کد خبر: ۵۳۵۹۹۴
جمعه ۱۷ مهر ۱۴۰۵ ۱۱:۵۵

با شبکه خبری مدیران نابغه همراه باشید؛

گفتگوی اختصاصی و اینترنتی با استاد احمدباقری نابغه سئوی ایران

زمانی که دو عبارت «مدیران نابغه» و «گزارش خبر» را در موتور جست‌وجوی گوگل جست‌وجو می‌کنیم، جایگاه این دو نام در نتایج جست‌وجو، اهمیت حضور هدفمند و مستمر در فضای دیجیتال را بیش از پیش نشان می‌دهد. در این میان، شبکه خبری مدیران نابغه و خبرگزاری گزارش خبر با تمرکز بر تولید و انتشار محتوای رسانه‌ای و بهره‌گیری از ظرفیت‌های سئو، در مسیر توسعه ارتباطات رسانه‌ای و معرفی ظرفیت‌های مدیران، کسب‌وکارها و مجموعه‌های مختلف فعالیت می‌کنند.

به گزارش شبکه خبری مدیران نابغه، زمانی که دو عبارت «مدیران نابغه» و «گزارش خبر» را در موتور جست‌وجوی گوگل جست‌وجو می‌کنیم، جایگاه این دو نام در نتایج جست‌وجو، اهمیت حضور هدفمند و مستمر در فضای دیجیتال را بیش از پیش نشان می‌دهد. در این میان، شبکه خبری مدیران نابغه و خبرگزاری گزارش خبر با تمرکز بر تولید و انتشار محتوای رسانه‌ای و بهره‌گیری از ظرفیت‌های سئو، در مسیر توسعه ارتباطات رسانه‌ای و معرفی ظرفیت‌های مدیران، کسب‌وکارها و مجموعه‌های مختلف فعالیت می‌کنند.

در همین چارچوب، گفت‌وگویی با استاد احمد باقری، مدرس و مشاور حوزه سئو، تولید محتوا و دیجیتال مارکتینگ انجام داده‌ایم؛ فعال حوزه ارتباطات و رسانه که در زمینه سئوی محتوا، تولید محتوای خبری و رسانه‌ای و آموزش مهارت‌های دیجیتال فعالیت دارد. او دارای مدرک کارشناسی ارشد علوم ارتباطات و رسانه است و طی سال‌های اخیر دوره‌های تخصصی متعددی در حوزه تولید محتوا، سئو و روابط عمومی برگزار کرده است.

استاد احمد باقری، دراین گفت‌وگو با تشریح فلسفه شکل‌گیری دانش سئو و اهمیت آن برای کسب‌وکارها، بر ضرورت حفظ مرجعیت وب‌سایت رسمی مجموعه‌ها و استفاده هدفمند از ظرفیت رسانه‌ها برای افزایش دیده‌شدن محتوا تأکید کرد.

این نابغه سئو ومدرس نامدار دارای مدرک کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی است و بنیانگذار و صاحب امتیاز خبرگزاری گزارش خبرمی باشدکه با گستره دهها پایگاه خبری و شبکه به هم پیوسته ازلحاظ فراگیری،نفوذواثرگذاری رسانه ای درکشوروخاورمیانه کم نظیر است.

سئو؛ پاسخی به نیاز جهانی برای دیده‌شدن محتوا

باقری فلسفه ورود خود به حوزه سئو را در ارتباط با یکی از نیازهای مهم جوامع امروز یعنی «دیده‌شدن محتوا» می‌داند؛ محتوایی که بتواند افکار عمومی و مخاطبان هدف را با یک برند، کسب‌وکار یا ایده همراه کند.

او معتقد است این نیاز تنها به حوزه تجارت محدود نمی‌شود و در حوزه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و سیاسی نیز اهمیت دارد. به گفته وی، طی بیش از دو دهه گذشته، دانش و مهارتی با عنوان SEO، سئوی محتوا یا بهینه‌سازی محتوا برای موتورهای جست‌وجو در جهان توسعه یافته است تا محتوا بتواند در زمان مناسب در برابر مخاطب هدف قرار گیرد.

از نگاه این مدرس سئو، صاحبان برند و کسب‌وکار پس از توسعه فعالیت‌های تخصصی خود، نیازمند آن هستند که مخاطبان هدفشان را در فضای آنلاین نیز با خود همراه کنند و یکی از مهم‌ترین بسترهای تحقق این ارتباط، وب‌سایت رسمی مجموعه است.

بر همین اساس، سئو می‌تواند به کسب‌وکارها کمک کند تا از طریق وب‌سایت رسمی و شبکه‌های اجتماعی خود، ارتباطی مستمر و آنلاین با مخاطبان برقرار کنند و محتوای مورد نیاز آنان را در دسترس قرار دهند.

مرجعیت وب‌سایت؛ سرمایه‌ای مهم برای هر برند

یکی از محورهای مهم مورد تأکید احمد باقری، حفظ مرجعیت وب‌سایت رسمی کسب‌وکارها است. او با اشاره به اینکه گاهی حتی برندهای بزرگ و مجموعه‌های دولتی به دلیل تمرکز بیش از اندازه بر ارتباط با رسانه‌ها یا شبکه‌های اجتماعی، از مرجعیت وب‌سایت خود غافل می‌شوند، تأکید می‌کند که وب‌سایت اختصاصی هر مجموعه باید همچنان یکی از اصلی‌ترین مراجع انتشار و ارائه اطلاعات درباره آن برند باشد.

به اعتقاد باقری، حضور در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی زمانی می‌تواند اثربخشی بیشتری داشته باشد که در نهایت به تقویت مرجعیت برند اصلی و وب‌سایت اختصاصی آن منجر شود، نه اینکه جایگزین آن شود.