

تولید محتوا با هوش مصنوعی



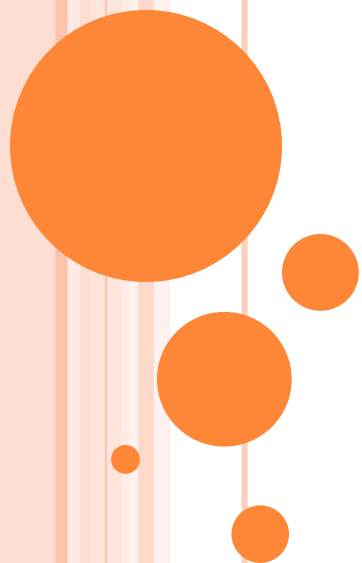
محمد سعید صفایی صادق

۱۴۰۴





اصول پایه ویرایش متن محتوا



۱. ویرایش زبانی Language Editing

به ویرایشی گفته می‌شود که تمرکزش بر روی درست‌نویسی، وضوح، سلیس بودن و رعایت قواعد زبانی است.

شامل موارد زیر می‌شود:

- اصلاح غلط‌های املائی و گرامری
 - ویرایش علائم نگارشی (نقطه، ویرگول، نقل قول و...)
 - ساده‌سازی یا زیباتر کردن جملات
 - تنظیم لحن مناسب (رسمی، محاوره‌ای، علمی و...)
- هدف:

این است که جملات از نظر نگارشی درست، روان و قابل فهم باشند.

۱. ویرایش زبانی Language Editing

مثال:

قبل از ویرایش زبانی:

او توانسته است که برنده‌ی مسابقه شود، چونکه تلاش زیاد کرده.

بعد از ویرایش زبانی:

او توانسته برنده‌ی مسابقه شود، چون تلاش زیادی کرده است.

۲. ویرایش ساختاری Structural Editing

در این نوع ویرایش تمرکز بر سازمان‌دهی و ترتیب منطقی مطالب است. هدف آن اصلاح ساختار کلی محتوا و انسجام آن است.

شامل موارد زیر می‌شود:

- جابه‌جایی یا حذف پاراگراف‌ها
 - بازنویسی بخش‌های ناکارآمد یا تکراری
 - اصلاح ساختار مقدمه، بدنه و نتیجه‌گیری
 - تنظیم ترتیب منطقی موضوعات
- هدف:

ایجاد انسجام و منطق ساختاری در کل متن.

۲. ویرایش ساختاری Structural Editing

مثال:

متنی که با نتیجه‌گیری شروع شده و سپس مقدمه آورده، نیاز به ویرایش ساختاری دارد:

قبل از ویرایش ساختاری:

نتیجه: مراقبت از محیط زیست بر عهده‌ی همه‌ی ماست.

مقدمه: در سال‌های اخیر، توجه به محیط زیست اهمیت بیشتری پیدا کرده...

بعد از ویرایش ساختاری:

مقدمه: در سال‌های اخیر، توجه به محیط زیست اهمیت بیشتری پیدا کرده...

نتیجه: مراقبت از محیط زیست بر عهده‌ی همه‌ی ماست.

درک هدف محتوا

درک هدف محتوا یکی از اولین و مهم‌ترین مراحل در ویرایش و تولید محتواست.

پیش از شروع به بازنویسی، بهینه‌سازی یا حتی نگارش متن، باید بدانیم که هدف اصلی محتوا چیست.

هدف محتوا تعیین می‌کند که لحن، ساختار، میزان جزئیات، واژگان و حتی نوع رسانه مورد استفاده چگونه باشد.

چهار هدف رایج برای محتوا

۱- اطلاع رسانی Informative

ویژگی‌ها:

۱- زبان رسمی یا نیمه رسمی

۲- مبتنی بر داده، واقعیت و منابع معتبر

هدف: انتقال دانش، معرفی یک پدیده، ارائه اطلاعات دقیق

چهار هدف رایج برای محتوا

۲. سرگرم کننده Entertaining

ویژگی‌ها:

۱- لحن محاوره‌ای یا خلاقانه

۲- استفاده از داستان‌گویی، شوخی، طنز یا عناصر احساسی

هدف: جذب توجه، برانگیختن احساس، ایجاد تعامل

چهار هدف رایج برای محتوا

۳- فروشنده Persuasive / Sales-Oriented

ویژگی‌ها:

۱- لحن متقاعد کننده یا تبلیغاتی

۲- استفاده از مزایای محصول، ویژگی‌ها و دعوت به اقدام CTA

هدف: ترغیب مخاطب به خرید، عضویت، کلیک یا ثبت نام

چهار هدف رایج برای محتوا

۳- آموزشی Educational / Instructional

ویژگی‌ها:

