواء كنت تنشر منشور مدونة أو مقطع فيديو على YouTube ، تأكد من أنه يتضمن عبارة مقنعة تحث المستخدم على اتخاذ إجراء. فيما يلي بعض الأمثلة على عبارات CTA الجذابة التي يمكنك استخدامها:

## إعادة توظيف المحتوى الموجود وتحسينه

قم بتحديث منشورات المدونة الحالية للتأكد من أنها لا تزال ذات صلة وتزيد من حركة المرور. وأيضاً، تحتاج إلى التحقق مما إذا كانت الكلمات الرئيسية التي يتم ترتيبها لا تزال ذات صلة بأهدافك وعلامتك التجارية.

إنه وقت جيد لإعادة توظيف منشورات مدونتك في تنسيقات أكثر جاذبية مثل الرسوم البيانية وعروض SlideShare التقديمية. يمكنك حتى تحويل حلقة بودكاست إلى منشور مدونة ثاقب وإعادة توظيفها كرسوم متحركة.

## نظم المحتوى ذي الصلة

راقب المحتوى الراجح والشائع في مكانك. كن مبدعًا وفكر في طرق لدمج المحتوى الشائع في مدونتك أو ملفات تعريف الوسائط الاجتماعية.

## الاستفادة من ضيف النشر

هل تريد بث روح جديدة في استراتيجية إنشاء المحتوى عالي الجودة الخاصة بك؟ فكر في دعوة كاتب مشهور في مجال تخصصك للمساهمة في مدونتك.

## تسخير قوة المحتوى الذي ينشئه المستخدم

انشر شهادات العملاء ومراجعات المستخدمين على موقعك وملفات تعريف الوسائط الاجتماعية لبناء السمعة والثقة. يمكنك أيضًا مكافأة العملاء على تحميل الصور أو مقاطع الفيديو التي تعرض منتجاتك على صفحاتهم.

## استخدام أداة إدارة المشروع

تعتبر أداة إدارة المشروع مفيدة في مساعدة فريقك على مراقبة تقدم كل أصل محتوى. وهذا بدوره يضمن أن كل جزء من المحتوى قد تمت مراجعته وتحريه قبل التاريخ المحدد للنشر.



# تكتيكات التوزيع الفعال للمحتوى

لا فائدة من استراتيجية إنشاء المحتوى عالي الجودة ما لم تصل إلى الأشخاص المناسبين في الوقت المناسب. إليك بعض النصائح لنشر المحتوى والترويج له:

## استخدم المنصات المناسبة في الوقت المناسب

مفتاح التوزيع الفعال للمحتوى هو التأكد من مشاركته على المنصات المفضلة لجمهورك. تأكد أيضًا من تحديد الأكثر ملاءمة لكل خطوة في رحلة المشتري. إليك دليل بسيط لمساعدتك:

## الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي

بغض النظر عن منتجك ومكانتك، من المحتمل أن يستخدم عملاؤك المحتملون بالفعل واحدًا أو أكثر من منصات الوسائط الاجتماعية. تأكد من تحديد تنسيقات المحتوى الصحيحة في استراتيجية إنشاء المحتوى عالي الجودة وأوقات النشر لكل قناة ووسائل اجتماعية لتحقيق أقصى قدر من الجذب.

## لا تتجاهل رسائل البريد الإلكتروني

رسائل البريد الإلكتروني مفيدة لرعاية العملاء المحتملين النشطين وبناء علاقة طويلة الأمد مع عملائك الحاليين. تأكد من مكافأة المشتركين في قائمة البريد الإلكتروني بمحتوى فريد على شكل:

- النشرات الإخبارية
- نصائح من الداخل
- التجارب والعروض التوضيحية المجانية
- الوصول المبكر إلى المنتجات الجديدة
- موارد مجانية مثل الكتب الإلكترونية والأدوات والأدلة وما إلى ذلك

## استنتاج

من غير العملي تنفيذ حملة تسويقية داخلية دون تحديد استراتيجية إنشاء المحتوى عالي الجودة، فالمحتوى في يومنا هذا وفي عصرنا هذا هو الملك. ابدأ بتحديد جمهورك المستهدف وركز الكلمات الرئيسية. بعد ذلك، قم بإنشاء تقويم محتوى يحدد الجدول الزمني لإنشاء المحتوى وتوزيعه.

