

چک لیست تولید محتوا



چک لیست تولید محتوا – چگونه محتوایی ارزشمند تولید کنیم؟

تولید محتوا یکی از مهم ترین ابزارها در حوزه دیجیتال مارکتینگ محسوب می شود. زیرا به وسیله آن می توان به پیشبرد اهداف در کسب و کارهای آنلاین رسید. قبل از تولید محتوا باید نکات بسیار مهمی را در نظر گرفت. استفاده از چک لیست تولید محتوا می تواند تا حد زیادی به شما در خلق محتوای ارزشمند کمک کند.

تولید محتوا

در دنیای دیجیتال امروز اغلب صاحبین کسب و کارهای آنلاین تصور می کنند که تولید محتوا امری معمولی و غیر تخصصی است و بدون داشتن هیچگونه استراتژی خاصی اقدام به این کار می کنند. در صورتی که داشتن چک لیست تولید محتوا به میزان بسیار زیادی در این مسیر به شما یاری می رساند و به شما در خلق محتوای ارزشمند و مورد نیاز کاربر کمک می کند.

تولید محتوا اصلی ترین و اساسی ترین سلاح در کسب و کارهای اینترنتی است زیرا شما به وسیله آن می توانید برند , محصولات و خدمات خود را معرفی کنید. قبل از اینکه به معرفی چک لیست تولید محتوا و بررسی گام به گام آن بپردازیم به چند مورد اساسی که به کمک آن می توانید استراتژی خود را به خوبی پیاده سازی کنید اشاره می کنیم. نادیده گرفتن هر کدام از این موارد می تواند موجب عدم موفقیت شما در تولید محتوا شود.

نکات پایه ای در تولید محتوا

خوانا بودن محتوا

قابل درک بودن محتوا

عملی و کاربردی بودن محتوا

قابلیت به اشتراک گذاری محتوا

متناسب با علاقه مخاطب

عنوان جذاب



نکات پایه ای در تولید محتوا

خوانا بودن محتوا

حتما برای شما هم پیش آمده که خواندن یک متن برای شما لذت بخش بوده و ارتباط خوبی با آن برقرار کرده اید و بالعکس. رعایت خوانایی در متن می تواند این احساس را به خواننده منتقل کند. شاید برای شما جالب باشد که بدانید بکارگیری کلمات در جای مناسب و رعایت اصول آن مانند نت های موسیقی عمل می کند. زمانی که شما یک موسیقی را گوش می کنید و از آن لذت می برید به این دلیل است که هر کدام از نت های آن در جای مناسب قرار گرفته است. شاید شما هیچ نوع دانش موسیقایی نداشته باشید اما موسیقی با ناخودآگاه شما ارتباط برقرار می کند و آن را تحت تاثیر قرار می دهد. تولید محتوای متنی نیز به همین صورت است. اگر شما کلمات مناسب و خوانایی متن را رعایت کنید مانند نت های موسیقی در ذهن خواننده موثر خواهید بود و خواندن یک متن روان و شیوا تاثیر بسیار مثبتی در ذهن او خواهد گذاشت.

قابل درک بودن محتوا

محتوا باید به گونه ای نوشته شود تا منظور شما توسط مخاطب دریافت و درک شود. اگر محتوا به نحوی تولید شود که مخاطب نتواند پیام آن را دریافت کند می توان گفت که در تولید آن نا موفق بوده اید زیرا مخاطب هیچ گونه پیامی از محتوای شما دریافت نکرده است. برای قابل درک شدن محتوا می توانید از المان های مختلفی مانند تصاویر مرتبط ، ضرب المثل ها ، جملات معروف و ... استفاده کنید. مواردی که نام بردیم از مهم ترین فاکتورها در رساندن مفهوم به شمار می روند که امروزه در اغلب متون شاهد آن هستیم.

عملی و کاربردی بودن محتوا

مخاطبان نیاز به یک محتوای عملی و کاربردی دارند. متأسفانه بسیاری از محتواهایی که در فضای وب و حتی دنیای واقعی در قالب کتاب های مختلف منتشر می شود فاقد این ویژگی هستند. بکارگیری و بیان راهکارها ، آموزش ها و توصیه های تئوری و غیر عملی موجب می شود تا مخاطب محتوای شما را یک محتوای غیر کاربردی و غیر ارزشمند تشخیص دهد.

قابلیت به اشتراک گذاری محتوا

یکی از مواردی که به شدت به انتشار محتوا و به اشتراک گذاری آن کمک می کند این است که محتوا را به نحوی تولید کنید که به راحتی قابلیت به اشتراک گذاری در شبکه های اجتماعی مختلف مانند اینستاگرام ، تلگرام و ... را داشته باشد. به طور مثال می توانید محتوای ویدئویی را در زمان ۱ دقیقه تولید کنید تا ارسال آن در شبکه های اجتماعی و رسانه های مختلف آسان شود. بکارگیری تصاویر در محتوای متنی و خوش رنگ و لعاب کردن آن نیز تاثیر بسیار چشم گیری در افزایش به اشتراک گذاری محتوا خواهد داشت. در ادامه اشاره می کنیم که تولید این گونه از محتواها چگونه می تواند موجب افزایش ترافیک و بازدید وب سایت شما شود. هر چه میزان به اشتراک گذاری محتوا توسط مخاطب بیشتر باشد به این معنی است که محتوای شما از نظر مخاطب ارزش خواندن دارد.

متناسب با علاقه مخاطب

قبل از تولید محتوا باید علاقه مخاطب را بشناسید. شناسایی این علاقه می تواند در مورد حوزه تولید محتوا باشد یا فرمت تولید محتوا. به طور مثال مخاطب شما به حوزه IT علاقه زیادی دارد پس شما باید در این حوزه به تولید محتوا بپردازید. شناسایی فرمت مورد علاقه مخاطب نیز از دیگر مواردی است که باید آن را در نظر بگیرید. تصور کنید که مخاطب محتوای ویدئویی را بیشتر از محتوای صوتی می پسندد. پس باید تلاش و تمرکز خود را بر روی تولید محتوای ویدئویی قرار دهید. شاید برای شما جالب باشد که بدانید ترافیک وب سایت هایی که از تولید محتوای ویدئویی استفاده می کنند تا ۳ بیشتر از دیگر وب سایت هاست و اگر شما قصد دارید به وسیله تولید محتوای ویدئویی اقدام به معرفی محصول یا خدمت کنید احتمال خرید کاربر از شما به میزان ۷۰٪ افزایش پیدا می کند. پس علاقه کاربران را در این دو حوزه شناسایی کنید و سپس به سراغ چک لیست تولید محتوا و به کارگیری اصول مهم در آن بروید.

