Nếu bạn đang làm trong lĩnh vực SEO hoặc bất cứ ngành nghề nào liên quan đến Digital marketing, nhưng lại xa lại với khái niệm evergreen content. Thì đây chắc chắn là một thiếu sót và khả năng cao bạn đang bỏ lỡ lượng lớn traffic cho truy vấn của người dùng. Đọc ngay bài viết sau đây để hiểu về evergreen content và cách xuất bản một nội dung thường xanh chất lượng cho website của mình nhé.

Evergreen content là gì?

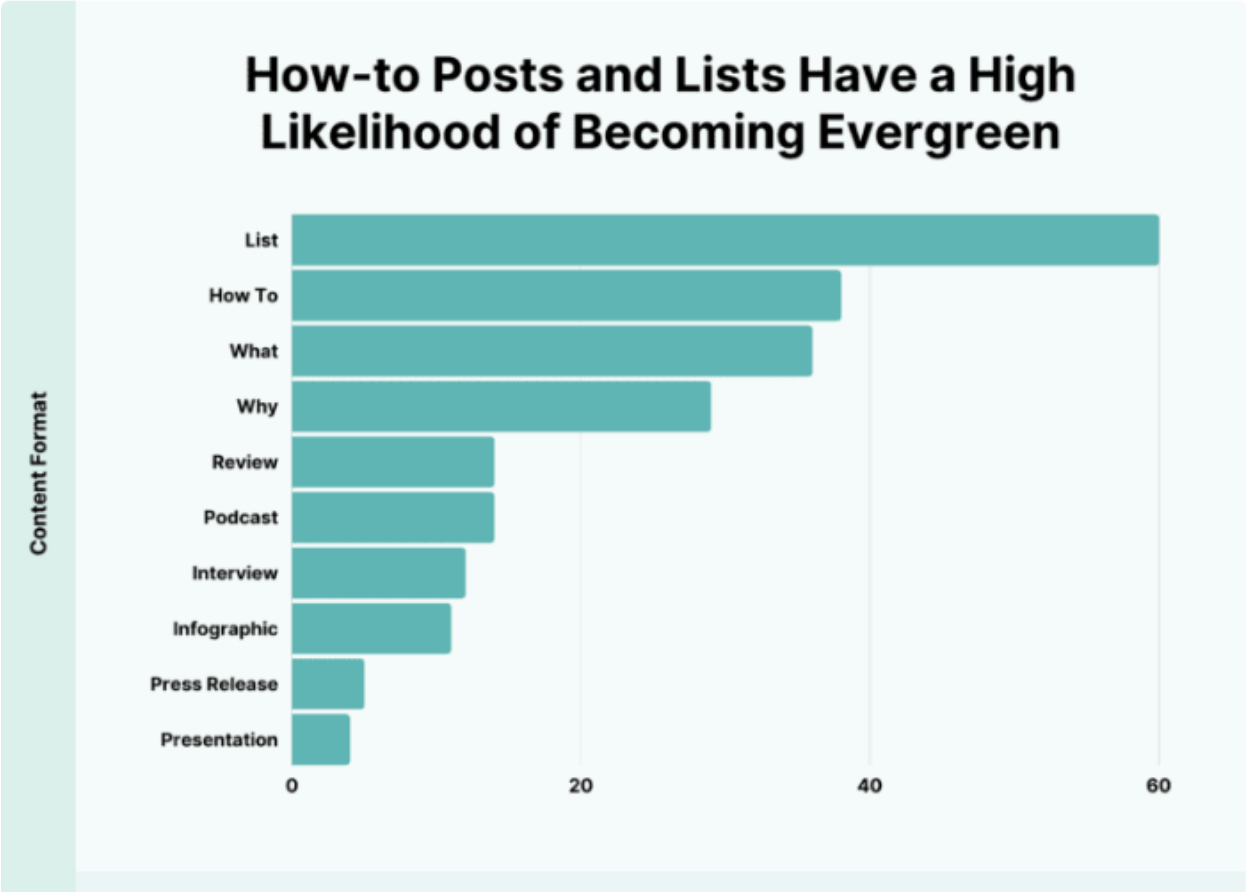
Evergreen content – hay nội dung thường xanh, hiểu đơn giản là loại nội dung về chủ đề có mức độ quan tâm liên tục (từ tìm kiếm, chia sẻ, phân tích,…) và bền vững theo thời gian. Mỗi ngách thị trường sẽ có những chủ đề nhất định.

Xuất bản những evergreen content hẳn là mong ước của tất cả những nhà sáng tạo nội dung. Vì không chỉ khẳng định sức ảnh hưởng, sự uy tín và chất lượng của doanh nghiệp, mà còn thu về lượng truy cập khủng, tăng khả năng chuyển đổi doanh thu.

Mặc dù không phải mọi bài viết đều có khả năng trở thành một nội dung thường xanh. Tuy nhiên vẫn có những phương pháp nhất định sau đây.

