

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



هر کسی تملک ذهن خویش را بدست آورد

می تواند تملک هر چیز دیگر

در جهان را بدست آورد !!

• تولید محتوا در اینستاگرام:

✓ اصل را فدای فرع نکنید!!!!!!!



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



• هدف از تولید محتوا در اینستاگرام:



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

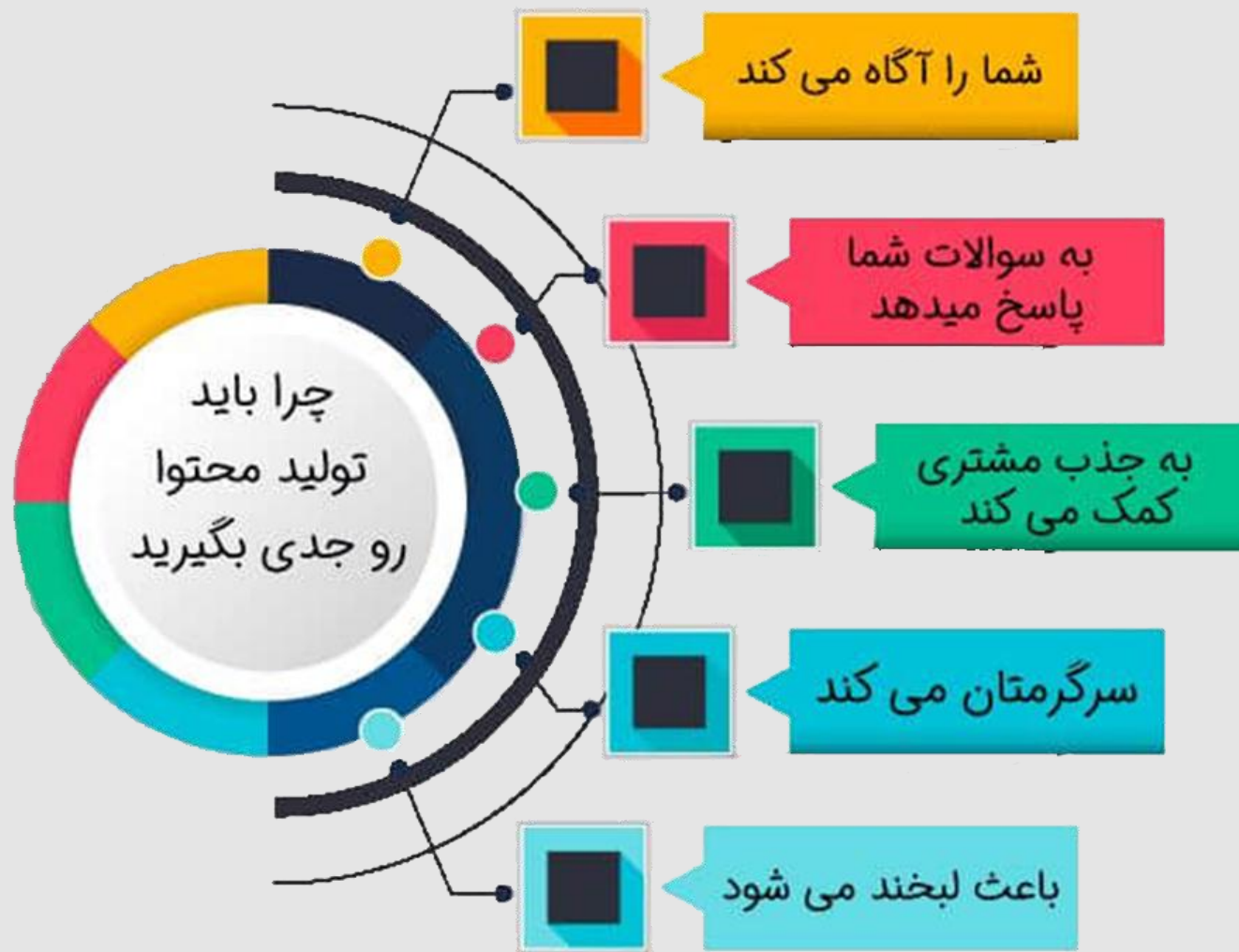
روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا

(۱) چرا محتوا؟



۰۴/۹۴



(۲) مفهوم پرسونا



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا

(۲) مفهوم پرسونا

پرسونا چیست؟

پرسونای خریدار

اطلاعات شخصی:

- سن
- جنسیت
- مکان
- درآمد
- خانواده
- تحصیلات



اهداف و چالش‌ها:

- اهداف کاری و شخصی‌اش چه هستند؟
- اهدافش را چگونه اولویت‌بندی می‌کند؟
- چه موانعی برای رسیدن به هدفش وجود دارد؟
- ما چگونه می‌توانیم به او کمک کنیم؟
- وقتی با موانع و چالش‌ها روبه‌رو می‌شود چگونه به دنبال راه‌حل گشته و چه سوالاتی می‌پرسد؟

اطلاعات شغلی:



- شغل و سمت
- مسیر شغلی
- شرکت و صنعت
- اندازه شرکت
- مهارت‌های خاص
- شرح یک روز عادی
- ابزارهای مورد استفاده
- رئیسش کیست؟
- آیا افرادی برایش کار می‌کنند؟
- موفقیتش چگونه اندازه‌گیری می‌شود؟

کجا هستند؟

- چگونه اطلاعات کسب می‌کنند؟
- چگونه ارتباط برقرار می‌کنند؟
- از چه رسانه‌هایی استفاده می‌کنند؟
- آیا عضو انجمن خاصی است؟
- از چه شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند؟
- آیا در رویدادها و همایش‌ها شرکت می‌کنند؟
- روزشان را چطور می‌گذرانند؟
- آیا سرگرمی‌های مرتبطی دارند؟

ارزش‌ها و ترس‌ها:

- در زندگی شخصی و کاریشان چه چیزی برایشان با ارزش است؟
- چه چیزی در محصولی مثل محصول شما برای آن‌ها مهم است؟
- چه موانعی بر سر راه خرید آن‌ها وجود دارد؟
- چه چیزی باعث پیشرفت در تصمیم‌گیری آن‌ها برای خرید می‌شود؟

اطلاعات منفی:

- آیا مشتری است که ما نمی‌خواهیم؟
- بسیار پردردسر است؟
- مقرون بصرفه نیست؟
- بودجه کافی ندارد؟
- به محصول ما علاقه‌ای ندارد؟



(۲) مفهوم پرسونا

□ اهمیت تدوین پرسونا برای کسب و کارها:



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



(۲) مفهوم پرسونا

□ اهمیت تدوین پرسونا برای کسب و کارها:

هماهنگی بیشتر تیم های مختلف شرکت

تولید محتوای دقیق تر

درک مخاطب و افزایش بازدهی

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۰۸/۹۴



(۲) مفهوم پرسونا

مزایای استفاده از پرسونا

THE BENEFITS OF BUYER PERSONAS



۲/۴x

کمپانی‌هایی که از اهداف فروش و جمع‌آوری لید پیشی می‌گیرند، ۲/۴ برابر بیشتر احتمال دارد که از پرسونا استفاده کرده باشند



%۷۷

بازاریاب‌های محتوایی B2B از پرسونا استفاده می‌کنند



%۶۷

از افراد زیر ۴۰ سال انتظار دارند پیشنهاد خریدهایی که از طرف کمپانی‌ها به آن‌ها داده می‌شود، شخصی‌سازی شده باشد



%۹۰

از کمپانی‌هایی که از پرسونا استفاده می‌کنند، تصویر شفاف‌تری از مشتری خود دارند

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۰۹/۹۴



(۲) مفهوم پرسونا

□ اهمیت هدف در تدوین پرسونا:

پرسونا: تعریف داستانی و معرفی یک کاربر. این کاراکتر دارای خلیات، رفتار، انگیزه، هدف و غیره است.

هدف: یعنی پرسونا چه می‌خواهد و هدف و آرزویش چیست. هدف دلیل انگیزه و فعالیت پرسونا است. هنگامی که پرسونا به هدف خود برسد، سناریو به پایان می‌رسد.

سناریو: چرایی، چگونگی و زمان داستان پرسونا، سناریو است. سناریو همچون داستانی است که رفتار و رویدادها را شرح می‌دهد.

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۱۰/۹۴



(۲) مفهوم پرسونا

□ انواع پرسونا:

پرسونا بر اساس نقش

- پرسونا بر اساس نقش، بر رفتار کاربر متمرکز است
- بخش اصلی این گونه پرسونا بر اساس داده‌ها است
- در این بخش از ترکیب داده‌های کمی و کیفی استفاده میکنیم.
- عملکرد و رفتار کاربر بازتاب مستقیمی بر اهداف شرکت میگذارد.
- بررسی نقش کاربران در زندگی شخصی‌شان بر تصمیمات و بهینه سازی تولیدات تاثیر می‌گذارد
- «تولیدات کجا استفاده می‌شوند؟»
- «هدف از این نقش چیست؟»
- «چه کسانی از تعیین این نقش تحت تاثیر قرار میگیرند؟»
- «عملکرد این نقش چیست؟»

پرسونای عادی

- کاربر عادی وب سایت با تولیدات شرکت چه می‌کند
- تمرکز آزمایش روند و مسیریست که کاربر ترجیح می‌دهد در تعامل با تولیدات یا خدمات باشد
- میزان ارزش تولید را بر اساس نیاز یا هدف کاربر می‌سنجد.