عنوان جذاب

انتخاب عنوان مناسب در تولید محتوا یکی از مباحث چالش برانگیز است. عنوان باید به نحوی انتخاب شود که بیشترین جذابیت را برای مخاطب داشته باشد. اغلب متخصصین در حوزه دیجیتال مارکتینگ توصیه می کنند که بهتر است عنوان را با یک سوال ، طرح مشکل ، چالش ذهنی و ... شروع کرد. زیرا بکارگیری از

این موارد در انتخاب عنوان و تیتر محتوا می تواند به میزان چشم گیری تعداد کلیک بر روی آن را افزایش دهد. اما فراموش نکنید که نباید به هر قیمتی از عنوان جذاب استفاده کنید. برخی از سایت های زرد و کم ارزش از این ترفند استفاده کرده اند و موجب شده اند تا به مرور زمان لقب "زرد" به آن ها بدهیم. این سایت ها عنوان هایی را برای محتوای خود انتخاب می کنند که در حین جذاب بودن هیچ ارتباطی با محتوا ندارد و فقط برای افزایش تعداد کلیک این ترفند را به کار می برند. پس مراقب باشید. استفاده بجا و متناسب با محتوا را فراموش نکنید.

از کجا شروع کنیم؟



خودتان بنویسید



تبدیل فرمت ها به یکدیگر



ترجمه مقالات و کتب



استخدام نویسنده



باز نویسی محتوا



تولید یک محتوای جامع



استفاده از پیشنهادات گوگل (LSI)



خلاصه کتاب یا مقاله



چک لیست تولید محتوا - از کجا شروع کنیم؟

تولید محتوا نیاز به طی کردن مراحل مختلفی دارد تا بتوانید محتوایی استاندارد و اصولی را تولید کنید. بعد از اینکه به معرفی مهم ترین نکات در تولید محتوا اشاره کردیم نوبت به بررسی چک لیست می رسد که قدم به قدم به شما کمک می کند تا محتوایی ارزشمند را برای کاربران تولید کنید. در این مطلب از صفر تا صد تولید محتوا را بر اساس استانداردها خواهید آموخت.

خودتان بنویسید

بهترین و تاثیر گذار ترین روش برای تولید محتوا این است که خودتان بنویسید. نویسندگان حرفه ای از دانش و اطلاعات خود برای نوشتن استفاده می کنند. اغلب این افراد دارای قلمی شیوا و روان هستند. اگر می خواهید از این روش برای تولید محتوا استفاده کنید و خودتان دست به قلم باشید باید چند نکته مهم را در نظر بگیرید. اولین مورد این است که مطالعه داشته باشید. افرادی که مطالعات فراوانی دارند معمولا بهتر از دیگران می نویسند. دومین نکته ای که باید در نویسندگی به آن توجه داشته باشید این است که اغلب نویسندگان حرفه ای از قوه تخیل خود استفاده می کنند. پس آن را تقویت کنید و در روند تولید محتوا آن را بکار بگیرید.

تبدیل فرمت ها به یکدیگر

در دنیای دیجیتال امروز محتوا فقط به صورت متن نیست و اغلب وب سایت ها در کنار محتوای متنی از فرمت هایی مانند پادکست (فایل صوتی) و ویدئو نیز استفاده می کنند. شما می توانید از این فرمت ها استفاده کنید و محتوای آن ها را به متن تبدیل کنید. روش دیگری که در تبدیل فرمت ها به یکدیگر وجود دارد این است که شما می توانید بعد از گوش دادن به فایل صوتی و یا دیدن ویدئو برداشت خود را از آن مطلب به صورت متن بنویسید.

ترجمه مقالات و کتب

ترجمه مقالات و کتاب های مرتبط یکی دیگر از بهترین روش های تولید محتوا محسوب می شود. شاید این سوال برای شما بوجود آمده باشد که احتمالا غیر از شما چندین نفر دیگر هم اقدام به ترجمه آن کتاب یا مقاله کرده اند و ممکن است ترجمه شما تکراری باشد. در جواب این سوال باید بگوییم که اگر صدها نفر به

طور همزمان اقدام به ترجمه یک متن کنند هیچ کدام از آن ها ترجمه ای تکراری نخواهند داشت. زیرا هر مترجم بر اساس زاویه دید خود به آن موضوع نگاه می کند و همین مساله موجب می شود تا جمله بندی , بیان مطلب و ... در هر ترجمه متفاوت باشد. این مورد یکی از جذابیت های شغل مترجمی است.

استخدام نویسنده

شما برای تولید محتوا می توانید از نویسنده هایی که به صورت فریلنسری فعالیت می کنند استفاده کنید. این افراد معمولا در حوزه های مختلفی می نویسند و این مساله موجب افزایش تجربه آن ها شده است. فریلنسرها می توانند محتوایی مناسب و بر اساس استانداردهای گوگل تهیه کنند.

باز نویسی محتوا

مورد بعدی که جایگاه مهمی در چک لیست تولید محتوا دارد این است که شما می توانید به سراغ محتواهای مرتبط و حتی قدیمی بروید. آن ها را بازنویسی و یا به فرمت های مختلف تبدیل کنید. واقعیت این است که ما در عصر تکنولوژی قرار داریم و هر چند وقت یکبار قوانین , اطلاعات , یافته ها و ... تغییر می کنند. شما با پیدا کردن محتواهای قدیمی می توانید اقدام به بروز رسانی آن ها کنید. تبدیل آن ها به فرمت های دیگر نیز یکی از روش های بازآفرینی آن ها به شمار می رود.

تولید یک محتوای جامع

تولید محتوای جامع و کامل که به آن " مگاپست " گفته می شود یکی از بهترین و تاثیرگذارترین روش های تولید محتوا در وب محسوب می شود. ساختار این نوع از محتوا به گونه ای است که از صفر تا صد یک مطلب را از سرتاسر وب پیدا می کنند و با بازنویسی و در کنار یکدیگر قرار دادن آن ها تبدیل به یک محتوای طولانی و کامل می شود. تولید مگاپست تاثیر مثبتی در افزایش ترافیک وب سایت و بالابردن نرخ ماندگاری کاربر دارد. مگاپست باید به نحوی نوشته شود که کاربر به پاسخ تمامی سوالات خود در آن حوزه برسد و هیچ مطلبی خارج از آن باقی نمانده باشد. به طور معمول این نوع از محتوا کمتر از ۲۰۰۰ کلمه نیست و بیش از ۱۵ زیر عنوان دارد. در این محتوا باید از (LSI) گوگل نیز استفاده کنید. در ادامه به معرفی (LSI) خواهیم پرداخت.

