



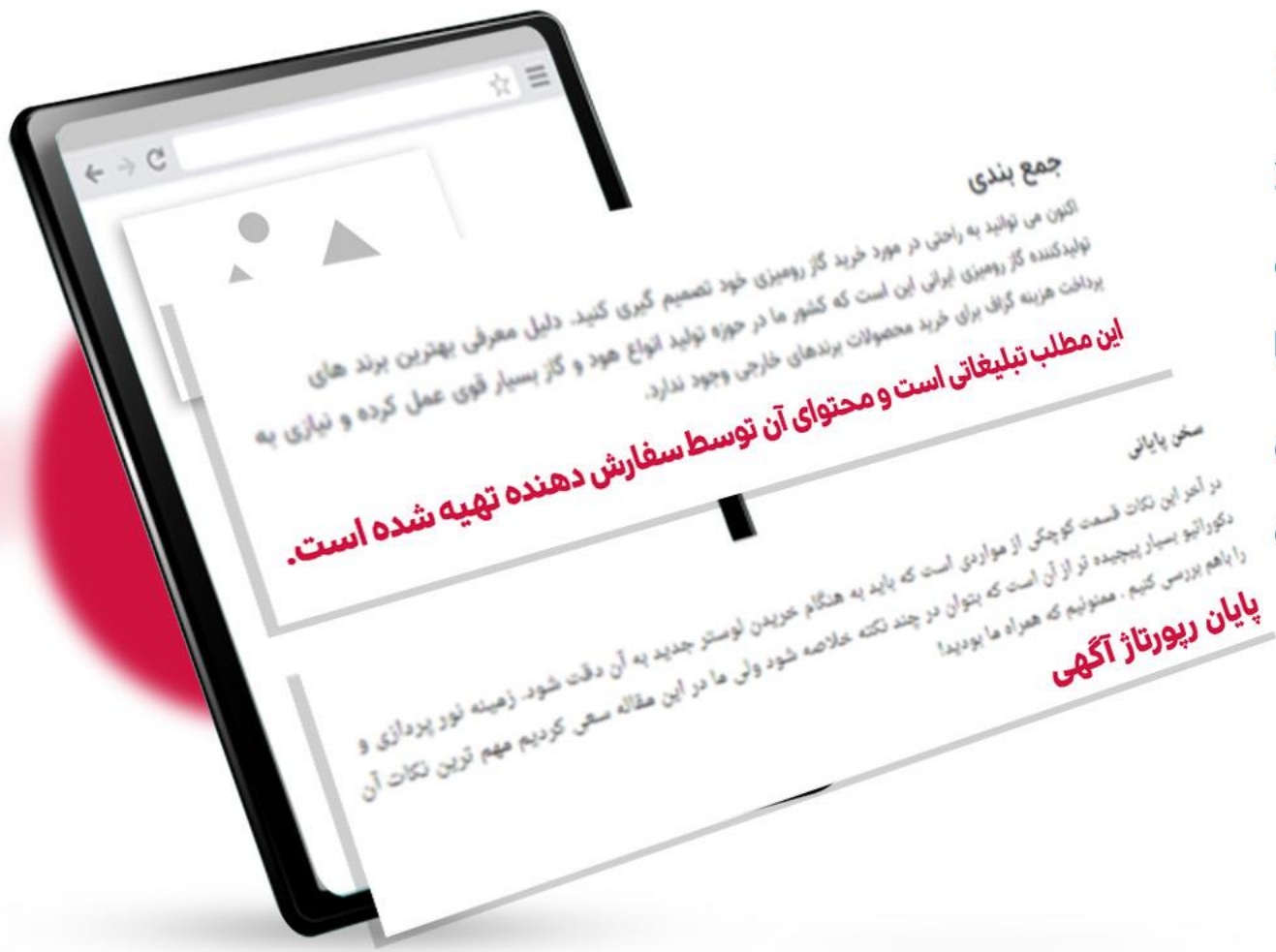
# مطالعه موردی رپورتاژ عادی و همسان با اسنپ روم

**Snapp!**  
**Room**

**تریون**

## رپورتاژ بود، همسان نبود؛ اسنپ‌روم

اگر تجربه انتشار **رپورتاژ آگهی** را داشته باشید، احتمالاً می‌دانید که معمولاً رسانه‌ها، این محتواها را در یک **دسته‌بندی خاص** منتشر می‌کنند. برخی از رسانه‌ها هم در **انتهای متن**، به کاربران اطلاع می‌دهند که این مطلب رپورتاژ آگهی است یا **برچسب تبلیغاتی** برای آن در نظر می‌گیرند.



