



نکاتی برای کمک به بهبود محتوا برای بازاریابی اعلان های دیجیتالی

در مورد کمپین های بازاریابی دیجیتال محتوا مهم ترین عامل در اعلان های (نماد) دیجیتالی است که رویکرد استاندارد برای ارتقای کسب و کار مردم است. برای صاحبان کسب و کاری که در حال برنامه ریزی برای نصب اعلان و برای توسعه دهندگان که محتوا را برای اعلان های دیجیتالی آماده می کنند، ضروری است که برخی حوزه های تمرکز را بدانند تا بهترین بازده را از صفحه نمایش خود دریافت کنند.

ایجاد محتوا برای اعلان های دیجیتال

در حالی که برنامه ریزی برای ایجاد محتوای جذاب و پرهزینه برای نمایشگرهای دیجیتال، بسیار مهم است شما باید یک رویکرد استراتژیک برنامه ریزی شده برای آن داشته باشید. صفحه نمایش دیجیتالی؛ که امروزه بسیار رایج است در صورتی در کانون توجه قرار خواهد گرفت که حداقل برای مدتی برای بیننده جذاب و منحصربه فرد باشد؛ بنابراین، تنها با محتوای شگفت انگیز آن، شما فرصتی را برای جلب توجه مشتری به سمت نام تجاری و کسب و کار خود دارید. راهنمایی های بعدی برای کسانی است که می خواهند این انحصار و خلاقیت را برای تلاش های تبلیغاتی دیجیتال خود به ارمغان بیاورند.

• فقط حقایق را بگوید

محتوای صفحه اعلان دیجیتال شما باید واقع‌گرایانه و بر اساس حقایق باشد. متقاعد کردن مردم بدون حقایق و آمار در عصر ارتباطات بسیار مشکل است؛ بنابراین، محتوای تبلیغی شما در صفحه‌نمایش دیجیتال باید در پرتو این نیازها برنامه‌ریزی شود. برای به دست آوردن نمونه‌های خاص و به‌طور مؤثر استفاده از آن‌ها باید تحقیقات فشرده بازار انجام داد. محتوای برنامه‌ریزی بر اساس شرایط بازار، خواسته‌ها و ویژگی‌های مشتری مطمئناً میزان دسترسی شما را افزایش می‌دهد.

• تقاضا را درک کنید

همان‌طور که در بخش قبل ذکر شد باید وضعیت بازار را در صنعت طاقت‌فرسای خود مشخص کنید. در هر صورت، تقاضای مصرف‌کنندگان با نیاز خاصی از وضعیت که تنها با محصولات و خدمات مناسب می‌تواند رضایت‌بخش باشد، اتفاق می‌افتد؛ بنابراین، با در نظر گرفتن مناسب‌ترین راه‌حل روی صفحه‌نمایش دیجیتال برای جلوگیری از تقاضای بازار، شما مطمئناً ارزش نام تجاری خود را افزایش می‌دهید. هنگامی که مصرف‌کنندگان آینده‌نگر بتوانند راه‌حل مناسب برای نیازهای خود را پیدا کنند قطعاً آن‌ها را متوقف خواهند کرد و تصمیم می‌گیرند تا کسب‌وکار شما را بررسی کنند.

• وضوح اطلاعات

هر چیزی که می‌خواهید در صفحه دیجیتال خود به اشتراک بگذارید باید به وضوح مشخص باشد. اطمینان حاصل کنید که کوتاه، قابل فهم و خلاقانه به نظر می‌رسد. دقت اطلاعات به اشتراک گذاشته شده نیز ضروری است. نکته‌ای که هر کسی که از آن عبور می‌کند، صبر و حوصله است که از طریق اظهارات طولانی و دل‌نشین شما برای ارج نهادن به پرونده شما را بخواند. نظرات طولانی نه تنها تمایل به بینندگان خسته‌کننده است، بلکه به‌طور کامل قابل فهم نیست که شما پیام خود را در معنای حق خود قرار دهید. وضوح قطعاً این سردرگمی را از بین می‌برد.

• استفاده از تصاویر

فقط تصویر نیست، اما شما حتی می‌توانید از تایپوگرافی، شبیه‌سازی‌ها یا هر چیز دیگری برای نشان دادن پیام خود به صورت تصویری روی دیجیتال استفاده کنید. این نمایش تصویری از پیام شما با اشتیاق پذیرفته خواهد شد وقتی که سعی می‌کنید از طریق این رسانه بازاریابی کنید. تصورات خیالی می‌تواند متناسب با متن‌های متنوع‌تر و جذاب‌تر باشد. هنگامی که مشتریان بالقوه یک عکس را مشاهده می‌کنند و می‌توانند آن را با ارزش خود مرتبط سازند، می‌توانند یک تصویر پایدار در ذهن خود ایجاد کنند.