۱- ساختار گام‌به‌گام یا راهنمایی دقیق

۲- استفاده از مثال، تمرین، نمودار یا عکس

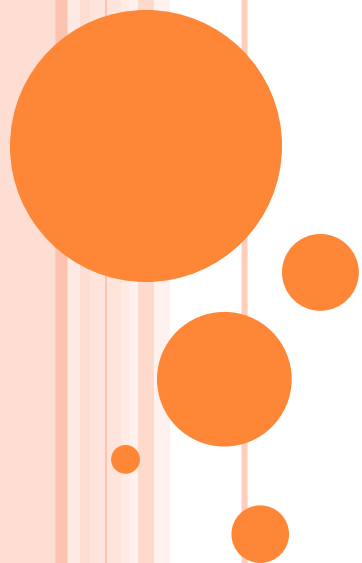
هدف: یاد دادن یک مهارت یا مفهوم

نکته کلیدی:

یک محتوا می‌تواند چند هدف را هم‌زمان دنبال کند، اما برای ویرایش مؤثر باید هدف غالب را مشخص کرد.

مثلاً اگر هدف اصلی یک متن آموزشی است، اما جنبه سرگرم‌کننده هم دارد، باید مراقب بود که طنز به فهم مطلب آسیب نزند.

ابزار AI ویرایش متن محتوا



کاربردهای استفاده از ابزار:

- ۱- اصلاح نگارشی و گرامری
- ۲- بازنویسی و خلاصه‌سازی
- ۳- تنظیم لحن (رسمی، محاوره‌ای، تبلیغاتی)

ابزار های کاربردی:

ChatGPT : باز نویسی، اصلاح لحن، نگارش تبلیغاتی



ChatGPT

پرامیت برای ویرایش نگارشی و ساختاری رسمی

شما یک ویراستار حرفه‌ای هستید. لطفاً متن زیر را از نظر نگارشی، گرامری، انسجام معنایی، انتخاب واژگان و نشانه‌گذاری بررسی و بازنویسی کنید. متن باید برای یک مخاطب تحصیل‌کرده نوشته شود، لحن رسمی داشته باشد، و در حدود ۲۰۰ کلمه باقی بماند.

هرگونه ابهام یا جمله زائد را حذف یا بازنویسی کنید و یک نسخه‌ی نهایی روان، دقیق و خوانا ارائه دهید.

[متن اولیه]

پرامپت برای بازنویسی با هدف سادگی و شفافیت

به عنوان یک ویراستار متخصص در ساده سازی متون، لطفاً متن زیر را برای مخاطبان عمومی بازنویسی کنید. هدف این است که متن بدون از دست رفتن اطلاعات اصلی، ساده تر، قابل فهم تر و روان تر شود. از جملات کوتاه، مثال های روشن و واژگان عمومی استفاده کنید. نسخه ی بازنویسی شده باید حدود ۲۰۰ کلمه باشد.

[متن اولیه]

پرامپت برای بهینه‌سازی لحن تبلیغاتی

شما یک نویسنده تبلیغاتی هستید. لطفاً متن زیر را به گونه‌ای بازنویسی کنید که جذاب‌تر، متقاعدکننده‌تر و مناسب استفاده در صفحه فروش یا شبکه‌های اجتماعی باشد. ساختار متن باید شامل تیتراژ اصلی، معرفی مزایا، و دعوت به اقدام باشد. لحن باید دوستانه، پرانرژی و حرفه‌ای باشد. خروجی نهایی را در ۱۵۰ تا ۲۰۰ کلمه ارائه دهید.

[متن اولیه]

متن

پرامپت برای ارزیابی و بازنویسی متن با تمرکز بر خوانایی

شما یک ویراستار با تخصص در خوانایی متن هستید. لطفاً متن زیر را ارزیابی و بازنویسی کنید تا برای خواننده‌ی غیرتخصصی روان‌تر، روشن‌تر و جذاب‌تر شود. جملات طولانی را به جملات کوتاه‌تر تقسیم کنید، افعال مجهول را به معلوم تبدیل کنید، و از واژگان ساده و دقیق استفاده کنید. متن بازنویسی‌شده باید حدود ۲۰۰ کلمه باشد.