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۱۱/۹۴



(۲) مفهوم پرسونا

□ انواع پرسونا:

پرسونای ساختگی

– پرسونای ساختگی بر اساس تحقیق روی کاربر نیست !!!

– از تجربیات تیم (UX (User Experience تجربه کاربر حاصل می‌گردد.

– این پرسونا به تیمی نیاز دارد تا فرضیاتی بر اساس تعاملات کاربران با خدمات و تولیدات شرکت ارائه دهند.

– هر شرکتی می‌تواند از پرسونای ساختگی به عنوان طرحی از نیازهای ضروری کاربران استفاده کند.

پرسونای مشارکتی

– توانایی داستان سرایی به منظور مشارکت کاربر است

– هدف از پرسونای مشارکتی تغییر درک کاربران است

– جزییات را کامل بررسی میکند

– نیازهای فرد با شناخت جزء به جزء زندگی شخصی کاربر را بررسی می‌کند

– احساسات، عواطف و زندگی کاربران را بررسی می‌کند.

– هر چه یک پرسونا حقیقی‌تر باشد، تاثیر مستقیمی بر بهینه سازی تولیدات و افزایش خدمات می‌کند

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



(۲) مفهوم پرسونا

چطور درباره پرسونا تحقیق کنیم؟

HOW TO RESEARCH YOUR PERSONA

۴ اطلاعات را از لیدها و داده‌های برای مشتری‌ها پرسشنامه طراحی کنید و بفرستید

۳ با بهترین مشتری‌هایتان به صورت حضوری یا غیرحضوری مصاحبه کنید

۲ با تیم فروش مشورت کنید و درباره مشتری‌های ایده‌آل از آن‌ها مشاوره بگیرید

۱ اطلاعات را از لیدها و داده‌های شرکت جمع‌آوری کنید

۸ ترندهای بازاری را که می‌تواند روی مشتری‌ها تأثیرگذار باشد بررسی کنید

۷ محتواها و کانال‌های توزیع محتوایی را که مناسب مخاطبان هستند تحلیل کنید

۶ رفتار مشتری‌ها و مخاطب‌های شبکه‌های اجتماعی را رصد کنید تا بدانید چه زمانی بیشترین تعامل را دارند و به چه چیزی واکنش نشان می‌دهند

۵ با استفاده از گوگل آنالیتیکس ببینید که مخاطب‌های شما از کجای کشور هستند و چه مسیری را در محتواهای سایت پیش می‌گیرند

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۱۳/۹۴



(۲) مفهوم پرسونا



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۱۴/۹۴



(۲) مفهوم پرسونا

چطور از پرسونا استفاده کنیم؟
HOW TO USE YOUR PERSONA

- ۱. برای هر محصول مشتری مناسب را هدف بگیرید
- ۲. ایده‌های محتوایی مناسب را به کار ببرید
- ۳. متناسب با شخصیت مشتری‌ها پیام‌رسانی کنید
- ۴. برنامه ایمیل مارکتینگ را با توجه به نوع پرسونا مشخص کنید
- ۵. لحن مناسبی انتخاب کنید
- ۶. کانال‌های توزیع محتوای درستی انتخاب کنید
- ۷. صفحه‌های فرود را بهینه‌سازی کنید

درباره روش انتشار تبلیغات تحقیق کنید

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۱۵/۹۴



(۲) مفهوم پرسونا

۳ روش تعیین پرسونا:



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۲) مفهوم پرسونا □ سوالات مهم در تدوین پرسونا



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا

(۲) مفهوم پرسونا

□ سوالات مهم در تدوین پرسونا

۱- فاکتورهای مهم یا دموگرافیک:

- جنسیت مخاطبان
- بازه سنی مخاطب
- میزان درآمد
- سطح تحصیلات
- محل زندگی مخاطبان

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



(۲) مفهوم پرسونا

□ سوالات مهم در تدوین پرسونا

۲- اطلاعات شغلی

- شاغل بودن
- نوع شغل (شغل دولتی / خصوصی / صاحب کسب و کار)
- میزان سابقه‌ی کاری
- سمت و رده شغلی
- گروه مخاطب با توجه به شغلشان، چه مهارت‌هایی دارند؟
- آیا مخاطبان از وضعیت شغلی خود راضی هستند؟

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



(۲) مفهوم پرسونا

□ سوالات مهم در تدوین پرسونا

۳- ارزش‌های مشتری

- ارزش‌های آنها چیست؟
- در یک جمله خود را چگونه معرفی می‌کنند؟
- به چه چیزهایی در زندگی افتخار می‌کنند؟
- چه چیزهایی به آنها انرژی و انگیزه می‌دهد؟

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۲۰/۹۴



(۲) مفهوم پرسونا

□ سوالات مهم در تدوین پرسونا

۴- هدفها و آرزوها

- چه هدفی را دنبال می کنند؟
- چه آرزوها و رویاهایی در سر دارند؟
- از چه افرادی الگو می گیرند؟
- از زندگی چه می خواهند؟

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



(۲) مفهوم پرسونا

□ سوالات مهم در تدوین پرسونا

۵- مشکلات و نیازها

- چه مشکل یا سوالی دارند که برای حل آن به سمت شما می آیند؟
- چه نیازهایی دارند که خدمات یا محصولات شما آنها را برطرف می کنند؟

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۲۲/۹۴



(۲) مفهوم پرسونا

□ سوالات مهم در تدوین پرسونا

۶- نوع زندگی

- چه لایف استایلی دارند؟ یا در واقع یک روز معمولی خود را چگونه سپری می کنند؟
- چه ترجیحاتی دارند؟ کار، خانواده، دوستان؟
- ترس هایشان چیست؟
- سرگرمی و تفریحشان چیست؟
- هزینه زندگی آنها حدودا چقدر است؟

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



(۲) مفهوم پرسونا

□ سوالات مهم در تدوین پرسونا

۷- منابع مورد استفاده برای کسب اطلاعات و حل مشکلات

- آیا اهل مطالعه کتاب و مجلات هستند؟
- اگر نیاز به اطلاعات داشته باشند از چه کانال‌هایی استفاده می‌کنند؟
سایت یا شبکه‌های اجتماعی؟
- اگر برای حل مشکلات به اینترنت رجوع می‌کنند بیشتر به چه سایت‌هایی سر می‌زنند؟ مجلات معتبر یا وب سایت‌های زرد؟

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



(۲) مفهوم پرسونا

□ سوالات مهم در تدوین پرسونا

۸- میزان حضور در اینترنت

- چه میزان به اینترنت دسترسی دارند؟
- با چه ابزاری به اینترنت دسترسی دارند؟
- آیا محدودیتی در حجم و سرعت اینترنت دارند؟
- چه میزان با اینترنت و تکنولوژی آشنا هستند؟
- در روز چند ساعت در اینترنت سپری می کنند؟
- چقدر در شبکه های اجتماعی فعال هستند؟
- آیا به صورت اینترنتی خرید می کنند؟

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۲۵/۹۴



(۲) مفهوم پرسونا

□ سوالات مهم در تدوین پرسونا

۹- رابطه مشتری با شما یا محصولاتتان

- چرا به محصولات شما نیاز دارد؟
- آیا نسبت به کسب و کار شما یا محصولاتتان انتقادی دارند؟
- آیا قبل از محصول شما از محصول دیگری استفاده کرده است؟
- قبلا از چه برند دیگری خرید داشته است؟
- چرا شما را به رقبایتان ترجیح داده است؟
- آیا رابطه شما و مخاطبان عمق دارد؟

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



مراحل ساخت پرسونای مشتری (۲) مفهوم پرسونا



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



جلسه دوم

مدرس: بهشته سادات محبوبیان

(۲) مراحل طراحی پرسونا



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۲۸/۹۴



(۲) مفهوم پرسونا



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



(۳) شناخت جامعه هدف



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



جلسه دوم

مدرس: بهشته سادات محبویان

برای اینکه بتوانید بازار هدف را به درستی تشخیص دهید، باید به ۵ سوال پاسخ دهید.



