

۱. اهداف استراتژی محتوا

- افزایش آگاهی از برند: معرفی شرکت به عنوان یک تولیدکننده خلاق و با کیفیت.
- جذب مخاطب هدف: افزایش تعامل و ایجاد جامعه‌ای از کسانی که به کیفیت لوازم اداری حساس هستند.
- تبلیغ پروژه‌ها: معرفی و تبلیغ محصولات تولید شده و پروژه‌های آتی.
- تبلیغ کانسپت‌ها: معرفی و تبلیغ کانسپت یا مفاهیمی که پشت محصولات تولید شده و پروژه‌های آتی است.
- ایجاد سرنخ (Lead Generation): جذب مشتریان بالقوه برای سفارش‌های دکوراسیون داخلی
- افزایش ترافیک وب سایت: هدایت مخاطبان به وب سایت شرکت برای اطلاعات بیشتر.

۲. مخاطبان هدف

- علاقه‌مندان به استفاده از لوازم با کیفیت و خاص: افراد با سنین مختلف که نسبت به کیفیت وسایلی که استفاده می‌کنند حساس هستند.
- متخصصان صنعت: شرکت‌ها و فروشگاه‌های توزیع کننده مبلمان اداری.
- مشتریان بالقوه: سازمان‌ها، شرکت‌ها و استودیوهایی که به طراحی فضاهای اداری زیبا یا خاص هستند.

۳. انواع محتوا

- ویدیوهای کوتاه آموزشی
- ویدیوهای تبلیغاتی
- مقالات بلاگ
- پست‌ها و استوری‌های اینستاگرامی

۴. محتوای آموزشی:

- ویدیوهای کوتاه آموزشی با کیفیت برای نصب و استفاده از محصولات.
- ویدیوهای کوتاه معرفی استفاده صحیح از محصول.
- ویدیوهای کوتاه جذاب آموزش دهنده سبک صحیح محیط کار و امکانات اداری.
- فرایند تولید محصولات
- فرایند طراحی محصولات
- تست های کیفیت محصول .
- فضای صمیمی و گرم شرکت (کارگری/ کارمندی)
- مقالات بلاگ: مقالاتی در مورد ارگونومی بدن و توجه به تن و تشخیص کیفیت یک محصول و ...
- اینفوگرافیک: نمایش اطلاعات مرتبط با ارگونومی بدن و شیوه صحیح نشستن پشت میز کار

۵. محتوای تعاملی:

- نظرسنجی: پرسش از مخاطبان در مورد سلیقه و علایق آنها.
- کمپین های فروش مناسبتی یا غیره آن

۶. محتوای تبلیغاتی:

- معرفی پروژهها: تریلر، تیزر و ویدیوهای معرفی انیمیشن های تولید شده.
- محتوای مشتری مدار: نمونه کارهای قبلی، نظرات مشتریان و...
- بروشورهای دیجیتال: ارائه اطلاعات در مورد خدمات و تعرفه های تولید انیمیشن.

۴. کانال های انتشار

- وبسایت: انتشار مقالات بلاگ، نمونه کارها، معرفی تیم و خدمات.

- شبکه‌های اجتماعی: اینستاگرام: انتشار تصاویر، کلیپ‌های کوتاه، استوری‌های جذاب و فرآیند تولید و طراحی محصول. ویدیوهای آموزشی
- یوتیوب: ویدیوهای آموزشی، ویدیوهای فرآیند تولید و طراحی محصول. تست‌های کیفیت محصول.
- لینکدین: انتشار محتوای تخصصی، ارتباط با سایر شرکت‌ها و جذب مشتریان سازمانی.
- پلتفرم‌های اشتراک ویدیو: آپارات و نماشا برای مخاطبان ایرانی.

۵. برنامه ریزی زمانی

- روزانه: دو الی سه استوری
- هفتگی: انتشار یک مقاله بلاگ در سایت، ۲-۳ پست اینستاگرام.
- ماهانه: انتشار یک ویدیو آموزشی یا فرآیند تولید در یوتیوب،
- فصلی: برگزاری یک کمپین فروش

نکات مهم:

- تولید محتوای با کیفیت: محتوای تولید شده باید جذاب، خلاقانه و مرتبط با مخاطب هدف باشد.
- ثبات در انتشار: انتشار منظم محتوا باعث ایجاد تعامل بیشتر با مخاطبان می‌شود.
- تعامل با مخاطبان: پاسخ دادن به نظرات و سوالات مخاطبان باعث ایجاد حس وفاداری می‌شود.
- تحلیل و بهینه سازی: بررسی آمار و بازخوردها برای بهبود استراتژی محتوا.
- استفاده از هشتگ‌های مناسب: استفاده از هشتگ‌های مرتبط برای جذب مخاطبان بیشتر.