[متن اولیه]

سایر ابزار ویرایش متن

۱- Grammarly : اصلاح گرامر و لحن (انگلیسی)



۲- LanguageTool : بررسی املا و نگارش (چندزبانه)



۳- ویراستیار : اصلاح تخصصی متون فارسی در Word

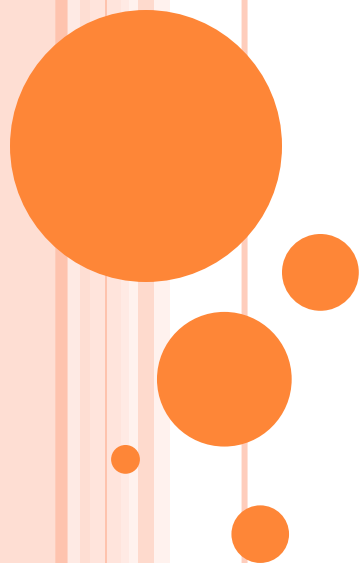


ویراستیار

بهینه سازی محتوا برای

SEO

Hashtag



SEO: Search Engine Optimize

سئو یا «بهینه‌سازی موتور جستجو» به مجموعه روش‌ها و تکنیک‌هایی گفته می‌شود که باعث می‌شود محتوای وب‌سایت یا صفحه شما در نتایج موتورهای جستجو (مثل گوگل) بهتر دیده شود و رتبه بالاتری بگیرد.

کلمات کلیدی Keywords : واژگان یا عباراتی که کاربران در موتور جستجو وارد می‌کنند. انتخاب درست کلمات کلیدی و استفاده مناسب از آن‌ها در متن بسیار مهم است.

هشتگ گذاری هوشمند برای شبکه‌های اجتماعی

هدف: افزایش دسترسی و دیده شدن محتوا در پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام، لینکدین، توییتر
مفاهیم کلیدی:

هشتگ عمومی General : پر کاربرد ولی رقابتی مثلاً: #business

هشتگ خاص Niche : مرتبط با بازار هدف و کم رقابت تر (مثلاً: #تهران_دیزاین)

هشتگ برندینگ: شامل نام برند یا شعار شما (مثلاً: #الیسابا)

تعداد مناسب: اینستاگرام: ۵ تا ۱۵ عدد، لینکدین: ۳ تا ۵ عدد

مثال پرامپت برای سئو:

تو یک کارشناس سئو هستی. لطفاً این متن را به گونه‌ای بازنویسی کن که برای عبارت «طراحی سایت فروشگاهی» بهینه شود. متن باید شامل عنوان، پاراگراف معرفی، ۲ زیرعنوان و ۳ بار استفاده طبیعی از کلیدواژه باشد. حداکثر ۲۵۰ کلمه.

مثال پرامپت برای هشتگ گذاری:

تو یک مدیر محتوای حرفه‌ای هستی. لطفاً برای این متن تبلیغاتی، ۱۲ هشتگ متنوع و مرتبط (شامل عمومی، تخصصی، فارسی و برندینگ) پیشنهاد بده. موضوع: فروش جواهرات دست‌ساز برند الیسا با.

هوش مصنوعی چگونه کمک می کند؟

- پیشنهاد هشتگ‌های مرتبط با موضوع یا کلیدواژه با ChatGPT
- طبقه‌بندی هشتگ‌ها (عمومی، تخصصی، برندینگ)
- تحلیل رقابت هشتگ‌ها با ابزارهایی مثل RiteTag، Inflact، Hashtagify
- ساخت کپشن + هشتگ مناسب برای هر پست (متن + زیرنویس)

ابزار تحلیل رقابت هشتگ ها:

۱- Inflact قبلًا Ingramer

قابلیت جستجوی هشتگ‌ها و تحلیل میزان محبوبیت و استفاده
پشتیبانی نسبی از هشتگ‌های فارسی
نمایش هشتگ‌های مرتبط، محبوب‌ترین هشتگ‌ها و میزان رقابت



ابزار تحلیل رقابت هشتگ ها:

۲- Hashtagify

Hashtagify یکی از ابزارهای پیشرفته برای تحلیل و مدیریت هشتگ‌ها در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و توییتر است. این ابزار به شما کمک می‌کند تا هشتگ‌های مرتبط، محبوب و با رقابت مناسب را برای افزایش دسترسی و تعامل محتوا پیدا کنید.

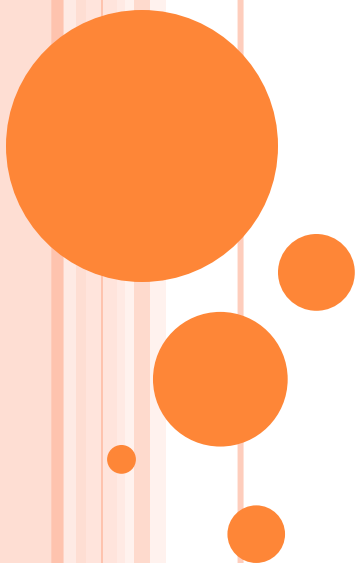


ابزارهای ایرانی و محلی

برخی پلتفرم‌های ایرانی مانند «نیکان وب» یا «نوین هاب» در بخش مدیریت شبکه‌های اجتماعی، ابزارهای تحلیل هشتگ محدود دارند که ممکن است برای هشتگ‌های فارسی بهتر عمل کنند

@نوین هاب

ابزار ویرایش صدا



صدا

ویرایش صدا

ویرایش صدا به مجموعه عملیاتی گفته می‌شود که روی فایل‌های صوتی انجام می‌گیرد تا کیفیت، وضوح و ساختار صوت بهبود یابد یا تغییر کند.

