

۵ نمونه از بازاریابی محتوا که دائماً باعث جذب مشتری احتمالی می‌شود



چکیده این مطلب:

در این مقاله قصد داریم ۵ نمونه از بازاریابی محتوا که دائماً به جذب مشتری احتمالی منجر می‌شود را به شما معرفی کنیم.

زمان مطالعه : ۶ دقیقه

مشتری احتمالی کیست و چه کاری می‌کند؟

مشتری احتمالی (Prospect) به مخاطب یا مخاطبین واجد شرایط و علاقمندی گفته می‌شوند که پس از مشاهده محصولات و خدمات شما در فضای اینترنت تمایل به خرید محصولات و خدمات شما در آنها پیدا می‌شود. به بیان دیگر مشتری احتمالی اینک به مشتری واقعی تبدیل بشود را دارد زیرا در خود نسبت به خدمات و محصولات شما احساس نیاز پیدا کرده است ولی در حال حاضر از شما چیزی را خریداری نکرده است.

بگذارید با یک مثال عبارت مشتری احتمالی را برای شما قدری شفاف‌تر کنیم. به عنوان مثال شما احتمالاً عبارت افزایش درآمد فروشگاه اینترنتی را در گوگل جستجو می‌کنید به یکی از مطالب سایت شیرازی وب بر می‌خورید که در آن ما ۴ راهکار افزایش درآمد از فروشگاه اینترنتی را بیان کردیم که یکی از این راهکارها سئوی سایت می‌باشد که در راهکار سئو ما دوره جامع آموزش سئوی خود را معرفی می‌کنیم. حال این فرد یک مشتری احتمالی خدمات شیرازی وب است.

اکنون که به مفهوم مشتری احتمالی پی برده‌اید با معرفی ۵ نمونه بازاریابی محتوا به شما در جذب مشتری احتمالی که حالا به ارزشمند بودن آنها پی برده‌اید کمک خواهیم کرد.



افراد موفق و حرفه‌ای چگونه با استفاده از بازاریابی محتوا همیشه مشتریان احتمالی را جذب کسب و کار خود می‌کنند؟

این گونه افراد، یاد گرفته‌اند که کارهای تاثیرگذار انجام بدهند. یاد گرفته‌اند که چگونه محتوای جذاب تولید کنند و مخاطب را به کسب و کارشان جذب کنند.

بنابراین اولین و چالش برانگیزترین مرحله، تولید محتوای جذاب است. محتوای جذاب چیست؟ محتوایی که برای مخاطبان چنان جذاب و گیرا باشد که با دیگران به اشتراک بگذارند و به دیگران توصیه کنند که این محتوای جذاب برای شما فوق‌العاده ارزشمند است. آیا آماده‌اید که چنین محتوای جذاب و گیرای (magnetic content) را تولید کنید؟ نکاتی که در این مقاله قرار است به شما آموزش دهیم تولید انواع محتواهایی است که حرفه‌ای‌ها دائماً تولید و در اختیار انبوه مخاطبان تشنه محتوا قرار می‌دهند و از آنها مشتری احتمالی درست می‌کنند.

۵ مدل محتوا که حرفه‌ای‌ها برای جذب مشتری احتمالی بر آن تاکید می‌کنند

۱. منابع آموزنده و آگاهی دهنده

این نکته بسیار مهمی است. مخاطب در صورتی به شما اعتماد می‌کند که برای نیازهایش منابع و مطالب آموزنده و آگاهی دهنده منتشر کنید. با این کار مخاطب به مرور با شما دوست می‌شود و اعتماد سازی شکل می‌گیرد. به عنوان مثال جو پولیزی را در نظر بگیرید. این فرد که نامی پر آوازه در دنیای بازاریابی محتوا دارد با در اختیار گذاشتن منابع و مطالب آموزنده هزاران نفر مشتری احتمالی، جذب کسب و کارش می‌شوند.

علاوه بر این، هرکدام از منابعی که وی در سایت خود قرار می‌دهد باعث می‌شود تا مخاطب از آن به عنوان محلی برای انتشار محتوای ارزشمند و آموزنده یاد کند و هر وقت لازم باشد، مخاطب چون می‌داند جو پولیزی دائم محتوای آموزنده نشر می‌دهد برای خواندن مقالات معتبر دوباره به سایت جو پولیزی برگردد. بنابراین همیشه سعی کنید آموزنده‌ترین، معتبرترین، جذاب‌ترین و آگاهی‌دهنده‌ترین محتوا را در اختیار مخاطبانتان قرار دهید تا به زودی این مخاطبان به مشتریان احتمالی شما تبدیل شوند.



۲. نشر کتاب

یکی از رایج‌ترین اشکال محتوای جذاب و گیرا انتشار کتاب است. متخصصان و حرفه‌ای‌ها با استفاده از این تکنیک مشتریان احتمالی تازه‌ای را جذب کسب و کار خود می‌کنند. یکی از روش‌های دیده شدن کسب و کارها در زمانی اتفاق

می‌افتد که مشتریان احتمالی در راهروهای کتابفروشی یا فروشگاه‌های اینترنتی کتاب برای حل مشکلاتشان در پی کتاب می‌گردند. هنگامی که این مشتریان احتمالی کتابی از یک نویسنده پیدا کنند، درصد مشخصی از این افراد طرفدار این نویسنده می‌شوند و درصد مشخصی از این طرفداران نیز آنقدر پی‌گیر و نیازمند می‌شوند که به یک مشتری واقعی تبدیل شوند.

