نموذج عملي لكتابة خطة المحتوى

المرحلة *1:* تحديد الأهداف والفئات المستهدفة

قبل البدء في إعداد المحتوى، من الضروري تحديد الأهداف الرئيسية لكل حملة والفئة المستهدفة. مثل:

- **الأهداف:** زيادة الوعي، تعزيز التفاعل، دفع التحويلات.
- **الفئة المستهدفة:** الفريلانسرز، الشركات الصغيرة، رواد الأعمال.

المرحلة *2:* تحديد الركائز الأساسية *(Content Pillars)*

وفقًا لنموذج "T.A.W.A.Q"، يتم تقسيم المحتوى إلى 4 ركائز رئيسية:

1. **Teach التعليم:** محتوى تعليمي مثل المقالات والفيديوهات.
2. **Amplify التكبير:** قصص العملاء والشهادات.
3. **Wow التأثير:** فيديوهات قصيرة وتحديات.
4. **Quiet the Doubt إزالة الشكوك:** مقارنات وحالات استخدام.

المرحلة *3:* تحديد أنواع المحتوى والأهداف

هنا يتم تحديد نوع المحتوى الذي سيتم نشره بناءً على أهداف الحملة والفئة المستهدفة:

- **قصص العملاء:** بناء الثقة عبر منصات مثل LinkedIn و Instagram.
- **فيديوهات تعليمية قصيرة:** تسويق فعال على TikTok و Reels.
- **إنفوجرافيك:** تبسيط المفاهيم عبر منصات مثل LinkedIn و Twitter.

المرحلة *4:* إعداد الجدول الزمني للمحتوى

نبدأ بتحديد خطة المحتوى الشهرية وفقاً للأهداف المحددة، ونضع جدولاً زمنيًا لكل نوع من المحتوى المستهدف.

مثال على جدول محتوى سوشيال ميديا (شهري)

الأسبوع	الهدف العاطفي	نوع المحتوى	القنوات
الأسبوع 1	جذب الفضول	Reel	Instagram, TikTok
الأسبوع 2	بناء الثقة	قصة نجاح	LinkedIn, Instagram
الأسبوع 3	تحفيز القرار	CTA مباشر	Twitter, LinkedIn

الأسبوع 4	إشراك المجتمع	تحدي	Instagram Stories, X
الأسبوع 5	جذب الفضول	Reel:	Instagram, TikTok
الأسبوع 6	بناء الثقة	قصة نجاح	LinkedIn, Instagram
الأسبوع 7	تحفيز القرار	CTA مباشر	Twitter, LinkedIn
الأسبوع 8	إشراك المجتمع	تحدي	Instagram Stories, X

المرحلة *5:* تقييم الأداء

تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لقياس نجاح خطة المحتوى:

- **عدد القصص التي يرسلها العملاء:** يساهم في تعزيز الثقة.
- **عدد مرات مشاركة المحتوى:** يشير إلى تأثير المحتوى.
- **نسبة التحويل من القصص:** دليل على فعالية القصص في التحويل.

المرحلة *6:* إعادة التدوير

إعادة استخدام المحتوى القيم في صيغ متعددة لتوسيع نطاق الوصول:

- **Webinars** يمكن إعادة تدويرها إلى **Shorts + Carousel** على YouTube و Instagram.
- **مقال SEO** يمكن تحويله إلى **Reel تعليمي** على TikTok.

خطة المحتوى الشهرية:

عند تنفيذ خطة المحتوى الشهرية، يُفضل تنويع الأنواع والمحتوى لضمان استمرارية التفاعل وتحقيق الأهداف على المدى الطويل. قد تشمل هذه الخطة:

- **محتوى توجيهي لتحفيز قرار الشراء.**
- **حملات تفاعلية لزيادة التفاعل والمشاركة.**
- **محتوى موسمي يتناسب مع تقويم المواسم المحلية.**

.