استفاده از پیشنهادات گوگل (LSI)

هر مطلبی را که در گوگل سرچ می کنید در انتهای صفحه با ۸ پیشنهاد توسط او مواجه می شوید. این پیشنهادات که LSI نامیده می شوند سوژه مناسبی برای تولید محتوا به شمار می آیند. زیرا بیانگر نیاز کاربران است و به این معنی است که کاربران درباره این موضوعات نیز سرچ می کنند و به دنبال این مطالب هستند. پس می توانید با استفاده از پیشنهادات گوگل محتوایی را تولید کنید که اولاً مورد نیاز کاربران است دوماً می تواند موجب افزایش ترافیک وب سایت شما شود.

خلاصه کتاب یا مقاله

امروزه افراد به دو دلیل تمایلی به خواندن کتاب ها و مقالات طولانی ندارند. اولین دلیل کم حوصله بودن آن هاست و دومین دلیل مهم کمبود زمان و روزمرگی است. شما می توانید با خلاصه کردن کتاب و مقالات مهم , جذاب و به روز برای کاربران ایجاد جذابیت کنید. وب سایتی تحت عنوان ezine article یکی از منابع خوب برای پیدا کردن مقالات در زمینه های مختلف است که با خلاصه کردن آن ها می توانید یک محتوای جذاب و باب طبع کاربر تولید کنید.

بهترین روش برای انتخاب موضوع در تولید محتوا

ارائه راه حل

متخصص نشان دادن

شناختن آرزوهای مشتری

ارائه یک پیشنهاد ساده

ارائه تجربیات

بررسی، مقایسه و نقد

انجام مصاحبه



بهترین روش برای انتخاب موضوع در تولید محتوا

ارائه راه حل

یکی از دلایل سرچ کردن کاربران در گوگل این است که به دنبال راه حل برای یک موضوع خاص هستند. شما می توانید با پیدا کردن مشکلات در حوزه فعالیت خود اقدام به ارائه راه حل درباره آن ها کنید. به طور مثال شما یک وب سایت در حوزه طراحی سایت دارید. این فعالیت یکی از حوزه هایی محسوب می شود که می توانید مشکلات زیادی را در آن پیدا کنید. پس به شما پیشنهاد می کنیم که با بررسی بیشترین مشکلات و ارائه راه حل برای آن ها باعث افزایش جذابیت محتوا شوید. تحقیقات نشان داده که اگر راه حل ها به صورت ویدئویی و تصویری در اختیار کاربر قرار بگیرد تاثیر گذاری بیشتری خواهد داشت. همچنین کاربر شما را به عنوان یک مشاور خواهد دید که می توانید تمام مشکلات او را در یک موضوع خاص برطرف کنید.

متخصص نشان دادن

بعد از اینکه برای مشکلات کاربر راه حل تعیین کردید در گام بعد باید خود را به عنوان یک متخصص نشان دهید. محتوای خود را به گونه ای بنویسید که فراتر از رفع یک مشکل ساده به نظر برسد. ارائه راهکارهایی فنی و تخصصی می تواند باعث شود که کاربر به دید یک متخصص به شما نگاه کند. این مساله باعث افزایش اعتماد کاربر به شما شده که در گام های بعدی می توانید از این اعتماد در بازاریابی محتوا، محصولات و خدمات سایت نیز استفاده کنید. زیرا یکی از مواردی که می تواند کاربر ساده را تبدیل به یک مشتری وفادار کند افزایش اعتماد در اوست.

شناختن آرزوهای مشتری

شما می توانید آرزوهای مشتری و کاربران را کشف کنید. به طور مثال اگر شما یک وب سایت در حوزه زیبایی و سلامت پوست و مو دارید باید ببینید که مشتریان تان چه آرزویی در این زمینه دارند؟ اغلب کاربران این نوع از وب سایت ها خانم ها هستند که اولین آرزوی آن ها افزایش زیبایی و بهبود سلامت پوست شان است. شما می توانید یک محتوای ارزشمند تولید کنید و به خوبی آن ها را در افزایش زیبایی راهنمایی کنید. در نظر گرفتن عنوان مناسب برای این نوع از محتواها نیز تاثیر بسیار زیادی در افزایش نرخ کلیک خواهد داشت.

ارائه یک پیشنهاد ساده

هر وب سایتی برای رونق کسب و کار خود و فروش محصولات و خدمات نیاز به بازاریابی دارد. بازاریابی محصولات در روش های مختلفی قابل انجام است. اما شما می توانید از پیشنهاد های ساده و ارزان استفاده کنید. تصور کنید که شما در حوزه فروش عطر و ادکلن فعالیت می کنید. در حین تولید محتوا می توانید یک پیشنهاد به کاربر بدهید که نتواند آن را رد کند. اغلب این پیشنهادات به این صورت است: " می توانید برای اطمینان از کیفیت محصولات یک نمونه ۵ هزار تومانی را با پست رایگان از ما دریافت کنید."

این پیشنهاد برای تعداد زیادی از کاربران جذابیت دارد و این مبلغ را به راحتی پرداخت می کنند و اگر محصولات شما واقعا کیفیت بالایی داشته باشد با سفارشات زیادی برای خرید محصول بعد از این پیشنهاد مواجه خواهید شد. زیرا کاربران خرید برخی از محصولات مانند عطر و ادکلن را به صورت اینترنتی انجام نمی دهند و تمایلی ندارند که برای تست یک ادکلن مبلغ زیادی را پرداخت کنند. پس شما با ارسال حجم کم با قیمت بسیار پایین می توانید این اطمینان را به مشتری بدهید که محصولات شما برند و با کیفیت هستند.

ارائه تجربیات

یکی دیگر از مواردی که در چک لیست تولید محتوا از جایگاه ویژه ای برخوردار است این است که شما در حین تولید محتوا از تجربیات خود نیز بنویسید. بکار بردن تجربیات در متن و محتوا موجب می شود که محتوای شما عملی تر و کاربردی تر باشد. زیرا یکی از مشکلاتی که اغلب محتواها دارند این است که غیر عملی و تئوریک هستند و هیچ تاثیری بر رفع مشکل یا پاسخ به سوال کاربر ندارند.

