

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

گام‌های عملی یک بلاگر

راهکارهای ضروری برای راه‌اندازی هوشمندانه و

رشد چشمگیر مخاطب، برند و درآمد

نویسنده:

میرا کوتند

مترجمین:

ساسان جعفرنیا

بهاره قاسمی

چاپ دوم - 1400

سرشناسه	:	کوتهاند، میرا Kothand, Meera
عنوان و نام پدیدآور	:	گام‌های عملی یک بلاگر: راهکارهای ضروری برای راه‌اندازی هوشمندانه و رشد چشمگیر مخاطب، برند و درآمد / نویسنده میرا کوتند؛ مترجمین ساسان جعفرنیا، بهاره قاسمی.
مشخصات نشر	:	مشهد: سخن گستر، 1400.
مشخصات ظاهری	:	248 ص: مصور (رنگی)، جدول، نمودار (رنگی).
شابک	:	978-622-295-009-5
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیبا
یادداشت	:	عنوان اصلی: The blog startup: proven strategies to launch smart and exponentially grow your audience, brand, and income without losing your sanity or crying bucketloads of tears
عنوان دیگر	:	راهکارهای ضروری برای راه‌اندازی هوشمندانه و رشد چشمگیر مخاطب، برند و درآمد.
موضوع	:	وبلاگ‌ها
موضوع	:	Blogs
شناسه افزوده	:	جعفرنیا، ساسان، 1351 فروردین - مترجم
شناسه افزوده	:	قاسمی، بهاره، 1368 - مترجم
رده‌بندی کنگره	:	TK 5105/8884
رده‌بندی دیویی	:	006/7
شماره کتابشناسی ملی	:	7608315
وضعیت رکورد	:	فیبا

گام‌های عملی یک بلاگر: راهکارهای ضروری برای راه‌اندازی هوشمندانه و رشد

چشمگیر مخاطب، برند و درآمد

میرا کوتند

ساسان جعفرنیا، بهاره قاسمی

چاپ دوم / 1400

چاپخانه: چاپ معین

1000 نسخه

شابک: 978-622-295-009-5

80000 تومان



ناشر: سخن گستر

مرکز توزیع، فروش و پخش: سایت زمان تغییر www.timetochange.ir

تمام حقوق مادی و معنوی و حق چاپ و نشر و پخش برای ساسان جعفرنیا محفوظ است.

فهرست مطالب

11.....	مقدمه.....
11.....	ادعای بزرگ و جسورانه.....
12.....	تفاوت این کتاب با سایر کتاب‌های آموزش بلاگری.....
12.....	یک.....
13.....	دو.....
14.....	بلاگری درآمدزا نیست.....
17.....	برگه شناسایی مرحله.....
20.....	فصل 1: حوزه پولساز خود را مشخص کنید.....
22.....	دو قطعه گمشده پازل.....
26.....	فصل 2: پیام اصلی بلاگری خود را مشخص کنید.....
30.....	فصل 3: خواننده ایده‌آل شما.....
30.....	عوامل روانشناسی.....
31.....	عوامل انگیزشی.....
32.....	برای یافتن انگیزه‌های خواننده، اینستاگرام / فیسبوک را جستجو کنید.....
34.....	فصل 4: برند شما در فضای آنلاین.....
36.....	صدای برند شما.....
39.....	فصل 5: پیج/سایت خود را برند کنید.....
39.....	رنگ‌ها و فونت‌ها.....
40.....	تنظیم سایت خود.....
40.....	لوگو.....
41.....	انتخاب تم مناسب برای پیج.....

فصل 6: 3 سؤال ضروری که قبل از ادامه باید پاسخ دهید..... 42

1. کانال اصلی محتوای شما چیست - رسانه‌ای که برای ایجاد اعتماد و رشد مخاطب خود استفاده می‌کنید؟

42.....

2. کانال اصلی ترافیک شما چیست؟..... 42

3. چگونه برای خود اقتدار و اعتبار ایجاد می‌کنید؟..... 44

44..... کانال همیشگی شما.....

فصل 7: چرا محتوای شما باید بهتر از دیگران باشد؟..... 47

○ شخصیت برند / اقتدار برند..... 49

○ داشتن تخصص در خدمت به مخاطبان خاص..... 50

○ داشتن تخصص در حل یک چالش خاص یا یک نقطه درد..... 51

○ ارتباط با مخاطبان خود..... 52

فصل 8: هزینه‌های ضروری کسب و کار را مشخص کنید..... 54

فصل 9: استراتژی محتوای شما..... 56

دسته‌های محتوایی خود را شناسایی کنید..... 56

نحوه کسب + گزینش ایده‌های محتوایی..... 58

روش 1: به حوزه و رقبای خود نگاه کنید..... 59

نکته مهم..... 60

روش 2: از تمام ابزارهای مناسب برای سایت خود استفاده کنید..... 60

روش 3: محتوایی را برای تمام سطوح خوانندگان خود ایجاد کنید..... 61

برای نوشتن اولین پست خود آماده شوید..... 63

نحوه طرح ریزی پست‌ها..... 65

1. هدف پست را تعیین کنید..... 65

2. نقطه اصلی درد را شناسایی کنید..... 66

71..... اکنون تنها کاری باید انجام دهید، نوشتن است!

فصل 10: ایمیل: کانال همیشگی شما..... 69

در یک ارائه دهنده خدمات ایمیل ثبت نام کنید..... 71

71..... مشوق ثبت نام یا آهنربای هدایتی خود را انتخاب کنید.....