Làm thế nào để tạo evergreen content? Định dạng nội dung

Mặc dù chủ đề luôn là yếu tố chính thu hút sự quan tâm của các bài viết theo thời gian, nhưng định dạng nội dung cũng đóng một vai trò rất quan trọng.

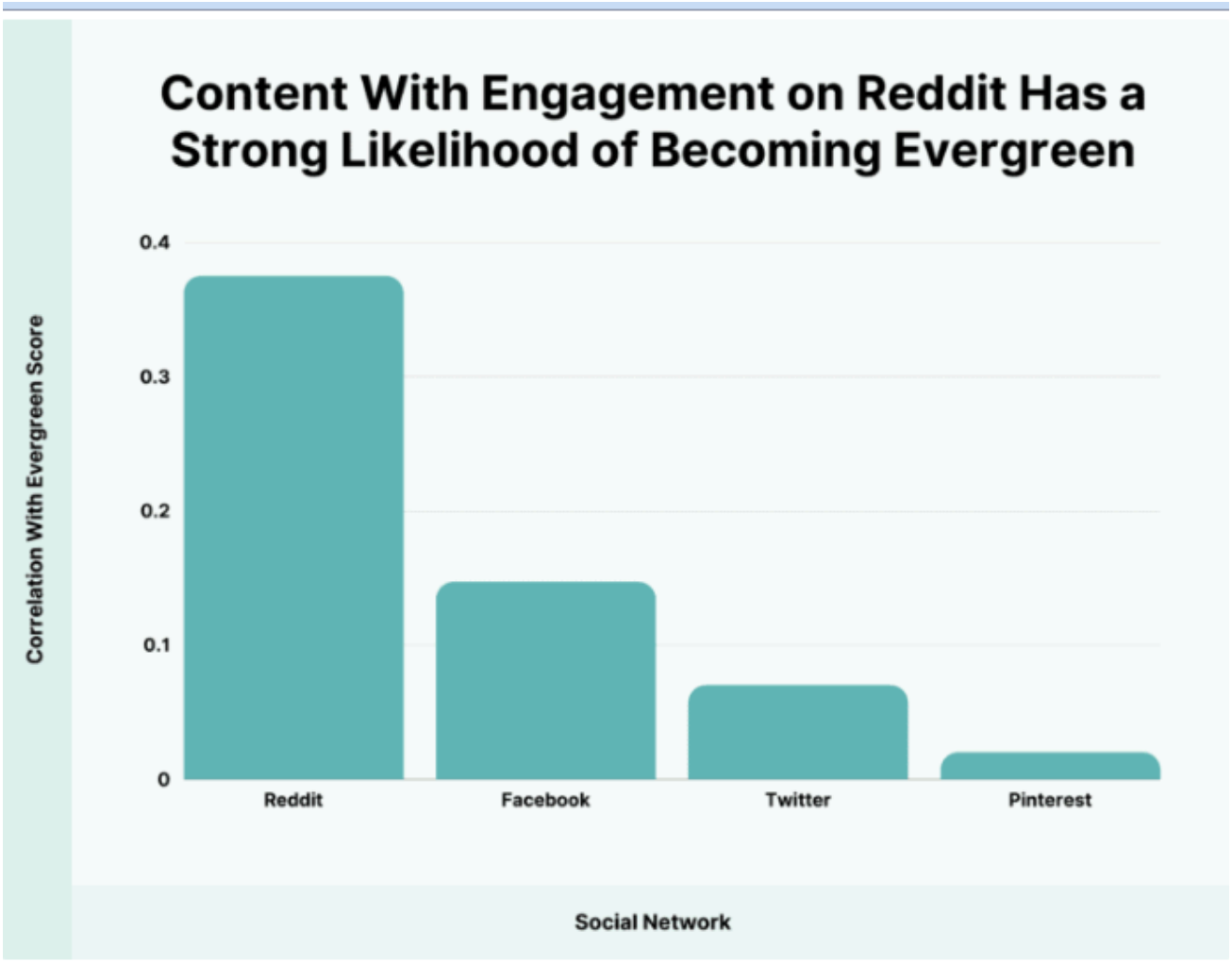


Thống kê lượng truy cập nội dung theo định dạng

Trên đây là dữ liệu đo lường lượng truy cập theo định dạng. Có thể thấy, xu hướng dẫn đầu và có phần áp đảo sẽ là dạng danh sách. Kế tiếp là các bài viết hướng dẫn, và theo sau là các chủ đề trả lời cho câu hỏi “what” /“why”,…