بررسی , مقایسه و نقد

شما می توانید تولید محتوا را به نحوی انجام دهید که به بررسی یا نقد یک محصول بپردازد. به طور مثال وب سایت شما در حوزه فروش محصولات دیجیتال فعالیت می کند. برترین برندها و محصولات پرفروش را انتخاب کنید و شروع به بیان نقاط قوت و ضعف آن کنید. این نوع از نوشتن کمک زیادی به کاربران در انتخاب بهتر محصولات می کند. امروزه اکثر وب سایت های فروشگاه های با محصول نویسی این ایده را پیاده سازی کرده اند و آمار نشان داده که کاربران به بررسی و نقد تند و تیز محصولات علاقه زیادی دارند و فروش را به میزان ۳۰٪ افزایش می دهد.

انجام مصاحبه

افراد مشهور در حوزه فعالیت خود را شناسایی کنید و با آن ها مصاحبه کنید. این نوع از محتوا برای اغلب کاربران جذاب است زیرا تمایل دارند با این افراد بیشتر آشنا شوند. شما می توانید در حین مصاحبه سوالات مختلفی مانند روند پیشرفت کار ، محصولات برتر و بپرسید. معمولا این افراد در حوزه خود صاحب نظر هستند و می توانند بسیاری از موارد را برای شفاف سازی در اختیار کاربران قرار دهند.

تولید محتوا بر اساس استانداردهای گوگل

- ۱ با کلمه کلیدی شروع کنید
- ۲ پارگراف اول بسیار مهم است
- ۳ چگالی کلمات کلیدی را رعایت کنید
- ۴ گوگل از محتوای کمی بیزار است
- ۵ عنوان مقاله را جذاب کنید
- ۶ محتوا باید دارای چیدمان باشد
- ۷ از رسانه های مختلف در محتوا استفاده کنید
- ۸ تصاویر محتوا را بهینه سازی کنید
- ۹ نکات نگارشی را در تولید محتوا رعایت کنید
- ۱۰ لینک دهی داخلی را در محتوا لحاظ کنید
- ۱۱ لینک دهی خارجی را در محتوا لحاظ کنید
- ۱۲ محتوای خود را جمع بندی کنید
- ۱۳ کاربران را تشویق به نظردهی کنید
- ۱۴ دعوت به اقدام را فراموش نکنید
- ۱۵ از دکمه های شبکه اجتماعی استفاده کنید

تولید محتوا بر اساس استانداردهای گوگل

در این بخش از چک لیست تولید محتوا به رعایت نکات فنی و بسیار مهم می پردازیم که رعایت کردن آن ها موجب می شود شما محتوایی متناسب با استانداردها و الگوریتم های گوگل بنویسید. بکار بردن این نکات موجب می شود که شما محتوای خود را سئو کنید. سئو کردن محتوا موجب می شود تا گوگل آن را در رتبه های بالا و در نتایج قابل قبولی قرار دهد و میزان ترافیک سایت شما افزایش پیدا کند.

گام اول – با کلمه کلیدی شروع کنید

طبق تحقیقاتی که در سایت MOZ و Backlinko بر روی کاربرد کلمه کلیدی صورت گرفته مشخص شده است که شروع کردن محتوا با کلمه کلیدی و بکاربردن آن در خط اول می تواند به میزان زیادی در بهبود سئوی محتوا موثر باشد. زیرا گوگل می تواند منظور شما را تشخیص دهد و به سرعت آن را دریافت کند. همچنین بکارگیری کلمه کلیدی در ابتدای متن بر روی کاربران نیز تاثیر مثبتی خواهد گذاشت.

گام دوم – پاراگراف اول بسیار مهم است

پاراگراف اول یکی از مهم ترین و موثرترین بخش ها در تولید محتوا محسوب می شود. یکی از نکات اساسی در چک لیست تولید محتوا این است که پاراگراف اول را به گونه ای بنویسید که به سرعت باعث جذب کاربر شود. متأسفانه هنگامی که دلایل افزایش نرخ خروج را بررسی می کنیم متوجه می شویم که محتوا به نحوی نگارش شده که پاراگراف اول یا چکیده متن نتوانسته مخاطب را جذب کند. برای بهینه کردن این بخش می توانید از یک راهکار مهم استفاده کنید و آن هم این است که تمام محتوا را به صورت چکیده در پاراگراف اول بیان کنید. این کار موجب می شود تا کاربر بداند که قرار است به چه اطلاعاتی دست یابد. پاراگراف اول بین ۵۰ تا ۲۰۰ کلمه است که باید در آن از LSI های گوگل نیز جهت بهبود سئوی محتوا نیز استفاده کنیم.

گام سوم – چگالی کلمات کلیدی را رعایت کنید

میزان استفاده از کلمات کلیدی در محتوا از اهمیت بالایی برخوردار است. استانداردهای گوگل این نکته را بیان می کند که بهترین میزان استفاده از کلمات کلیدی در محتوا بین ۱٪ تا ۲/۵٪ است. اگر کمتر از این میزان از کلمات کلیدی در متن استفاده کنید گوگل محتوای شما را مرتبط با آن موضوع تشخیص نمی دهد

و در نتایج گوگل نمایش داده نخواهید شد و از طرفی دیگر اگر بیشتر از این میزان از کلمات کلیدی در متن بهره ببرید گوگل شما را جریمه می کند و به نفع شما نخواهد بود پس استانداردها را رعایت کنید.

گام چهارم – گوگل از محتوای کپی بیزار است

مورد بعدی که در چک لیست تولید محتوا از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است محتوای دست اول و غیر کپی است. متأسفانه برخی از صاحبین کسب و کارهای آنلاین و افرادی که دارای وب سایت هستند تصور می کنند که کپی کردن مطلب از یک سایت دیگر و قرار دادن آن در سایت خودشان موجب می شود تا علاوه بر پر کردن محتوای سایت بتوانند از اعتبار آن نیز استفاده کنند. در صورتی که این تصور کاملاً اشتباه است. شما نه تنها به اعتبار آن سایت دست پیدا نخواهید کرد بلکه اعتبار خود نزد گوگل را نیز از دست می دهید. کاهش اعتبار تا جایی پیش خواهد رفت که شما به طور کلی از نتایج جستجوی گوگل حذف خواهید شد و یا در خوش بینانه ترین حالت به صفحات ۵۰ به بعد منتقل می شوید.