- 73.....مشوق ثبت نام خود را تبلیغ کنید.....
- 74.....سایت خود را برای جذب ترافیک آماده کنید.....
- 75.....چگونه فرم‌های ثبت نام و صفحات فرود خود را طراحی کنید.....
- 77.....ایمیل خوش آمدگویی + سری ایمیل‌های خوش آمدگویی خود را بنویسید.....
- 78.....مشترکین جدید را به طور خودکار پرورش دهید.....
- 80.....فصل 11: صفحات اصلی وبسایت خود را از "معمولی" به شگفت‌انگیز تبدیل کنید.....
- 80.....صفحه اصلی.....
- 80.....روی یک سوم صفحه نمایش تمرکز کنید.....
- یک صفحه "درباره ما" و سوسه‌انگیز بنویسید که به وضوح شما را معرفی می‌کند و افراد درست را جذب می‌نماید.....
- 83.....
- 87.....صفحه تشکر.....
- 91.....فصل 12: طرح راه‌اندازی.....
- 92.....طرح راه‌اندازی A.....
- 94.....طرح راه‌اندازی B.....
- 95.....سؤال متداول 8.....
- 98.....فصل 13: تولید درآمد: ایجاد یک مدل کسب و کار سفارشی.....
- 102.....اشتباه کارآفرینان فردی در مورد جریان‌های درآمدی.....
- 105.....سیستم $2M+1$ برای ساخت مدل کسب و کار.....
- 106.....ایجاد یک محصول کوچک یا سیم تله.....
- 108.....چگونه متوجه شوید که به یک محصول طلایی رسیده‌اید.....
- 110.....جریان‌های درآمدی خوب و بد.....
- 111.....در سیستم بازاریابی خود شکافی نداشته باشید.....
- 114.....فصل 14: چرا برخی بلاگرها جهش خوبی می‌کنند، و برخی دیگر نه.....
- 114.....روی خودتان سرمایه‌گذاری کنید.....
- 116.....لیست کارهایی که نباید در 6 ماه اول نگران‌شان باشید.....
- 116.....لیست کارهایی که نباید انجام دهید.....

- درخواست نظرات یا بازخورد در مورد مشوق‌های ثبت نام یا لوگو خود، یا درخواست آن‌ها در گروه‌های
 تصادفی فیسبوک..... 116
- در طی سال اول، در چندین پلتفرم حضور یابید..... 117
- شروع خود را با میانه راه یک نفر دیگر مقایسه کنید..... 118
- دسته‌بندی..... 119
- اهداف کمتری انتخاب کنید..... 120
- وارد دوره‌های فشرده فعالیتی شوید..... 121
- از خستگی تصمیم‌گیری اجتناب کنید..... 122
- هرچه سریع‌تر یک تقویم محتوا ایجاد کنید..... 123
- بازگشت دوباره به سؤال اصلی..... 124
- جمع‌بندی..... 125
- کتاب کار..... 129
- مقدمه..... 130
- ساختار قسمت کار کتاب به چه صورت است..... 131
- استراتژی بلاگرها..... 134
- اهداف بلاگری..... 135
- چک لیست طرح راه اندازی..... 136
- چک لیست طرح راه اندازی سایت/ پیج..... 141
- حوزه پولساز خود را مشخص کنید..... 146
- فرآیند 5 سطحی شناسایی حوزه..... 146
- شما..... 148
- بازار..... 149
- فعالان خاص..... 152
- مکان یادداشت ایده‌ها..... 155
- اعتبار سنجی نهایی..... 156
- اصلاح حوزه خود..... 157
- شما اکنون حوزه خود را مشخص کرده‌اید!..... 159
- مکان یادداشت ایده‌ها..... 160
- خواننده ایده‌آل شما..... 161
- خواننده ایده آل شما کیست؟..... 161
- طرح کلی خواننده ایده آل شما..... 163
- برند شما در فضای آنلاین..... 165

165.....	برگه تقلب داستان برند.....
169.....	کلمات مشخصه برند.....
172.....	الهام بخشی برند.....
173.....	راهنمای سبک برند شما.....
176.....	مکان یادداشت ایده‌ها.....
177.....	انتخاب نام کسب و کار.....
179.....	نام را تست کنید.....
180.....	نقاط تمایز خود را شناسایی کنید.....
180.....	چگونه به مخاطبان خود کمک کنید تا شما را انتخاب کنند.....
183.....	حداقل هزینه‌های ضروری کسب و کار.....
185.....	مکان یادداشت ایده‌ها.....
186.....	نیمه راه.....
186.....	موقعیتی حساس و چالش برانگیز.....
188.....	3 موردی که در حال حاضر شما را می‌ترسانند.....
189.....	وضوح محتوا.....
189.....	محتوا همزمان با رشد کسب و کار شما تکامل می‌یابد.....
190.....	مرحله 1.....
191.....	مرحله 2.....
192.....	مرحله 3.....
194.....	ایده‌های موضوعی برای.....
194.....	اولین پست‌ها.....
196.....	الگوی پست وبلاگ.....
198.....	چگونه نوشتن و خواندن پست‌های وبلاگ خود را به یک تجربه لذت بخش تبدیل کنید.....
198.....	عنوان.....
198.....	مقدمه و بدنه.....
200.....	نتیجه‌گیری.....
200.....	قالب‌بندی.....
202.....	20 نوع محتوای مختلف.....
202.....	برای آموزش و جذب مخاطب.....
203.....	برگه تقلب سئو.....
203.....	ادغام سئو در محتوا.....
206.....	ایمیل: کانال همیشگی شما.....

