



## Chapter 3 - What kinds of businesses should use content marketing?

إن تسويق المحتوى هو استراتيجية مع مزايا وعيوب فتناسب بعض الشركات ولا تناسب بعضها الآخر، وما سنتحدث عنه لاحقًا في هذا الفصل سيساعدك في بعض جوانب عملك لتحديد ما النهج المناسب لك كي تتبعه، ومعًا سنستكشف بعض نماذج الأعمال التي تميل إلى الاستفادة منها في أي حملة تسويقية والوصول بواسطتها لأرباحك المرجوة.

### •المنتجات الرقمية:

إنها مثل الدورات عبر الإنترنت والمجتمعات الإلكترونية القوالب الجيدة مع تسويق المحتوى لها إذ إنها سهلة الاستخدام ويمكنها التمدد والتقليص (تغيير الحجم)، يمكن للمنتجات الرقمية إضافة قيمة كبيرة للعمليات وتكلفة إعدادها قليلة جدًا وهذا ما يسمح لك في التركيز بأمور العمل الأخرى وتركها تكسبك النقود من بعد ترويج واحد لها على صفحتك الرئيسية (الدورات التدريبية المتاحة كتجربة والعضوية للحصول على خصم من سعر الإشتراك في الدورات القادمة أو حتى خصم على سعر الجلسة الاستشارية (التي مضمونها سؤال وجواب) و أولوية تذكير لأصحاب العضوية بالحجز المسبق للمنتجات قبل نزولها لسوق).

إن المنتجات الرقمية هي أيضًا وسيلة لتسويق بالمحتوى لأنه بوسعها الوصول لأي مكان وفي أي وقت، وستحصل منها على جمهور عالمي دون قلق بشأن الشحن وتكلفة التخزين، وهناك ستجني إيرادات متكررة من عملاءك عندما يدفعون على أساس شهري أو ربع سنوي أو سنوي لبرامج تقدمها أو عضوية عبر الإنترنت أو خدمة ما، إن ما يميز هذا النوع من الأعمال إنه يبقي عملاءك متطوعين دومًا لجديدهم ومبادرين بالخطوة الأولى؛ لكن هناك خطر واحد يهدد هذا الاستثمار إنه (إلغاء الاشتراك) من قبل أي عميل وبذلك تخسر مساهمًا.

تعرف معظم برامج مقدمي الخدمة (SAAS) ويقضون الكثير من الوقت في محاولة لتقليل نسبة إلغاء الاشتراك من خدمة ما، لكن لا تقلق ففوة التسويق بالمحتوى إنه بإمكانك إضافة مزايا باستمرار لعملاءك الحاليين بالإضافة إلى عملاءك المحتملين، من خلال إنشاءك لمحتوى يساعد العملاء على أن يكونوا أكثر نجاحًا (إما عند



استخدام منتجك أو في مجالات حياتهم أو من أعمال تجارية) أي إنك بهذا تشجع عملاءك على الالتزام.

فالمحتوى الجيد يحفز العملاء على الاستمرار معك عند البدء في استخدام منتجات SAAS والمجتمعات عبر الإنترنت، ويمكنك إرسال بعض من محتواك الأكثر فائدة إلى إيميل عملاء عشوائيين من خلال Bootcamp لتقدم إليهم نبذة جذابة عن كم المعرفة الذي سوف يستقونه منك وتذكر بأن ترسلها بصورة دوية تلقائية فعندها ستعزز روابط التقارب بينك (رائد العمل) وبين(العملاء المحتملين) ليصبحوا عملاءً دائمين وتقل احتمالية مغادرتهم محيطك.

#### • عملاء ذا قيمة عالية:

تقاس قيمة حياة منشأتك بالعلاقة التي تجمع بين عملاءك وبينك، في بعض الأحيان يمكن أن يعني هذا شراء منتج معين بصورة متكررة أو ربما شراء العديد من المنتجات في فترة زمنية تتكرر (كالشراء الشهري)، وإنشاءك لمحتوى جيد هو ورقتك الراححة فعادة ما تأتي قيمة عالية تعود لك مع الإيرادات المتكررة أو من بين منتجات منخفضة السعر بين (1-7 دولار) إلى المرتفعة للغاية في السعر (الآلاف وبين عشرات الألو) إن قرار الشراء الكبير لا يحدث عبثًا من العميل بل نتيجة لإنجذابه للمنتج عبر محتواك المنشور، الثقة المتبادلة بينك وبين عملاءك يعود لتعزيها المحتوى الذي أنشأته وأيضًا سيخففهم ذلك المحتوى عن خدماتك التي تقدمها ومجالات علامتك التجارية، كله سيظهر لعملاءك مدى كفاءتك وخبرتك الذي سوف يستفيدون بدورهم منها.