## رپورتاژ آگهی؛ مفید اما فقط از لحاظ سئویی

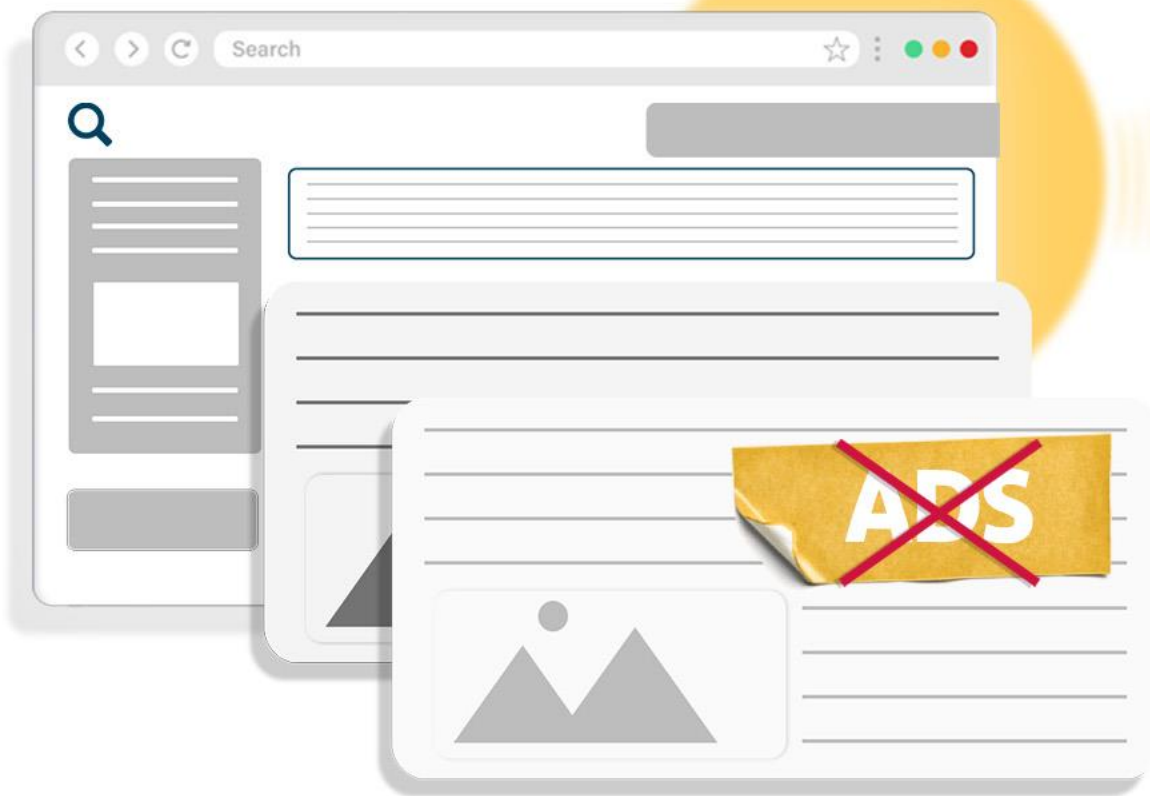
این دلایل باعث شده بود که رفته رفته مخاطبان رسانه‌ها از این مطالب بگذرند و رپورتاژ آگهی‌ها بازدید کمی داشته باشند. از طرفی تلاش کسب و کارها برای نوشتن متنی مفید و **مطابق نیاز مخاطبان هدف**، نتیجه‌ای به همراه نداشت و نمی‌توانست به درستی برای استفاده از خدمات و محصولات خود آن‌ها را دعوت کند.

نشانه‌هایی که رسانه‌ها برای تبلیغاتی بودن متن قرار می‌دادند، باعث می‌شد که **بازدید رپورتاژ آگهی** به اندازه سایر اخبار رسانه نباشد و **فقط** از لحاظ سئویی تاثیر بگذارد.