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا

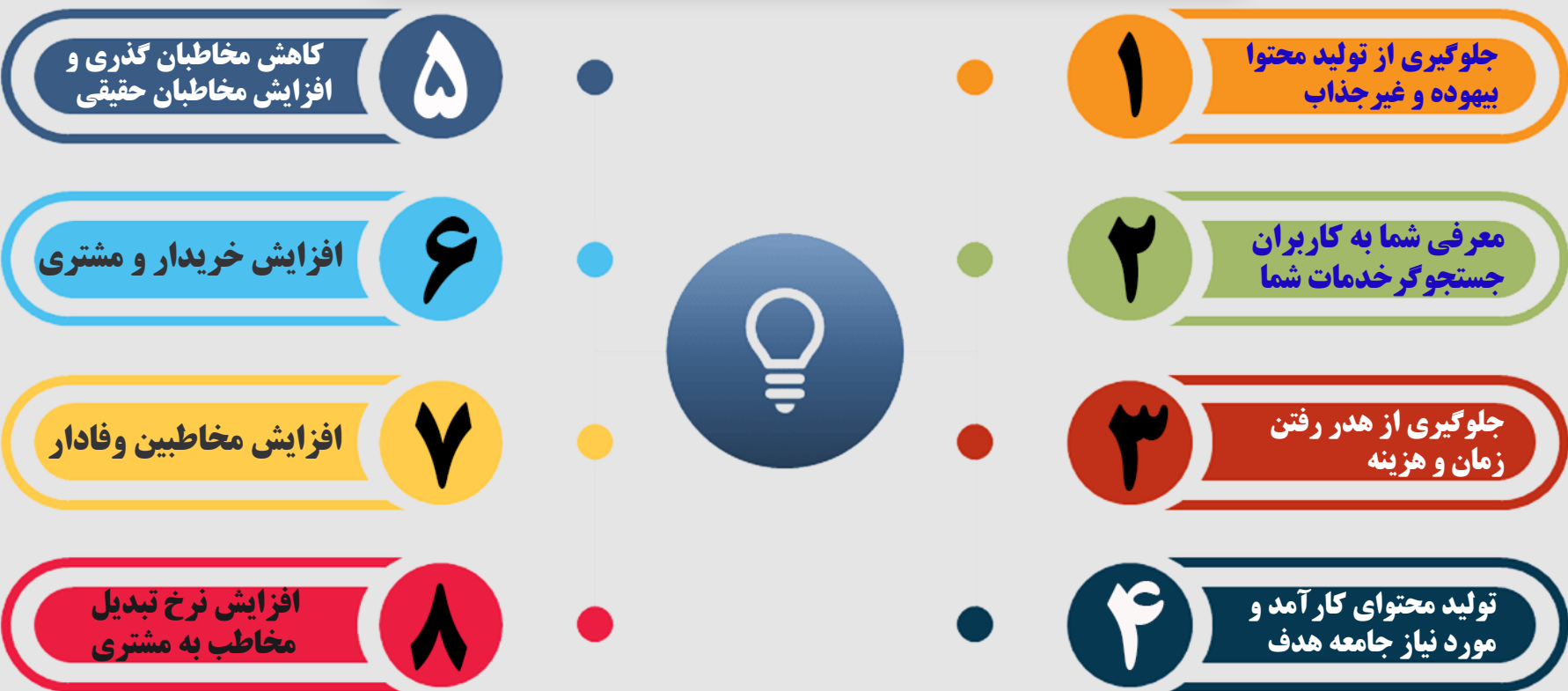


۳۱/۹۴



۳) شناخت جامعه هدف

اهمیت های شناخت مخاطب هدف در بازاریابی محتوایی



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

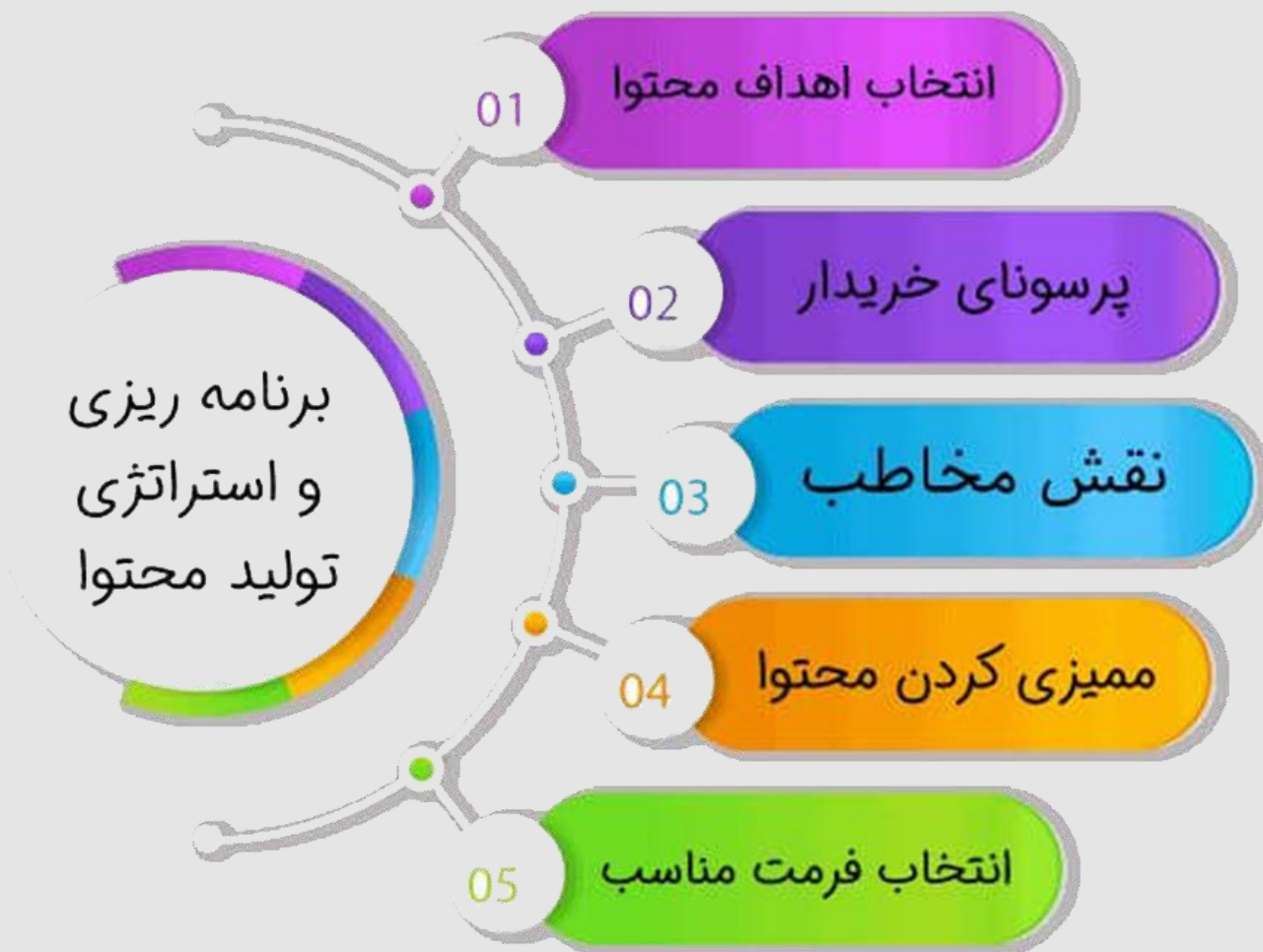
معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



(۴) برنامه ریزی و هدف گذاری



- هدف تولید محتوا
- تولید محتوا
- روشهای تولید محتوا
- معرفی سایت
- نقشه راه تولید محتوا
- سوشال مدیا

۵) تدوین استراتژی محتوا

۱. تعیین اهداف

۲. تعیین چشم انداز

۳. شناخت شخصیت مشتریان

۴. برند شناسی

۵. زمان بندی و تنظیم تقویم محتوایی

۶. تعیین موضوعات محتوا

۷. تعیین ساختار محتوا

۸. تعیین لحن محتوا

۹. اجرا

۱۰. انتشار محتوا

۱۱. تحلیل و آنالیز



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۳۴/۹۴



۶) بازاریابی محتوایی:



ایجاد نیاز کنید
طبق نیاز محتوا تولید کنید

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا

۶) بازاریابی محتوایی:

چطور محصول را به عنوان

راه حل مشکل بفروشیم



طرح یک مشکل رایج که
اغلب مردم با آن روبرو هستند و
مطرح کردن راه حل آن مسئله
از طریق ارائه محصول خودشان است.



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۳۶/۹۴



۶) بازاریابی محتوایی :

قانون ۸۰/۲۰ برای اینستاگرام



۸۰% از محتوای پیج خود را به افزایش مشارکت (Engagement) اختصاص دهید

۲۰% دیگر محتوا را با تمرکز بر فروش و تبلیغ محصول منتشر کنید

- هدف تولید محتوا
- تولید محتوا
- روشهای تولید محتوا
- معرفی سایت
- نقشه راه تولید محتوا
- سوشال مدیا

۷) سبک های تولید محتوا :



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۱) تولید محتوای باکیفیت در اینستاگرام:

بازسازی محتوا از
برندهای موجود

بررسی الگوهای آماده

محتوای با کیفیت
تولید شده
توسط کاربر

تولید محتوا با کیفیت
در اینستاگرام

استفاده از عکس های
موجود با کیفیت

همکاری با اینفلوئنسرها

ترکیب فرمت های مختلف

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۴۰/۹۴



۱) تولید محتوای باکیفیت در اینستاگرام

1

درج عناوین جذاب

داشتن استراتژی

5

تولید محتوا کاربردی

2

نظم در درج پست ها

6

تشویق فالوئرها
به عکس العمل

3

خلاقیت در پست ها

7

هشتگ گذاری اصولی

4

درج تصاویر جذاب

8

ترفندهای تولید محتوا برای اینستاگرام

#

هشتگ مرتبط

د

کپشن مناسب

+

قابلیت‌های
استوری

📊

فیلت‌رهای
اینستاگرام

۱) تولید محتوای باکیفیت در اینستاگرام:



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۹) داستان سرایی (برگ برنده):

با داستان سرایی در این ۶ مکان،
هورمون اوکسی توسین را در مغز
مخاطبان تان افزایش دهید و کاری
کنید عاشق کسب و کار شما شوند!