طبق آمار ۷۰٪ از کاربران حتی بر روی صفحه دوم نیز کلیک نمی کنند و در همان صفحه اول و لینک اول تا سوم به هدف خود می رسند. پس منتقل شدن سایت شما به صفحات عقب تر می تواند برای شما گران تمام شود.

گام پنجم – عنوان مقاله را جذاب کنید

روش های مختلفی در افزایش جذابیت عنوان مقاله وجود دارد که با رعایت آن ها می توانید یک عنوان بسیار جذاب برای محتوای خود در نظر بگیرید. به طور مثال می توانید از کلمات پرسشی ، عدد ، روش ها ، فوری ترین و امثال این ها استفاده کنید. تجربه نشان داده که استفاده از اعداد به صورت حروف در عنوان تاثیر خوبی در افزایش کلیک کاربران دارد. شاید برای شما جالب باشد که بدانید برای کاربران بکار بردن اعداد فرد جذاب تر از اعداد زوج است. همچنین اضافه کردن واژه هایی مانند چگونه و قیمت نیز تاثیر مثبتی بر روی میزان کلیک دارد.

گام ششم – محتوا باید دارای چیدمان باشد

اگر می خواهید کاربر تا انتهای مطلب با شما همراه باشد باید چیدمان صحیحی برای آن در نظر بگیرید. از این شاخه به آن شاخه پریدن و تولید محتوایی شلخته می تواند باعث افزایش نرخ خروج کاربر از سایت شود

که در نتیجه رتبه شما را نزد گوگل تحت تاثیر منفی قرار خواهد داد. در محتوا از عنوان ها و زیر عنوان ها استفاده کنید و متن را به درستی تقسیم بندی کنید.

گام هفتم – از رسانه های مختلف در محتوا استفاده کنید

حتما برای شما هم پیش آمده که وارد یک وب سایت شده اید و بعد از پیدا کردن مطلب دلخواه شروع به خواندن آن کرده اید اما به سرعت خسته شده و از سایت خارج شده اید. از نظر شما چه عاملی باعث این اتفاق شده است؟ یکی از مهم ترین مواردی که موجب می شود تا کاربر حوصله خواندن محتوای شما را نداشته باشد این است که شما متن را به صورت روزنامه وار نوشته و در سایت قرار داده اید. اینگونه از تولید محتوا موجب می شود تا چشم کاربر از خواندن آن خسته شود. پس برای اینکه با کاهش نرخ خروج و افزایش نرخ ماندگاری در سایت مواجه شوید بهتر است از تصاویر ، ویدئوها ، اینفوگرافی ها و ... در بین محتوا استفاده کنید.

استفاده از رسانه های مختلف در محتوا موجب می شود تا کاربر جذب آن شده و زمان بیشتری را برای خواندن متن و دیدن رسانه های مختلف در سایت شما سپری کند. استفاده از تصاویر و ویدئوها باید مرتبط با آن بخش از محتوا باشد تا در رساندن مفهوم نیز عملکرد مناسبی داشته باشید. البته لازم به ذکر است که بهتر است سایز تصاویر به یک اندازه و حجم آن ها کم باشد تا قدم دیگری در چیدمان صحیح محتوا برداشته باشید.

گام هشتم – تصاویر محتوا را بهینه سازی کنید

۳ مورد مهم در در بهینه سازی تصاویر محتوا وجود دارد که به ترتیب به آن ها می پردازیم.

سایز تمام تصاویری که قصد دارید در محتوا به کار ببرید باید یکسان باشد. رعایت سایز مناسب تصاویر موجب می شود تا محتوای شما زیباتر و چشم نوازتر شود و چشم کاربر از خواندن آن خسته نشود. برای تنظیم سایز تصاویر می توانید از نرم افزارهایی مانند فتوشاپ استفاده کنید.

مورد بعدی که در بهینه سازی تصاویر وجود دارد این است که حجم آن ها باید تا حد ممکن کاهش یابد. کاهش حجم تصاویر باید به گونه ای باشد تا کیفیت آن ها تحت تاثیر قرار نگیرد. چند سایت معتبر در این زمینه وجود دارد که می توان به Tinypng.com و Compressor.io اشاره کرد. هنگامی که شما حجم تصاویر را کاهش ندهید باعث بروز چند مشکل اساسی برای خود و کاربران تان خواهید شد.

- اولین مشکلی که به وجود می آید طولانی شدن زمان لود محتواست. واقعیت این است که کاربران بسیار کم حوصله هستند و شاید برای شما جالب باشد که کاربر بیشتر از ۵ ثانیه منتظر لود محتوای شما نخواهد ماند و اگر شما نتوانید به انتظار او سریعاً پاسخ دهید او از سایت خارج شده و نرخ خروج سایت شما افزایش پیدا می کند.
 - دومین مشکلی که به دلیل عدم کاهش حجم تصاویر رخ خواهد داد این است که فضای هاست شما به سرعت پر می شود که این مساله می تواند برای شما ایجاد دشواری کند.
 - و اما سومین مورد مربوط به کاربران است. هیچ کاربری تمایل ندارد تا با دانلود تصاویر پر حجم ترافیک اینترنت خود را از دست بدهد. پس شما باید به فکر کاربران خود نیز باشید.
- در هنگام آپلود تصاویر در محتوا باید به ویژگی Alt آن توجه کنید. بهترین واژه برای در نظر گرفتن و جایگزینی آن در Alt کلمه کلیدی است. هنگامی که شما از کلمه کلیدی استفاده می کنید باعث می شوید تا تصاویر شما در نتایج جستجوی گوگل نیز نمایش داده شوند. برخی از مواقع به دلیل پاک شدن تصویر در هاست ممکن است تصویر در محتوا نمایش داده نشود و زمانی که شما از Alt مناسب برای آن استفاده می کنید این واژه بجای تصویر نشان داده خواهد شد.