- 206.....سایت خود را بهینه کنید و برای رشد لیست خود روی ابزارها سرمایه‌گذاری کنید.....
- 208.....از این چک لیست برای ایجاد اولین مشوق ثبت نام خود استفاده کنید.....
- 210.....29 نوع آهنربای هدایتی برای کسب و کار شما.....
- 212.....10 مکان دیگر برای تبلیغ آهنربای هدایتی خود.....
- 213.....الگوی ایجاد یک ایمیل خوش آمدگویی تقویت‌کننده برند.....
- 214.....چک لیست ایمیل خوش آمدگویی.....
- 216.....چک لیست راه اندازی نهایی لیست خود.....
- 219.....نوع محتوای ایمیل برای ارسال به لیست خود.....
- 221.....سهام شما از اینترنت + مسائل قانونی.....
- 221.....تمام صفحات به صورت یکسان ایجاد نمی‌شوند.....
- 223.....چک لیست وبسایت.....
- 225.....در 7 گام، صفحات درباره ما وبسایت خود را از "معمولی" به شگفت‌انگیز تبدیل کنید.....
- 227.....چک لیست صفحه درباره ما.....
- 228.....چک لیست صفحه اصلی.....
- 229.....چک لیست صفحه تماس با ما.....
- 229.....چک لیست صفحه تشکر.....
- 229.....بهترین روش‌های تأیید اجتماعی.....
- 230.....جنبه‌های قانونی اداره یک وبسایت.....
- 233.....سایر مستندات قانونی + 5 مکانی که می‌توانید نمونه‌های قانونی خریداری کنید.....
- 234.....حداقل برنامه رؤیت‌پذیری قابل قبول.....
- 234.....حداقل برنامه رؤیت‌پذیری قابل قبول.....
- 237.....مدل کسب و کار شما.....
- 237.....حوزه نیوغ.....
- 240.....طرح راه اندازی محتوا برای بلاگری.....
- 240.....چک لیست 3-6 ماهه برای راه اندازی پیج/سایت.....
- 244.....بالاخره به انتهای راه رسیدید.....

مقدمه

ادعای بزرگ و جسورانه

پیج‌ها و سایت‌هایی با درآمد شش و هفت رقمی ...
سبک زندگی گره خورده با موبایل و لپ‌تاپ ...
با این همه هیاهوی و هیجانی که در مورد بلاگرهای پولساز شنیده می‌شود، حتماً فکر می‌کنید شما تنها کسی هستید که نتوانسته از حضور در فضای مجازی سود ببرد، درست است؟

تنها کسی که به سختی در تلاش برای مشاهده/ندکی پیشرفت است ...
حال می‌خواهد هر پیشرفتی در پیج/سایت‌تان باشد ...
شما احساس می‌کنید که تمام استراتژی‌های ممکن را امتحان کرده‌اید، اما هیچ چیز آنطور که می‌خواهید پیش نمی‌رود.

چیزی که قرار بود یک کار سرگرم کننده و هیجان انگیز باشد، اکنون زندگی را برایتان سخت، طاقت فرسا، دلگیر و دلسرد کننده کرده است. شاید حتی دیگر مطمئن نیستید که آیا این همه تلاش ارزشش را دارد یا نه.
بیا بید یک واقعیت را بررسی کنیم.
بلاگرها واقعاً چقدر درآمد دارند؟

چندین بررسی در مورد میزان متوسط درآمد بلاگرها انجام شده است.
در سال 2012، Blogging.org، هزار بلاگر آمریکایی را از نظر میزان درآمد مورد نظرسنجی قرار داد. از میان افراد نظرسنجی شده، 81٪ از آنها هیچوقت حتی 100 دلار هم از طریق بلاگ نویسی کسب نکرده بودند، و تنها 2٪ از آنها توانسته بودند 150,000 دلار درآمد کسب کنند.

نظرسنجی دیگری که در سال 2015 توسط iBlogMagazine انجام شد، نشان داد که بیشتر بلاگرها سالانه کمتر از 2,500 دلار از فعالیت خود درآمد کسب می‌کنند.

بنابراین اکثر بلاگرها درآمد بسیار اندکی از فعالیت خود کسب می‌کنند. پس این فقط شامل حال شما نمی‌شود.

اما می‌توانید چند کار انجام دهید:

آ. پیج در شبکه‌های اجتماعی و سایت خود را به یک آهنربای چسبناک مخاطب تبدیل کنید.

ب. خود را به عنوان یک مرجع یا متخصص و کسی که مخاطبان به او اعتماد دارند، قرار دهید. و

ج. پیج و سایت خود را برای کسب درآمد آماده کنید.

کارهایی وجود دارند که می‌توانید برای سرعت بخشیدن به روند کار و کاهش تعداد اشتباهات، انجام دهید تا دیگر وقتی به عقب نگاه می‌کنید، پشیمان نشوید که شش ماه از وقت خود را برای انجام کاری هدر دادید که تنها یک هوس و هیجان بوده است.

شما می‌توانید مثل یک برده دیجیتال کار کنید تا پیج و سایت خود را آغاز کرده و رشد دهید، اما اگر برنامه‌ای برای موفقیت یا نقشه راه روشنی برای دنبال کردن نداشته باشید، همه آن ساعت‌ها بی‌اهمیت خواهند بود.

این دقیقاً همان چیزی است که این کتاب قصد دارد به شما در آن کمک کند!

تفاوت این کتاب با سایر کتاب‌های آموزش بلاگری

حتماً پیش از این با کتاب‌های زیادی در مورد بلاگری برخورد کرده‌اید. اما چه چیزی این کتاب را از آن‌ها متمایز می‌کند؟

یک

وعده‌های دروغین بسیاری در فضای آنلاین وجود دارد که باعث می‌شود باور کنید برخی از استراتژی‌ها برای همه، حتی مبتدیانی مثل شما، مفید خواهند بود. همچنین گفته‌های زیادی وجود دارد که باعث می‌شود فکر کنید به نتایج مشابه شخصی خواهید رسید که سه سال جلوتر از شما قرار دارد.

من بر اساس تجربیات خود و کار با صدها دانشجو و مشتری آموخته‌ام که برخی از استراتژی‌ها برای افراد مبتدی کارایی ندارند.