قدم به قدم
داستان سرایی برای

انفجار تعامل

مخاطبان با کسب و کارتان

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



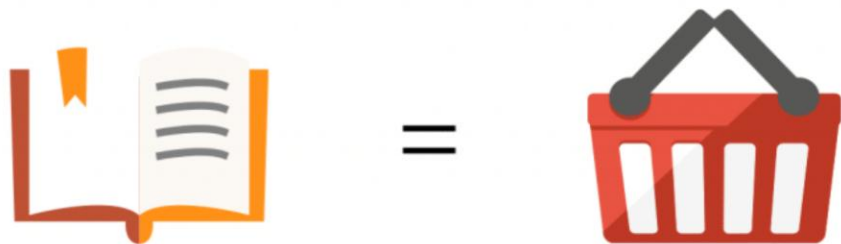
۴۲/۹۴



۹) داستان سرایی (برگ برنده):

□ نقش داستان سرایی در بازاریابی چیست؟

NO STORY, NO SALE



داستان سرایی هورمون اوکسی توسین را در مغز افزایش می دهد.
این هورمون دقیقا همان هورمونی است که زمان عشق ورزیدن، خوشحالی و بغل کردن تولید می شود.
برندها از همین قانون علمی-روانشناسی در برنامه بازاریابی شان استفاده می کنند
تا روی مشتریانشان تاثیر بیشتری بگذارند.

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۴۳/۹۴



۹) داستان سرایی (برگ برنده):

□ مزایای داستان سرایی:



- ✓ مشتری را با برند درگیر می کند و ارتباط عمیق تری با او می سازد.
- ✓ شخصیت برند شما را از حالت رباتی دور می کند و انسانی تر به نظر می آید.
- داستان سرایی باعث جلب اعتماد بیشتر برای برند شما می شود.
- ✓ داستان ها قابلیت ویروسی شدن دارند، به این صورت که زبان به زبان نقل می شوند.
- این خاصیت می تواند افراد بیشتری شما را به اطرافیان شان معرفی کنند. (افزایش آگاهی از برند)
- ✓ ۹۲٪ افراد در تحقیقات اعلام کرده اند که به تبلیغات داستانی بیشتر توجه می کنند.

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۴۴/۹۴



۹) داستان سرایی (برگ برنده):

□ یک داستان جذاب چه ویژگی‌هایی دارد؟

۳- جهانی
باشد

۲- آموزنده
باشد

۱- سرگرم‌کننده
باشد

۶- به یاد
ماندنی باشد

۵- ویروسی
باشد

۴- ساختارمند
باشد

۹- نتیجه داشته
باشد

۸- تضاد داشته
باشد

۷- دارای یک
شخصیت باشد

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۴۵/۹۴



۹) داستان سرایی (برگ برنده):

مراحل داستان سرایی و پروسه و

شناخت روحیات مخاطب

مشخص کردن پیام اصلی داستان

داستان را منتشر کنید

چه نوع داستانی می خواهید تعریف کنید؟

داستان را بنویسید

- مخاطب به انجام کاری انگیزش شود
- در مورد خودتان به مردم بگویید
- ارزش هایی را انتقال دهید:
- ایجاد اجتماع یا به اصطلاح قبیله سازی
- آموزش بدهید

دعوت به اقدام کنید

قالب انتشار داستان را مشخص کنید

- نوشته:
- از طریق گوینده
- فایل صوتی: (Audio)
- دیجیتالی

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۴۶/۹۴



۹) داستان سرایی (برگ برنده):

داستان برند

کپشن اینستاگرام

فروش مستقیم

داستان سرایی از کارمندان

در تبلیغات

بازاریابی محتوایی

از داستان سرایی

کجا استفاده کنیم؟

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۴۷/۹۴



۹) داستان سرایی (برگ برنده):

□ سوالات مهم برای نوشتن داستان برند !!

شرکتان چگونه آغاز به کار کرد؟ چرا؟

چه زمانی شروع به کار کرد و تکامل یافت؟

چه چیزی آن را منحصر به فرد می کند؟ (مزیت رقابتی)

تاریخچه برند شما چیست؟

داستان موفقیت خود را بگویید. (مردم میپسندند)

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۹) داستان سرایی (برگ برنده):

□ سوالات مهم برای نوشتن داستان برند !!

یک روز عادی در شرکتان چطور می گذرد؟

آیا شرکت شما کاری انجام داده است که زندگی را برای جامعه بهتر کند؟

- آیا مشکلات جامعه را حل کرده است؟

برند شما چه ماموریت و چشم اندازی دارد؟

علت انتخاب چشم انداز چیست و چرا برای برند شما مهم است؟

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۴۹/۹۴



۹) داستان سرایی (برگ برنده):

□ سوالات مهم برای نوشتن داستان برند !!

داستان‌های مأموریت اجتماعی کسب و کارتان را نشان دهید

چه چیزی الهام‌بخش بنیان‌گذاران شرکت شما بوده است؟

آیا مشتریان داستان شما را پر معنی تلقی می‌کنند؟

چه چیزی باعث یک تصمیم/توسعه/تغییر هیجان‌انگیز در کسب و کارتان شد؟

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روش‌های تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۵۰/۹۴



۱۰) چالش ۱۰۰ روزه:



هدف تولید محتوا



تولید محتوا



روشهای تولید محتوا



معرفی سایت



نقشه راه تولید محتوا



سوشال مدیا



۱۱) هشتگ گذاری

- استفاده درست از هشتگ‌ها، راهی رایگان و مناسب برای دیده شدن بیشتر پست‌ها
- راه‌اندازی طوفان فکری با دیگر اعضای تیم
- تحلیل پست‌های موفق صفحه‌های هم موضوع
- کار هشتگ‌ها: دسته‌بندی انواع محتوا

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۵۲/۹۴



۱۲) قانون ۱ درصد در تولید محتوا

اگر هر روز، یک کار رو فقط

۱%

بهتر انجام بدی در بلند مدت
نتایج فوق العاده‌ای میگیری

اما چطور از این قانون در
تولید محتوا استفاده کنیم؟

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۵۳/۹۴





۱۲) قانون ۱ درصد در تولید محتوا

حالا در گام اول باید

- ✓ ساختار پیجت رو به صورت اصولی بچین
- ✓ پیج‌های همکاری رو پیدا کن و باهاشون تعامل داشته باش
- ✓ تولید محتوا رو از روز اول شروع کن

در گام دوم باید

- ✓ بدون توجه به نتیجه، تولید محتوای مستمر داشته باشی
- ✓ آزمون و خطا کنی
- ✓ با بررسی بخش اینسایت پیج، بهترین محتواها رو پیدا کنی

در گام سوم باید

- ✓ در هر محتوا باید تخصص و مهارتت رو نشون بدی
- ✓ در هر پست یا استوری باید به یک دغدغه مخاطب پاسخ بدی
- ✓ با CTA مخاطبین رو به پروفایلت هدایت کن
- ✓ جواب دایرکت و کامنت‌ها رو کامل بده

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۵۴/۹۴



۱۲) قانون ۱ درصد در تولید محتوا

1%

با انجام **مسئمت** این برنامه برای حداقل سه ماه و تولید محتوای اصولی و فعالیت درست در **استوری**، رشد پیج و فروش شروع همیشه

CTA یعنی

فراخوانی برای اقدام، یعنی از مخاطب بخوای **کاری انجام بده** با یک CTA درست و پیچ اصولی، میتونی فالور جذب کنی

انواع CTA

- ✓ هدایت مخاطب به هایلایت
- ✓ هدایت مخاطب به پست قبلی
- ✓ هدایت مخاطب به لینک بایو

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۵۵/۹۴



۱۳) مراحل قبل و بعد از پست گذاشتن



□ یک ساعت قبل پست

□ یک ساعت اولیه پست

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۵۶/۹۴



۱۳) مراحل قبل و بعد از پست گذاشتن

□ تعاملات روزانه اینستاگرام

✓ ۳ بار در روز به مدت ۱۵ دقیقه، تعامل با هشتکهای مرتبط با پیج

(قسمت TOP -RECENT)

✓ ۳ بار در روز به مدت ۱۵ دقیقه، تعامل با پست همکاری در

اکسپلور (پاکسازی اکسپلور از پست های ناخواسته)

✓ تعامل با پستهای فالوینگ ها (عدم تعامل با فالوینگها روی

ورودی اکسپلور تاثیر میذاره)

✓ تعامل با استوری های فالوینگها و همکاران (لایک و تپ استیکر

روی ویو استوری ما تاثیر میذاره)