این عملیات می‌تواند شامل اصلاح خطاها، حذف نویزهای مزاحم، تنظیم حجم و فرکانس، برش و چسباندن بخش‌های مختلف صدا و افزودن افکت‌های صوتی باشد.

هدف‌های اصلی ویرایش صدا:

- پاک‌سازی صدا: حذف صداهای ناخواسته مثل نویز پس‌زمینه، کلیک‌ها یا صدای تداخل
- تنظیم حجم و بلندی صدا: یکسان‌سازی میزان بلندی صدا در کل فایل یا بین بخش‌ها
- اصلاح و بهبود کیفیت: افزایش وضوح، تنظیم فرکانس‌ها و حذف فرکانس‌های مزاحم
- برش و مونتاژ: حذف بخش‌های اضافی، جابه‌جایی قطعات مختلف و ترکیب فایل‌ها
- افکت‌گذاری: افزودن جلوه‌هایی مثل اکو، ریورب، کمپرسور و تغییرات صوتی برای بهبود یا خلق حالت‌های خاص
- همگام‌سازی صوت: هماهنگ کردن صدا با تصویر در تولید ویدیو و فیلم

ابزار حرفه ای ویرایش صدا:

۱- Adobe Audition :

ادوب آدیشن Adobe Audition یک نرم افزار حرفه ای و جامع برای ویرایش، میکس و بازسازی صدا است که توسط شرکت ادوب توسعه یافته است.

این نرم افزار در حوزه تولید پادکست، تدوین موسیقی، اصلاح صدای فیلم و بهبود کیفیت فایل های صوتی کاربرد بسیار گسترده ای دارد.



ابزار حرفه ای ویرایش صدا:

۲- Adobe Podcast (Project Shasta):

قابلیت حذف نویز و بهبود کیفیت صدا به صورت خودکار
رابط کاربری ساده و مناسب تولید پادکست و محتوای صوتی
امکان ویرایش آنلاین و ضبط صدای با کیفیت بالا
مناسب برای مبتدی‌ها و حرفه‌ای‌ها



Adobe Podcast

ابزار حرفه ای ویرایش صدا:

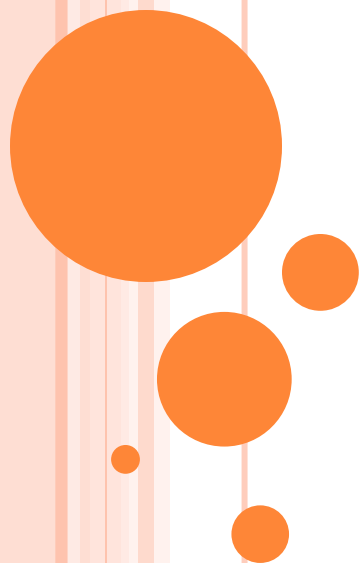
۳- Auphonic

پردازش خودکار صدا با بهبود کیفیت، تنظیم حجم و حذف نویز
بهینه سازی برای پادکست، رادیو و محتوای صوتی
خروجی با استانداردهای حرفه ای



ابزار ویرایش ویدیو

(این قسمت در کلاس به صورت شفاهی و عملی توضیح داده میشود)



ابزار حرفه ای ویرایش ویدیو:

۱- Adobe Premiere Pro

ادوبی پریمیر پرو یکی از پیشرفته‌ترین نرم‌افزارهای ویرایش ویدیو است که توسط شرکت ادوبی توسعه یافته و به‌عنوان بخشی از مجموعه Adobe Creative Cloud در دسترس کاربران قرار دارد.

این نرم‌افزار برای تدوین حرفه‌ای فیلم، ساخت تیزرهای تبلیغاتی، ویدیوهای آموزشی، مستندها و محتوای شبکه‌های اجتماعی طراحی شده است.



ابزار حرفه ای ویرایش ویدیو:

۲- Capcut

کپکات CapCut یک اپلیکیشن رایگان و حرفه‌ای برای ویرایش ویدیو است که توسط تیم تیک‌تاک توسعه یافته و در دسترس کاربران اندروید، iOS و دسکتاپ قرار دارد. این برنامه با رابط کاربری ساده و ابزارهای متنوع، امکان ساخت و ویرایش ویدیوهای جذاب را برای تولیدکنندگان محتوا، اینفلوئنسرها و علاقه‌مندان به ویرایش ویدیو فراهم می‌کند.