Trên thực tế, một bài đăng dạng list có khả năng lan truyền và tiếp cận nhiều hơn gấp 15 lần so

với một bài viết thông thường.
Vậy bài học rút ra ở đây là, những nội dung thiên hướng liệt kê và hướng dẫn, sẽ là định dạng nội dung tốt nhất cho các nhà xuất bản trong việc nâng cao chất lượng bài viết và biến chúng thành evergreen content.
Podcast rất hiếm khi trở thành evergreen content
Mặc dù theo thống kê, podcast không phải là cái tên cuối bảng trong chuỗi cung ứng những món ăn ưa thích của người truy vấn.
Tuy nhiên hầu hết các ứng dụng podcast đều sẽ được thiết kế để ưu tiên những nội dung mới nhất. Và bản thân nguồn cung cấp dữ liệu cũng liệt kê bài viết theo thứ tự thời gian. Điều đó giải thích vì sao những podcast ra đời trước đó dễ bị lãng quên và hầu như đóng băng lượt chia sẻ.
Các chuyên gia cũng nhận thấy rằng, những bài viết dưới dạng trình bày, thông cáo báo chí hoặc infographic thường có xu hướng nhận được nhiều lượng tiếp cận và chia sẻ ngay khi xuất bản. Tuy nhiên rất khó duy trì độ ưa thích trong thời gian dài.
Nội dung được tương tác trên Reddit có nhiều khả năng trở thành evergreen content



Thống kê lượng tương tác của người dùng trên mạng xã hội
Theo thống kê về mức độ tương tác của người dùng trên bốn trang Social media phổ biến nhất hiện nay, nội dung được đăng tải trên Reddit có khả năng được chia sẻ tương đối cao theo thời

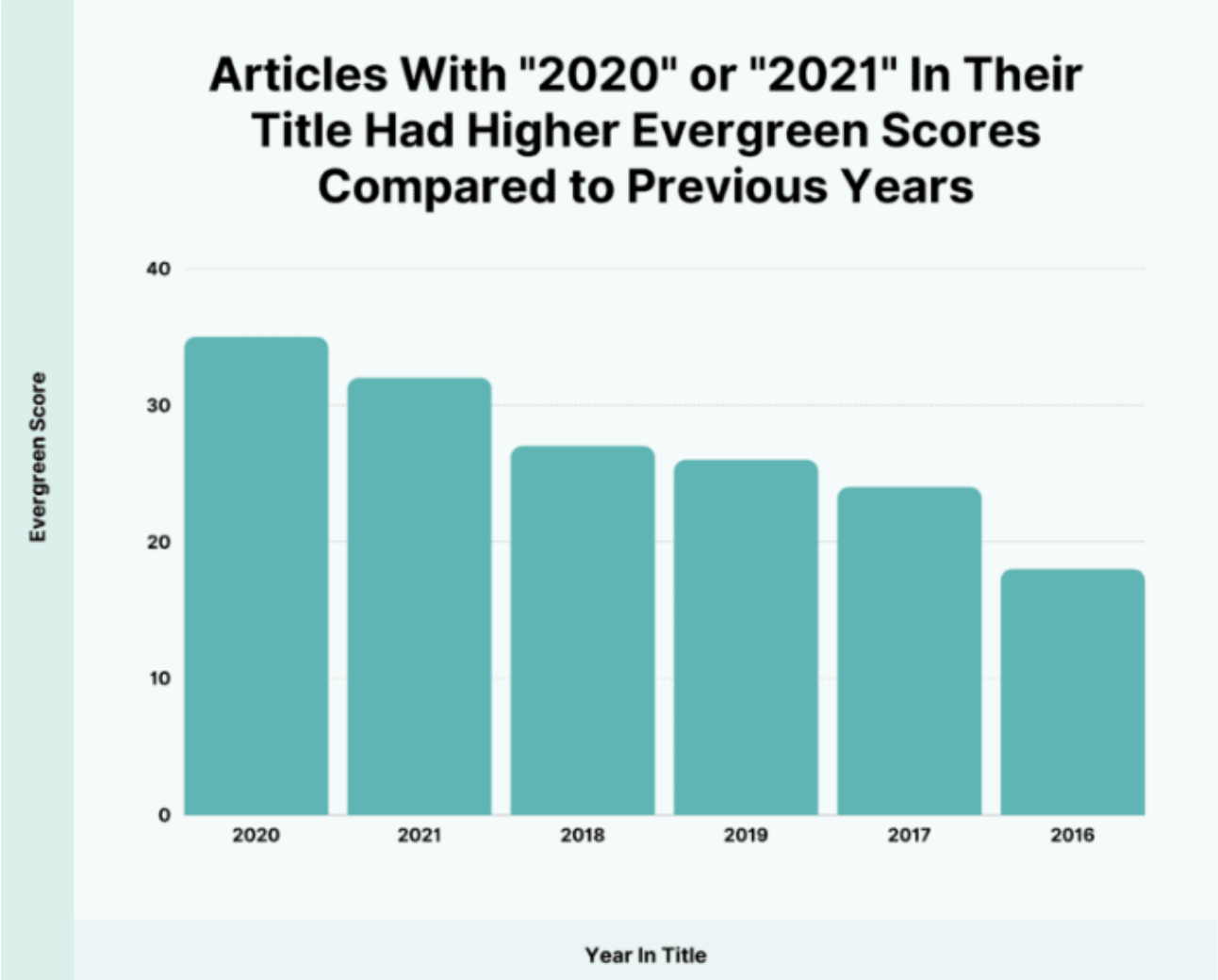
gian.
Giống với mọi nền tảng xã hội, người dùng của Reddit cũng quan tâm đến tin tức, video thịnh hành hoặc bất cứ thông tin viral nào.
Tuy nhiên, có một điểm khác biệt là, Reddit cũng có một lượng lớn người dùng quan tâm đến những nội dung vượt thời gian. Bao gồm các bài báo hoặc video giải trí đã xuất bản từ nhiều năm trước.
Reddit cũng có thể được xem như một kênh khảo sát để giúp bạn tìm ra những chủ đề nào trong thị trường ngách của mình có khả năng được nhiều tương tác và thậm chí là viral trong thời gian tới.
Twitter có phải vùng đất màu mỡ?
Đối với những ai quen thuộc với Twitter cũng sẽ đều đồng ý rằng, kênh xã hội này sẽ thích hợp với những mẫu tin tức nóng hổi hơn là một giá trị nội dung có thể được chia sẻ trong thời gian dài.
Ở một khía cạnh khác, không giống với Twitter, chế độ ghim bài viết của Pinterest sẽ được lưu trữ rất lâu trong bộ nhớ dữ liệu của người dùng. Tuy nhiên, điều này cũng không tương quan với việc bài viết sẽ nhận được lượng liên kết và chia sẻ trong thời gian đủ lâu.
Những bài viết có dấu ấn đương đại khả năng cao sẽ trở thành evergreen content
Dấu ấn đương đại ở đây sẽ là yếu tố thời gian, cụ thể là “năm” được đề cập trực tiếp trên tiêu đề.
Có hai lý do mà việc tập trung vào năm hiện tại có thể tăng khả năng khiến nội dung của bạn trở nên mới mẻ:

