

نحوه استفاده از شبکه های اجتماعی برای تحقیق کلمات کلیدی

شبکه های اجتماعی داده های زیادی را برای استفاده متخصصان سئو، در اختیار آنان قرار می دهند. در اینجا به بررسی چند روش استفاده از شبکه های اجتماعی در تحقیق کلمات کلیدی می پردازیم.

اگر شما هم از استفاده کلمات کلیدی مشابه دیگران خسته شده اید، وقت آن رسیده که در شبکه های اجتماعی جستجو کنید.

ممکن است استفاده از شبکه های اجتماعی اولین گزینه شما هنگام فکر کردن به تحقیق کلمات کلیدی نباشد، اما می تواند منبع عالی برای کلمات کلیدی طولانی و پربازدید باشد. چرا؟

به این دلیل که، افراد به طور متوسط تقریباً سه ساعت از روز خود را در شبکه های اجتماعی می گذرانند و پلتفرم های اجتماعی به طور پیوسته در حال جمع آوری اطلاعات در مورد کارهایی هستند که ما انجام می دهیم، چه کسانی را دوست داریم، به کجا می رویم و چه نوع محتوایی باعث کلیک ما می شود.

بیایید به بررسی هشت راه استفاده از شبکه های اجتماعی، برای کشف کلمات کلیدی و ایده گرفتن در تامین محتوا، هدف قرار دادن تبلیغات پولی یا سئو بپردازیم.

1. از گزینه های هدف گذاری تبلیغات فیس بوک برای نگاه کردن به رفتار مخاطبان استفاده کنید

حتی اگر می دانید مخاطبان هدف شما چه کسانی هستند، احتمال زیادی وجود دارد که همه چیز را در مورد آنها ندانید.

اما فیس بوک می داند.

پلتفرم اجتماعی جایی است که اکثر ما جزئیات زندگی، شغلمان، برنامه هایی که دوست داریم، به چه موضوعاتی علاقه مندیم و محصولات که می خریم را به اشتراک می گذاریم.

فیس بوک تمام آن داده ها را برای هدف گذاری تبلیغات جمع آوری می کند. با این حال، می توان از این داده ها برای تحقیق کلمات کلیدی و یافتن موضوعات مرتبط نیز استفاده کرد.

با استفاده از گزینه های هدف گذاری فیس بوک، می توانید با مخاطبان خود آشنا شوید و اطلاعاتی راجع به:

محل زندگی، سن، جنسیت، علایق، وضعیت رابطه، زبان، تحصیلات، محل کار.

نکته: گروه های فیس بوک منبع عالی دیگری برای عبارات کلیدی هستند. به دنبال «موضوعات محبوب» در گروه های صنعتی برای ایده های کلیدواژه باشید:

2. از قابلیت جستجوی توییت استفاده کنید.

آه، توییت.

محل برای محتوا های کوچک، اخبار فوری، و همینطور برخی موارد عجیب و غریب.

برخلاف سایر پلتفرم ها، که محتوا ممکن است برای چندین ساعت (یا حتی چند روز) جدید باشد، پست های پربازدید توییت تقریباً بلافاصله تغییر می کنند.

این نکته توییت را برای یافتن عبارات کلیدی به روز ایده آل می کند.

برای یافتن موضوعات جالب، به بخش "کاوش" (explore) بروید. چندین گزینه را مشاهده خواهید کرد - به قسمت هایی تحت عنوان "برای شما" و "پربازدید (ترند)" توجه ویژه ای داشته باشید. اینها موضوعاتی است که افراد در منطقه شما و در صنعت مربوط به شغل شما در مورد آنها صحبت می کنند.

یکی از ایرادات این استراتژی این است که اگر از قبل در توییت فعال نباشید، خیلی مفید نیست.

با این حال، اگر اکانت فعال دارید، توییت گنجینه ای برای ایده های موضوعی و کلمات کلیدی طولانی است که می توانید در سئو از آنها استفاده کنید.