ابزار حرفه ای ویرایش ویدیو:

۳- Inshot

InShot یک اپلیکیشن ویرایش ویدیو و عکس برای گوشی‌های هوشمند است که به کاربران امکان می‌دهد ویدیوهای حرفه‌ای با افکت‌های جذاب، موسیقی، متن و استیکر بسازند. این برنامه با رابط کاربری ساده و ابزارهای متنوع، برای تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، تیک‌تاک و یوتیوب بسیار محبوب است.



ابزار حرفه ای ویرایش ویدیو:

۴- Clipchamp

Clipchamp یک ویرایشگر ویدئوی آنلاین است که در ابتدا توسط شرکت استرالیایی Clipchamp Pty Ltd توسعه یافته و در سپتامبر ۲۰۲۱ توسط مایکروسافت خریداری شد. این ابزار به ویژه برای کاربران مبتدی طراحی شده و ابزارهای ویرایشی ساده و در عین حال حرفه‌ای را در اختیار قرار می‌دهد.



clipchamp

نکات حرفه ای برای ویرایش ویدیو

۱- استفاده از ترنزیشن ها Transitions :

برای ایجاد تغییرات نرم و جذاب بین کلیپ ها، از ترنزیشن های مختلف استفاده کنید.

۲- استفاده از کی فریم ها Keyframes :

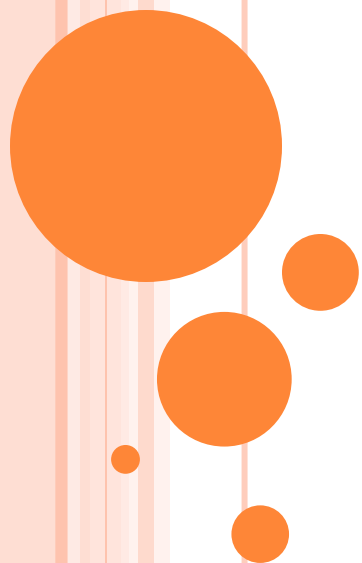
برای ایجاد حرکات دقیق و انیمیشن های سفارشی، از کی فریم ها بهره ببرید.

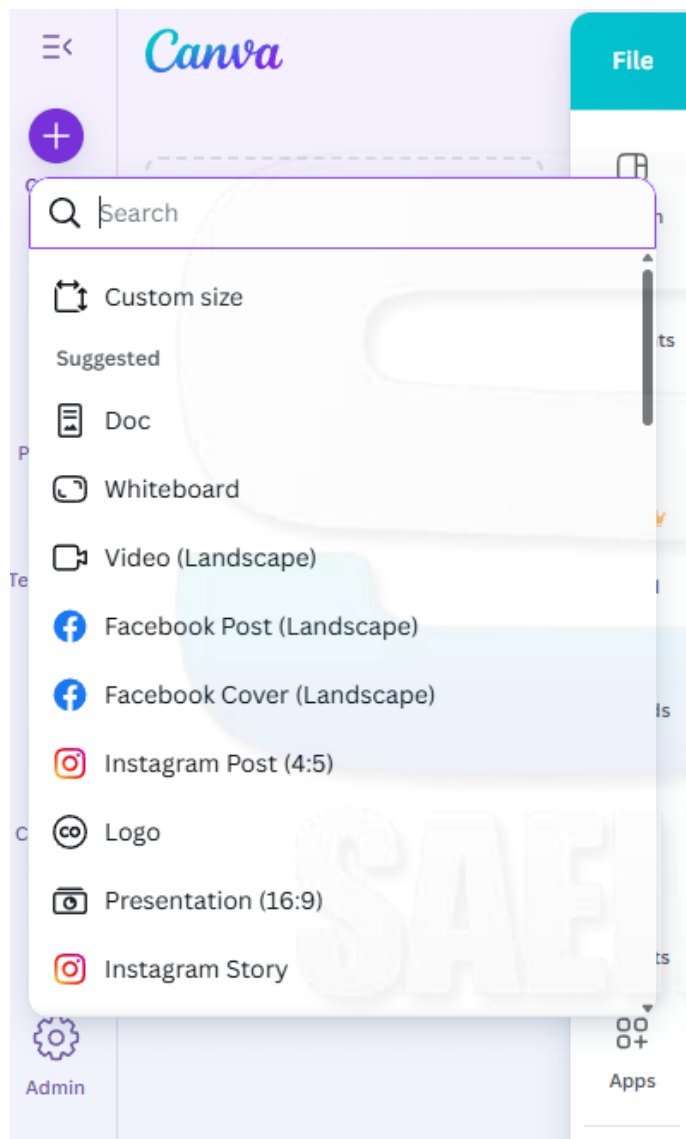
۳- تنظیم نسبت ابعاد Aspect Ratio :

برای بهینه سازی ویدیو برای پلتفرم های مختلف، نسبت ابعاد ویدیو را تنظیم کنید.