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

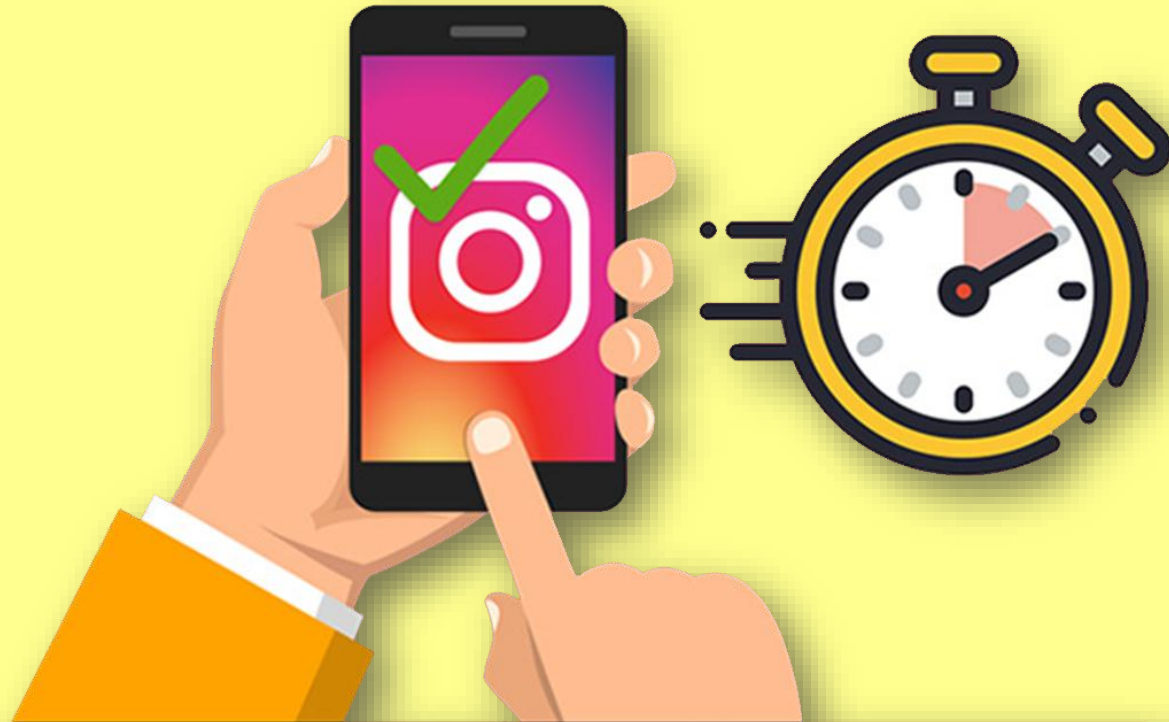
سوشال مدیا



۵۷/۹۴



۱۴) پست گذاشتن



بهترین زمان پست گذاشتن در اینستاگرام را میدانید؟

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۱۴) پست گذاشتن

اگر پیج فروشگاه‌های داری

سعی کن حداقل

هفته‌ای ۵ پست

منتشر کنی

اگر تنوع محصولت کمه، در استوری بیشتر فعال باش

اگر پیج آموزشی داری

سعی کن حداقل

هفته‌ای ۵ پست

منتشر کنی

به مرور که تعداد فالوورت بیشتر میشه میتونی کمتر پست بذاری

اگر پیج خدماتی داری

سعی کن حداقل

هفته‌ای ۳ پست

منتشر کنی

فقط نمونه کار نذار و پست و استوری آموزشی هم بذار

اگر پیج هنری داری

سعی کن حداقل

هفته‌ای ۳ پست

منتشر کنی

حتما در کنار نشون دادن نمونه کار، آموزش هم بده

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۵۹/۹۴



۱۵) چه نوع پستی بهتره؟



- بصورت عکس تک
- بصورت عکس اسلایدی
- بصورت ویدیو اسلایدی
- بصورت REELS

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



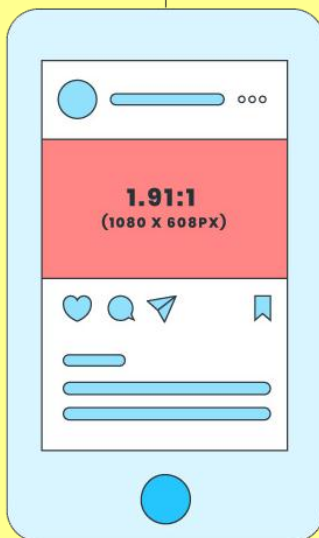
۶۰/۹۴



۱۶) ابعاد پست

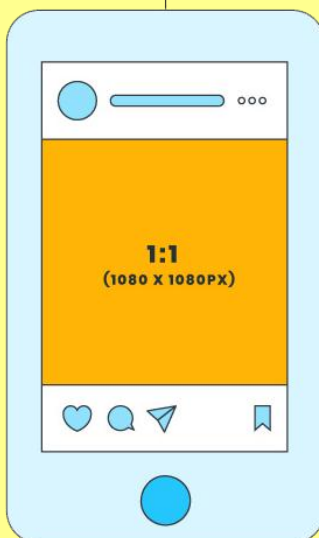
سایز مناسب برای طراحی پُست اینستاگرام

LANDSCAPE



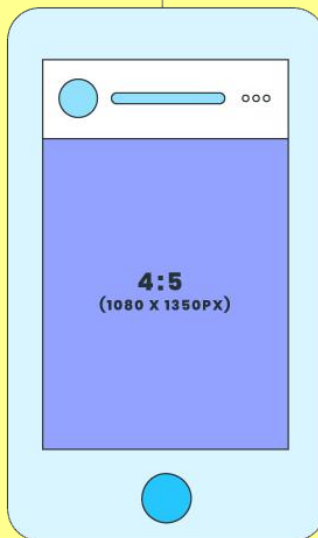
1080 * 608 px

SQUARE



1080 * 1080 px

PORTRAIT



1080 * 1350 px

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



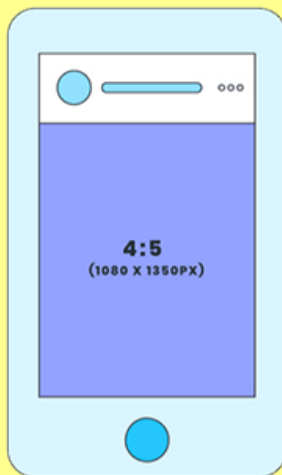
۶۱/۹۴



۱۵ ابعاد REELS



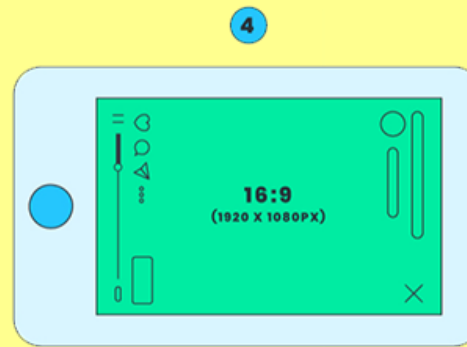
در حالت تمام صفحه و عمودی



در Feed



در Profile



در حالت تمام صفحه و افقی

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۶۲/۹۴



۱۸) ابعاد استوری

سایز مناسب استوری‌های اینستاگرام



1080 * 608 px



1080 * 1920 px

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۶۳/۹۴

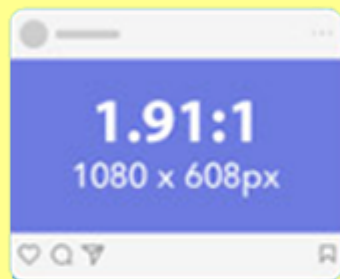


۱۹) سایز مناسب ویدیوها

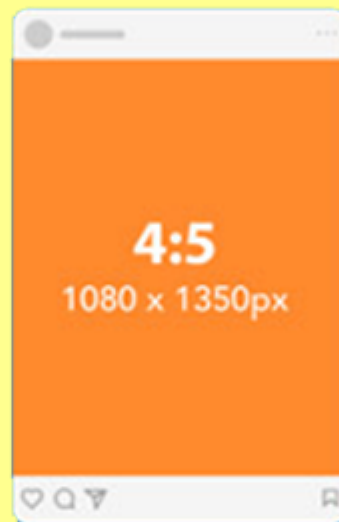
ویدیو مربعی



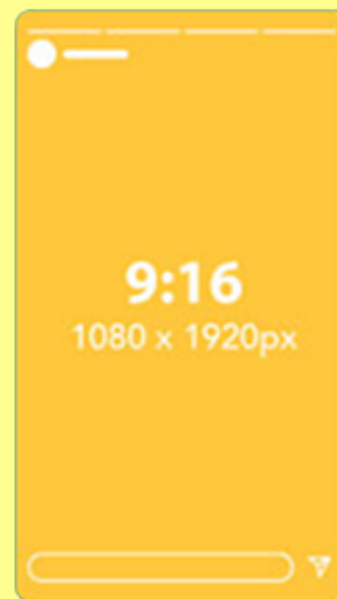
ویدیو افقی



ویدیو پرتره، مستطیلی



ویدیو استوری



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۶۴/۹۴



۲۰ نکات مهم افزایش بازدید پست



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۶۵/۹۴



۲۱) وایرال شدن پست یعنی چه؟



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۶۶/۹۴



۲۱) وایرال شدن پست یعنی چه؟

Discovery ⓘ	
54,709	
Accounts reached 97% weren't following you	
Follows	53
Reach	54,709
Impressions	64,581
From Hashtags	53,459
From Home	2,493
From Explore	301
From Other	8,328

Cancel Insights	
Profile visits	1,980
Discovery	
26,543	
Accounts reached 4% weren't following you	
Follows	9
Reach	26,543
Impressions	36,651
From home	35,322
From profile	438
From Explore	71
From other	820

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۶۷/۹۴



۲۲) چطور پستی بسازیم که وایرال شود؟



سرگرم کننده



آموزشی

کنجکاو کننده

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۶۸/۹۴





۲۱) نکات مهم در REELS

- ۱) ۸ ساعت قبل از بارگذاری ریلز حتما از استیکر تایم استفاده کنید
- ۲) ریلزت رو ۳۰ دقیقه قبل رسیدن استیکر تایم ، آپلود کن.
- ۳) ۳۰ دقیقه بعد آپلود ریلز، ریلزت رو با یک جمله ی خاص و کنجکاوکننده استوری کن.
- ۴) ۳ الی ۵ ثانیه اول از قلاب جذاب استفاده کن.
- ۵) پیام خود را فراموش نکنید.
- ۶) در پایان از فراخوان برای اقدام استفاده کنید.
- ۷) از قابلیت های خود ریلز مثل استیکرهای تعاملی و ریمیکس استفاده کنید.

