

خط قرمز لینکدین کامنت‌های کوتاه



یادتونه توی پست‌های قبلی درمورد الگوریتم لینکدین گفتیم؟

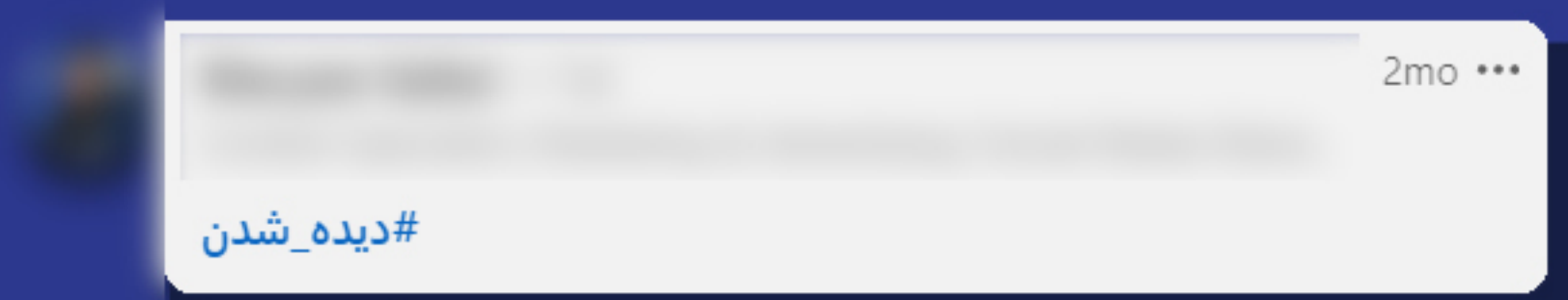
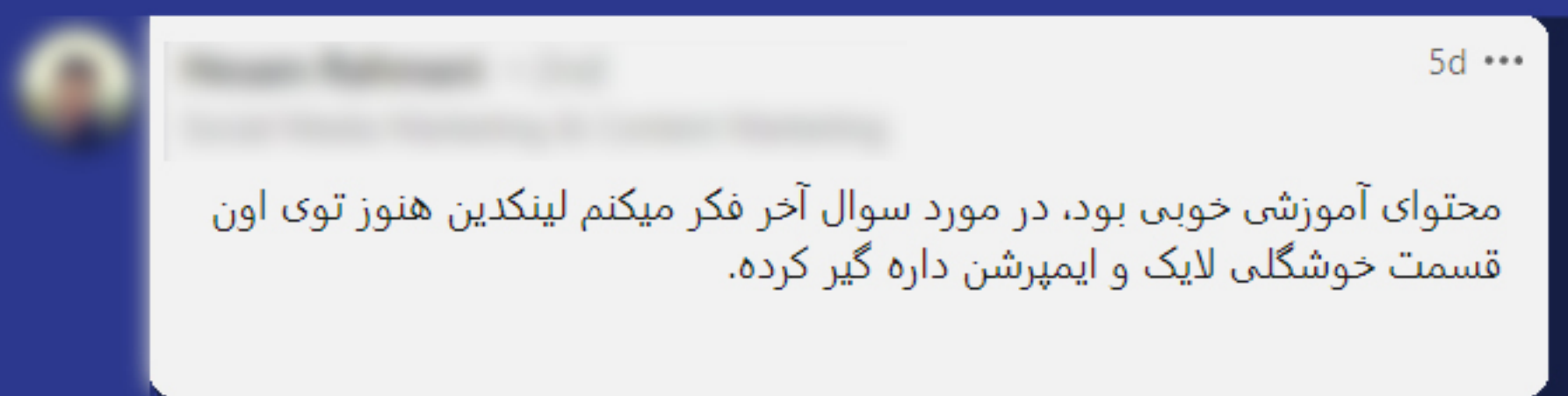
یکی از مهم‌ترین چیزهایی که درموردش
وجود داشت «کامنت» و تعامل از این جنس
بود. برای همین حیفم اومد توی اون پست
بذارمش و جداش کردم.



کامنت‌ها و اندازه کامنت‌ها اهمیت دارند!

شاید براتون سوال باشه که چطور شده اینجا اندازه اهمیت پیدا کرده و اصلا اندازه کامنت یعنی چی؟

ببینید دوستان، وقتی کامنت‌های تک‌کلمه‌ای برای دیگران می‌ذارید، لینک‌دین فکر می‌کنه دارید الگوریتمش رو به بازی می‌گیرید. فقط برای اینکه نشون بدید این پست تعامل داره.



برای همین وقتی با محتوایی که انبوهی از این کامنت‌ها رو در بر می‌گیره مواجه می‌شه، الگوریتمش اون مطلب رو پس می‌زنه.

بله برای کامنت‌های $Up\#$ زیر پست‌های اوپن تو ورک هم همین کارکرد رو در نظر می‌گیره. اما اونجا فضااش متفاوته. چون آدمه یک بار در طول یک سال فعالیتش یا نهایت دو بار می‌خواد پست اوپن تو ورک بذاره. برای همین این که الگوریتم چطور شناساییش می‌کنه خیلی اهمیتی نداره.



material of relevance and value. Along this line, comments are also important, but not generic, one word comments, which some have also used to game the system. More in-depth replies and conversation will also help to improve your post reach (pro-tip: respond to comments on your updates)

حالا واقعا جدا از اینکه الگوریتم به این پست‌ها
کم کم، بی‌توجه میشه، دو تا موضوع دیگه هم
پیش میاد.



موضوع اول: شاید کامنت گذارنده

شما وقتی به عنوان کسی که داره با محتوای دیگری تعامل برقرار می‌کنه از کامنت‌های تک کلمه‌ای این شکلی استفاده می‌کنید، عملاً دارید به کاربر دیگه‌ای که بیننده کامنت‌های شماست این موضوع رو منتقل می‌کنید که شما دیدگاه و نظر اثرگذاری ندارید. برای همین واسه‌ی خالی نبودن عریضه یه کامنت کاربردی می‌ذارید و می‌رید.



موضوع دوم: شاید دریافت کننده کامنت

این کامنت‌های تک کلمه‌ای به مخاطب هم این حس رو می‌دن که احتمالا کامیونیتی آدم‌هایی که محتوای شمارو دنبال می‌کنند، کامیونیتی مرتبط با تخصص شما نیستند. چون دیدگاه‌ها و نظرات اثربخش در راستای محتوای شما نمی‌دارن. صرفاً برای اینکه ارتباط شمارو برای بعدا داشته باشن، وقتی شما پست می‌ذارید پیدا بشون می‌شه و یه کامنت کاربردی از سر باز کنی می‌دارن و می‌رن.



**باور کنید کاربر شبکه‌های اجتماعی رو
نمی‌شه گول زد. مخاطب باهوشه.**



مشق شب

اگر توی لینکدین فعالی و اقدام به انتشار محتوای مستمر و روی نظم می‌کنید، برید چندتا از پست‌هاتون رو بررسی کنید. ببینید کدوم پست چه کامنت‌هایی داشته. بعد عدد و رقمش رو مقایسه کنید.