

image not found or type unknown



Какая бы деятельность нас не сопровождала, если мы хотим продвинуть ее в массы, то обязаны уметь управлять своим контентом и донести информацию до человека, чтобы он хотел ею воспользоваться.

Эту тему я выбрала неспроста, т.к. она будет меня касаться всю мою ближайшую жизнь, я хочу продвигать свой блог, свой магазин и вскоре создать собственный интернет-магазин в направлении женской и мужской одежды.

В данном эссе мы поговорим о том, для чего-же нам нужен контент, что такое аудит, seo-оптимизаторы, о современных площадках, об актуальности контента (в ходе приведу статистику и пример).

Контент – все, что может присутствовать на сайте: текст, изображения, аудио, видео и прочие файлы. Мы можем их использовать в различных целях: изучение, прослушивание, скачивание.

Постоянное наполнение контентом наш сайт, дает ему «жизнь», актуальность наших материалов – лучшее условие успешной раскрутки. Все новое и интересное – выходит в тренд и набирает большую популярность, повышают запросы в поиске.

Важно, чтобы пользователь не забывал о «тебе», проявлял интерес к твоему контенту, делился и помогал узнать другим о твоем сайте, но так будет только в одном случае: если это полезно или интересно!

Сейчас существуют множество платформ и площадок для твоего личного контента, начиная от Instagram и заканчивая TikTok'ом. Компании продвигают свой товар, блогеры свои услуги рекламы, все это друг с другом взаимодействует, но с помощью правильно подобранного контента.

Поговорим немного о самом контенте, как вычисляются ошибки и уникальность:

Аудит контента – процедура анализа наполнения сайта, в ходе такого анализа специалисты могут выявить и исправить существенные ошибки, повторы, ликвидировать нехватку информации. Например, юрист проверит тексты на соответствие законодательству, копирайтер – на грамотность и стилистику.

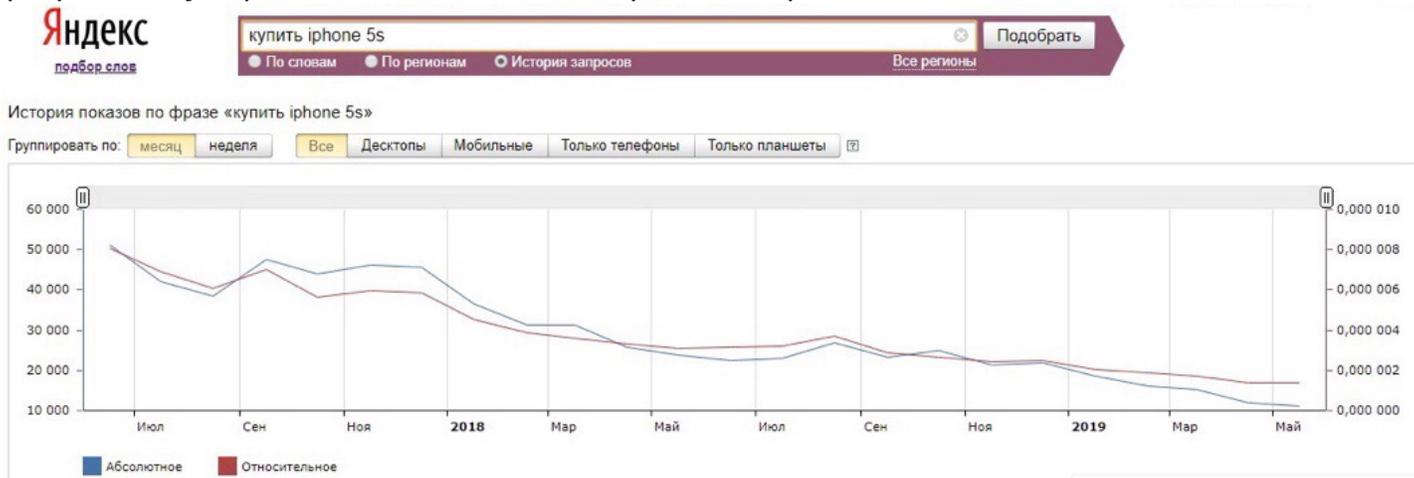
Seo-оптимизаторы – наши помощники, они проверяют наш контент на уникальность, анализируя их наличие на других сайтах.

В ходе которого проверяют соответствие текстов поисковых систем: добавляются ключевые слова, повышают уникальность. Также для продвижения нашего контента, SEO-специалисты анализируют сайты-конкуренты.

Актуальность контента

Каждый должен понимать, что современный контент должен содержать в себе не только уникальную и полезную информацию. Он должен быть еще и актуальным. Это касается всего материала, который публикуется для сайтов. Допустим, стали бы вы сейчас искать информацию в интернете о старой модели телефона «iPhone»? Сомневаюсь, пользователя интересуют новинки и выгода в приобретении.

График популярности поискового запроса в Вордстате:



Как видите, абсолютная частотность данного запроса за одинаковые месяцы 2018 и 2019 годов не одна и та же — она со временем просто понижается — популярность данной модели телефона со временем падает.

Привлекательность контента

Изучая требования к «правильному» контенту, я выделила для него несколько требований:

Для того, чтобы посетители в буквальном смысле побежали на сайт, о нём нужно заявить. Сделать это можно по-разному, но во всех случаях привлекающий контент должен быть:

- Уникальным. Здесь всё ясно — если уже в строках результатов поиска поисковой системы будущий посетитель на девяти из десяти результатов видит одно и то же, то на какой сайт он пойдёт? Правильно, на единственный, не похожий на остальные.
- Оптимизированным. Будет это оптимизация под запросы поисковиков или под требования социальных сетей, или, быть может, и то, и другое — сайт должен быть интересен тем механизмам или посетителям, которые определяют его популярность.
- Эмоциональным. Без этого никуда — живым людям нужны эмоции, и даже в сухой научной сфере большее внимание привлечёт та информация, которая хоть чуть-чуть, но вызывает к чувствам посетителя.

Лично меня привлечь было бы мало. Меня нужно заинтересовать контентом, чтобы я захотела потратить на него свое время — один раз или регулярно.

Поэтому я выделила следующие качества, которые бы меня не отпустили с сайта:

- Информативность. Действительно, люди в сети ищут информацию — в любом виде — и её нужно им предоставлять.
- Ориентация на целевую аудиторию. Если в своем блоге представить себя, как лучшего диетолога и спортсмена, а рассказывать о наблевших темах мам, то тебя ни спортсмены, ни мамочки читать не будут.
- Грамотность. Грамматические ошибки вызовут на любом портале только отрицательные эмоции.

В заключении мы поняли, что любой сайт — это в первую очередь контент. Именно его намного чаще видят пользователи наряду с рекламой и элементами дизайна. Именно его посетители в первую очередь оценивают, именно контент позволяет владельцу сайта добиться своих целей.

Вы можете создавать материалы для публикации самостоятельно или обратиться к партнерам, которые возьмут на себя реализацию вашего контента в верное русло. Избегайте повторения чужих мыслей и тем более плагиата. Тогда ваш контент будет подчеркивать индивидуальность вашего бизнеса.