عندما يتعلق الأمر بإنشاء المحتوى عالي الجودة، تأكد من الاستفادة من التنسيقات المختلفة التي سيكون لها صدى لدى جمهورك. أيضًا، من الضروري إعادة تعيين الغرض من المحتوى ومشاركة المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة المستخدم. أخيرًا، لا تنس الترويج للمحتوى عبر قنوات النشر والأماكن المناسبة.

استمر في قراءة الصفحة التالية



# كيف تجعل محتواك أكثر إثارة للاهتمام

تميل ثقافة البوب والمحتوى الذي يركز على الترفيه إلى أن يكون لها دور في الأعمال التجارية التقليدية عندما يتعلق الأمر بكونها مثيرة للاهتمام.

قد يكون الملايين من الأشخاص مهتمين بفيلم جديد رائع ، ولكن كم عدد الأشخاص خارج مجال عملك سيكون مهتمين بآلة جديدة أو ممارسة قانونية ؟

ليست كل المواضيع مثيرة للاهتمام بشكل طبيعي لغالبية السكان بمفردهم - لكن لا تسيئوا الفهم.

فقط لأن الموضوع ليس ممتعًا بشكل طبيعي لا يعني أنه لا يمكنك جعله ممتعًا. يمكن أن يكون أي موضوع ممتعًا إذا قدمته بالطريقة الصحيحة.

لا يقتصر الأمر على محتوى الصناعة "الممل" الذي يمكن أن يستخدم القليل من التطور - فهناك احتمالات ، يمكنك الاستفادة من خلال جعل محتواك أكثر إثارة للاهتمام بغض النظر عن عملك التجاري أو المدة التي قضيتها في تسويق المحتوى.

عندما تكون جاهزًا ، حاول استخدام واحد أو أكثر من هذه الأساليب الأربعة عشر لجعل محتواك أكثر تشويقًا:

## احتضان الجدل

بعض الشركات تجعلها نقطة للابتعاد عن الجدل. يحتفظون بأرائهم ويحاولون عدم ذكر أي موضوع يمكن أن يزعج أي جزء من جمهورهم. ولكن إذا كنت ترغب في جعل محتواك أكثر إثارة ، فعليك محاربة هذه الفكرة. لا تخف من اتخاذ موقف بشأن قضية مثيرة للجدل ؛ قد تنفر قسمًا من جمهورك ، لكن أولئك الذين بقوا سيهتمون أكثر بما تريد قوله. بالإضافة إلى ذلك ، أنت ملزم بإثارة النقاش!

## سرد القصص

يهتم الأشخاص بشكل طبيعي بالقصص ، لذا حاول استخدام السرد في محتواك لتسهيل الوصول إليه. يمكن أن تكون هذه القصص أمثلة من الحياة الواقعية ، مثل دراسات الحالة ، أو يمكن أن تكون رسومًا توضيحية تساعد الناس على فهم موضوع معقد أو غير مثير للاهتمام. على سبيل المثال ، لنفترض أنك محام تحاول شرح التداعيات القانونية لأنواع مختلفة من حوادث السيارات عن طريق الخطأ. بدلاً من تلخيص القوانين الرئيسية التي تملي المواقف المختلفة والتشعبات القانونية ، استخدم أمثلة مختلفة لتوجيه الناس من خلالها بأسلوب سردي. إنها تجعل قطعك أكثر سهولة على الفور ، وعادة ما تقوم بعمل أفضل في توصيل نقاطك الرئيسية إلى المنزل.