خیلی مراقب باشید ریلز ممکن است پیج را نابود کند

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۶۹/۹۴



۲۴) استفاده از Guide برای دسته بندی پست ها

دسته بندی پست ها



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۷۰/۹۴



دسته بندی پست ها



چطور فعالش کنیم؟

دوتا راه برای فعال سازی GUIDE داریم.
یا علامت + بالای صفحه تون
ظاهر شده یا مثل من اینستا
هنوز لطف نکرده برات بیاره این
علامته رو!



روی علامت + بزن. بعد گزینه GUIDE رو
بزن و تو مرحله ی بعدی براساس
مکان یا پست، پست هایی که باید
دسته بندی شن رو انتخاب کن.

اگه علامت + داری

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۷۱/۹۴



دسته بندی پست ها



اگه + ندارم چه کنم؟

اینجا شما تشریف می‌بری تو یه صفحه که GUIDE داره. یکی از GUIDE ها رو باز می‌کنی و تا انتها می‌ری. آخرش اینستا بهت می‌گه دوست داری تو هم GUIDE داشته باشی؟ شما هم رو گزینه می‌زنی و ادامه مسیر قبلی رو می‌ری!



کاور داخل GUIDE از سه جا قابل اضافه شدن. یکی پست‌های خودتون، یکی پست‌هایی که save کردید و یکی هم از روی GUIDE های دیگه‌ای که منتشر کردید. اندازه کاور هم تقریباً ۱۰۸۰*۱۳۵۰ هست. اما؛ اگه بخوای یه کاور خاص بذاری و نه تو پستات باشه نه تو GUIDE هات چی؟ اینجا یه روش هست که می‌تونی انجامش بدی!



حالا بریم سراغ کاور!

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۷۲/۹۴



دسته بندی پست ها



اگه تو پستام نبود چه کنم؟

هرچند که خیلی راه خاصی نیست اما به راحتی می‌تونید یه پیج الکی بزنیند. اونجا پستی که می‌خواید کاور GUIDE بشه رو پست کنید. بعد با پیج اصلی اون پست رو save کنید و موقع انتخاب کاور از قسمت save اون پست پیج دوم رو انتخاب کنید. (از اون حرکت زرد بود قشنگ) (ایشاله که تو آپدیتای بعدی این رو خودشون درست کنن، من مجبور نشم از این حرکت یادتون بدم)

تو مرحله بعد برای هر پستی که اضافه کردید باید یک موضوع اضافه کنید و بهتره که یه نیم‌خط هم توضیح برارش اضافه کنید. یه موضوع و توضیح هم باید به خود GUIDE بدید که این می‌شه همون اسم GUIDE تون.

بعد از کاور چی؟

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۷۳/۹۴



۲۵) ادیت پست خوب یا بد؟



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۷۴/۹۴





(۲۴) واچ تایم از لایک و سیو مهمتره

نکته اول : قلاب جذاب (۳ ثانیه اول)

نکته دوم : حس کنجکاوی به مخاطب بده و باعث بشه کپشن را باز کند.

نکته سوم : پست اسلایدی باعث میشه وقت بیشتری ور پست بگذارد.

نکته چهارم : از بین اسلایدا سوال بپرس که دوباره برگرده به صفحات.

نکته پنجم : استفاده از موزیک ترند

نکته ششم: استفاده از موضوعات پرطرفدار آموزشی، فان یا ترند

آخرین و مهمترین نکته : داشتن کاور جذاب برای گشتن در صفحه پروفایل

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۷۵/۹۴



۲۷) تعامل از کامنت:



- به سوال مرتبط
- نظر پرسیدن
- جواب کاربران را با سوال بدهید
- ابهام ایجاد کن مخاطب سوال پیرسه
- محتوای بحث دار بذار تو کامنت دربارش بحث کنن

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۷۶/۹۴



۲۸) کپشن نویسی و قلاب:

- ✓ ابتدا چندین پیش نویس آماده کنید
- ✓ جمله های جذاب و کنجکاو کننده را اول کار بگویید (تعداد کارکترهای مجاز برای کپشن نویسی در اینستاگرام ۲۲۰۰ کاراکتر است)
- ✓ به سوال مرتبط برسید (عکس اسلایدی و انتخاب)
- ✓ استفاده از ایموجی ها
- ✓ مفید و مختصر کپشن نویسی کنید.
- ✓ هدایت مخاطب به لینک در قسمت bio پیج
- ✓ تشویق مردم به تگ کردن دوستانشان زیر پست خود
- ✓ اشاره به شبکه های اجتماعی دیگری خود
- ✓ استفاده از لحن و ادبیات مناسب فضای اینستاگرام
- ✓ اطلاعاتی که مهم هستند را در کپشن لحاظ کنید



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

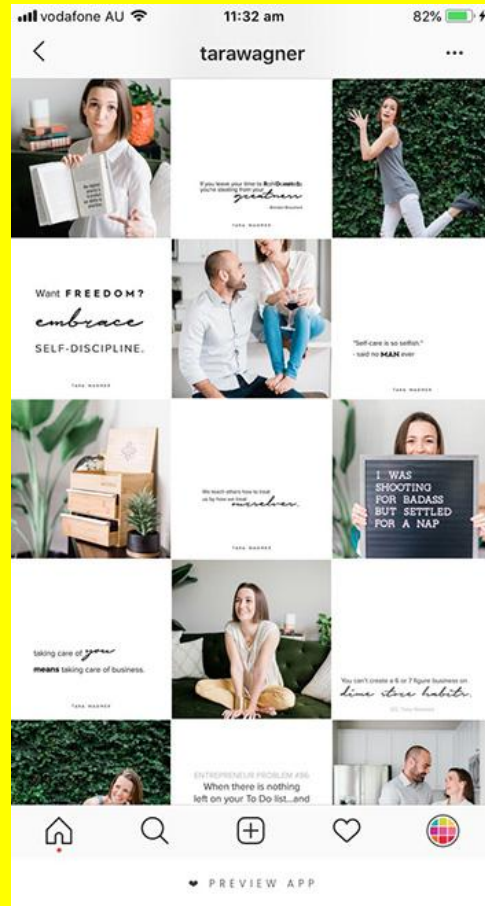
سوشال مدیا



۷۷/۹۴



(۱) انواع چیدمان (تم پیج)



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

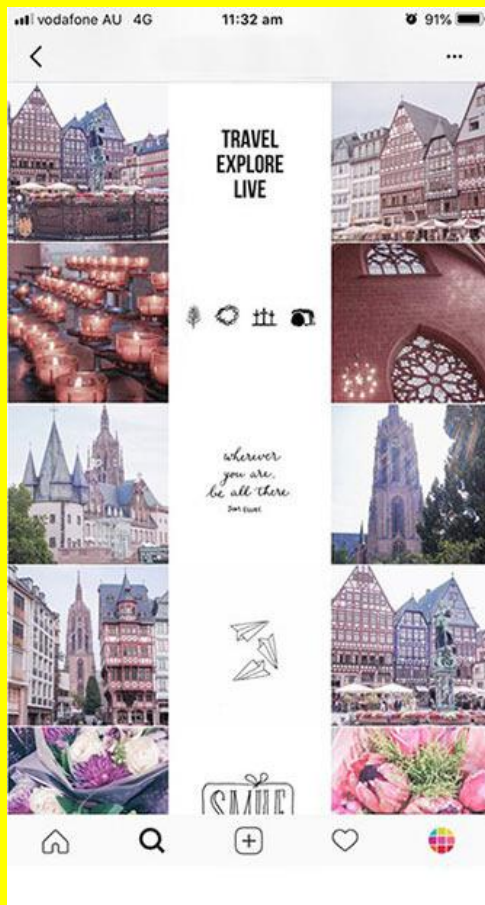
سوشال مدیا



۷۸/۹۴



(۱) انواع چیدمان (تم پیج)