اما این باعث نمی‌شود که افراد شما را به سمت استفاده از این استراتژی‌ها سوق ندهند. در عین حال، استراتژی‌های کاربردی و مفید، مورد اشاره و بحث قرار نمی‌گیرند، زیرا هیجان انگیز، و محبوب نیستند. در این کتاب، به تمام این استراتژی‌ها اشاره خواهد شد و شما با آن‌ها آشنا می‌شوید.

دو

این کتابی نیست که قول دهد شما نیز می‌توانید در عرض نود روز ماهانه 10 هزار دلار درآمد کسب کنید. همچنین قصد ندارد حقایق را لاپوشانی کند. بلاگری یک قرص جادویی نیست. همان قدر که راز یک سبک زندگی آزاد یا گره خورده با لپ‌تاپ و موبایل را جلوه می‌دهد، کارهای زیاد دیگری نیز در آن انجام می‌شود. شاید فکر کنید بلاگری به دلیل کسب و کارهای آنلاینی که این روزها ظاهر می‌شوند، کار آسانی باشد. اما در عین آسان بودن، بسیار دشوار است. بلاگری از این نظر آسان است زیرا موانع ورودی کمتری دارد. یعنی تنها کافیست بدانید که چگونه یک توسعه دهنده برای ایجاد یک وبسایت و یا پیج مناسب استخدام کنید. اما این تنها جنبه آن نیست. این روزها بلاگری بسیار دشوارتر شده است، زیرا قوانین قدیمی ایجاد کسب و کار آنلاین در حال تغییر است و شما برای پیمایش در فضای آنلاین به یک طرز فکر جدید نیاز دارید. چرا؟

در مارس 2019، هر روز بیش از 4,4 میلیون پست در فضای مجازی منتشر می‌شد. و هر 3 دقیقه، 380 وبسایت ایجاد می‌شد. رقابت بسیار تنگاتنگ است!

چرا یک نفر باید محتوای شما را بخواند در حالی که میلیون‌ها محتوای دیگر وجود دارد؟

چرا آن‌ها باید به جای دیگران، از شما خرید کنند؟ اگر هنوز پاسخ این سؤالات را ندارید اشکالی ندارد (ادامه کتاب را بخوانید و ایده بگیرید!). اما توجه به این سؤال حداقل باعث می‌شود شما به این فکر کنید که باید چه کاری انجام دهید.

بلاگری درآمدزا نیست

بیایید صادق باشیم.

اکثر ما می‌خواهیم کار خود را با بازاریابی اینترنتی آغاز کنیم، زیرا شیفته تمام وعده‌های طلایی هستیم که از آن شنیده‌ایم، و مجذوب گزارش‌های درآمدی آن شده‌ایم، و می‌خواهیم بفهمیم که "آیا واقعاً می‌توان از طریق اینترنت کسب درآمد کرد؟"

اما تا زمانی که از تبلیغات به عنوان یک استراتژی کسب درآمد استفاده نکنید، نمی‌توانید از پیج و سایت خود درآمدزایی کنید. زیرا بلاگری شما یک کسب و کار نیست. کسب درآمد از طریق سایت و فضای مجازی واقعاً دشوار است و شما به مقدار زیادی ترافیک نیاز دارید تا بتوانید از طریق تبلیغات در سایت و پیج خود درآمد کسب کنید.

بنابراین وقتی مردم می‌گویند، "سایت یا پیج من ماهیانه 10 هزار بازدید دارد"، یعنی آن‌ها کسب و کار منسجمی دارند که خوبی برای آن‌ها کار می‌کند.

آن‌ها یک مدل کسب و کار و یک هسته یا برند دارند که مسئول جذب افراد به سمت آن‌ها است.

دو روش برای شروع بلاگری وجود دارد.

شما باید تصمیم بگیرید که آیا می‌خواهید ابتدا با محتوا شروع کنید یا با پیشنهاد؟

در روش 1، شما با هیچ محصول و خدماتی شروع می‌کنید و برای جذب، رشد و پرورش مخاطب خود، محتوا تولید می‌کنید. سایت یا پیج شما به عنوان یک کانون محتوایی برای جلب توجه مردم عمل می‌کند.

شما می‌توانید با آن‌ها از طریق ایمیل / سئو / تبلیغات در تماس باشید.

شما می‌فهمید چه نوع محتوایی مورد پسند مخاطبتان است. و همزمان با شروع به جذب مخاطب، محصولات دیجیتال خود یا شرکت‌های وابسته را تبلیغ می‌کنید یا خدماتی ارائه می‌دهید که مطابق با نیازهای آن‌ها و مجموعه مهارت یا تخصص شما باشد.

این همان کاری است که من انجام دادم - اولین مدل محتوا.

در روش 2، شما محصولات و خدمات دارید و سایت / پیج شما برای پشتیبانی از کسب و کارتان فعالیت می‌کند.

آیا متوجه تفاوت بین دو روش شدید؟

حتی اگر با روش 1 شروع کنید - مثل من - باز هم در نهایت باید به روش 2 بروید تا رشد درآمدی خود را شروع کنید.

در واقع شما باید موارد زیر را مشخص کنید:

- نوع مشکلاتی که می‌خواهید برای مخاطبان خود حل کنید.
- مدل کسب و کار خود (مسیر شما برای کسب درآمد. چون اگر درآمد کسب نکنید، پس دیگر کسب و کاری ندارید).
- هسته یا ماهیت خود (برند شما که مسئول جذب خوانندگان یا خریداران ایده آل شما خواهد بود).