أخبر قصة جديدة أو حدّث قصة حالية سيجدها القراء ممتعة أو مسلية

من الصعب التفكير في محتواك من حيث السرد ، خاصة إذا كنت متأصلًا باستمرار في التفاصيل الفنية لمجال عملك ، ولكن **تأطير محتواك في شكل قصة يمكن أن يقطع شوطًا طويلًا في جعله أكثر إثارة**. على سبيل المثال ، إذا كنت معتادًا على كتابة منشورات حول التفاصيل الفنية لعملية التصنيع الخاصة بك ، فقد تواجه صعوبة في التفكير فيما وراء الأرقام واللغة الفنية التي عادة ما تتماشى معها. بدلاً من ذلك ، أجبر نفسك على نسج قصة - احكي



الرحلة التي يقوم بها كل منتج في جميع أنحاء المصنع. أخبر قصة كيفية وصول المنتج إلى المستهلك. بالطبع ، الأمر متروك لك لنوع القصة التي ترويها وكيف ترويها – فقط تأكد من أن لها بداية ووسط ونهاية.

## التركيز على الموضوعات العملية

كقاعدة عامة ، يكون المحتوى الذي يستخدم عمليًا ممتعًا بشكل طبيعي - أو على الأقل أكثر تشويقًا من المحتوى غير المرغوب فيه. على سبيل المثال ، المنشور حول التركيب الكيميائي لبيكربونات الصودا ليس مثيرًا للاهتمام - ولكن قد يكون المنشور حول كيفية استخدام صودا الخبز لتنظيف منزلك أمرًا ممتعًا. **ركز على كتابة الموضوعات التي يمكن للقراء أخذها واستخدامها في الحياة الواقعية.**

“تقدم مقالات “كيف” موضوعات رائعة للقراء عبر الإنترنت.

تميل المشاركات الإرشادية والتعليمية والإعلامية الأخرى إلى القيام بذلك بشكل طبيعي. بالنسبة للموضوعات التي لا تصلح لهذا المستوى من التطبيق العملي ، عليك أن تكون مبدعًا ؛ بدلاً من كتابة مراجعة ، اكتب دليل المشتري. بدلاً من كتابة مقال إخباري ، اكتب مقال رأي يقدم اقتراحات بشأن ما يجب فعله بعد ذلك.

## تضمين الصور والفيديو

من المحتمل أن يكون المحتوى المكتوب هو الأسهل في الإنشاء والأكثر فائدة من حيث تحسين موقعك من أجل تحسين محركات البحث ، ولكن يمكن للصور ومقاطع الفيديو أن تحول سريعًا قطعة مسطحة وراكدة إلى قطعة أكثر جاذبية وتنوعًا. **الرؤية هي أقوى حاسة بشرية ، لذلك يجذب الناس بشكل طبيعي إلى القطع المرئية الجذابة.** قسّم المحتوى الضخم الخاص بك مع أي صور يمكنك العثور عليها - يمكن أن تكون صورًا لموضوعك ، أو صورًا توضح مفهومًا ، أو ميمات تضيء الحالة المزاجية. يؤدي استخدام الفيديو لإشراك جمهورك إلى إضافة المزيد إلى استراتيجية تسويق المحتوى الخاصة بك.

## اكتب بصوت شخصي غير رسمي

**أحد أكبر أسرار النجاح في تسويق المحتوى هو الكتابة بصوت عالٍ للعلامة التجارية** ، وتريد معظم العلامات التجارية أن تكون أصواتها احترافية وموثوقة ومميزة. لا يوجد شيء خاطئ بطبيعته في هذا ، لكن الالتزام الصارم بصفات العلامة التجارية هذه يفسح المجال لمحتوى ثقيل ومثقل وغير مثير للاهتمام. بدلاً من ذلك ، خذ الخصائص الرئيسية لصوت علامتك التجارية وامتزجها بأسلوبك الشخصي. أدخل شخصيتك في كتابة مدونتك ، واستخدم نغمة محادثة غير رسمية لإضفاء الحيوية على مقالاتك.

## تقبل روح الدعابة والتأكيد عليها

يحب الناس النكات ، وحتى الموضوعات المملة أو المسطحة يمكن جعلها أكثر إثارة مع القليل من الفكاهة الإضافية. كما تعلم بلا شك ، هناك خيط رفيع هنا - لذا احرص على عدم نشر أي مواد مسيئة أو بغیضة أو مفرطة. بدلاً من ذلك ، استخدم النكات باعتدال في جميع أنحاء القطعة ، وحاول الموازنة بين ملاحظتك المرحة والملاحظات الأكثر جدية واحترافية.