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

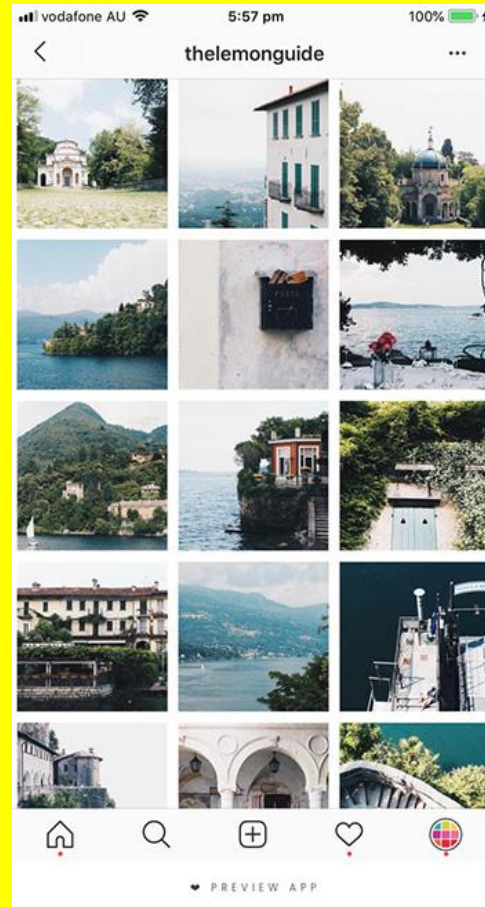
سوشال مدیا



۷۹/۹۴



(۱) انواع چیدمان (تم پیج)



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

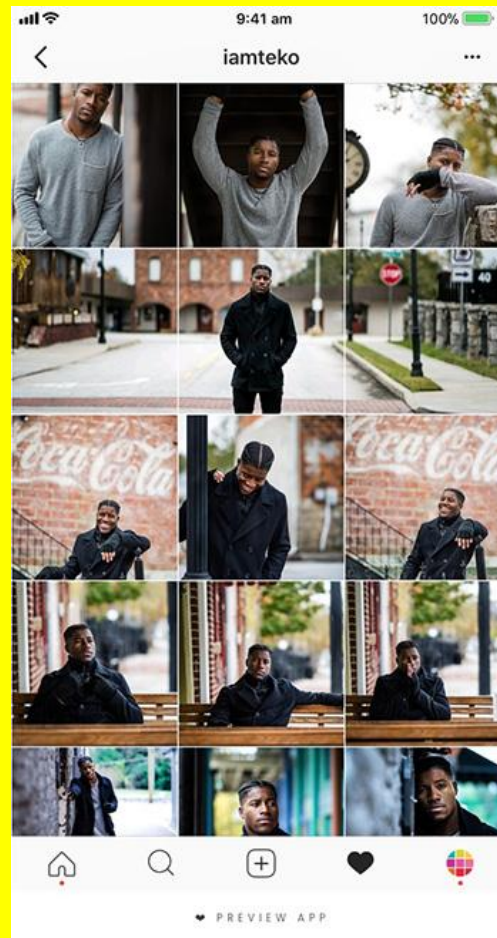
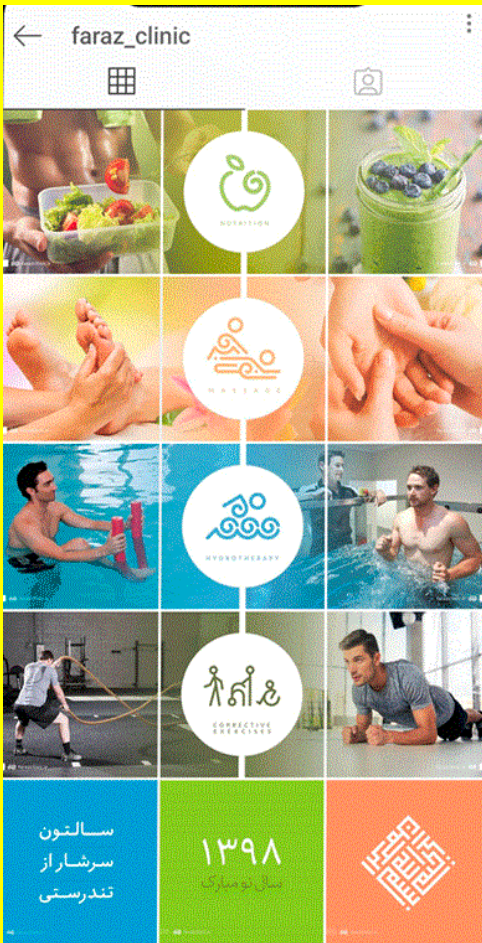
سوشال مدیا



۸۰/۹۴



(۱) انواع چیدمان (تم پیج)



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

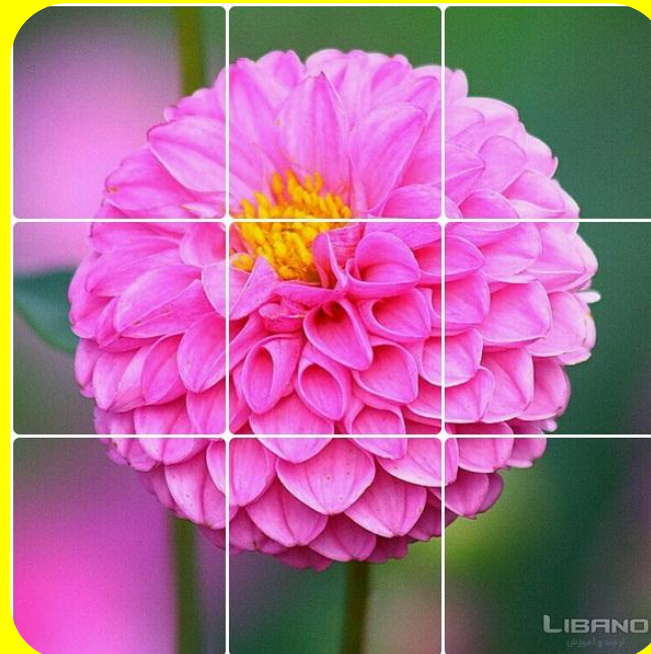
سوشال مدیا



۸۱/۹۴



(۱) انواع چیدمان (تم پیچ)



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۸۲/۹۴



(۱) نکات مهم تولید محتوا

۶ ایده محتوا برای

پست تک عکس

✓ ساخت چک لیست

✓ ساخت اینفوگرافیک و چارت

✓ پست با کپشن مفصل

✓ اطلاع رسانی یک مراسم

✓ نقل قول و جملات آموزشی

✓ پست مقایسه‌ای



اگر می‌خواهی محصولت رو معرفی کنی از یکی از روش‌های زیر استفاده کن

۱ اسلاید اول: عکس محصول
اسلایدهای بعدی: ویدیو از محصول یا نمایش رنگ بندی‌های محصول

۲ اسلاید اول: ویدیو از محصول
اسلایدهای بعدی: عکس از محصول یا نمایش رنگ بندی‌های محصول

گرچه الزامی برای جلوی دوربین اومدن نیست، ولی اگر با **چهره** محتوا تولید کنی، **رشد سریعتری** خواهی داشت و **اعتماد مخاطب** بهت بیشتر میشه



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۸۳/۹۴



(۱) ایده تولید محتوا بدون چهره



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۱) ایده تولید محتوا بدون چهره



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۱۵/۹۴



(۴) چه تجهیزاتی نیاز داریم؟



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۸۶/۹۴



۵) نرم افزار تولید محتوا



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۸۷/۹۴



۶) معرفی سایتهای ترند برای دانلود با کیفیت



- <https://unsplash.com>
- <https://www.freepik.com>
- <https://dribbble.com>
- <http://www.pexels.com>

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۸۸/۹۴



۶) معرفی سایتهای ترند برای دانلود باکیفیت



- <https://unsplash.com>
- <https://pixabay.com>
- <http://negativespace.co>
- <https://www.canva.com>
- <http://www.lifeofpix.com>

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا

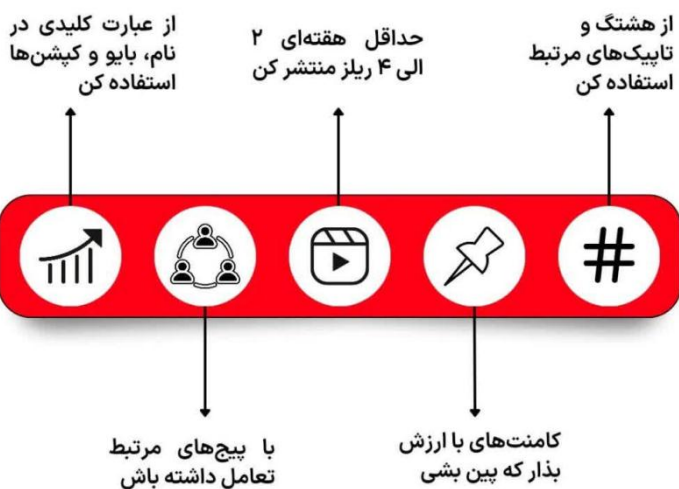


۸۹/۹۴



۷) نقشه راه تولید محتوای اینستاگرام

چطور در اینستاگرام دیده شیم؟



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۷) نقشه راه تولید محتوای اینستاگرام

 نمونه یک تقویم محتوایی

موضوع	
تاریخ انتشار	
نوع محتوا	
کپشن	
استوری مرتبط	
دسته بندی	
هدف محتوا	

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۹۱/۹۴



۱) تهیه ابزار سوشال مدیا



پکیج جامع سه بعدی

★★★★★

۶۹۸.۰۰۰ تومان

The image shows a product card for a '3D Illustration Pack'. The main image is a white box with the text '3D Illustration Pack' and 'پکیج غول سه بعدی' (Giant 3D Pack). Below the box, there are navigation arrows and a star rating of five stars. At the bottom, a blue button indicates the price is 698,000 Tomans.