عليك بفهم قيمة عمر عملاءك فهذا يتيح لك أن تكون أكثر سخاءً معهم من خلال المحتوى الذي ستقدمه لهم في المراحل المبكرة من مبيعاتك، فإذا رأيت فرصة جيدة لبيع منتجاتك الأكثر ربحية ففعلها.

#### • الأعمال الذي تستفيد من تعليم زبائنهم:

إن تثقيف العملاء الخاصين بك من خلال المحتوى الذي تقدمه ويساعدهم على فهم أسباب مشاكلهم وطرق حلها أمر شائع في B2B (الأعمال التجارية لرجال الأعمال) ومع ذلك يوجد تعليم تقدمه لزبائن تدعى ب B2C (الأعمال التجارية للمستهلك) والعلامات التجارية يمكن أن تستفيد من إنشاء المحتوى أيضًا.

قام دانيال جالي من شركة Nolah Mattres بصنع محتوى لمساعدة الناس على اتخاذ قرار صحيح عند شراء فراش (مراتب السرير) عبر الإنترنت لأول مرة فهو يدرك إن معظم جمهوره يشترون الفراش لأول مرة عبر الإنترنت قد يكون مترددًا، يوفر في هذا الرابط

[/http://nolahmattress.com](http://nolahmattress.com)

معلومات رائعة للمساعدة في توجيه المستهلك من خلال الوصول السريع لشراء الفراش من الانترنت، وهو محتوى مفيد حتى لو لم يتخذ القارئ خطوة الشراء في النهاية.



كيت Galliett من الصحة لحياة حقيقية [/http://fitforreallife.com](http://fitforreallife.com)

هو موقع على الانترنت للياقة البدنية وبه مدرب متنقل حيث تساعد الناس على التعافي من الأوجاع المزمنة والالام فتمكنه من الحركة واللعب كما كانوا صغاراً مرة أخرى، ستجد في الرابط مقالات تنشر بانتظام وفيديو به تمارين مفيدة للمشاكل المشتركة كتنصلب الفقرات العظمية، منشوراتها قد جلبت الوعي لعملها حتى لو لم تجلب المبيعات لها بشكل مستمر.

إيمي كازين من من <https://primalpitpaste.com> /Primal Pit

هي شركة مزيل عرق طبيعي، تثقف الجمهور من خلالها عن الآثار الصحية نتيجة المكونات الاصطناعية في منتجات العناية الشخصية توضح بعض سلبيات العلامات التجارية الكبرى إذ تتنافس معهم من خلال إظهار ما يمكنهم تقديمه لجمهور يبحث عن منتجات صحية وتجذبهم لشراءها.

يمكن أن يستفيد جميع أنواع المدربين والاستشاريين من وجود محتوى يخبر قصصه وخبراته الخاصة ويشجع جمهوره على مشاركتها في التعليقات أسفل المدونات المنشورة، إن هذا يزل على إنشاء محتوى يظهر لعملهم المستهدف كيفية الحصول على نتائج مرضية مما يوفره كمنتجات وخدمات هذه المشاركات السخية تعزز علاقتك بعملاءك المحتملين وتجعلهم دائمي الشراء منك أو متفاعلين معك بكثرة.

#### • أعمال محلية:

غالبًا ما تكون الشركات المحلية التي تعتمد على جمهور محلي محدودة في خياراتهم لتسويق المحتوى إذ يتم تقليل القوالب المعروضة لتركيز على استهداف الجمهور المحلي في منطقة بعينها؛ لكن السياحة لها وضع مختلف إذ يمكن للشركان التي تعمل في مجال السياحة إنشاء محتوى لمساعدة السياح القادمين للمنطقة على تسهيل خطط إقامتهم بعرض مزايا متنوعة تناسب ميزانياتهم وطرح أنشطة ترفيهية يمكن أن يرونها قبل مغادرتهم، هذا النوع من المحتوى يُدشن إنطلاقته أمام المستهلك معتمدين في ذلك على اختيار التوقيت المناسب.

#### • الخلاصة:

إذا كان عملك لا يتناسب تمامًا مع قالب تسويق المحتوى فهو كذلك، فانتقل إلى قالب يناسب عملك أكثر ولتدرك دومًا إنه بإمكانك تغيير المسار، على سبيل المثال كانت (كيت Galliett تمتلك صالة رياضية بها طابات وأنقال معدنية وكان لديها قاعدة عملاء محلية قوية لكنها لم تشعر بالرضا التام بسبب محدودية نطاق عملها لتغلق الصالة الرياضية وتتخذ اتجاهًا جديدًا وبمرور الوقت طورت ما يلي عبر الإنترنت <http://fitforreallife.com>

ليحل محل صالته الرياضية قديمًا تمرين شخصي يقابل العميل والأن يصل إليها العديد من العملاء الجدد من مدونتها المنشورة أو مقاطع الفيديو التي تشاركها.