بلاگری، موضوع بسیار گسترده‌ای است و به هیچ وجه نمی‌توان تمام جوانب آن را به طور مفصل در این کتاب پوشش داد. اما صرف نظر از نوع محتوایی که شروع به تولید می‌کنید، چندین مؤلفه اصلی وجود دارد که برای کسب درآمد از طریق پیج/سایت باید روی آن‌ها تمرکز کنید.

این کتاب، شما را با این مؤلفه‌های اصلی در قالب استراتژی‌ها و نکات مفید آشنا می‌کند. حتی قبل از شروع نیز برنامه‌ای برای موفقیت در اختیارتان قرار می‌دهد. به این برنامه به عنوان نقشه راه خود برای آن نود روز اول فکر کنید.

اگر مشتاق شروع بلاگری هستید، اما احساس یأس و شکست می‌کنید ...
اگر ماه‌ها یا سال‌ها هر راهی را امتحان کرده‌اید، اما پیشرفت قابل توجهی نداشته‌اید
اگر می‌خواهید پاسخ سؤالاتی مانند "چه بستر ترافیکی را باید انتخاب کنم؟" یا "ابتدا چه کاری باید انجام دهم؟" یا "چه محتوایی باید بنویسم؟" را بدانید ...

یا اگر می‌خواهید با استفاده از مهارت‌هایی که در طول این سال‌ها ایجاد کرده‌اید، یک درآمد جانبی ایجاد کنید یا پیامی دارید که می‌خواهید آن را با مردم به اشتراک بگذارید، این کتاب دقیقاً مناسب شماست.

شما باید کمی تحقیق و بررسی کنید ...

اما تصور کنید چه می‌شود اگر علی‌رغم تمام حواس پرتی‌هایی که هر کدام شما را به یک سمت سوق می‌کنند، دقیقاً بدانید که باید روی چه چیزی تمرکز کنید ...
شما مسیری را انتخاب می‌کنید که با بقیه بسیار متفاوت خواهد بود.

این همان چیزی است که قرار است پیج/سایت شما را به سرعت رشد دهد و شما باید آن را انجام دهید ...

و اما در پایان این کتاب، شما با اطمینان خاطر بیشتری گام بر می‌دارید ... و می‌دانید که به کجا باید بروید و چه کاری باید انجام دهید.

پس اگر آماده‌اید، شروع کنیم!

کتاب گام‌های عملی یک بلاگر

در ادامه و قسمت دوم کتاب گام‌های عملی یک بلاگر، بخش راهنمای عملی با بیش از 100 صفحه چک لیست و کاربرد قرار گرفته است تا به شما کمک کند هنگام راه‌اندازی پیج/سایت و کسب و کار آنلاین خود، ایده‌هایتان را سازمان دهی و آزمایش کنید. قسمت دوم کتاب شامل:

- فرآیند 5 سطحی شناسایی حوزه فعالیت
- 20 نوع محتوا برای آموزش + جذب مخاطب خود
- سئو، برگه‌های تقلب یا همان Cheat Sheet ها
- چک لیست نهایی راه‌اندازی لیست خود
- 10+ مکان برای تبلیغ آهنربای هدایتی خود
- چک لیست 6 ماهه برای راه‌اندازی پیج / سایت
- حوزه یابی، الگوی صفحه درباره ما، الگوهای پست پیج/سایت، راهنمای سبک برند، چک لیست پیشنهادات رایگان ثبت نام، چک لیست قابلیت رؤیت
- و غیره ...

برگه شناسایی مرحله

شما در کدام مرحله قرار دارید؟

اگر از قبل با فعالیت‌های من آشنا هستید، احتمالاً این برگه شناسایی مرحله را دیده‌اید. شما باید کارهای زیادی در زمان راه‌اندازی سایت/پیج و کسب و کار انجام دهید. هرگز نمی‌توانید بگویید "تمام" شد، زیرا همیشه کار بهتری برای انجام دادن وجود دارد. شما با نگاه به میزان کار پیش روی خود، به راحتی روی موضوعات متمرکز می‌شوید. پس چگونه این کارها را مدیریت می‌کنید؟ فقط به فعالیت‌هایی بپردازید که برای مرحله‌ای که کسب و کار شما در آن قرار دارد، حیاتی هستند.

هدف‌تان، رسیدن به نقاط عطف مرحله مناسب خود باشد. هر چیزی که متناسب با مرحله رشد شما نیست، مهم نیست - حداقل الآن! این بهترین راه برای جلوگیری از تخریب خود و پیج/سایت‌تان است. من این‌گونه به بقای خود ادامه دادم! وقتی بدانید که کجا هستید و به کجا باید بروید، می‌توانید برای هر چیزی که برای رسیدن به نقطه عطف خود نیاز دارید، یک برنامه ایجاد کنید. از این برگه شناسایی مرحله برای راهنمایی بیشتر استفاده کنید. من همچنین در طول فصلهای کتاب، شما را به این موارد ارجاع می‌دهم.