Canva

ابزار همه کاره
تولید محتوا





Canva ابزار همه کاره تولید محتوا

Canva یکی از محبوب ترین و قدرتمندترین ابزارهای طراحی و تولید محتوا است که به کاربران امکان می دهد بدون نیاز به دانش تخصصی در زمینه طراحی گرافیک، به راحتی طرح های حرفه ای و جذاب برای انواع محتواهای دیجیتال و چاپی ایجاد کنند.

این پلتفرم آنلاین و بسیار کاربرپسند، با ارائه قالب های متنوع و قابلیت های گسترده، به ابزاری همه کاره برای تولید محتوا در زمینه های مختلف تبدیل شده است.

امکانات و ویژگی‌های کلیدی Canva :

۱- طراحی آسان و بدون نیاز به تخصص: با رابط کاربری ساده و کشیدن و رها کردن Drag & Drop ، هر کسی می‌تواند طرح‌های گرافیکی متنوع مانند بنر، پوستر، کارت ویزیت، اینفوگرافیک، اسلاید ارائه، پست و استوری شبکه‌های اجتماعی و غیره را ایجاد کند.

۲- قالب‌های آماده و قابل شخصی‌سازی: Canva هزاران قالب آماده و حرفه‌ای در دسته‌بندی‌های مختلف ارائه می‌دهد که به آسانی قابل ویرایش و تطبیق با نیازهای فردی هستند.

امکانات و ویژگی‌های کلیدی Canva :

۳- امکانات همکاری تیمی: کاربران می‌توانند به صورت همزمان روی یک پروژه کار کنند، تغییرات را مشاهده و مدیریت نمایند که این ویژگی برای تیم‌های تولید محتوا بسیار مفید است.

۴- تولید محتواهای چندرسانه‌ای: علاوه بر تصاویر، Canva امکان ساخت ویدئوهای کوتاه، انیمیشن و گیف را نیز فراهم می‌کند که باعث افزایش تعامل مخاطب می‌شود.

امکانات و ویژگی‌های کلیدی Canva :

۵- خروجی با کیفیت و فرمت‌های متنوع: پروژه‌ها را می‌توان با فرمت‌های مختلف مانند JPG, PNG, PDF, MP4 و GIF ذخیره و منتشر کرد.

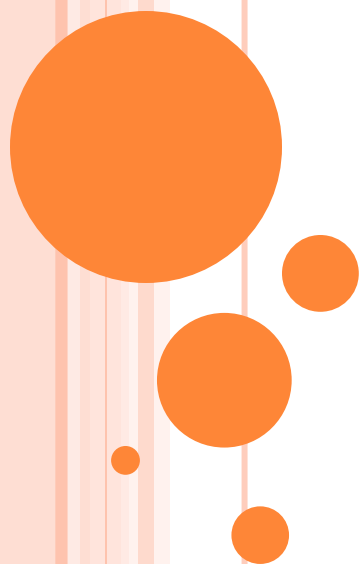
۶- دسترسی آنلاین و چندپلتفرمی: Canva به صورت وب‌اپلیکیشن و همچنین اپلیکیشن موبایل برای اندروید و iOS در دسترس است که کاربر را در هر زمان و مکانی قادر به تولید محتوا می‌سازد.

چرا Canva یک ابزار همه کاره است؟

Canva با ترکیب ساده سازی فرایند طراحی و ارائه ابزارهای متنوع برای تولید انواع محتوا، نیازهای مختلف کاربران شامل بازاریابان دیجیتال، معلمان، دانشجویان، کسب و کارهای کوچک و بزرگ و حتی افراد عادی را پوشش می دهد.

این ابزار، با حذف پیچیدگی های نرم افزارهای سنتی طراحی، به همه امکان می دهد خلاقیت خود را در قالب های متنوع محتوا به بهترین شکل بروز دهند و در زمان صرفه جویی کنند.

انواع محتوای موثر در بازاریابی محتوا



بازاریابی محتوا Content Marketing

بازاریابی محتوا به استراتژی تولید و انتشار محتوای ارزشمند، مرتبط و منظم گفته می‌شود که هدف آن جذب، حفظ و تعامل با مخاطبان مشخص و در نهایت تحریک آن‌ها به انجام اقدامات سودمند برای کسب و کار است.

برخلاف تبلیغات سنتی که اغلب مستقیم و تبلیغاتی هستند، بازاریابی محتوا بر ایجاد اعتماد، ارائه اطلاعات مفید و ایجاد ارتباط بلندمدت با مخاطب تمرکز دارد.

این محتوا معمولاً مرتبط با رویدادهای جاری، اخبار تازه، موضوعات داغ یا هشتگ‌های محبوب در شبکه‌های اجتماعی است.