. برای کشف محتوای مرتبط، هشتگ های اینستاگرام را جستجو کنید.

چیزی که به عنوان راهی برای اشتراک گذاری عکس های سگ ها و نان تست و آووکادو آغاز شد، اکنون به لطف هشتگ ها، یک موتور جستجوی واقعی است.

به اینستاگرام سر بزنید و عبارات کلیدی مورد نظر خود را جستجو کنید، سپس به هشتگ های دیگری که کاربران به پست ها اضافه می کنند نگاهی بیندازید.

فرض کنید می خواهید درباره محتوای سئو پست ارسال کنید. #SEO را جستجو کنید، سپس به هشتگ هایی که پست های اخیر استفاده می کنند نگاه کنید.

چند پست اول اسپم بود، بنابراین من آنها را نادیده گرفتم. به چند پست سر زدم، زیر یکی از پست ها این هشتگ ها را پیدا کردم:

هورااا! یه عالمه کلمات به درد بخور!

هزاران عبارات کلیدی طولانی و مرتبط که می توانم برای ایجاد محتوا، هدف گذاری سئو، حتی تبلیغات پولی استفاده کنم. جستجوی هر یک از آن هشتگ ها کلمات کلیدی بیشتری را در اختیار من قرار می دهد.

همچنین می توانید از ویژگی تکمیل خودکار برای تحقیق کلمات کلیدی استفاده کنید.

فرض کنید می خواهم محتوای مرتبط با بازاریابی B2B را پیدا کنم.

اینستاگرام لطف می کند و موضوعات دیگری را که کاربران به آنها علاقه مند هستند به من نشان می دهد. من می توانم از آن هشتگ ها در محتوای اینستاگرام خودم برای افزایش دسترسی به مشتری استفاده کنم، یا آنها را به لیست اصطلاحات کلیدی طولانی خودم اضافه کنم.

4. از قابلیت جستجوی تکمیل خودکار YouTube استفاده کنید.

یوتیوب فقط برای یافتن ویدیوهای خنده دار گربه نیست. این برنامه در واقع دومین مرورگر محبوب است. (پس از گوگل در رتبه دوم قرار دارد)

برای یافتن عبارت های کلیدی مرتبط، عبارت اصلی را تایپ کنید و ببینید YouTube چه چیزی ارائه می کند:

مسلماً، همه عبارات مفید نیستند، برای مثال، اگر در B2B جستجو کنید، [B2B gta glitch] احتمالاً آن عبارتی نیست که دنبالش هستید، اما همچنان منبعی عالی برای ایده های موضوعی و کلمات کلیدی SEO است.

5. جستجوهای پرطرفدار را در Pinterest بررسی کنید.

Pinterest حاوی اطلاعاتی بیش از دستور پخت غذا و لیست کارهای قبل سفر است. برای کشف کلمات کلیدی طولانی که ممکن است خودتان به آنها فکر نکرده باشید هم، می تواند مفید باشد.

Pinterest، مانند سایر مرورگرها، بر اساس محتوایی که کاربران بیشتر با آن ارتباط برقرار می کنند، نتایج را نشان می دهد.

به عنوان مثال، با جستجوی [تحقیق کلمات کلیدی] حجم زیادی از محتوا در مورد نحوه تجزیه و تحلیل کلمات کلیدی، استفاده از ابزارهای رایگان و تحقیق به طور خاص برای ترافیک حقیقی به شما نشان می دهد.

همه اینها کلمات کلیدی طولانی هستند که می توانم برای سئو یا ایجاد محتوا استفاده کنم.

تکمیل خودکار Pinterest با پیشنهاد اضافه کردن کلمات بیشتر به یک کلمه کلیدی اصلی در جستجو، ایده های بیشتری ارائه می دهد:

6. به آنچه اینفلوئنسرها در لینکدین می گویند گوش کنید.

لینکدین محل فعالیت بیش از 722 میلیون کاربر است و شاهد سطوح بی سابقه تعامل است.