پکیج غول فونت انگلیسی

★★★★★

۳۹۸.۰۰۰ تومان

The image shows a product card for an 'English Font Bundle'. The main image is a white box with the text 'English Font Bundle' and 'پکیج غول فونت انگلیسی' (Giant English Font Pack). Below the box, there are navigation arrows and a star rating of five stars. At the bottom, a blue button indicates the price is 398,000 Tomans.

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۹۳/۹۴



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۹۳/۹۴



۸) تهیه ابزار سوشال مدیا

- #آیکون_سه_بعدی
- #ویدیو_خام
- #ابزار_استوری
- #ایموجی
- #موزیک_چالشی
- #بکگراند_استوری
- #اکولایزر
- #گرادیانت
- #فلش
- #کاور_خام
- #پرده_سبز
- #آموزشی
- #افکت_صوتی
- #پرست
- #ایده_یابی
- #کاور_هایلایت
- #کاراکتر_سه_بعدی
- #آهنگ
- #آیکون
- #اپلیکیشن
- #براش
- #فونت
- #تکسچر
- #پترن
- #استند_محصول
- #بکگراند
- #تکست_باکس
- #پک_مذهبی
- #تکست_افکت
- #هوش_مصنوعی
- #تولید_محتوا
- #کاور_اینستاگرام

چنل vip جعبه ابزار



کیفیت طراحی هاتو بالا ببر!

بیش از ۵۰ گیگابایت فایل گلچین شده طراحی

✓ صدها آیکون و کاراکتر دو بعدی و سه بعدی پرمیوم
به ارزش بیش از ۱۰۰۰ دلار از سایت ui8.com!

✓ نزدیک به ۳۵۰۰ فونت جذاب فارسی و انگلیسی

✓ نزدیک به ۵۰۰ بکگراند و پترن کاربردی و جذاب

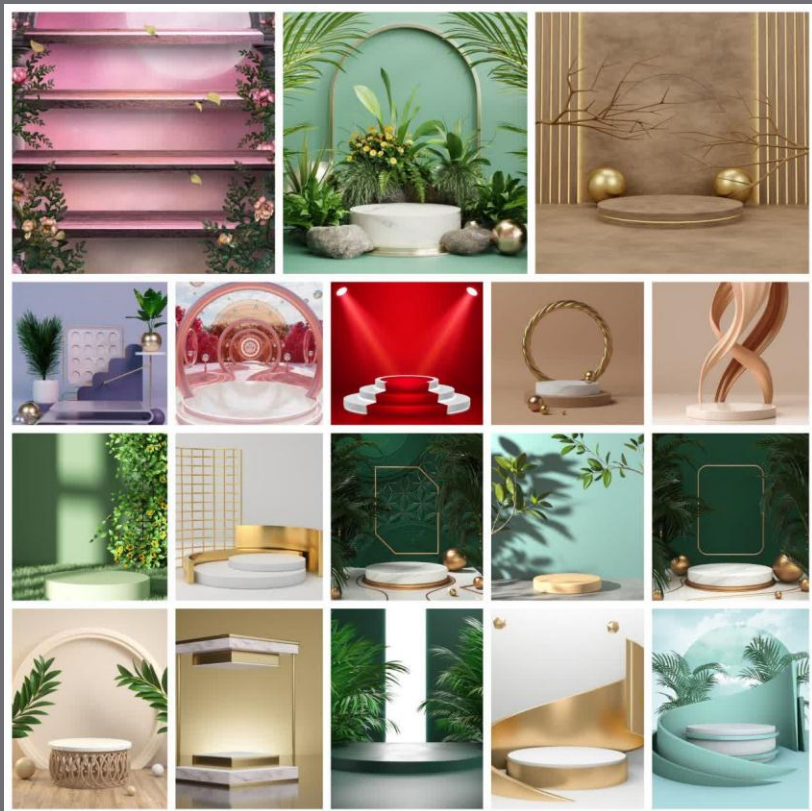
✓ تکست استایل های جذاب و منتخب

✓ نزدیک به ۱۵۰ سوژه طراحی تامبنیل از بوتوبرها

✓ پالت های رنگی و گردینت های جذاب

✓ موکاپ های PLP و PSD متنوع

✓ نزدیک به ۲۰۰ عکس محصولات مختلف برای طراحی



مدرس: بهشته سادات محبوبیان



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

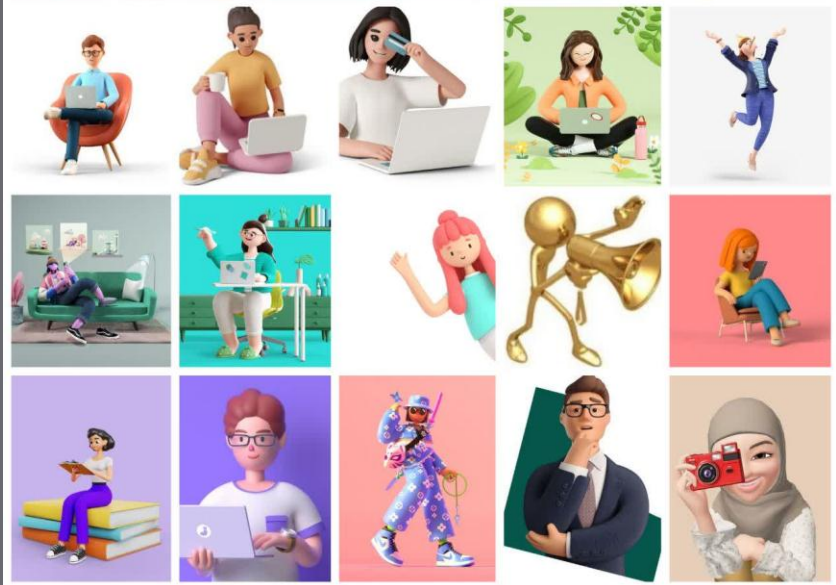
نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا

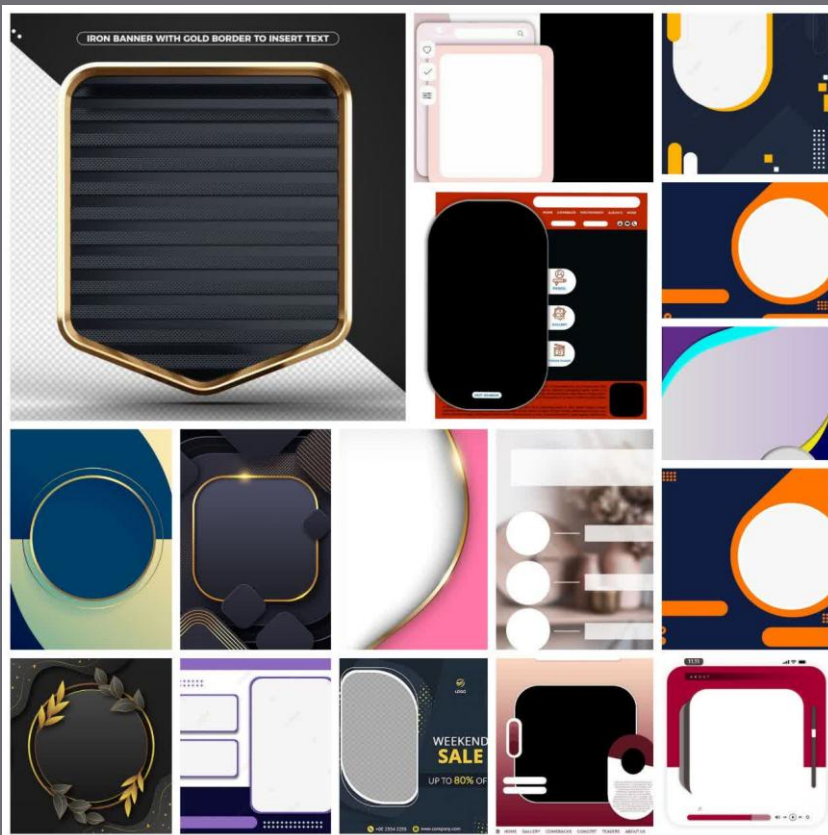


۹۴/۹۴





مدرس: بهشته سادات محبوبیان



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۹۴/۹۴





مدرس: بهشته سادات محبوبیان



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۹۴/۹۴





و هزاران فایل دیگر



هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۹۴/۹۴



کانال + ۱۲ هزار ایده استوری

متناسب موضوع پیج

(فروشگاهی / آموزشی /

خدماتی / بلاگری)

هدف تولید محتوا

تولید محتوا

روشهای تولید محتوا

معرفی سایت

نقشه راه تولید محتوا

سوشال مدیا



۹۴/۹۴