- Nội dung có thông tin cập nhật gần đây sẽ kích thích lượng truy cập và chia sẻ của bài viết trong thời gian đầu

*Lưu ý rằng, điểm số evergreen thường sẽ tính mức độ tương tác của bài viết trong 30 ngày. Do vậy, tùy thuộc vào thời gian đăng tải của nội dung, vẫn có những tháng tiềm năng trong năm được đề cập đến trong tiêu đề.

- Các bài đăng mô tả năm hiện tại không nhất thiết được xuất bản vào năm đó: Ví dụ một bài đăng được publish năm 2017 vẫn hoàn toàn có thể cập nhật hoặc bổ sung để phù hợp với thông tin cho thời điểm hiện tại.

Phát hiện cũng cho thấy, việc thêm năm vào tiêu đề đã thúc đẩy lượng tương tác và chia sẻ tăng lên rất nhiều trong những năm trở lại đây.



Thống kê tiêu đề chứa năm trong các evergreen content

Điều này có thể lý giải vì lượng thông tin đang ngày một nhiều, và người dùng đang có xu hướng tìm kiếm theo cú pháp [truy vấn]+[năm hiện tại] để dễ dàng trong việc cập nhật nội dung mới nhất.

Một phần cũng có thể do sức ảnh hưởng của Covid-19, đã gây ra những tác động đáng kể đến tình hình thế giới ở nhiều lĩnh vực, người dùng cũng vì vậy mà ưu tiên những thông tin trong 2020 và 2021 hơn những kết quả trước đó.

