

Làm việc với nội dung trên mạng của bạn

Khi bạn đã chọn bài đăng *nội dung* của bạn, chú ý đến cho dù nó có bất kỳ giá trị nào hoặc nếu đó là tất cả với bạn. Chắc chắn *nội dung* của bạn là có được từ quặng cáo nhúng bạn có thể giao tiếp cái bạn làm hoặc bán với tập trung vào khách hàng và kinh nghiệm của họ. Ngay cả với trang "about" hoặc "policy", bạn có thể sử dụng những sáng tạo để nâng cao kinh nghiệm và thêm nhiều giá trị hơn. Bạn nên đặt một số suy nghĩ sau:

Lý do của bạn

- Bạn đã tìm ra lý do cho bạn chọn? Tập trung vào niềm đam mê của bạn và những gì làm cho bạn trở nên duy nhất. Tại sao các bạn khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh của bạn? Đó là những gì mà bạn thích để làm?

Khách hàng của bạn

- Chính xác là bạn nhắm mục tiêu (hãy nhớ, có thể gì đó không phải là khách hàng của bạn)? Nhận biết các khách hàng của bạn

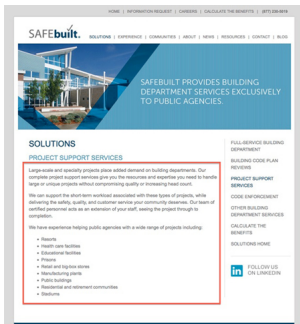
Những thách thức

- Đối tượng của bạn có những thách thức không? Xác định khó khăn và chắc chắn nội dung của bạn với chúng

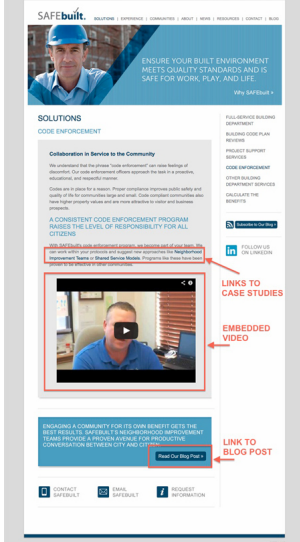
Khách hàng đến từ đâu

- Khách hàng của bạn đến từ đâu khi truy cập trang? Cung cấp kinh nghiệm tốt nhất có thể, nội dung của bạn nên phản ánh điều này

Cần bằng tất cả trong **nội dung** trên mạng của bạn với các giá trị phục vụ khách hàng tốt hơn của bạn. Thay vì có một trang với một vài dòng văn bản nhàm chán này



Cung cấp thông tin với bạn với nội dung như video, bài viết blog, nghiên cứu thị trường, ...



Làm cho những thay đổi nội dung có thể làm cho một số khác biệt lớn



Tích hợp giá trị vào nội dung của bạn Đáp ứng mục đích số lượng

- Mục đích của nội dung của bạn là để chuyển đổi. Nếu bạn không cung cấp bất cứ điều gì bạn đã mất cơ hội để bán hàng

Kinh nghiệm mở rộng

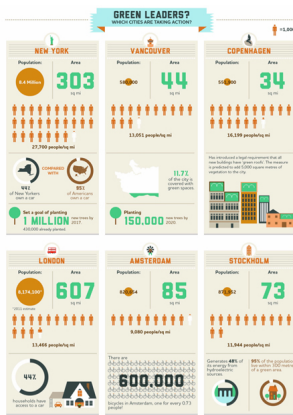
- Các chủ nhân đang cung cấp kinh nghiệm mở rộng tốt nhất và nó phù hợp với trang web, blog của bạn, social media

Giá trị bạn cung cấp với nội dung của bạn, nhiều hơn bạn mong muốn, càng giúp đỡ cho khách hàng tìm kiếm. Điều quan trọng là để cân bằng tất cả nội dung của bạn của bạn với

Một số nội dung xây dựng công nghệ và sau đó bạn đã chỉ nhìn thấy các internet

Góc nhìn trong việc xây dựng nội dung công nghệ

- Điều đầu tiên: Chỉ vì bạn có một blog, không có nghĩa là bạn luôn phải viết về những thứ bán. Đó cũng là sự pha trộn hoặc dịch vụ của bạn trên blog, những làm việc giúp 20% thời gian. Tập trung vào phát triển xây dựng nội dung công nghệ trên blog của bạn. Đó là cách mà giúp bạn đạt được một tiêu mà bạn có cho công việc kinh doanh của bạn, cũng thu hút được khách hàng trong công nghệ của bạn.