گام نهم – نکات نگارشی را در تولید محتوا رعایت کنید

در این بخش از چک لیست تولید محتوا به رعایت نکات نگارشی اشاره می کنیم. مطمئناً هیچ کاربری وجود ندارد که از دید غلط املائی در متن شما خوشحال شود. وجود غلط املائی تاثیر بسیار منفی بر ذهن کاربر خواهد گذاشت. این تاثیر زمانی منفی تر خواهد شد که شما را به عنوان یک متخصص و مشاور شناخته و مطالب زیادی را از وب سایت و محتوای شما آموخته است. پس قبل از انتشار محتوا آن را از جنبه های مختلف ارزیابی و رفع ایراد کنید. ابزارهایی برای رفع اتوماتیک غلط املائی و علائم نگارشی وجود دارد که یکی از بهترین آن ها ابزار " ویراستیار " است. این ابزار بعد از نصب در نرم افزار Word قابل اجراست و شما می توانید محتوای خود را با این ابزار بهینه کنید.

گام دهم – لینک دهی داخلی را در محتوا لحاظ کنید

یکی دیگر از مواردی که در چک لیست تولید محتوا از اهمیت ویژه ای برخوردار است مبحث لینک دهی است. لینک دهی داخلی و خارجی می تواند فواید زیادی را برای شما به ارمغان بیاورد. ابتدا از لینک دهی داخلی شروع می کنیم و در بخش بعد به سراغ لینک دهی خارجی خواهیم رفت.

در لینک دهی داخلی باید عبارات مرتبط را به صفحات دیگر وب سایت تان لینک دهید. به طور مثال یک محتوا در حوزه طراحی سایت تولید کرده اید که واژه " وردپرس " را در آن بکار برده اید و از طرفی دیگر یک مقاله تحت عنوان " وردپرس " نیز در سایت دارید. باید این کلمه را به مقاله مربوطه لینک دهید. وجود ارتباط و لینک های متعدد در محتوا یکی از عوامل جذابیت برای کاربر و گوگل است. این کار نرخ ماندگاری کاربر در سایت را به میزان زیادی افزایش می دهد زیرا به صفحات مختلف هدایت می شود و به مطالب مورد نظر دسترسی پیدا خواهد کرد. توصیه می شود که عبارات لینک شونده را به صورت **bold** و رنگی در بیاورید تا برای کاربر جلب توجه کند.

نکات مهمی در لینک دهی داخلی وجود دارد که می توان به موارد زیر اشاره کرد :

- از لینک دادن عبارات عمومی مانند " ادامه مطلب " , " اینجا را کلیک کنید " و ... استفاده نکنید. در سال های گذشته لینک دار کردن عبارات عمومی تاثیر منفی در سئو نداشت اما امروزه موجب جریمه شما از جانب گوگل خواهد شد.
- از لینک دادن عبارات به صفحات و مقالات غیر مرتبط خودداری کنید. حتما باید کلمه لینک دهنده و لینک شونده دارای ارتباط موضوعی باشند.
- از لینک دار کردن تصاویر غافل نشوید. زیرا خزنده ها و ربات های گوگل تمام لینک های داخلی را بررسی می کنند و هنگامی که از لینک ها به صورت بهینه استفاده کنید موجب افزایش رتبه وب سایت شما نزد گوگل خواهد شد.

گام یازدهم – لینک دهی خارجی را در محتوا لحاظ کنید

لینک دهی خارجی می تواند به میزان چشم گیری در افزایش سئو و رتبه سایت شما موثر باشد. شما می توانید عبارات مرتبط به یک مقاله از سایت خود را به یک سایت خارج از آن لینک دهید. از این جهت نیز موجب افزایش نرخ ماندگاری کاربر در سایت و جلب توجه گوگل شوید. اما لینک دهی خارجی نیز مانند لینک دهی داخلی نکاتی دارد که باید آن ها را در نظر بگیرید :

- از لینک دادن به سایت های غیر مرتبط خودداری کنید. به طور مثال وب سایت شما در حوزه تبلیغات است. شما به هیچ عنوان اجازه ندارید که به وب سایت دیگری با حوزه نجوم لینک دهید. زیرا هیچ ارتباط موضوعی بین آن ها وجود ندارد و این مساله تاثیر بسیار منفی در سئوی سایت خواهد گذاشت.

- به وب سایت هایی لینک دهید که اعتبار بالاتری از سایت شما دارند. لینک دادن به این سایت ها باعث افزایش اعتبار شما خواهد شد. زیرا برای گوگل اینطور معنی می شود که سایت لینک شونده توانسته شما را نزد گوگل تایید کند.
- لینک دادن به منابع خبری و یا سایت های پربازدید مانند ویکی پدیا , یوتیوب و می تواند علاوه بر تاثیر مثبت بر رتبه سایت برای کاربران نیز ایجاد جذابیت کند.

گام دوازدهم – محتوای خود را جمع بندی کنید

همیشه محتوای خودتان را در چند خط پایانی جمع بندی کنید. انجام این کار به ذهن مخاطب نظم می دهد و تمام موارد گفته شده در محتوا را در چند خط دریافت خواهد کرد. از گزافه گویی در متن بپرهیزید و جمع بندی را به صورت نکته وار و خلاصه بیان کنید.

گام سیزدهم – کاربران را تشویق به نظر دهی کنید

گوگل به نحوه و میزان تعامل بین شما و کاربران تان حساس است. تعامل مثبت بین شما می تواند یک امتیاز مثبت تلقی شود. پس می توانید برای افزایش این ارتباط کاربر را تشویق به نظر دهی کنید. روش های مختلفی برای این کار وجود دارد که می توان به طرح سوال در انتهای محتوا اشاره کرد. مطرح کردن سوالاتی در خصوص محتوا و یا نظر خواهی درباره کیفیت محتوا یکی از بهترین راه ها برای افزایش ارتباط میان شما و کاربران است.

گام چهاردهم – دعوت به اقدام را فراموش نکنید

دعوت به اقدام به معنی درخواست از کاربر برای اقدام به انجام کار است. این دعوت به اقدام می تواند در قالب عضویت در سایت , وارد کردن ایمیل , دانلود فایل , خرید محصول و باشد. با انجام این کار می توانید قدم به قدم به هدف اصلی خود یعنی فروش محصولات یا خدمات نزدیک شوید.

دعوت به اقدام را طوری مطرح کنید که کاربر متوجه آن شود. استفاده از دکمه های زیبا , رنگی و بزرگ می تواند باعث جلب توجه کاربر و اقدام او شود.