ویژگی‌های محتوای ترند:

- **زمان‌مند و موقت:** محتوای ترند معمولاً فقط در بازه زمانی محدودی محبوب است و پس از گذشت زمان توجه مخاطبان به آن کاهش می‌یابد.
- **ارتباط با رویدادهای روز:** این محتوا غالباً حول اخبار، جشنواره‌ها، وقایع فرهنگی، فناوری، ورزش یا موضوعات اجتماعی روز شکل می‌گیرد.
- **سرعت انتشار بالا:** به دلیل علاقه و هیجان عمومی، محتوای ترند به سرعت در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها پخش می‌شود.
- **افزایش بازدید و تعامل:** محتوای ترند معمولاً ترافیک زیادی جذب می‌کند و فرصت‌های تعامل بالا برای برندها فراهم می‌آورد.

۲- Viral Content محتوای ویروسی

محتوای ویروسی به نوعی از محتوا گفته می‌شود که به سرعت و به طور گسترده توسط کاربران در شبکه‌های اجتماعی، ایمیل، وبسایت‌ها و دیگر پلتفرم‌ها به اشتراک گذاشته می‌شود و ظرف مدت کوتاهی میلیون‌ها بازدید، لایک، کامنت یا به اشتراک گذاری دریافت می‌کند.

ویژگی‌های محتوای ویروسی:

- جذاب و تأثیرگذار بودن: محتوایی که احساسات مخاطب (مثل شادی، تعجب، هیجان یا حتی ترس) را به شدت تحریک کند.
- قابلیت اشتراک‌گذاری بالا: محتوا به شکلی طراحی شده که مخاطب تمایل زیادی به به اشتراک گذاشتن آن با دیگران داشته باشد.
- سادگی و فهم آسان: اغلب محتواهای ویروسی ساده و قابل درک هستند و به سرعت پیام خود را منتقل می‌کنند.
- ارزشمند یا سرگرم‌کننده بودن: محتوا یا اطلاعات مفید، آموزنده یا بسیار سرگرم‌کننده ارائه می‌دهد.
- زمان‌بندی مناسب: انتشار محتوا در زمان و شرایطی که بیشترین توجه مخاطب را جلب کند.

۳- Evergreen Content محتوای همیشه سبز

محتوای همیشه سبز به محتوایی گفته می‌شود که به مرور زمان ارزش و جذابیت خود را از دست نمی‌دهد و همیشه برای مخاطبان جدید و قدیمی مفید و قابل استفاده باقی می‌ماند.

این نوع محتوا برخلاف محتوای خبری یا ترند که فقط در بازه زمانی کوتاهی مورد توجه است، در طولانی مدت مخاطب دارد و معمولاً پاسخگوی سوالات یا نیازهای اساسی کاربران است.

ویژگی‌های محتوای همیشه سبز:

- دوام زمانی بالا: این محتوا پس از انتشار ماه‌ها یا حتی سال‌ها همچنان مرتبط و کاربردی است.
- موضوعات بنیادین: اغلب درباره مفاهیم پایه، آموزش‌ها، راهنماها، نکات کاربردی و سوالات پرتکرار است.
- به‌روزرسانی کم: نیاز به تغییرات یا به‌روزرسانی‌های مکرر ندارد، مگر در مواردی که اطلاعات عمومی تغییر کند.
- جذب مداوم ترافیک: به دلیل ارزش همیشگی، دائماً بازدیدکننده جذب می‌کند و می‌تواند نقش مهمی در سئو و افزایش بازدید سایت داشته باشد.

۴- User-Generated Content (UGC)

محتوای تولیدشده توسط کاربران

محتوای تولیدشده توسط کاربران یا UGC به هر نوع محتوایی گفته می‌شود که توسط کاربران، مشتریان یا مخاطبان یک برند یا پلتفرم به صورت داوطلبانه و بدون پرداخت هزینه تولید و منتشر می‌شود.

این محتوا می‌تواند شامل نظرات، عکس‌ها، ویدئوها، نقد و بررسی‌ها، پست‌های شبکه‌های اجتماعی، داستان‌ها و حتی محتوای تعاملی باشد.

ویژگی‌ها و اهمیت UGC :

- اصالت و اعتماد: محتوای تولیدشده توسط کاربران معمولا برای مخاطبان دیگر قابل اعتمادتر است چون دیدگاه واقعی و بدون جهت‌گیری تبلیغاتی را نشان می‌دهد.
- افزایش تعامل و وفاداری: کاربران با ایجاد محتوا برای برند احساس تعلق و مشارکت می‌کنند که باعث افزایش وفاداری و تعامل می‌شود.
- کمک به بازاریابی و تبلیغات: UGC به عنوان یک ابزار قدرتمند بازاریابی عمل می‌کند و می‌تواند هزینه‌های تبلیغات رسمی را کاهش دهد.
- تأثیر بر تصمیم‌گیری مشتریان: بسیاری از خریداران پیش از خرید، نظرات و تجربیات کاربران دیگر را مطالعه می‌کنند و این محتوا نقش مهمی در فرآیند تصمیم‌گیری دارد.
- تنوع و خلاقیت: UGC با دیدگاه‌ها و سبک‌های مختلف، محتوای متنوع و جذابی را به برند اضافه می‌کند.

