مخاطب اشتباه‌گرفته‌شده نباید به خود بگیرد تا در فرصت بعدی در دیدار مجدد با او را بشناسد

(مخاطب آیندۀ ما در تلگرام)

مخاطب/ آیندۀ ما در تلگرام

۵ اشتباه رایج در انتشار محتوا در تلگرام که باعث می‌شود ۵۰۰ مخاطب واقعی خود را از دست بدهید

نوشتۀ مهندس فرهاد رستگار‌نیا

بسیاری از کانال‌های تلگرامی که ما مشاوره داده‌ایم، با یک مشکل مشترک روبه‌رو بودند: تعداد اعضا بالا می‌رفت، اما هیچ‌کس پست‌ها را باز نمی‌کرد. نه نظری، نه واکنشی، نه حتی یک فوروارد. مدیر کانال فکر می‌کرد الگوریتم تلگرام دشمن اوست، در حالی که مشکل از جای دیگری شروع شده بود. در این مقاله پنج اشتباه رایج را مرور می‌کنیم که ما بارها در کانال‌های مختلف دیده‌ایم و راه‌حل ساده‌ای برای هر کدام پیشنهاد می‌دهیم.

۱. ارسال همه‌چیز، بدون هیچ فیلتری

اشتباه رایج این است که مدیر فکر می‌کند هر چیزی که برای خودش جالب است، برای مخاطب هم جالب است. نتیجه این می‌شود که کانال پر از مطالب متوسط می‌شود و مخاطب واقعی در میان آن‌ها گم می‌شود. راه‌حل این است که برای هر پست یک سؤال ساده بپرسید: «این را چه کسی و چرا باید بخواند؟» اگر پاسخ روشنی ندارید، پست را منتشر نکنید.

۲. نادیده گرفتن بازخورد کوچک

بسیاری از مدیران منتظر نظرسنجی‌های بزرگ یا تماس‌های رسمی هستند، در حالی که مخاطب واقعی در همان واکنش‌های کوچک پنهان است. وقتی یک پست بیشتر از میانگین بازدید می‌گیرد، یعنی موضوع یا لحن آن با مخاطب جور درآمده است. این نشانه را جدی بگیرید و در پست بعدی از همان مسیر ادامه دهید.

۳. انتشار نامنظم و بی‌برنامه

الگوریتم تلگرام به کانال‌هایی که منظم منتشر می‌کنند میدان بیشتری می‌دهد. انتشار نامنظم، مثلاً سه پست در یک روز و سپس یک هفته سکوت، باعث می‌شود مخاطب عادت نکند منتظر شما بماند. یک برنامه ساده کافی است: مثلاً ۴ پست در هفته، در روزهای ثابت، و در ساعت‌هایی که مخاطب فعال است.

۴. نبود یک هدف مشخص برای هر پست

هر پست باید یک کار مشخص از مخاطب بخواهد: خواندن، کلیک، ذخیره، یا پاسخ. پست‌هایی که هیچ هدفی ندارند، حتی اگر خوب نوشته شده باشند، عملاً بی‌اثر هستند. پیش از انتشار، یک جمله کوتاه بنویسید که بگوید پس از خواندن این پست، مخاطب چه کاری باید انجام دهد.

۵. بی‌توجهی به نسخه موبایل

بیش از ۸۰ درصد کاربران تلگرام از موبایل استفاده می‌کنند. اگر متن شما در صفحه کوچک خسته‌کننده است، تصویر بیش از حد شلوغ است یا لینک‌ها به‌درستی باز نمی‌شوند، بخش بزرگی از مخاطبان را از دست داده‌اید. همیشه پست را روی موبایل خودتان امتحان کنید، نه فقط روی دسکتاپ.

مخاطب اشتباه‌گرفته‌شده نباید به خود بگیرد تا در فرصت بعدی در دیدار مجدد با او را بشناسد

(مخاطب آیندۀ ما در تلگرام)

مخاطب/ آیندۀ ما در تلگرام

۵ اشتباه رایج در انتشار محتوا در تلگرام که باعث می‌شود ۵۰۰ مخاطب واقعی خود را از دست بدهید

نوشتۀ مهندس فرهاد رستگار‌نیا

بسیاری از کانال‌هایی که ما مشاوره داده‌ایم، با یک مشکل مشترک روبه‌رو بودند: تعداد اعضا بالا می‌رفت، اما هیچ‌کس پست‌ها را باز نمی‌کرد. نه نظری، نه واکنشی، نه حتی یک فوروارد. مدیر کانال فکر می‌کرد الگوریتم تلگرام دشمن اوست، در حالی که مشکل از جای دیگری شروع شده بود. در این مقاله پنج اشتباه رایج را مرور می‌کنیم که ما بارها در کانال‌های مختلف دیده‌ایم و راه‌حل ساده‌ای برای هر کدام پیشنهاد می‌دهیم.