گام پانزدهم – از دکمه های شبکه اجتماعی استفاده کنید

یکی از راه های افزایش ترافیک سایت و بازدید محتوا این است که کاربران زیادی از طریق شبکه های اجتماعی وارد سایت شما شوند. بدین منظور می توانید با قرار دادن دکمه های اجتماعی در کنار محتوا باعث بازنشر شدن و به اشتراک گذاری محتوا شوید. محتوا را به نحوی تولید کنید که برای کاربر از جذابیت بالایی برخوردار باشد و بتواند به راحتی آن را در هر کدام از شبکه های اجتماعی منتشر کند.

چگونه محتوای خود را ارتقا ببخشیم؟

لینک دهی به محتوا از درون سایت

لینک دهی به محتوا از خارج از سایت

در نظر گرفتن سئوی محتوا

استفاده از نظرات مصرف کنندگان

بررسی های تخصصی توسط شما

راهنمای استفاده از محصول، سیستم یا خدمت

استفاده از مقالاتی تحت عنوان چک لیست

ویدئوها و مصاحبه های آنلاین

مصاحبه با مشتریان و خریداران محصول



چگونه محتوای خود را ارتقا ببخشیم؟

لینک دهی به محتوا از درون سایت

شما می توانید برای ارتقای محتوای مورد نظر از صفحات و مقالات دیگر سایت به محتوای خود لینک بدهید. به طور مثال قصد دارید محتوای "آموزش وردپرس" را ارتقا ببخشید. باید کلمه "آموزش وردپرس" را در مقالات دیگر سایت لینک دار کنید و به محتوای مربوطه متصل کنید. این کار موجب می شود تا رتبه محتوا بهبود پیدا کند.

لینک دهی به محتوا از خارج از سایت

لینک دهی به محتوا از طریق سایت های دیگر نیز امکان پذیر است. راه های مختلفی وجود دارد که شما به وسیله آن می توانید محتوای خود را ارتقا ببخشید. به طور مثال با قرار دادن کلمه کلیدی مربوطه در بخش نظرات وبلاگ ها ، فروم ها ، کامنت ها و و متصل کردن آن به محتوای مورد نظر به هدف خود می رسید.

در نظر گرفتن سئوی محتوا

تمام مواردی که در گام سوم تولید محتوا گفتیم مربوط به سئوی محتوا است. با رعایت آن ها می توانید تا حد بسیار زیادی موجب ارتقای محتوای خود شوید. چک لیست تولید محتوا کمک زیادی به شما در تولید محتوای ارزشمند و بهینه کردن آن خواهد کرد.

استفاده از نظرات مصرف کنندگان

اغلب افراد در هنگام استفاده از یک محصول یا خدمت به صورت اینترنتی دچار سردرگمی می شوند و نمی توانند به راحتی دست به انتخاب بزنند. اما شما با انجام یک کار ساده علاوه بر اینکه محتوای خود را ارتقا می بخشید می توانید موجب کاهش سردرگمی کاربران نیز بشوید و آن هم استفاده از نظر مشتریان در زیر هر محصول یا خدمت است. این روشی است که امروزه اغلب وب سایت های بزرگ ایرانی و خارجی مانند دیجی کالا از آن استفاده می کنند. در این شرایط کاربران با خیال راحت تری اقدام به خرید محصول شما می کنند.

بررسی های تخصصی توسط شما

ممکن است برخی از کاربران به نظرات مشتریان اهمیت ندهند زیرا آن ها را متخصص در این امر نمی دانند و ترجیح می دهند تا فرد سومی به عنوان متخصص به بررسی و تحقیق در آن حوزه بپردازد و بر طبق نظر او اقدام به خرید یا عدم خرید محصول کنند. شما می توانید به عنوان یک متخصص ظاهر شوید و اقدام به بررسی و تحقیق کنید و آن را در اختیار کاربران بگذارید.

راهنمای استفاده از محصول , سیستم یا خدمت

یکی از پربازدیدترین مقالات در اینترنت مربوط به مقالاتی هستند که نحوه و چگونگی استفاده از یک محصول یا سیستم را توضیح می دهند. اغلب کاربران به دنبال یک راهنما هستند تا در نحوه استفاده از یک سیستم آن ها را راهنمایی کند. شما می توانید این کار را در قالب یک محتوای متنی , ویدئویی , موشن گرافی و ... در اختیار کاربران قرار دهید.

استفاده از مقالاتی تحت عنوان چک لیست و فهرست

استفاده از چک لیست و فهرست در هنگام انجام کار به ذهن انسان نظم می دهد. شما می توانید از این روش برای افزایش بازدید و همچنین ارتقای محتوای خود بهره ببرید. به طور مثال چک لیست تولید محتوا , چک لیست طراحی سایت و کمک زیادی به افراد در حوزه های مختلف می کند .

ویدئوها و مصاحبه های آنلاین

ویدئوها و مصاحبه های آنلاین " Live " از جذابیت زیادی نزد کاربران برخوردار است. شما با انجام مصاحبه با افراد مشهور و یا متخصص در حوزه کاری خود و قرار دادن آن در وب سایت می توانید به میزبان چشم گیری موجب ارتقای محتوا و افزایش ترافیک سایت خود شوید.

مصاحبه با مشتریان و خریداران محصول

این روش برای وب سایت های فروشگاههای تاثیر بسیار مثبتی به همراه خواهد داشت. شما می توانید مصاحبه ای با چند مشتری و خریدار محصول ترتیب دهید و فیلم یا متن آن را در وب سایت بارگزاری کنید. یکی از نکات مهم که موجب افزایش محبوبیت، اعتماد و رتبه شما نزد کاربران می شود این است که با یکی از مشتریان معروف مصاحبه کنید. امروزه برخی از کسب و کارهای آنلاین اقدام به اهدای یکی از محصولات خود به یک شخص مشهور می کنند و سپس نظر آن شخص را به عنوان مشتری در سایت قرار می دهند.

بهترین ایده ها برای تولید محتوا

نشان دادن انجام مراحل یک کار

پرسش و پاسخ در یک زمینه خاص

ارائه نمودار و اطلاعات

گزارشی از رویدادهای حوزه فعالیت

تحلیل شرکت ها , اشخاص و سایت های دیگر

برگزاری وبینار

ارائه اعتقادات شخصی در یک موضوع خاص

ارائه داستان های جذاب

ارائه آزمون های آنلاین

محاسبه هزینه و تعرفه



بهترین ایده ها برای تولید محتوا

نشان دادن انجام مراحل یک کار

برای انجام برخی از کارها نیاز محتوای آموزشی در جهت نشان دادن مراحل کار داریم. یکی از ایده هایی که می توانید برای تولید محتوا در نظر بگیرید این است که یک کار مربوط به حوزه فعالیت خود در نظر بگیرید و شروع به توضیح مراحل انجام آن کنید. به طور مثال وب سایت هایی که در حوزه تعمیرات فعالیت می کنند می توانند یک مقاله جامع و کامل در مورد سرویس کولر گازی تهیه کنند و در وب سایت قرار دهند. استفاده از تصاویر مناسب و مرتبط می تواند موجب ارتقای محتوای شما شود.