## احتضان الاستعارات واللغة التصويرية





تمنحك الاستعارات والرسوم التوضيحية الكثير من المرونة الإبداعية. إذا كان موضوعك العادي مملاً ، فحاول تحويله إلى شيء أكثر تشويقاً مع توضيح مرعب أو فريد. على سبيل المثال ، إذا كان عملك يوفر الإمدادات للمستشفيات ومكاتب الأطباء ، فيمكنك تشبيه عملية الإنتاج بشيء مألوف لدى المزيد من الناس ، مثل إنتاج السندويشات. لا تتردد في أن تكون مبدعاً هنا - فكلما كانت استعارك غير عادي ومرحة ، كان ذلك أفضل.

للابتعاد عن العامل "الممل" في صناعتك ، اربطه بشيء آخر تمامًا باستعارة إبداعية. قارن موضوعك بشيء مألوف أو أكثر تشويقاً ؛ يكون هذا فعالاً بشكل خاص عندما لا يكون جمهورك المستهدف على دراية بمجال عملك منذ البداية. الأكثر إبداعاً ، كان ذلك أفضل ، طالما أن استعاراتك منطقية في السياق.

## رمي بعض المفاجآت

المحتوى ليس ممتعاً إذا كان يخبرك فقط بما تعرفه بالفعل. **حاول أن تستهدف مواضيع غير متوقعة ، أو إذا اخترت موضوعات تقليدية أو مألوفة ، أضف شيئاً مثيراً للدهشة لإثارة إعجابهم.** على سبيل المثال ، إذا كتبت منشوراً عن معدة جديدة لها تأثير كبير في صناعتك ، فلا تكتف بوصفها وتذكر ما تفعله. أضف شيئاً مثيراً للدهشة بشأن تنفيذه ، أو حول الاحتمالات التي يقدمها ، مثل ذكر استخدام غير تقليدي له أو طرح حجة مضادة قوية للموقف النموذجي تجاه فعاليته. تعمل البيانات الصادمة أو غير المتوقعة جيداً هنا أيضاً ، لذا قم بأبحاثك مسبقاً.

**الفضول هو المحرك الطبيعي للإثارة.** فكر في جميع المقالات على الويب التي نقرت عليها لقراءتها ببساطة بسبب إثارة في العنوان - شيء مثل "ولن تصدق ما سيحدث بعد ذلك". على الرغم من أننا لسنا مهتمين بشكل مباشر بالموضوع الرئيسي لهذا المحتوى ، إلا أن فضولنا يسيطر علينا. يمكنك استخدام هذا لصالحك عملياً في أي صناعة : استخدم لغة التشويق والمثيرة لجذب القراء. هذا مفيد بشكل خاص عند تطبيقه على العنوان أو مقدمة مقالتك.

## اجعل محتواك قابلاً للتنفيذ

يمكن أن تكون جميع المنشورات النظرية وتحديثات الأخبار ميزات شائعة للغاية ، ولكن جعل محتواك قابلاً للتنفيذ هو استراتيجية مؤكدة لإثارة إعجابك بمقالك. من خلال عملي ، أعني تضمين الخطوات أو النصائح في نص المقالة التي تجعل موضوعها عملياً وقابل للتنفيذ للقارئ. يجب ألا يفهم أي شخص يقرأ المقالة ما تقوله المقالة **فحسب ، بل يجب أن يفهم أيضاً كيف يمكن تطبيق المعلومات الواردة في المقالة على حياته / حياتها.** أسهل طريقة للقيام بذلك هي تحويل محتواك إلى برنامج تعليمي تفاعلي ، على الرغم من أن هذا غير ممكن لجميع أنواع المحتوى.

## رمي في وسائل مختلفة

الناس لديهم فترات انتباه قصيرة. لا حرج في وجود محتوى مكتوب بدقة لبعض المقالات ، طالما قمت بتقسيمه إلى أقسام فرعية ، **ولكن إذا كنت تريد زيادة العامل "المثير للاهتمام" ، فقم بتضمين وسائل مختلفة.** استخدم رسماً بيانياً لتوضيح وجهة نظرك ، أو قم بتضمين الصور الفوتوغرافية التي تبرز أقساماً مختلفة من عملك. يمكنك حتى تضمين مقطع فيديو على YouTube يوضح الخطوات التفصيلية التي حددتها في الكتابة. احصل على مزيد من الاهتمام من خلال العناصر المرئية وسيصبح جمهورك أكثر تفاعلاً.