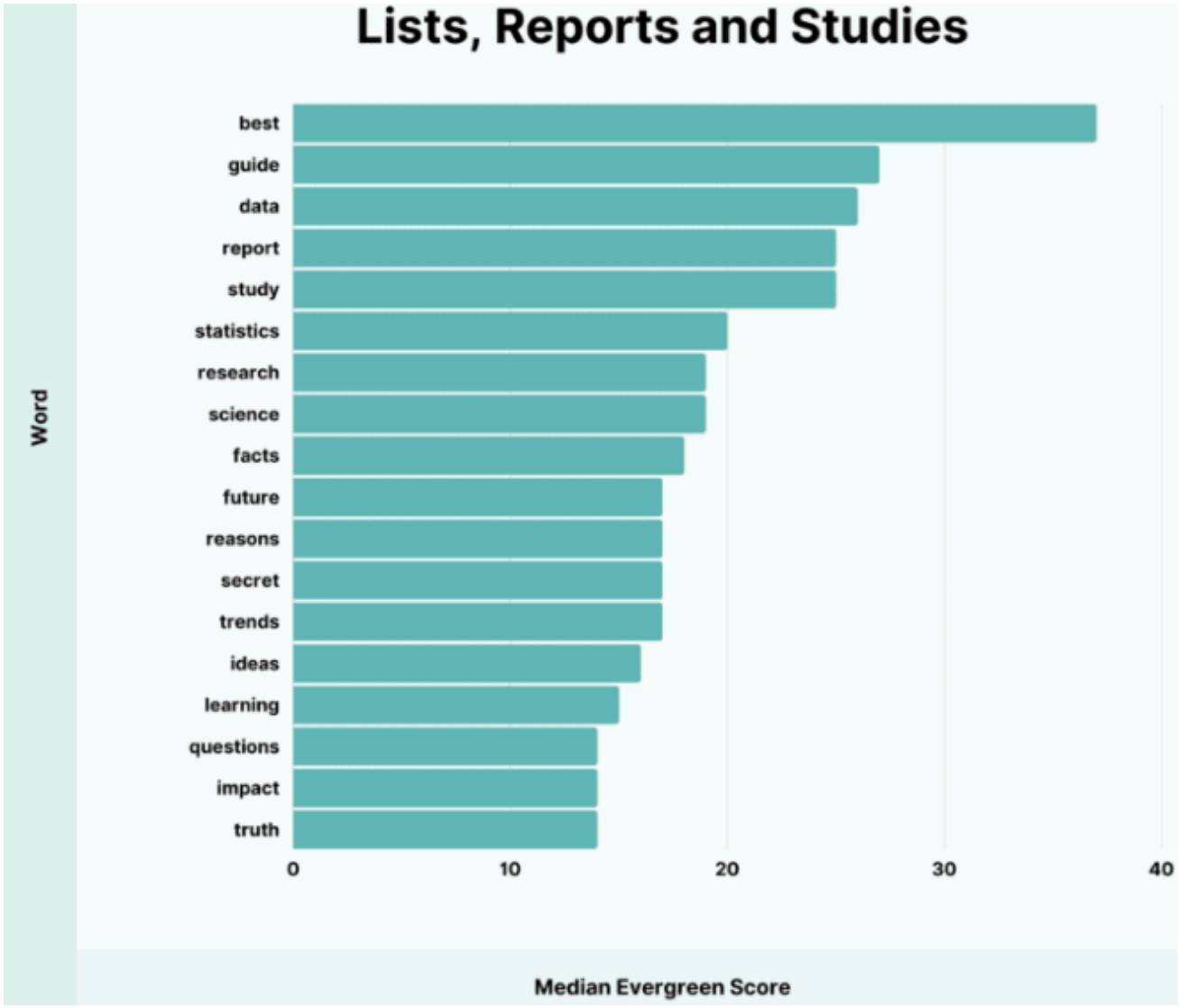
Hướng tiếp cận tốt nhất để nội dung trở thành evergreen content

Như đã đề cập, những định dạng về danh sách, hướng dẫn sẽ có khả năng chia sẻ nhiều hơn hẳn. Tuy nhiên sẽ có những biến thể khác nhau trong mỗi định dạng, vậy đâu sẽ là hướng tiếp cận tối ưu nhất?

Bài viết dạng danh sách

Ví dụ, một danh sách về các giống chó sẽ khác với một danh sách về các mẹo tối ưu SEO cho trang web của bạn. Dù cả hai đều đưa ra dưới dạng liệt kê, tuy nhiên kết quả cuối cùng sẽ hoàn toàn khác.

Dưới đây là thống kê các thuật ngữ có xu hướng xuất hiện nhiều nhất trong các evergreen content



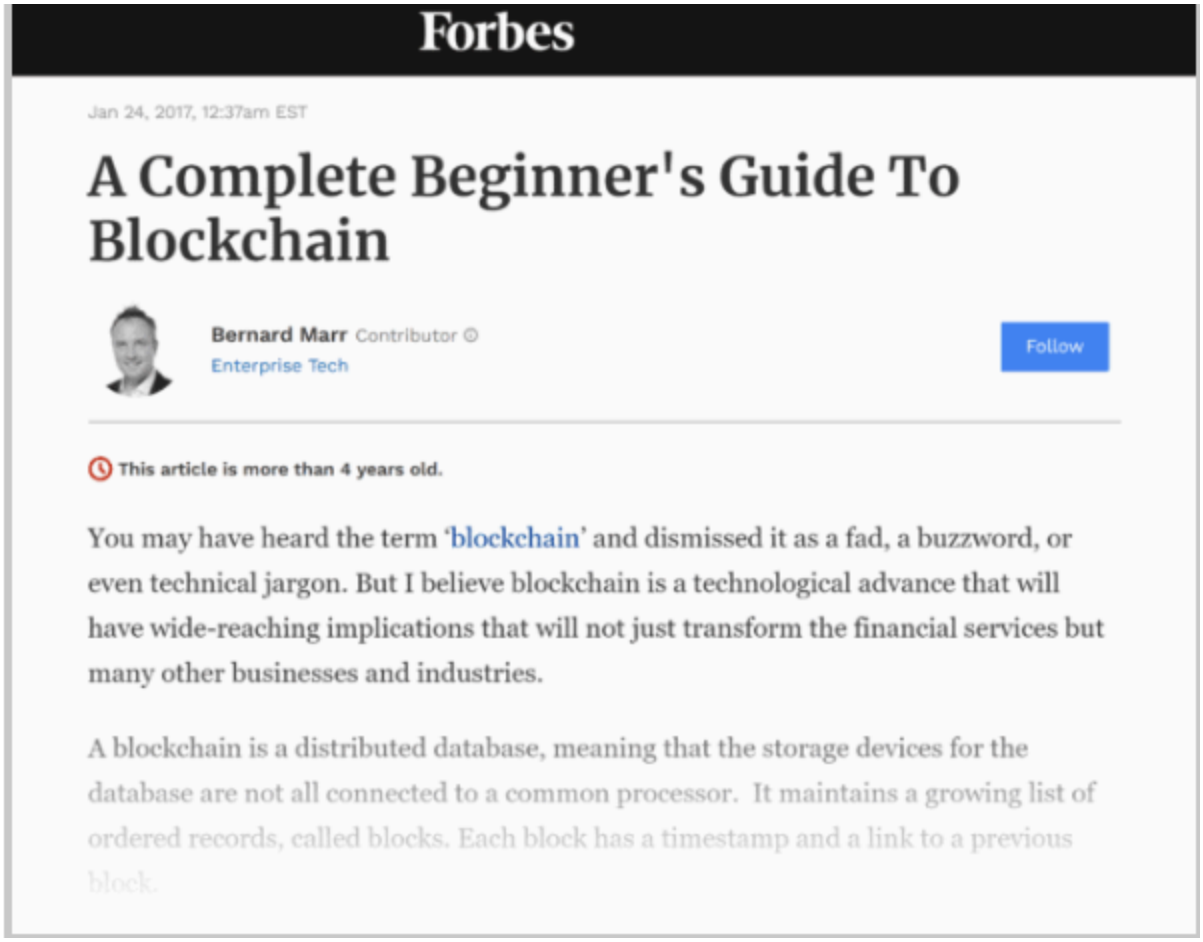
thống kê các từ xuất hiện trong tiêu đề evergreen content dạng danh sách