• استفاده از ویدئوها

همان‌طور که می‌دانیم، سال‌هاست که مردم ترجیح می‌دهند به جای متن نوشته‌شده ویدئو ببینند. امروزه همه چیز به‌طور مؤثر از طریق فیلم‌ها و منوهای دیجیتالی به دست مردم می‌رسند. مردم ترجیح می‌دهند ویدئو ببینند و اگر شما بتوانید پیام خود را به صورت یک ویدئو جذاب به مردم تحویل دهید، ممکن است نتایج بالقوه شما سریع‌تر باشد. باین حال، محتوای ویدئو باید بسیار هیجان‌انگیز، مرتبط و منحصر به فرد برای افراد باشد.

• کیفیت مهم‌تر از کمیت

هنگامی که مصرف‌کنندگان سعی می‌کنند محصولات یا خدمات را خریداری کنند، در درجه اول از کیفیت آن‌ها نگران هستند. با توجه به برقراری ارتباط با مصرف‌کنندگان از طریق علامت‌های دیجیتال، شما باید این قانون طلایی را در ذهن داشته باشید. در صورتی که محصولات شما از کیفیت بالا برخوردار باشند از صفحه‌نمایش علامت دیجیتال انتظار می‌رود یک پاسخ خوب مصرف‌کنندگان بالقوه مشاهده شود. نه فقط کیفیت محتوا، شما همچنین باید کیفیت محصولات وعده داده شده و خدمات را نیز حفظ کنید تا در رقابت باقی بمانید.

• مشارکت مستمر

مشارکت مستمر با نام تجاری و محصولات شما کلید موفقیت در بازاریابی دیجیتال است؛ بنابراین، شما باید وقت خود را برای ارتباط با مشتریان آینده‌نگر خود از طریق رسانه‌های اجتماعی، تلفن و سایر موارد دیگر، مورد استفاده قرار دهید. با برقراری ارتباط با مصرف‌کنندگان از طریق رسانه‌های اجتماعی و دیگر کانال‌های زنده، شما آن‌ها را در مورد آخرین محصولات و پیشنهادهای باخبر نگه می‌دارید. با دیدن محتوای چشمگیر و متفکرانه از طریق تمام

رسانه‌های مختلف در مورد شما، آن‌ها قطعاً می‌خواهند با شما مجدداً خریداری و خرید کنند. کارشناسان می‌گویند ارتقاء متقابل پلت فرم بهترین استراتژی برای بازاریابی کسب‌وکار در حال حاضر اگر شما می‌خواهید برای موفقیت.

• راه‌کارهای تصویری مهم‌تر از تبلیغات

نشانه‌های دیجیتال باید برخی از راه‌حل‌ها را برای مصرف‌کنندگان که مقاصد خاصی دارند، ارائه دهد. با دانستن دقیق آنچه مخاطبان موردنظر شما می‌خواهند، می‌توانید گزینه‌های مختلف در صفحه‌نمایش علامت‌های نشان داده‌شده را نشان می‌دهد و به شما کمک می‌کند تا کسب‌وکار خود را به‌عنوان یک منبع معتبر از بهترین راه‌حل برای آن‌ها پیدا کنید. با در نظر گرفتن راه‌حلی که آن‌ها در ذهن دارند، مشتریان فوراً به نام تجاری شما جذب خواهند شد.

• ارتباط (مربوط بودن، ربط داشتن)

توسعه‌دهندگان محتوا و صاحبان کسب‌وکار باید قبل از انتشار در مورد ارتباط محتوای تولیدی خود سؤال کنند. شما باید در هنگام ایجاد محتوا به مشتریان توجه داشته باشید. فقدان ارتباط تنها با مشتریان بالقوه خود نادیده گرفته می‌شود. این مسئله فقط منجر به از بین بردن پول، منابع و زمان خواهد شد. این یک ایده عالی است که به دنبال یافتن نظرات چندین نفر از گروه هدف خود باشد و در صورت امکان، قبل از ارسال، ارتباط محتوای را داشته باشد.

بعضی از نکات محتوای مهم دیگر که توسط کارشناسان پیشنهاد شده است عبارت‌اند از:

- ایجاد محتوای دوستانه خانوادگی
- استفاده از شخصیت‌های شناخته‌شده و تصاویر آشنا
- اجرای یک مکانیسم بازخورد نیز برای ایجاد محتوای تعاملی

درنهایت، همیشه باید این واقعیت را به خاطر داشته باشید که بازاریابی بر روی پلت فرمی در حال تحول و مبتنی بر ایده‌های خلاقانه حرکت می‌کند. کپی‌برداری ساده از استراتژی‌های دیگران ممکن است به معنای فقدان خلاقیت است، بنابراین شما می‌توانید به آن فکر کنید و ایده‌های جدید و شکل تازه‌ای از استراتژی‌های مرسوم را به‌طور

منحصربه‌فرد ارائه نمایید. پس نگران آزمون محتوای خود در تبلیغات اعلان‌های دیجیتالی نباشید، اما باید فوراً به دنبال واکنش‌ها حرکت کنید تا زمانی که یک استراتژی جدید را امتحان می‌کنید، تغییرات لازم را نیز اعمال کنید.

weblogibc-co.com