## قم بتطبيق محتواك على الاتجاهات الحديثة



كقاعدة عامة لاستراتيجيات المحتوى ، تريد أن تكون المواد الخاصة بك دائمة الخضرة - مما يعني أنها ستكون ذات قيمة في تاريخ عشوائي بعد خمس سنوات من الآن كما هي اليوم. ومع ذلك ، إذا كنت تبحث عن دفعات قصيرة المدى لجعل محتواك أكثر تشويقاً لجمهورك الحالي ، فيمكنك الاستفادة من قوة الاتجاهات الحديثة. ابحث عن أخبار الصناعة التي هزت السوق ، أو الأحداث العامة الأوسع التي نالت اهتمامًا كبيرًا. ابحث عن طريقة لتضمين هذه الموضوعات في مادتك ، وروج لها قدر الإمكان طالما بقي الاتجاه قائمًا.

## استخدم حقائق فريدة وإحصاءات

لقد سئم الناس من قراءة المواد المتقنية. **قم بتضمين المزيد من الحقائق والإحصائيات الأصلية في عملك كلما أمكن ذلك لجعله أكثر إثارة للاهتمام.** استخدام الحقائق ، طالما أنك تستشهد بها ، يجعلك تبدو أكثر موثوقية ، ويجعل المستخدمين يشعرون بأنهم أكثر ارتباطًا بالقصة التي يقرؤونها. أفضل رهان هو إجراء البحث بنفسك ونشر النتائج ، والتي يمكن أن تكون بمثابة محتوى في حد ذاته. إذا لم يكن لديك الوقت أو الموارد لذلك ، فلا تتردد في استخدام الإحصائيات المنشورة من قبل جهات خارجية.

من المثير للدهشة أن الصور المخزنة لا تزال مستخدمة في المحتوى عبر الإنترنت ، عندما يؤدي الرسم البياني الأكثر إثارة للاهتمام إلى مزيد من الالتصاق

## أظهر أنك تعرف جمهورك واجعله ملائمًا

لا يمكنك كتابة محتوى "للجميع" وجعله ممتعًا. من الأفضل لك كتابة المحتوى لجمهور مستهدف محدد للغاية وإبراز الموضوعات والأفكار المهمة لأعضاء هذا الجمهور. على سبيل المثال ، إذا كانت شركتك تلبى احتياجات الشباب ، فابدأ في تحديد الموضوعات والكتابة بأسلوب يجذب الشباب بشكل فريد. **الأمر متروك لك لاكتشاف جمهورك الأساسي وعوامل المحتوى الأكثر إثارة للاهتمام بالنسبة لهم.** بمجرد اكتشاف ذلك ، يمكنك البدء في نسجهم بسلسلة في حملتك.

**أحد أكبر أعراض الصناعة "المملة" هو افتقارها إلى النسبية.** تخيل نفسك تصف المكان الذي تعمل فيه لشخص غريب - هل يمكنك أن تتخيل الشخص الغريب يرد "لا أعرف شيئاً عن ذلك"؟ إذا كان الأمر كذلك ، فمن المحتمل أن يفشل محتواك في توليد الحماس لمجرد عدم قدرة الأشخاص على الارتباط به. إذا كانت هذه هي الحالة ، فاعمل على جعل محتواك أكثر واقعية. ركز على الموضوعات التي تؤثر على الشخص العادي. استبدل المصطلحات الفنية بمصطلحات عامية أكثر غموضاً ولكنها أسهل في الفهم. اربط موضوعات مجالك بالموضوعات المألوفة أكثر.

## اجعلها موجزة

تتعثر بعض أنواع المحتوى ببساطة بسبب طولها. غالبًا ما تتطلب الصناعات عالية التقنية والمتخصصة محتوى وصفيًا طويل الأمد ، ولكن هذا النهج يمكن أن يؤدي بنشاط إلى إبعاد المستخدمين. بدلاً من ذلك ، اعمل على العثور على نقاط موجزة داخل نص محتواك ، وقم بتنسيق مقالتك لإبراز تلك النقاط - على سبيل المثال ، يمكنك تضمين قائمة نقطية بالمزايا المحتملة للعملية التي تصفها. سيجعل هذا منشورك أكثر قابلية للفحص وأكثر قابلية للفهم للجمهور التي قد تنفر من حجمها.