سعی کنید در حوزه فعالیت خود برای جلب نظر مخاطبان و اعتماد سازی، کتاب منتشر کنید و بعد نتیجه فوق‌العاده آن را ببینید. وقتی شما در زمینه کاری خود کتابی منتشر می‌کنید مخاطب به این فکر می‌کند این فرد یا سازمان آنقدر در این زمینه دانش و علم دارد که اطلاعاتش را در اختیار عموم قرار می‌دهد و این کار باعث می‌شود مخاطب به شما اعتماد کند. لازم هم نیست که کتاب‌هایی که منتشر می‌کنید حتماً فیزیکی باشند شما می‌توانید با گرفتن اطلاعات مخاطب « ایمیل، شماره تماس و... » به او یک کتاب الکترونیکی در زمینه کاری‌تان هدیه بدهید.



۳. برگزاری سخنرانی

افراد موفق و حرفه‌ای مثل جوپولیزی در زمینه کاری خود معمولاً آنقدر اعتماد به نفس دارند که در جلوی حضار حاضر شوند و یک نطق آموزنده ارائه دهند. به عنوان مثال وی در وبسایتش منتشر می‌کند که می‌خواهد در یک سخنرانی حضور یابد و درباره بازاریابی محتوا سخنرانی کند. وقتی که شما مدیر یک کسب و کار موفق هستید و در این زمینه دانش زیادی دارید چرا هر از گاهی یک سخنرانی به صورت حضوری یا مجازی برگزار نمی‌کنید؟ آیا می‌دانید برگزاری یک سخنرانی چقدر مخاطب ناآشنا با برندتان را جذب می‌کند؟ آیا می‌دانید همان موقع که در حال برگزاری سخنرانی هستید چه تعداد مشتری احتمالی را جذب کسب و کار خود می‌کنید؟ اگر درباره موفقیت کسب و کارتان اطمینان دارید بیاید و یک سخنرانی جذاب برگزار کنید. مخاطب قطعاً جذب شما و برندتان می‌شود و از این طریق اعتمادی بین او و شما شکل می‌گیرد.



۴. مصاحبه با رسانه های گوناگون

رسانه های گوناگون برای باقی ماندن در صحنه رقابت نیاز به تولید محتوا به صورت مداوم برای مخاطبین خود دارند. از زمانی که شروع به تولید محتوای جذاب و گیرا کردید دسترسی به رسانه های مربوطه در مورد فرصت های مصاحبه آسان تر می شود. اگر شما صاحب یک کسب و کار قوی هستید و سال های زیادی در این حوزه فعالیت دارید رسانه ها قطعاً برای مصاحبه به سراغ شما می آیند. با اعتماد به نفس کامل در مقابل رسانه حضور یابید و بعد از اتمام، خبر و محتوای مصاحبه خود را در وبسایتتان منتشر کنید پس از مدتی نتیجه شگفت انگیز آن را ببینید. مصاحبه با رسانه های گوناگون اطمینان و اعتماد مخاطبان را چند برابر می کند و از اینرو تبدیل مخاطب به مشتری احتمالی راحت تر صورت می گیرد.



۵. انتشار مقاله و محتوا برای دیگران

تا اینجا که رسیده اید حتماً با خود می گویند چنین استراتژی هایی را قبلاً در جایی ندیده و نخوانده ام. بله شما با این چند استراتژی می توانید قله های ترقی را یکی پس از دیگری فتح کنید. اینها استراتژی های افراد و مدیران موفق هستند. وقتی یک مدیر یا سازمان یا صاحب کسب و کار آنقدر بزرگ می شود که برای دیگران مقاله و محتوا بنویسد مخاطب با خود چه فکری می کند؟ آیا مخاطب دیگر اعتماد نمی کند؟ چقدر طول می کشد که این مخاطب به یک مشتری تبدیل شود؟ پاسخ ها واضح است. خودتان بهتر می دانید.

اگر می خواهید در کارتان حرفه ای بشوید و مخاطب بیشتری را جذب کسب و کار و برندگان کنید دانش و علم خود را در زمینه کاریتان افزایش دهید و برای همتایان خود راهکار، مقاله و محتوا ارائه دهید. اگر شما خود را به عنوان لیدر یک تفکر که محتوای جذابی برای کسب و کار می نویسد جا بیندازید. قطعاً ناشران و همکاران زیادی از اینکه شما مقاله ای برایشان بنویسید و نظراتتان را در اختیارشان قرار دهید به شدت استقبال خواهند کرد و این به اعتماد سازی و تبدیل مشتری احتمالی بسیار کمک خواهد کرد.



سخن آخر

افراد موفق و حرفه‌ای نسبت به بروز رسانی دائمی الگوریتم‌های گوگل و تغییر الگوهای نیاز مخاطب در زمینه محتوا آگاهی پیدا کردند و پی برده‌اند چه محتواهایی می‌تواند مخاطب را جذب کسب و کار و برندشان کنند. این افراد در استراتژی‌های سابق خود در جا زده‌اند و در مسیر خود به سمت موفقیت راه‌های تازه‌ای را کشف کرده‌اند. در این مقاله سعی کردیم به چند نمونه از این استراتژی‌های شگفت‌انگیز اشاره کنیم. اکنون اگر شما استراتژی منحصر به فرد و جدیدی را سراغ دارید که بتواند مشتری احتمالی را جذب کسب و کارهای دیجیتالی کند به ما معرفی کنید.

شیرازی ویدیو