اگر در حوزه B2B، فروش یا بازاریابی فعالیت دارید یا مدیران سطح بالا هدف شما هستند، لینکدین باید محل فعالیت جدید شما شود.

چند روش برای استفاده از LinkedIn در تحقیقات کلمات کلیدی وجود دارد، از جمله پیگیری موضوع سخنان اینفلوئنسرها است.

یک کلمه کلیدی را جستجو کنید، سپس افرادی را انتخاب کنید تا از طریقشان اینفلوئنسرها را بیابید. سپس روی گزینه "مشاهده تمام فعالیت ها" در پروفایل آنها کلیک کنید، تا هر پستی که در 90 روز گذشته به اشتراک گذاشته اند را مشاهده کنید.

به دنبال هشتگ ها، ایده های محتوا و گروه هایی باشید که با آنها تعامل دارند.

مانند یوتیوب و اینستاگرام، می توانید از ویژگی تکمیل خودکار لینکدین نیز برای یافتن عبارات مرتبط استفاده کنید.

7. از BuzzSumo استفاده کنید

BuzzSumo یک ابزار شبکه اجتماعی است که برای کمک به شما در یافتن جذاب ترین موضوعات، ارتباط با اینفلوئنسرها و نظارت بر موضوعات محبوب طراحی شده است.

حالا احتمالا بهترین محل برای تحقیق کلمات کلیدی به نظرتان می رسد، و واقعا همینطور است.

به این دلیل که Buzzsumo به جذاب ترین محتواها در چندین پلت فرم اجتماعی نگاهی دارد، یعنی به تمام آنها در همه جا دسترسی دارد.

در این تصویر نتایج مربوط به "فروش b2b" را می توانید مشاهده کنید:

توجه داشته باشید که جذاب ترین محتواها را در Facebook، Twitter، Pinterest، Reddit نشان می دهد.

به علاوه، می‌توانید از فیلترها برای مرتب‌سازی بر اساس مکان، نوع محتوا، تعداد کلمات و واکنش غالب استفاده کنید.

من استفاده از ابزار جستجوی «اینفلوئنسرها» را هم پیشنهاد می‌دهم، چون به شما امکان می‌دهد موضوعاتی را جستجو کنید که تأثیرگذارترین افراد در صنعت درباره آنها صحبت می‌کنند.

8. در ابزار گوش دادن اجتماعی خود کند و کاو کنید.

اگر در حال حاضر از یک ابزار گوش دادن اجتماعی مانند Awarrio و Mention استفاده می‌کنید، آنها منبع قوی دیگری برای کلمات کلیدی هستند.

این ابزارها با جمع‌آوری تمام موضوعات اصلی که مردم در مورد آنها صحبت می‌کنند در یک مکان، کار اصلی را برای شما انجام می‌دهند. این باعث صرفه‌جویی در وقت شما می‌شود، زیرا نیازی به گشتن در چندین ابزار نخواهید داشت.

همچنین می‌توانید گزینه the noise را فیلتر کنید تا بتوانید روی کلمات کلیدی که برای برند و صنعت شما مهم هستند تمرکز کنید.

از آن برای ردیابی نام برند خود، دنبال کردن موضوعات پرتعداد صنعت و یافتن اینفلوئنسرها استفاده کنید.

شبکه‌های اجتماعی و جستجو جزئی از هم هستند.

شبکه‌های اجتماعی و جستجو آنقدرها که فکر می‌کنید از هم جدا نیستند. درست است که شبکه‌های اجتماعی فاکتوری برای رتبه‌بندی مستقیم نیستند، اما مکمل یکدیگر هستند.

شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به شما کمک کنند تا بهتر بفهمید مخاطبان شما به چه موضوعاتی علاقه دارند، چه چیزی را پست می‌کنند و کجا بیشتر فعال هستند.

مثل شیر و کلوچه، شبکه‌های اجتماعی و سئو با هم بهتر هستند!