أفضل طريقة لتحسين السيو على المدى الطويل هي إجراء تغييرات في عملية تكرارية. قم بقياس مدى فعالية محتواك حاليًا ، و قم بإجراء تغيير واحد في كل مرة ، و قم بإجراء المزيد من القياسات لمعرفة كيف يؤثر كل تغيير على التأثير الإجمالي الخاص بك. بهذه الطريقة ، ستعرف بالضبط التغييرات التي يجب المبالغة فيها وكيفية تحسين محتواك في المستقبل. تذكر أن تسويق المحتوى هو استراتيجية طويلة المدى ، لذلك لا تثبط عزيمتك إذا استغرق الأمر بعض الوقت للعثور على أخطائك المثالي.

لا يقتصر المحتوى المثير للاهتمام على جعل وظيفتك أكثر متعة أو زيادة احتمالية جذب محتواك للزوار (على الرغم من أن هذه امتيازات جيدة). يتعلق الأمر أيضًا بجعل علامتك التجارية أكثر ارتباطًا ، وجعل مجالك أكثر سهولة. يتعلق الأمر بتكوين علاقات شخصية أفضل مع عملائك المحتملين ، وزيادة معدل التحويل ، والدخول في علاقات عملاء جديدة مع أساس أكثر دفئًا. تبدأ مدونتك بمحتوى أكثر تشويقًا - وستساعدك هذه النصائح في الوصول إلى هناك .

حتى إذا كنت لا تعمل في صناعة "مملة" تقليديًا ، يمكنك استخدام هذه الاستراتيجيات لجعل محتواك أكثر إثارة ، وبالتالي أكثر جاذبية لجمهورك المستهدف. مع الممارسة ، ستصبح أفضل في جعل محتواك أكثر متعة في القراءة ، وقبل أن تعرفه ، سيأتي كل شيء بشكل طبيعي.

## نصائح للبحث عن الكلمات المفتاحية لتحسين محركات البحث

🕒 منذ ساعتين

آخر تحديث: 2022/10/16 at 4:04 مساءً

يشكل البحث عن الكلمات المفتاحية وتحليلها أسس عمل **تحسين محركات البحث** على الصفحة . تدور هذه العمليات حول التحقيق في طلب البحث: قبل **إنشاء محتوى** على موقعك ، من المهم أن تفهم المصطلحات التي يبحث عنها المستخدمون عبر الإنترنت وما الذي يبحثون عنه بالفعل عند إدخالهم في محرك بحث مثل جوجل .

يشرح هذا الدليل ، المصمم للوافدين الجدد إلى تحسين محركات البحث ، أساسيات البحث عن الكلمات المفتاحية ويقدم بعض النصائح العملية. على طول الطريق ، سنستكشف ماهية البحث عن الكلمات المفتاحية ، والتعريفات والمقاييس المهمة التي يجب البحث عنها ، والأدوات التي تجعل كل ذلك ممكنًا ، وعملية تحديد الكلمات الرئيسية المناسبة للمحتوى ، وبعض مناهج بحث الكلمات الرئيسية الأكثر تقدمًا.

### ما هو البحث عن الكلمات المفتاحية؟

البحث عن الكلمات المفتاحية هو عملية البحث عن الكلمات الرئيسية التي يستخدمها جمهورك المستهدف في محركات البحث. الهدف ، في جوهره ، هو تحديد الاستعلامات التي يبحث عنها الكثير من المستخدمين والتي تتوافق مع الصفحات التي تنتجها لموقعك .

ناتج البحث عن الكلمات المفتاحية هو قائمة بالكلمات المفتاحية المستهدفة. يمكنك بعد ذلك استهداف هذه المصطلحات باستخدامها في المحتوى الذي تقوم بإنشائه ، والذي نأمل أن يتم تصنيفه في صفحات نتائج محرك