Học thêm chi tiết hơn các nguồn tài nguyên như diễn đàn và miễn phí từ cuốn sách Portent hoặc các công nghệ của Pippen's Plugins

Điều mà chúng tôi với nội dung xây dựng công nghệ của bạn là tập trung vào khách hàng của bạn. Nó không có nghĩa là thúc đẩy công ty của bạn. Bạn muốn tạo ra nội dung gián tiếp giao tiếp mạnh mẽ và minh bạch chuyên môn và kiến thức của bạn. Nếu khách hàng của bạn có thể tìm thấy sự liên kết với những gì đang tìm kiếm và nội dung bạn đang cung cấp, rất có thể họ sẽ nghiên cứu nhu cầu không chỉ là một phần của công nghệ của bạn, những cũng có thể mua các sản phẩm và dịch vụ của bạn.

Trước khi bạn viết nội dung xây dựng công nghệ của bạn, hãy xem xét những điều sau:

Các mục tiêu của khách hàng tiềm năng

- Bạn biết mục tiêu của bạn là gì cho doanh nghiệp của bạn, mục tiêu của đội tiếp thị của bạn là gì? Ý định của họ là gì đối với nội dung của bạn?

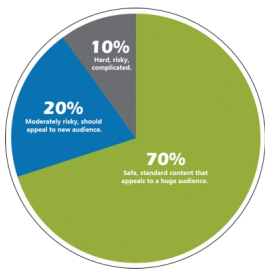
Đi sâu trong nội dung của bạn

- Có thể giúp họ tìm hiểu hoặc hiểu rõ hơn? Bạn có thể thay đổi tâm trí của họ về mặt quan niệm sai lầm công nghệ hoặc thách thức niềm tin của họ về mặt chi phí của họ?

Đáp ứng nhu cầu

- Làm thế nào bạn có thể phục vụ nhu cầu của họ? Bạn có thể cung cấp lời khuyên, ý kiến, hướng dẫn, giải ý, hướng dẫn? Mục tiêu của bạn là tập trung vào việc cung cấp chất lượng nội dung mà mọi người thích sử dụng tìm kiếm

Khi bạn đang tạo ra nội dung xây dựng công nghệ, hãy xem xét theo nguyên tắc



Các ý chính của bạn là trong phạm vi của chi nhánh nội dung sẽ giúp bạn như thế này, 70% nội dung của bạn phải là một kết hợp của các công cụ chi phí (kiến thức, tin tức, và nội dung), 20% phần giúp bạn 70% những người mới ít rủi ro và 10% là công cụ super cool. Những điều này về cách tiếp cận này sẽ giúp bạn thách thức những nội dung xây dựng công nghệ của bạn. Nó sẽ làm hài lòng khách hàng hiện tại của bạn và các thành viên công nghệ thu hút những người mới công nghệ hiện tại và những gì bạn đang đưa ra. Xây dựng nội dung công nghệ của bạn để tuyên bố về những hiểu biết của bạn, tất cả sẽ thu hút họ.

Nội dung của bạn có nghĩa là để phục vụ một mục đích

Xây dựng và phát triển một công nghệ xung quanh doanh nghiệp của bạn có thể được thực hiện với vốn đầu tư trong một chi nhánh tốt, nội dung, tiếp cận công nghệ, và rất nhiều công việc

khó khăn. Nhưng hãy nhớ rằng nội dung công nhân không chỉ có nghĩa là để xếp hàng, nó dành để phục vụ một mục đích, thu hút những người với nội dung xây dựng cộng đồng công nhân.

Xem chi tiết tại <http://www.seomoz.org/blog/attract-customers-to-your-community-with-content>