Kết quả trên cho thấy, các tiêu đề tập trung vào “tốt nhất” sẽ có điểm evergreen khá ấn tượng. Điều này thể hiện rằng, người đọc đánh giá cao những nội dung mang tính chọn lọc kỹ lưỡng hơn những bài viết chỉ liệt kê thông thường.

Bài viết dạng hướng dẫn

Giống với những bài đăng mang tính tối ưu như “hay nhất”, “tốt nhất”,…Mục đích của các bài viết dạng hướng dẫn sẽ là giúp tiết kiệm thời gian. Nhưng thay vì chọn lọc những mặt hàng hay giải pháp tốt nhất, bạn sẽ phải chọn lọc thông tin.

Ví dụ như bài đăng hướng dẫn cho người mới bắt đầu về Blockchain dưới đây của Forbes, đến nay vẫn còn được chia sẻ mặc dù đã xuất bản hơn 4 năm.



Forbes

Jan 24, 2017, 12:37am EST

A Complete Beginner's Guide To Blockchain

Bernard Marr Contributor
Enterprise Tech

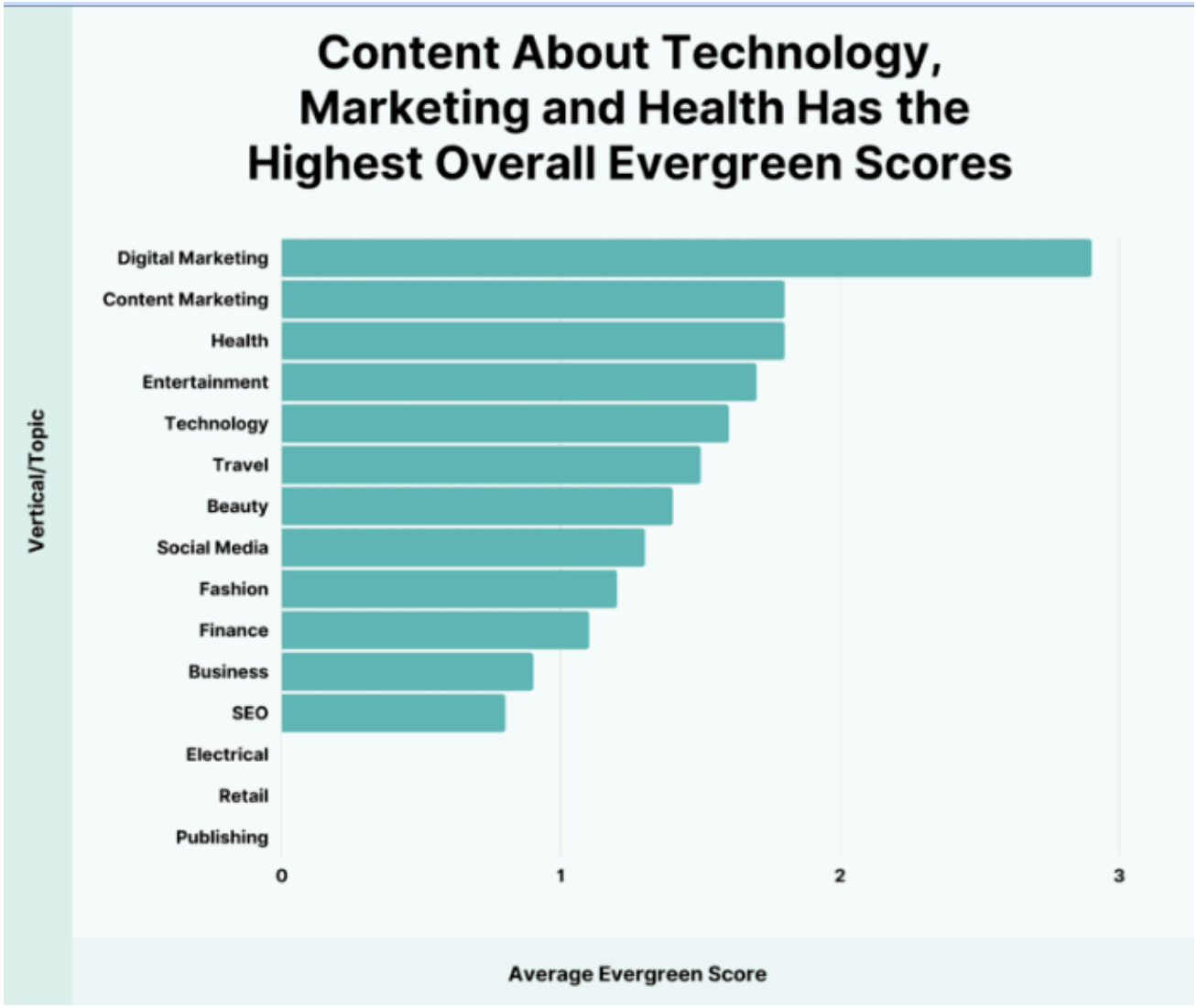
Follow

This article is more than 4 years old.

You may have heard the term 'blockchain' and dismissed it as a fad, a buzzword, or even technical jargon. But I believe blockchain is a technological advance that will have wide-reaching implications that will not just transform the financial services but many other businesses and industries.