## جرقه‌ای برای ایجاد تحول در رپورتاژ آگهی‌ها

بسیاری از متخصصان حوزه سئو، رپورتاژ آگهی را به چشم یک استراتژی برای لینک‌سازی خارجی می‌بینند و از آن برای جذب مخاطب و افزایش ترافیک صفحه موردنظر استفاده نمی‌کنند. این اتفاق، فرصتی را در اختیار تریبون قرار داد تا به **روش جدیدی از کسب درآمد** رسانه‌ها فکر کند و به آن‌ها پیشنهاد **رپورتاژ آگهی همسان یا بدون تگ** را دهد.



## خواهی نشوی رسوا/ همسان خبرها شو

رپورتاژ آگهی همسان، دیگر هیچ نوع تگ یا برچسبی مبنی بر تبلیغاتی بودن ندارد و در صفحات مرتبط با موضوع رپورتاژ آگهی منتشر می‌شود. مثلاً اگر در مورد نحوه خرید و فروش بیت کوین رپورتاژ آگهی نوشته باشید، این مطلب در دسته بندی اقتصادی رسانه منتشر می‌شود.

این دسته از رپورتاژ آگهی‌ها کمک می‌کنند که مخاطبان رسانه، بدون آنکه متوجه شوند متنی که نوشته شده متعلق به رسانه نیست، آن را مطالعه کنند. در این شرایط اگر رپورتاژ آگهی جذابیت کافی را داشته باشد و در آن به نکات مطابق نیاز کاربران اشاره شده باشد، می‌تواند کاربر را همراه خود کرده و در نهایت به مشتری تبدیل کند.



بنابراین با رپورتاژ آگهی همسان می‌توان علاوه بر مزایای سئویی، از میزان بازدید بالای رسانه‌ها هم استفاده کرد و ترافیک ورودی سایت را افزایش داد. همچنین طبق تجربه، رپورتاژ آگهی‌هایی که بازدید بالاتری دارند، احتمال کلیک کاربران روی لینک‌های آن بیشتر است و همین می‌تواند دلیلی برای داشتن ارزش بیشتر این نوع لینک‌ها، از نگاه گوگل باشد.

## تکرانو، اسنپ روم؛ ترکیب برنده همسان سازی

در این کیس استادی، به همراهی تیم اسنپ روم دو رپورتاژ (یکی همسان و دیگری با تگ رپورتاژ آگهی) با موضوع مشابه را به صورت همزمان در رسانه تکرانو منتشر کردیم و به نتایج جالبی دست پیدا کردیم که در ادامه مرور خواهیم کرد.

میزان بازدید رپورتاژ همسان در مقایسه با رپورتاژ آگهی معمولی حدود **۷/۳ برابر بیشتر** بود.

بعد از گذشت حدود یک هفته از انتشار هر دو رپورتاژ آگهی، رپورتاژی که به شکل همسان منتشر شده بود باز هم بازدیدکننده داشت! اما میزان بازدید رپورتاژی که با تگ تبلیغاتی انتشار پیدا کرده بود، **تقریباً به صفر** رسیده بود.





## محمد ستاری؛ کارشناس ارشد سئوی اسنپ‌روم در مورد رپورتاژ همسان و تاثیرات آن می‌گوید:

«رپورتاژ همسان به دلیل اینکه هماهنگی و **مطابقت بیشتری با محتوای رسانه دارد** و همچنین از تگ آگهی استفاده نمی‌شود، تاثیر بیشتری از نظر SEO داشته و **درصد CTR و Engagement را بالا می‌برد**. در کل هرچه موضوع و سبک و سیاق نوشته ما نزدیک به رسانه باشد، اثربخشی آن بیشتر خواهد شد و می‌تواند کاربران بیشتری را با ما همراه کند.»



## زمان همسان شدن فرا رسیده...

فرقی نمی‌کند که با هدف برندسازی یا سئو قصد استفاده از رپورتاژ آگهی را داشته باشید، در هر صورت به کمک **رپورتاژ آگهی همسان** می‌توانید به هر دو هدف دست پیدا کنید و با یک محتوای مناسب، **ترافیک ورودی سایت خود را افزایش دهید**. برای استفاده از این نوع رپورتاژ آگهی و مشاهده رسانه‌ها، می‌توانید از طریق لینک زیر وارد پنل شوید و به کمک **فیلتر «همسان»**، کمپین رپورتاژ آگهی خود را خریداری کنید.

رپورتاژ همسان منتشر کن