مراحل						
مرحله مقیاس		مرحله رشد		مرحله راه اندازی		
5	4	3	2	1	0	
فروش محصولات اصلی یا مشخص را خودکارسازی کنید. سیستم‌های مناسب بیشتری قرار دهید. تبلیغات پولی را در استراتژی اصلی بگنجانید.	جریان‌های درآمدی را گسترش دهید. پروژه‌ها یا وظایف غیراصلی را برون سپاری کنید.	یک درآمد تمام وقت کسب کنید. جریان‌های درآمدی را گسترش دهید و محصولات را از طریق کیف‌های همیشه سبز بفروشید.	اولین 1000 دلار خود را به دست آورید / اولین محصول یا خدمات خود را ایجاد و راه‌اندازی کنید.	لیست بینندگان سایت/ پیج خود را به 500-1000 مشترک پرورش و رشد دهید.	کسب و کار خود را بر پایه محکم راه‌اندازی کنید. حداقل برنامه‌های قابل قبول را اجرا کنید.	نقاط عطف
خودتان + کارورز + تیم کوچک	خودتان + کارورز	خودتان + کارورز	فقط خودتان	فقط خودتان	فقط خودتان	تیم
برقراری تعادل بین هزینه‌های کسب و کار و نیاز کسب و کار به رشد بیشتر. وارد نقش مدیر عامل شدن. یادگیری نحوه ساده و مؤثر سازی برای	عبور از مقاومت و موانع سرمایه گذاری. یادگیری نحوه فروش مؤثر.	یادگیری نحوه فروش یا راه‌اندازی. چرخه جشن یا قحطی.	تلاش برای رسیدن به یک تعداد ثابت از مشترکان در هر روز. تبدیل ترافیک به مشترکین. هزینه‌های کسب و کار	منحنی یادگیری با شیب تند، عدم وضوح، سندرم شیء درخشان.	یادگیری با شیب تند، عدم وضوح، سندرم شیء درخشان.	چالش‌ها

کسب نتایج بهتر.				در زمانی که هنوز چیز زیادی / هیچ چیزی نساخته‌اید.		
10-30 هزار دلار	5-10 هزار دلار	3-5 هزار دلار	1-3 هزار دلار			درآمد

فصل 1

حوزه پولساز خود را مشخص کنید

انتخاب حوزه تخصصی، اولین کاری است که باید انجام دهید. احتمالاً حوزه تخصصی یا همان Niche، در حال حاضر منجرکننده‌ترین کلمه در دایره لغاتتان است. زیرا بخش‌های همپوشان زیادی دیده‌اید، پرسشنامه‌هایی راجع به علاقه‌ها و سرگرمی‌های خود پر کرده‌اید، و دوباره به همان نقطه شروع بازگشته‌اید - بدون هیچ چیزی نتیجه واضحی.

آیا آماده‌اید با حقیقت رو به رو شوید؟

آیا متوجه شده‌اید که مردم می‌خواهند مفهوم توقف فکری نویسنده یا writer's block را از بین ببرند؟

آن‌ها می‌گویند که این مفهوم واقعی نیست - این یک خرافه است و فقط بهانه‌ای برای تعلل در کار واقعی است.

وقتی می‌گویید، "انتخاب یک حوزه برای من سخت است" دقیقاً همین مفهوم را نشان می‌دهد. و ما نیز در همین موقعیت بوده‌ایم.

دلیل واقعی عجز شما در انتخاب حوزه‌این است که شما از تعهد می‌ترسید.

شما می‌ترسید که مسیر اشتباهی را طی کنید و تمام وقت (و شاید حتی پول) خود را برای شروع کاری هدر دهید که بعداً مشخص شود بی‌فایده بوده است.

یافتن و مشخص کردن حوزه می‌تواند شبیه یک تصمیم بسیار حیاتی برای آباد کردن یا خراب کردن پیج / سایتتان به نظر برسد.

چندین باور غلط در مورد حوزه‌ها مطرح است که ممکن است برخی از آن‌ها را شنیده

باشید:

● اگر پیج / سایت‌های بزرگ و شناخته شده‌ای در حوزه شما وجود دارد، از آن حوزه دوری کنید.

● اگر تجربه و دانش کافی در خصوص حوزه ندارید، حتی آن را امتحان نیز نکنید.

● حوزه شما باید بکر و تازه باشد.

شرط می‌بندم قبلاً این‌ها را شنیده‌اید. و من به شما اطمینان می‌دهم که تمام شک و تردیدهایی که ذهن شما را به خاطر این جملات درگیر کرده، کنار بگذارید.

اگر چندین بلاگر در یک حوزه وجود دارد، آن یک حوزه شلوغ است. اما همچنین به این معنی است که مخاطبانی برای پیج/سایت شما وجود دارد ...

اینکه تقاضا برای اطلاعات، محصولات و خدمات مربوط به آن حوزه وجود دارد ...

اینکه افرادی به طور فعال به دنبال رفع نقاط درد هستند و یا در این حوزه نیاز به پشتیبانی دارند.

این بلاگرهای بزرگ ممکن است قسمت عمده‌ای از مخاطبان شما را به خود اختصاص دهند، اما لحن و سبک بلاگرهای بزرگ به دل همه نخواهد نشست. به همین دلیل است که چندین بلاگر می‌توانند در کنار یکدیگر رشد کنند. به یاد داشته باشید که افراد بیشتر تحت تأثیر فردی قرار می‌گیرند که دوستش دارند و می‌توانند با او ارتباط برقرار کنند - کسی که در سطحی قابل دستیابی قرار داشته باشد. بنابراین این کیک شکلاتی به اندازه کافی برای همه ما بزرگ است.

به عنوان مثال، من در حوزه‌ای شلوغ فعالیت می‌کنم که چندان بکر و تازه نیست، و در زمان شروع کار، هیچ چیزی در مورد بازاریابی ایمیلی نمی‌دانستم. من به دلیل پیشینه کاری خود، علاقه عمیقی به بازاریابی داشتم. و به همین دلیل تا جایی که توانستم در مورد بازاریابی ایمیلی اطلاعات جمع کردم و متوجه شدم که افراد سؤالات زیادی درباره این موضوع دارند که به آن‌ها پرداخته نمی‌شود.

من از طریق ارائه ایده‌ها و پیام‌هایم، یک فضای کوچک در آن حوزه شلوغ برای خود ایجاد کردم و اکنون بیشتر از یک کار تمام وقت، از بلاگری درآمد کسب می‌کنم. شما هم می‌توانید همین کار را بکنید!