۵- Newsjacking Content محتوای بهره‌برداری از اخبار

محتوای بهره‌برداری از اخبار به استراتژی تولید محتوایی گفته می‌شود که در آن برندها یا تولیدکنندگان محتوا از اخبار و رویدادهای روز و جریان‌های جاری به سرعت استفاده می‌کنند تا پیام خود را با موضوعات داغ و مورد توجه مخاطبان مرتبط کنند.

هدف اصلی این نوع محتوا جلب توجه بیشتر، افزایش دیده‌شدن و به‌دست آوردن سهمی از توجه مخاطبان نسبت به موضوعات روز است.

ویژگی‌ها و نکات مهم محتوای Newsjacking :

- سرعت واکنش بالا: تولید و انتشار محتوا باید خیلی سریع پس از رخداد خبر انجام شود تا از موج توجه و بحث عمومی بهره‌مند شود.
- ارتباط مستقیم با موضوع خبر: محتوا باید به نحوی مرتبط با خبر یا رویداد جاری باشد و پیام برند را به شکلی هوشمندانه در آن بگنجاند.
- خلاقیت و نوآوری: محتوای جذاب، متفاوت و خلاقانه می‌تواند تأثیرگذاری بیشتری داشته باشد و در میان انبوه اخبار دیده شود.
- محدودیت زمانی: فرصت استفاده از این استراتژی محدود است و بعد از گذشت زمان کوتاهی اثرگذاری آن کاهش می‌یابد.

۶- Storytelling Content محتوای داستانی:

محتوای داستانی به نوعی از محتوا گفته می‌شود که از قالب روایت داستان برای انتقال پیام، ارزش‌ها یا اطلاعات استفاده می‌کند.

هدف اصلی این نوع محتوا ایجاد ارتباط عاطفی و انسانی با مخاطب است تا پیام برسد یا موضوع محتوا به شکلی جذاب، ماندگار و قابل فهم منتقل شود.

ویژگی‌های محتوای داستانی:

- ساختار داستانی: معمولاً شامل مقدمه، چالش یا تعارض، اوج و پایان است که مخاطب را درگیر روند داستان می‌کند.
- تمرکز بر احساسات: داستان‌ها با برانگیختن احساسات مثل همدلی، شادی، ترس یا امید، باعث ارتباط عمیق‌تر مخاطب با محتوا می‌شوند.
- شخصی‌سازی پیام: روایت داستان از زبان شخصیت‌ها یا تجربه‌های واقعی باعث ملموس‌تر شدن محتوا می‌شود.
- افزایش یادآوری و تأثیرگذاری: مخاطبان معمولاً داستان‌ها را بهتر به خاطر می‌سپارند و بیشتر تحت تأثیر قرار می‌گیرند نسبت به محتوای صرفاً اطلاعاتی.

۷- Branded Content محتوای برند شده

محتوای برند شده به محتوایی گفته می‌شود که به صورت خاص توسط یک برند تولید یا حمایت می‌شود و هدف اصلی آن ایجاد ارتباط عمیق‌تر با مخاطب، ارتقاء تصویر برند و انتقال ارزش‌ها و داستان برند است.

این نوع محتوا برخلاف تبلیغات مستقیم که بیشتر بر فروش تمرکز دارند، بیشتر بر ایجاد تجربه مثبت و احساسی برای مخاطب متمرکز است

ویژگی‌های محتوای برند شده:

- تمرکز بر داستان و ارزش‌های برند: محتوا معمولاً حول محور پیام‌ها، فلسفه و شخصیت برند شکل می‌گیرد.
- عدم تاکید مستقیم بر فروش: به جای تبلیغ مستقیم محصول، بیشتر روی ایجاد ارتباط احساسی و آگاهی از برند تمرکز دارد.
- کیفیت بالا و خلاقیت: معمولاً با سرمایه‌گذاری بیشتر و کیفیت تولید حرفه‌ای همراه است تا جذابیت و تاثیرگذاری بالایی داشته باشد.
- ایجاد تمایز: کمک می‌کند برند از رقبا متمایز شود و تصویر برند قوی‌تری در ذهن مخاطب شکل گیرد.



با تشکر از همراهی شما

محمد سعید صفایی صادق

