

## مقال عن أهمية كتابة محتوى ناجح

"Content is king" هذه المقولة الشهيرة التي قالها **Bill Gates** في مقال له عام 1996م، تثبت الأيام صحتها بشكل متزايد في عالمنا الرقمي اليوم، فالمحتوى الناجح أصبح حجر الأساس لأي استراتيجية تسويقية أو إعلامية، حيث أثبتت التجربة أن العلامات التجارية التي تستثمر في محتوى قوي تحقق وعيا أعلى، وثقة أكبر، ومبيعات واستمرارية أفضل مقارنة بمن يكتفي بالإعلانات السريعة، والآن دعونا ننفذ أهم أوجه أهمية كتابة محتوى ناجح، من خلال المحاور التالية، أولاً: المحتوى وجذب الجمهور، فكتابة محتوى يجذب الجمهور ليست مجرد كلمات على ورق، بل هي استراتيجية تعتمد على عدة أسس، وهنا ينبغي عليك أولاً دراسة جمهورك جيداً وفهم احتياجاته ومشاكله حتى تحدد شكل وأسلوب الخطاب الموجه له، ودراسة الجمهور لا تعني مجرد معرفة أعمارهم وأماكن سكنهم، لكنها عملية غوص في سلوكياتهم ونفسياتهم، ولكي تفهم احتياجاتهم ومشاكلهم بعمق حاول ألا تستهدف الجميع بل ارسم صورة لشخص خيالي يمثل عميلك المثالي (Buyer Persona) واسأل نفسك عن مخاوفه واحتياجاته وكيفية مخاطبة مشاعره، كذلك راقب الناس باستمرار واستمع إليهم وخصوصاً في المجتمعات المتخصصة مثل مجموعات فيسبوك، Reddit، أو Quora، حيث يمكنك قراءة تعليقاتهم وتكوين فكرة عما يبحثون عنه، وأيضاً يمكنك تكوين تلك الأفكار من خلال التفاعل المباشر عن طريق الاستبيانات القصيرة على سبيل المثال أو من خلال المقابلات الشخصية لعدد من الدقائق مع العملاء الحاليين أو المحتملين، الأمر الذي يُعد مصدراً لآلاف البيانات التي تساعدك عند كتابة محتواك.

ثانياً: الشفافية والصدق, فالصدق يبدأ من نقل المعلومات بدقة دون تهويل أو عناوين مضللة أو وعود غير واقعية وخصوصاً إذا كنت تكتب عن منتج أو سلعة ما, بجانب الاعتراف بالميزات والسلبيات على حد سواء مضيفاً الجوانب التي تحتاج إلى تطوير, ومن أهم مظاهر الشفافية أيضاً الفصل بين المحتوى والمحتوى الترويجي وعدم إخفاء الرسائل الإعلانية داخل المحتوى, بمعنى أدق احترام عقل القارئ وعدم خداعه بأسلوب غير مباشر, ومن المهم أيضاً دعم المحتوى بمصادر واضحة وموثوقة تعكس الجدية والمصداقية.

ثالثاً: تحسين الظهور في محركات البحث, حيث أصبح تحسين الظهور في محركات البحث (SEO) عنصراً أساسياً لنجاح أي محتوى رقمي. فحتى أفضل المحتويات لن تحقق أهدافها إذا لم تصل إلى الجمهور. ويهدف SEO إلى مساعدة محركات البحث على فهم المحتوى وعرضه للأشخاص المناسبين في الوقت المناسب, ويمكنك ذلك عن طريق استخدام كلمات مرتبطة مباشرة بالموضوع محل الكتابة والتي يبحث عنها جمهورك مع تجنب الحشو والتكرار المبالغ فيه, ويُفضل إدخال الكلمات المفتاحية بشكل طبيعي داخل العنوان, والمقدمة, والعناوين الفرعية, ونص المحتوى, كما أن تحسين الروابط الداخلية التي تربط بين صفحات موقعك وكذلك الروابط الخارجية الداعمة والموثوقة أمر لا ينفصل عن تحسين الظهور في محركات البحث.

رابعاً: دعم العلامة التجارية والاستمرارية, فالمحتوى هو صوت العلامة التجارية وهويتها حيث يستطيع المحتوى ترسيخ صورة ذهنية قوية لدى الجمهور, والاستمرارية تبدأ من الثبات في أسلوب الكتابة والرسائل باستخدام نفس النبرة والأسلوب على طول الخط مع التركيز على القيم الأساسية للعلامة التجارية في كل محتوى, فعلى سبيل المثال إذا كنت تمتلك متجراً لبيع الملابس العصرية فمن الأفضل أن تكون أسلوب ولغة الخطاب شبابية, ودية, وتكون الرسالة

الأساسية هي الموضحة العصرية وخيارات متعددة تناسب جميع الأذواق, وهذا لا يجعلنا ننسى أهمية أن يكون المحتوى ذو قيمة وفائدة, وأن يكون مرتبطا بأهداف العلامة التجارية كالتركيز على جودة الملابس وتفاصيل التصميم, وتشجيع العملاء على الشراء بطريقة طبيعية دون ضغط أو إلحاح.

بهذا المعنى، يصبح المحتوى الناجح استثمارا طويلا الأجل قد لا تظهر نتائجه فورا، لكنه يبني تدريجيا جسورا من الثقة والتأثير والحضور القوي الذي يصعب تحطيمه مع مرور الزمن.