پرسش و پاسخ در یک زمینه خاص

وب سایت شما در چه موضوعی فعالیت می کند؟ یکی از پرطرفدارترین و پرکاربردترین حوزه ها را انتخاب و شروع به پرسش و پاسخ های مشتریان کنید. این سوالات می تواند به صورت ویدئو و وبینار و در قالب پرسش های متداول شکل بگیرد. ارائه وبینار موجب می شود تا شرکت کنندگان در بحث مشارکت کنند و سوال های خود را بپرسند. با انجام این کار میزان تعامل بین شما و کاربران به میزان زیادی افزایش پیدا خواهد کرد.

ارائه نمودار و اطلاعات

ارائه نمودار ، اینفوگرافی و تحقیقات تخصصی یکی دیگر از ایده های تولید محتوا به شمار می رود که موجب جذب کاربر خواهد شد. وجود اطلاعات بصری مانند اینفوگرافی ، تصویر و ویدئو به طرز چشم گیری باعث افزایش مدت زمان ماندگاری کاربر در سایت می شود. شاید برای شما جالب باشد که بدانید یکی از معیارهای رتبه بندی گوگل برای وب سایت ، نحوه بازخورد کاربر است. هنگامی که کاربر محتوای شما را ارزشمند تلقی کند و مدت زمان زیادی را در سایت شما بگذراند گوگل نیز محتوای سایت شما را ارزشمند تشخیص داده و جایگاه آن را ارتقا می بخشد.

گزارشی از رویدادهای حوزه فعالیت

اگر شما یک وب سایت در خصوص فناوری و دیجیتال دارید می توانید اقدام به ارائه گزارش از رویدادهای مختلف کنید. به طور مثال نمایشگاه الکامپ یکی از رویدادهایی است که به طور سالیانه برگزار می شود. شما باید از این رویداد محتوای مختلف به صورت متن ، ویدئو و تصویر منتشر کنید. این نوع از محتواها برای کاربر ایجاد جذابیت می کند. علاوه بر این می توانید از فعالیت سازمان خود و اتفاقاتی که به مربوط به آن است گزارش تهیه کنید و در سایت قرار دهید.

تحلیل شرکت ها ، اشخاص و سایت های دیگر

یکی از مواردی که می تواند به عنوان یک خوراک برای تولید محتوا در نظر گرفته شود این است که شما اقدام به تحلیل شرکت ها ، اشخاص و سایت های مختلف کنید. به طور مثال می توانید یک متن ، مصاحبه ، ویدئو یا موشن گرافی از دلایل موفقیت یا شکست سایت ها و شرکت های بزرگ در دنیا تهیه کنید. میزان استقبال و کلیک بر روی این نوع از محتوا توسط کاربر زیاد است.

برگزاری وبینار

وبینار واژه جدیدی در دنیای فناوری به شمار می رود. زیرا از ترکیب دو واژه " وب " و " سمینار " تشکیل می شود. به عبارتی دیگر وبینار به سیمینارهای اینترنتی اطلاق می شود که محبوبیت زیادی در بین مخاطبین و کاربران پیدا کرده است. می توانید در حوزه تخصصی خود اقدام به برگزاری وبینار کنید و بعد از پایان آن را به صورت یک فایل رایگان و یا متن در سایت آپلود کنید. تصور کنید که شما صاحب یک سایت در حوزه وب هستید. با برگزاری وبینار می توانید علاوه بر افزایش تعامل با کاربران به پرسش و پاسخ و رفع اشکالات آن ها نیز پردازید.

ارائه اعتقادات شخصی در یک موضوع خاص

با انتخاب یک مبحث پر چالش و اظهار نظر شخصی درباره آن با موجی از نظرات و تعاملات جدید روبرو خواهید شد. ارائه عقاید شخصی می تواند به صورت یک فایل صوتی ، ویدئویی یا متن باشد که در نهایت از مخاطبین می خواهید که نظرات خود را در خصوص این فایل بیان کنند.

ارائه داستان های جذاب

از قدیم الایام داستان جذابیت بالایی برای انسان داشته است. امروزه نیز از جذابیت داستان کاسته نشده و شما با داستان سرایی و قصه گویی می توانید به شدت باعث جذب مخاطب و ارائه نظرات آن ها شوید. در اغلب وب سایت های بزرگ از داستان سرایی در صفحه درباره ما استفاده می کنند و روند تشکیل سایت خود را بیان می کنند.

شما می توانید از این ویژگی در خصوص معرفی افراد مختلف سازمان تان , افراد مشهور در آن حوزه و ... نیز استفاده کنید. همچنین ارائه محتواهای انگیزشی و الهام بخش نیز در این دسته قرار می گیرد که به شدت مورد علاقه کاربران است.

ارائه آزمون های آنلاین

آزمون های آنلاین در برخی از سایت ها باعث افزایش ترافیک آن خواهد شد اما این روش در تمام وب سایت ها قابل پیاده سازی نیست. به طور مثال اگر شما صاحب یک وب سایت در حوزه روانشناسی هستید می توانید تست های مختلفی را در حوزه افسردگی , شادی و ... در سایت بارگزاری کنید و نتیجه آن را بعد از اتمام آزمون در اختیار کاربران قرار دهید. درگیر شدن کاربر با آزمون و زمانی که برای آن خواهد گذاشت یکی دیگر از عوامل بالا بردن ماندگاری او در سایت به شمار می رود.

محاسبه هزینه و تعرفه

شما با توجه به نوع فعالیت خود می توانید لیستی از قیمت , هزینه و تعرفه های مرسوم ارائه دهید. آگاهی از قیمت و مقایسه تعرفه های مختلف برای کاربران جذاب است. یک جدول تهیه کنید و این موارد را در آن پیاده سازی کنید.

نویسنده : نگین حبیب زاده

کارشناس و مدرس دیجیتال مارکتینگ

Neginhabibzadeh7@gmail.com

گرافیکست : مجبوه پیروز

m.pirouz1989@gmail.com