همه ما برای شروع از خود مقاومت نشان می‌دهیم. اما با استفاده از روش‌هایی می‌توانید به سرعت اعتبار سنجی کنید که آیا در حوزه مناسبی قرار دارید، و آیا همان جایی است که می‌خواهید این کار را انجام دهید یا نه.

اگرچه پرسشنامه‌هایی که یک حوزه همسو با علایق و نیازهای مخاطبان را به شما نشان می‌دهد مفید هستند، اما آن‌ها یک بخش مهم از این پازل را نادیده می‌گیرند.

اساس یک حوزه کاری خوب (niche)، بر چهار جنبه است:

1. نقاط درد مخاطب هدف شما

2. نقاط قوت و علایق شما

هر دوی این‌ها باید همسو باشند.

به پیچ/سایت خود از نظر **مشکلی که حل می‌کند** فکر کنید. در اصل، حوزه، راه حل یک مشکل است. مردم می‌خواهند نسخه‌های بهتری از خود باشند.

این نسخه بهتر، صرفاً داشتن پول بیشتر نیست. بلکه می‌تواند این موارد نیز باشد:

- رشد شخصی

- تناسب اندام

- خوراک

- بودجه بندی یا بودجه شخصی

- مد / زیبایی

- سبک زندگی

- دکوراسیون منزل

- سازمان

- سفر

- فضای باز / بقا

دو قطعه گمشده پازل

قطعات گمشده‌ای که مردم قبل از انتخاب حوزه در نظر نمی‌گیرند، عبارتند از:

3. آیا افراد دیگری در این حوزه هستند که

آ. به مخاطبان مشابهی (بزرگ یا کوچک) که همان مشکل یا نقاط درد را دارند و شما می‌خواهید در حل آن‌ها کمک کنید، خدمت رسانی می‌کنند.

ب. به طور مؤثر از پیج/سایت‌های خود کسب درآمد می‌کنند.

چه کسانی در بحث‌های مربوط به این حوزه شرکت می‌کنند؟ لیستی از این افراد تهیه کنید. به مدل‌های کسب و کار آن‌ها توجه کنید: آن‌ها چگونه از بلاگری خود کسب درآمد می‌کنند؟

اگر دیدید که مردم حاضرند برای از بین بردن درد و یا به دست آوردن چیزی، پول پرداخت کنند، پس مطمئناً آن یک حوزه بالقوه است. شما به دنبال نشانه‌هایی از جریان پول در یک حوزه هستید. این می‌تواند از طریق محصولات دیجیتال، دوره‌های مربیگری، خدمات، رویدادها یا حتی محصولات فیزیکی باشد.

4. حوزه شما یک مشکل یک باره و موقتی را هدف قرار نمی‌دهد

جایگاه شما باید پتانسیل درآمد مکرر داشته باشد. شما نمی‌خواهید مشکلی را حل کنید که افراد فقط برای یک بار به دنبال راه حل آن هستند. شما حوزه‌ای را می‌خواهید که در آن افراد فرصت پیشرفت و تحقق پتانسیل خود در مراحل مختلف را داشته باشند. آن‌ها چگونه می‌توانند نقاط درد با شدت‌های مختلف را همزمان با پیشرفت خود حل کنند؟

این درست مثل عبور از رودخانه است. اگر عرض رودخانه بسیار ناچیز باشد، مخاطب خوشحالی خواهید داشت که از آن عبور می‌کند و دیگر هرگز برای تجارت با شما برنمی‌گردد. اما اگر در یک بازار همیشه سبز باشید، می‌توانید از طریق تحولات مختلف کوچک به مخاطبان خود کمک کنید. رودخانه، در این حالت، بسیار گسترده‌تر و پر از سنگ‌ها یا بلوک‌های مختلفی است که یک مسیر به سمت دیگر رودخانه ایجاد می‌کند. مخاطبان شما پس از هر مانع یا سنگی که عبور می‌کنند، به سمت شما باز می‌گردند. تحول کامل بسیار بزرگ‌تر است. حتی می‌توانید پس از عبور از رودخانه نیز از آن‌ها حمایت کنید تا با واقعیت تازه آن طرف رودخانه کنار بیایند. این حوزه‌ای است که همیشه سبز است و هرگز پیر نمی‌شود.

حوزه شما، آن نقطه مطلوبی است که این چهار جنبه را در بر می‌گیرد.



سؤال متداول ۱: اگر به چند موضوع / حوزه علاقه مند بودم، چي؟ بايد چكار كنم؟

از بين تمام ایده‌های خود، برای کدامیک برنامه کسب درآمد مشخصی دارید؟ یعنی دقیقاً می‌دانید که چگونه می‌خواهید از آن درآمد کسب کنید. علاقه و اشتیاق مهم است. اما اگر نتوانید از آن درآمد کسب کنید، هرگز نمی‌تواند به یک کسب و کار تبدیل شود و تنها به عنوان یک سرگرمی باقی خواهد ماند. ما در فصل 13 مبحث درآمدزایی را مورد بررسی قرار خواهیم داد. بنابراین اگر این موضوع هنوز برایتان مبهم است، پس از خواندن فصل درآمدزایی، به این سؤال بازگردید.

سپس اینکه از چه چیزی بیشتر از همه هیجان دارید؟ و طی 3-5 سال آینده خود را مشغول چه کاری خواهید دید؟

سؤال متداول 2: من نمی‌توانم تنها در مورد یک موضوع صحبت کنم. چه می‌شود اگر در مورد چند موضوع مختلف صحبت کنم؟ آیا پیج/سایت‌های سبک زندگی محکوم به فنا هستند؟ نه لزوماً. پیج / سایت‌های سبک زندگی زیادی وجود دارند که درآمد خوبی کسب می‌کنند. اما لازم است که موضوعات خود را تحت یک حوزه یا موضوع اصلی قرار دهید. پیام اصلی شما برای مخاطبان چیست؟ آن یک چیزی که می‌خواهید آن‌ها از شما بگیرند، چیست؟ چه پیامی موضوعات مختلف شما را ترکیب می‌کند؟

صرفه جویی؟ زندگی هدفمند؟ خوشبختی؟ مینیمالیسم؟
یک پیام را انتخاب کنید، آن را در مرکز نگه دارید و سپس ارزش پیشنهادی خود را ارائه دهید.

