

ปัจจุบัน ลูกค้าออนไลน์ ค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อแทบทุกครั้ง แม้ชื่อโฆษณาอาจไม่ทำให้แบรนด์น่าเชื่อถือขึ้น <https://seedly.com/> เพราะความน่าเชื่อถือเกิดจากการถูกพูดถึงซ้ำ ๆ ในหลายที่ ด้วยเหตุนี้ หลายแบรนด์จึงเลือกใช้บริการรับทำ seeding ควบคู่ไปกับช่องทางอื่น Seeding คืออะไร และทำไมถึงสำคัญ Content Seeding คือการวางเนื้อหาลงในพื้นที่ที่กลุ่มเป้าหมายอยู่ ทั้งกระทู้ถาม-ตอบ รีวิวสินค้า และบทความในเว็บไซต์พันธมิตร โดยเขียนในน้ำเสียงของผู้ใช้จริง ไม่ใช่โฆษณาแข็ง ๆ ต่างจากโฆษณาที่หยุดจ่ายแล้วหายไป ร่องรอยการพูดถึงจะสะสมเป็นสินทรัพย์ของแบรนด์ และยังช่วยเสริมผลลัพธ์ด้าน SEO ไปในตัว แบบไหนที่ควรใช้บริการรับทำ Seeding - พิมพ์ชื่อร้านแล้วเจอแต่เพจตัวเอง ไม่มีรีวิวจากคนนอก - มีรีวิวเชิงลบค้างอยู่หน้าแรกและอยากดันข้อมูลที่ถูกต้องขึ้นมา - กำลังจะเปิดตัวสินค้าใหม่และต้องการสร้างกระแสก่อนวางขาย - CPC สูงขึ้นเรื่อย ๆ จนกำไรบาง - อยู่ในธุรกิจที่การตัดสินใจซื้อใช้เวลาและอาศัยความไว้วางใจสูง รูปแบบงาน Seeding ที่นิยมใช้

1. Research & Strategy ขั้นตอนแรกที่ห้ามข้าม คือ การวิเคราะห์ว่าใครคือลูกค้า เขาอยู่ที่ไหน และเขาถามอะไร ก่อนจะแปลงเป็นหัวข้อคอนเทนต์เป็นสิบ ๆ ชิ้น
2. เขียนเนื้อหาให้เหมือนคนจริง เราจะสร้างงานเขียนแบบสปีนเนื้อหาเพื่อไม่ให้ซ้ำกัน ตั้งแต่คำถามสั้นไปจนถึงรีวิวยาวพร้อมรูปประกอบ ทุกชิ้นต้องอ่านแล้วรู้สึกว่าเป็นคนเขียน ไม่ใช่เครื่องจักร
3. การกระจายลงช่องทางที่ใช่ โพสต์ผิดที่คือการเผาเงินทิ้ง สินค้าความงามอาจเหมาะกับเว็บบอร์ดผู้หญิงและ TikTok การปล่อยพร้อมกันทีเดียวมักดูผิดธรรมชาติ
4. ต่อยอดสู่การค้นหา เนื้อหาที่วางไว้จะถูกออกแบบให้ติดคำค้น ช่วยให้เว็บไซต์แม่ได้รับประโยชน์ไปด้วย คำนวณว่าการทำอย่างใดอย่างหนึ่งเดียว ๆ
5. Reporting อย่าจ้างเจ้าที่ตอบไม่ได้ว่าวัดผลอย่างไร เช่น จำนวนการเข้าถึง ยอดวิว จำนวนคอมเมนต์ อันดับคำค้น และปริมาณการค้นหาชื่อแบรนด์ ข้อดีของการจ้างมืออาชีพเทียบกับทำเอง หลายคนเริ่มต้นด้วยการทำเอง แต่มักเจอปัญหาเดิม ๆ น้ำเสียงเหมือนกันหมดจนคนอ่านจับได้ ผู้ให้บริการที่มีประสบการณ์ มีทั้งเครือข่ายบัญชีที่มีอายุระบบสปีนเนื้อหา และคลังหัวข้อ ทำให้ผลลัพธ์มาเร็วกว่าและปลอดภัยกว่า เลือกอย่างไรไม่ให้เสียเงินฟรี

1. ดูงานเก่าว่าเนื้อหาอ่านสั้นหรือไม่
2. ตรวจสอบว่ามีการสปีนเนื้อหาอย่างมีคุณภาพหรือไม่
3. ขอตัวอย่างรายงานก่อนเซ็นสัญญา
4. ระวังค่าสัญญาว่าจะติดอันดับ 1 ภายในสัปดาห์เดียว
5. ถูกที่สุดมักแลกมาด้วยเนื้อหาขยะ เห็นผลเมื่อไร จากประสบการณ์ที่พบบ่อย เดือนที่หนึ่งเน้นสร้างปริมาณการพูดถึง เดือนถัดมามักเห็นกราฟฟิคขยับ และตั้งแต่เดือนที่สามขึ้นไปผลจะสะสมชัดเจนขึ้น สรุปส่งท้ายงานนี้ไม่ใช่เวทมนตร์ แต่คือความสม่ำเสมอ หากคุณต้องการให้แบรนด์ถูกพูดถึงในที่ที่ลูกค้ามองหา เริ่มวันนี้ย่อมดีกว่ารอให้คู่แข่งพูดถึงตัวเองไปก่อน ปรึกษาทีมงานของเราได้ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย ตลอด 24 ชั่วโมง