A blockchain is a distributed database, meaning that the storage devices for the database are not all connected to a common processor. It maintains a growing list of ordered records, called blocks. Each block has a timestamp and a link to a previous block.

Bài viết của Forbes về Blockchain được xem là một evergreen content chất lượng
Thực tế những nội dung chứa "dữ liệu", "báo cáo", "nghiên cứu", "khoa học",…trong tiêu đề thường có điểm thường xanh tương đối cao.
Ngoài ra, bài viết có nội dung dạng "xu hướng" vẫn sẽ nhận được lượng tương tác nhất định, miễn là nó có triển vọng lâu dài.
Bài học rút ra là, người dùng sẽ khao khát những nội dung được sắp xếp theo hướng "tốt nhất", để có thể thu thập thông tin ở một nơi và bao gồm nhiều dữ liệu hữu ích.
Chủ đề nào có điểm thường xanh cao nhất?



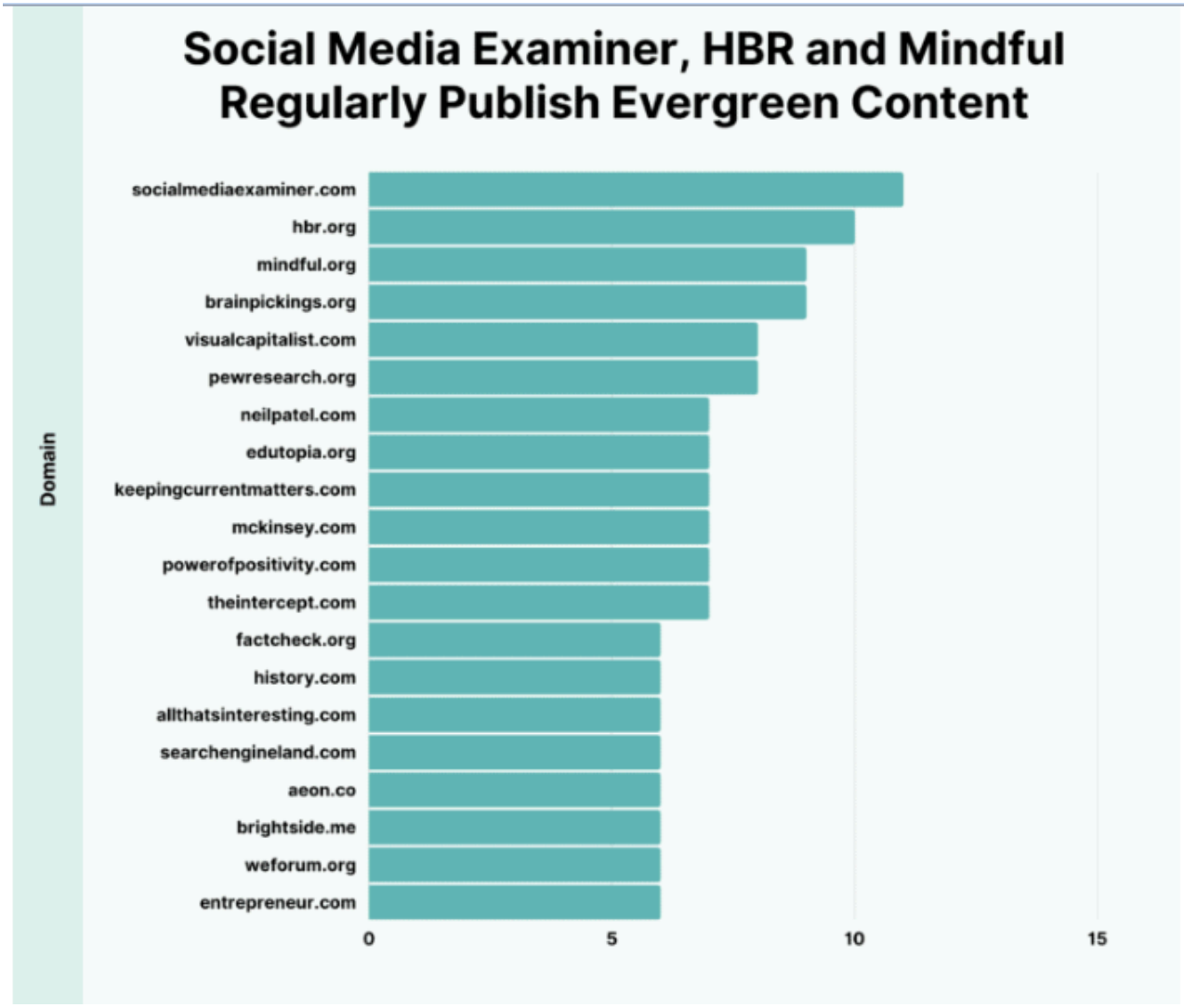
Báo cáo về chủ đề nổi bật trong các evergreen content