به جستجو در حوزه و مخاطبان خود ادامه دهید تا متوجه شوید که در مقایسه با رقبای خود، چه چیز متفاوتی برای ارائه و پیشنهاد دارید. پیام‌های بیش از حد، گیج‌کننده هستند.

اقدامات:

لیست حوزه‌های خود را یادداشت کنید و مطمئن شوید که این چهار معیار را دارند.
اگر از کتاب عملی چگونه بلاگر شویم و طرح کسب و کار استفاده می‌کنید، از دستورالعمل‌ها برای طوفان فکری ایده‌های حوزه خود استفاده کنید. از حوزه یاب به عنوان مرجع و از چک لیست حوزه برای کمک به ارزیابی دقیق ایده خود استفاده کنید.

فصل 2

پیام اصلی بلاگری خود را مشخص کنید

اکنون که به تصویری از حوزه خود رسیدید، به پیام اصلی بلاگری خود فکر کنید. این پیام، اساس هر ایمیل، ویدیو، تصویر، پست، یا محصولی که ایجاد می‌کنید را شکل خواهد داد. همانطور که قبلاً اشاره کردم، اشکالی ندارد اگر بخواهید یک پیج/سایت برای ایجاد درآمد، فروش محصول خود، به اشتراک گذاشتن حرف‌ها و تجربیات سفر خود، یا تبلیغ و بازاریابی مواردی که به شما در کسب درآمد کمک می‌کنند، ایجاد کنید. اما بلاگری شما باید افراد را برای انجام هر یک از آن‌ها جذب کند. محتوای شما کانونی است که افراد را به پیج/سایت شما می‌آورد. در واقع، محتوای شما باید به نوعی خوانندگان شما را آموزش و سرگرم کند، یا به آن‌ها کمک کند و الهام بخش باشد.

اینجاست که **ارزش پیشنهادی یا هدف بلاگری** شما باید وارد عمل شود. چگونه می‌توانید برای بلاگری خود یک هدف یا ارزش پیشنهادی پیدا کنید؟ این کار را با تعریف پارامترهای پیج/سایت خود شروع کنید و آن‌ها را با بررسی دقیق، خاص جلوه دهید. به عنوان مثال، فرض کنید کار اصلی من آموزش به افراد برای شروع یک کسب و کار خانگی است. اما نه هر نوع کسب و کار خانگی — یک دستیار مجازی (VA). این مخصوص زنان است. اما نه هر نوع زنی. این مخصوص مادران مجرد است. به محض این که این ایده را تجزیه و تحلیل کنید، زاویه محتوای شما یک بعد بسیار متفاوت خواهد داشت.

محتوا برای یک مادر مجرد با دو فرزند که سعی در راه‌اندازی کسب و کار دستیار مجازی خانگی دارد، بسیار متفاوت از بیست سال پیش و زمانی است که تازه از دانشگاه فارغ التحصیل شده است. در فصل بعدی با جزئیات بیشتری در مورد مخاطبان هدف صحبت خواهیم کرد. چتر بزرگ کسب و کار خود را بیان کنید:

- اطلاعات مربوط به حوزه یا کسب و کار اصلی خود را استخراج کنید.
- سطح 1 حوزه خود را (برای چه کسی) بیان کنید؛ یعنی چه گروه / مکانی.
- سطح 2 حوزه خود را (برای انجام چه کاری) مشخص کنید. یعنی برای حل چه مشکلی می‌خواهید به آن‌ها کمک کنید.



مثال:

چتر بزرگ کسب و کار: عکاسی
اما نه هر نوع عکاسی: عکاسی آسان
حوزه یا کسب و کار اصلی: عکاسی آسان



سطح 1 حوزه (برای چه کسی): مادران
 نه هر نوع مادری: فقط برای مادران بلاگر غذا
 سطح 2 حوزه (برای انجام چه کاری): گرفتن عکس‌های کاتالوگی برای پیج/سایت غذایی
 خود.
 از این مثال به عنوان راهنما استفاده کنید و پاسخ‌های خاص خود را در یکی از این دو
 جمله وارد کنید.
 من به کسانی که می‌خواهند _____ کنند، در زمینه _____ آموزش
 می‌دهم / الهام می‌دهم / سرگرم می‌کنم / کمک می‌کنم.
 من نشان می‌دهم _____ چگونه _____.
 مثال:
 1. من به مادران مجردی که می‌خواهند یک کسب و کار VA موفق ایجاد کنند، کمک
 می‌کنم.

2. من به افراد 20 تا 30 سال آموزش می‌دهم تا با بودجه کمتری به دور دنیا سفر کنند.
 3. من به بلاگرهای غذا نشان می‌دهم که گرفتن عکس و ویرایش آن‌ها چقدر آسان است.
- شما از این عبارت در کجا استفاده می‌کنید؟
- می‌توانید آن را به عنوان یک عبارت مرجع برای هر محتوایی که ایجاد می‌کنید، نگه دارید. همچنین می‌توانید از آن در هدر وب‌سایت یا بیو پیج اینستاگرام خود نیز استفاده کنید تا بلافاصله مخاطباتان را جلب کند. در بخش 11 بیشتر در این باره صحبت خواهیم کرد.

اقدامات:

از این درس به عنوان راهنما استفاده کنید و ارزش پیشنهادی خود را بنویسید.