۱. ارسال همه‌چیز، بدون هیچ فیلتری

اشتباه رایج این است که مدیر فکر می‌کند هر چیزی که برای خودش جالب است، برای مخاطب هم جالب است. نتیجه این می‌شود که کانال پر از مطالب متوسط می‌شود و مخاطب واقعی در میان آن‌ها گم می‌شود. راه‌حل این است که برای هر پست یک سؤال ساده بپرسید: «این را چه کسی و چرا باید بخواند؟» اگر پاسخ روشنی ندارید، پست را منتشر نکنید.

۲. نادیده گرفتن بازخورد کوچک

بسیاری از مدیران منتظر نظرسنجی‌های بزرگ یا تماس‌های رسمی هستند، در حالی که مخاطب واقعی در همان واکنش‌های کوچک پنهان است. وقتی یک پست بیشتر از میانگین بازدید می‌گیرد، یعنی موضوع یا لحن آن با مخاطب جور درآمده است. این نشانه را جدی بگیرید و در پست بعدی از همان مسیر ادامه دهید.

۳. انتشار نامنظم و بی‌برنامه

الگوریتم تلگرام به کانال‌هایی که منظم منتشر می‌کنند میدان بیشتری می‌دهد. انتشار نامنظم، مثلاً سه پست در یک روز و سپس یک هفته سکوت، باعث می‌شود مخاطب عادت نکند منتظر شما بماند. یک برنامه ساده کافی است: مثلاً ۴ پست در هفته، در روزهای ثابت، و در ساعت‌هایی که مخاطب فعال است.

۴. نبود یک هدف مشخص برای هر پست

هر پست باید یک کار مشخص از مخاطب بخواهد: خواندن، کلیک، ذخیره، یا پاسخ. پست‌هایی که هیچ هدفی ندارند، حتی اگر خوب نوشته شده باشند، عملاً بی‌اثر هستند. پیش از انتشار، یک جمله کوتاه بنویسید که بگوید پس از خواندن این پست، مخاطب چه کاری باید انجام دهد.

۵. بی‌توجهی به نسخه موبایل

بیش از ۸۰ درصد کاربران تلگرام از موبایل استفاده می‌کنند. اگر متن شما در صفحه کوچک خسته‌کننده است، تصویر بیش از حد شلوغ است یا لینک‌ها به‌درستی باز نمی‌شوند، بخش بزرگی از مخاطبان را از دست داده‌اید. همیشه پست را روی موبایل خودتان امتحان کنید، نه فقط روی دسکتاپ.

مخاطب اشتباه‌گرفته‌شده نباید به خود بگیرد تا در فرصت بعدی در دیدار مجدد با او را بشناسد

(مخاطب آیندۀ ما در تلگرام)

مخاطب/ آیندۀ ما در تلگرام

۵ اشتباه رایج در انتشار محتوا در تلگرام که باعث می‌شود ۵۰۰ مخاطب واقعی خود را از دست بدهید

نوشتۀ مهندس فرهاد رستگار‌نیا

بسیاری از کانال‌هایی که ما مشاوره داده‌ایم، با یک مشکل مشترک روبه‌رو بودند: تعداد اعضا بالا می‌رفت، اما هیچ‌کس پست‌ها را باز نمی‌کرد. نه نظری، نه واکنشی، نه حتی یک فوروارد. مدیر کانال فکر می‌کرد الگوریتم تلگرام دشمن اوست، در حالی که مشکل از جای دیگری شروع شده بود. در این مقاله پنج اشتباه رایج را مرور می‌کنیم که ما بارها در کانال‌های مختلف دیده‌ایم و راه‌حل ساده‌ای برای هر کدام پیشنهاد می‌دهیم.