Theo như thống kê thì số lượng evergreen content về chủ đề Digital marketing đang tương đối áp đảo và các bài viết về sức khỏe; giải trí cũng có điểm thường xanh khá cao.

Phát hiện này thật sự không quá ngạc nhiên đối với bất kỳ ai trong ngành Marketing, vì một lượng rất lớn evergreen content đều liên quan đến nội dung tiếp thị hoặc có tiềm năng cao nhiều bài viết sẽ dễ dàng trở thành nội dung thường xanh nếu có một vài chỉnh sửa.

Giống với marketing, các bài viết về sức khỏe luôn cần cập nhật theo thời gian. Nhưng các hướng dẫn hoặc lời khuyên thường vẫn được chia sẻ rất lâu sau này.

Những nhà xuất bản nào đang đứng đầu trong việc tạo evergreen content?



Những nhà xuất bản đứng đầu trong việc tạo evergreen content

Theo phân tích từ tất cả các tên miền trong cơ sở dữ liệu BuzzSumo. Thống kê cho thấy, Social Media Examiner, HBR, Mindful, Brain Pickings và Visual Capitalist là những bậc thầy trong việc tạo ra các evergreen content trên phạm vi toàn cầu.

Mặc dù nội dung phát triển cho mỗi trang web là khác nhau, nhưng có một số điểm chung gắn kết như sau:

- Những nhà sản xuất này ưu tiên nhiều hơn những định dạng như đã phân tích ở trên: Ví dụ, HBR chủ yếu nội dung hướng dẫn, Mindful xu hướng bài viết dạng “what”/”why”,…
- Bản thân nội dung được phác thảo để chịu đựng thử thách về thời gian. Ví dụ “Top 10 ngôn ngữ được sử dụng nhiều nhất thế giới”,…
- Thiết kế những nội dung có khả năng cập nhật thường xuyên nhưng không phải thay đổi tiêu đề. Ví dụ: “Cách quản lý tài khoản Linkedin của bạn 10 phút mỗi ngày”. Giao diện Linkedin sẽ thay đổi theo thời gian, nhưng chủ đề này hoàn toàn có thể cập nhật mới trong thời gian dài.

Bài học rút ra từ những nhà xuất bản hàng đầu là gì? Tạo ra lượng evergreen content có xu hướng tập trung vào những định dạng mang lại hiệu quả. Đồng thời tìm kiếm các chủ đề người dùng có thể quan tâm trong thời gian dài.

Kết luận

Có thể thấy, tạo ra các evergreen content hoàn toàn không phải là việc dễ dàng. Tuy nhiên, sức ảnh hưởng và tiềm năng phát triển nó mang lại cho doanh nghiệp, sẽ là giải pháp nên cân nhắc đầu tư cho những mục tiêu dài hạn của công ty. Hy vọng bài viết đã đem đến cho bạn những bài học bổ ích. Bạn có thể cập nhật thêm những thông tin mới nhất về Digital marketing hoặc liên hệ tư vấn và sử dụng các dịch vụ SEO cho doanh nghiệp tại Top On Seek.

The post Evergreen Content là gì?Bạn đã biết cách xuất bản nội dung thường xanh? appeared first on WEBLODE.

Nguồn: WEBLODE
https://weblode.net/evergreen-content-la-giban-da-biet-cach-xuat-ban-noi-dung-thuong-xanh/