





 <h3>دسترسی</h3> <p>کانال‌های دسترسی به مخاطب توزیع محتوا ترویج محتوا</p>	 <h3>پرسونای مخاطب</h3> <p>مخاطب‌شناسی لحن و تاج‌پوینت محتوا (Tone of Voice) فرمت محتوا</p>	 <h3>محتوا</h3> <p>پژوهش محتوایی پژوهش کلیدواژه‌ها A.Method SEO خلق / تولید محتوا</p>
 <h3>راهکار</h3> <p>راهکار محتوایی تقویم محتوا ابزارهای بازاریابی محتوایی</p>	 <h3>شاخص‌ها و سنجش</h3> <p>KPI / KPR تعریف شاخص‌ها در آنالیتیکس</p>	 <h3>تحلیل و پایش</h3> <p>تحلیل وضعیت ارزیابی نبوده‌های محتوایی تحلیل رقبا تحلیل شرایط بیرونی و درونی</p>
	 <h3>هدف‌گذاری</h3> <p>اهداف - انتظارات کارفرما هدف‌گذاری S.M.A.R.T انتخاب مدل بازاریابی محتوایی بودجه و صورت‌بندی مالی</p>	

برگرفته از مدل Chris Lake (@Lakey)

چارچوب و کانواس تدوین استراتژی محتوا

تدوین: یاور مشیرفر (@Ymoshirfar)



این کانواس تحت لیسانس Creative Commons و مجوز بین‌المللی CC-BY-NC-SA تدوین شده‌است.