



چک لیست تقویم محتوایی

برای آشنایی با بازار یابی میتوانید از چک لیست زیر استفاده بکنید:

تعیین هدف تقویم محتوایی:



تعریف هدف اصلی (رشد / فروش / برندینگ)
مشخص کردن KPI های قابل اندازه گیری
تعیین بازه زمانی (ماهانه یا فصلی)
هماهنگی هدف با استراتژی کسب و کار

شناسایی پرسونای مخاطب:



تحلیل سن، جنسیت و موقعیت جغرافیایی
بررسی نیازها و مشکلات اصلی مخاطب
شناخت رفتار مصرف محتوا
تعیین سطح آگاهی مخاطب (Awareness Level)

استخراج ستون های محتوایی (Content Pillars):



تعیین موضوعات اصلی برند
دسته بندی موضوعات آموزشی و تبلیغاتی
تعریف محتوای سرگرم کننده یا انگیزشی
هماهنگی ستون ها با قیف فروش

انتخاب فرمت های محتوا:



انتخاب بین ریلز، پست و استوری
تعیین نوع مقاله یا وبلاگ
طراحی محتوای ویدئویی یا تصویری
هماهنگی فرمت با پلتفرم انتشار

زمان بندی انتشار محتوا:



تعیین بهترین زمان پست گذاری
توزیع محتوا در طول هفته
جلوگیری از انتشار نامنظم
بررسی رفتار مخاطب در زمان های مختلف



arsanet.agency



arsanet.org

آژانس دیجیتال مارکتینگ آرسانت
Digital marketing agency



چک لیست تقویم محتوایی

برای آشنایی با بازار یابی میتوانید از چک لیست زیر استفاده بکنید:

هماهنگی با کمپین ها:



اتصال تقویم به کمپین های فروش
هماهنگی با مناسبت ها و رویدادها
برنامهریزی برای لانچ محصولات
همر استایی با تبلیغات فعال

بررسی منابع تولید محتوا:



تعیین مسئول تولید محتوا
بررسی توان تیم طراحی و نویسندگی
مدیریت ابزارهای تولید محتوا
برنامهریزی منابع خارجی در صورت نیاز

تحلیل رقبا:



بررسی نوع محتوای رقبا
تحلیل نقاط ضعف و قوت آنها
شناسایی فرصت های محتوایی
الهام گیری بدون کپی برداری

بررسی عملکرد محتوا:



تحلیل نرخ تعامل (Engagement)
بررسی بازدید و Reach
تحلیل Save و Share
شناسایی محتواهای موفق

بهینه سازی تقویم:



حذف موضوعات کم بازده
اضافه کردن موضوعات ترند
اصلاح زمان بندی انتشار
به روز رسانی ماهانه استراتژی



arsanet.agency



arsanet.org

آژانس دیجیتال مارکتینگ آرسانت
Digital marketing agency