۱. ارسال همه‌چیز، بدون هیچ فیلتری

اشتباه رایج این است که مدیر فکر می‌کند هر چیزی که برای خودش جالب است، برای مخاطب هم جالب است. نتیجه این می‌شود که کانال پر از مطالب متوسط می‌شود و مخاطب واقعی در میان آن‌ها گم می‌شود. راه‌حل این است که برای هر پست یک سؤال ساده بپرسید: «این را چه کسی و چرا باید بخواند؟» اگر پاسخ روشنی ندارید، پست را منتشر نکنید.

۲. نادیده گرفتن بازخورد کوچک

بسیاری از مدیران منتظر نظرسنجی‌های بزرگ یا تماس‌های رسمی هستند، در حالی که مخاطب واقعی در همان واکنش‌های کوچک پنهان است. وقتی یک پست بیشتر از میانگین بازدید می‌گیرد، یعنی موضوع یا لحن آن با مخاطب جور درآمده است. این نشانه را جدی بگیرید و در پست بعدی از همان مسیر ادامه دهید.

۳. انتشار نامنظم و بی‌برنامه

الگوریتم تلگرام به کانال‌هایی که منظم منتشر می‌کنند میدان بیشتری می‌دهد. انتشار نامنظم، مثلاً سه پست در یک روز و سپس یک هفته سکوت، باعث می‌شود مخاطب عادت نکند منتظر شما بماند. یک برنامه ساده کافی است: مثلاً ۴ پست در هفته، در روزهای ثابت، و در ساعت‌هایی که مخاطب فعال است.

۴. نبود یک هدف مشخص برای هر پست

هر پست باید یک کار مشخص از مخاطب بخواهد: خواندن، کلیک، ذخیره، یا پاسخ. پست‌هایی که هیچ هدفی ندارند، حتی اگر خوب نوشته شده باشند، عملاً بی‌اثر هستند. پیش از انتشار، یک جمله کوتاه بنویسید که بگوید پس از خواندن این پست، مخاطب چه کاری باید انجام دهد.

۵. بی‌توجهی به نسخه موبایل

بیش از ۸۰ درصد کاربران تلگرام از موبایل استفاده می‌کنند. اگر متن شما در صفحه کوچک خسته‌کننده است، تصویر بیش از حد شلوغ است یا لینک‌ها به‌درستی باز نمی‌شوند، بخش بزرگی از مخاطبان را از دست داده‌اید. همیشه پست را روی موبایل خودتان امتحان کنید، نه فقط روی دسکتاپ.

نبرد نرخ در «تندرستی» و تبلیغات ناشنیده در «شنیدار»

هفته‌نامۀ بازتاب رسانه — ویژه‌نامۀ رقابت‌های تبلیغاتی در بازار پرمخاطب

گزارش از فرهاد رستگارنیا

رقابت تبلیغاتی در «تندرستی» و «شنیدار» به نقطۀ اوج رسید

نرخ هر ثانیه تبلیغ در «تندرستی» ۶۰ درصد بیشتر از «شنیدار» است

مخاطب «تندرستی» جوان‌تر، شهری‌تر و پرخریدتر است

«شنیدار» با تخفیف‌های فصلی و بسته‌های ترکیبی به میدان آمده

تبلیغ‌کنندگان در «تندرستی» بیشتر روی اینفلوئنسرها حساب باز کرده‌اند

«شنیدار» با تبلیغ‌کنندگان محلی و برندهای تازه‌نفس قرارداد بسته است

نرخ هر ثانیه تبلیغ در «تندرستی» ۶۰ درصد بیشتر از «شنیدار» است

مخاطب «تندرستی» جوان‌تر، شهری‌تر و پرخریدتر است

«شنیدار» با تخفیف‌های فصلی و بسته‌های ترکیبی به میدان آمده

تبلیغ‌کنندگان در «تندرستی» بیشتر روی اینفلوئنسرها حساب باز کرده‌اند

«شنیدار» با تبلیغ‌کنندگان محلی و برندهای تازه‌نفس قرارداد بسته است

نرخ هر ثانیه تبلیغ در «تندرستی» ۶۰ درصد بیشتر از «شنیدار» است

مخاطب «تندرستی» جوان‌تر، شهری‌تر و پرخریدتر است

«شنیدار» با تخفیف‌های فصلی و بسته‌های ترکیبی به میدان آمده

تبلیغ‌کنندگان در «تندرستی» بیشتر روی اینفلوئنسرها حساب باز کرده‌اند

«شنیدار» با تبلیغ‌کنندگان محلی و برندهای تازه‌نفس قرارداد بسته است