

# مقاله موثر

چگونه مقاله‌ای بنویسیم که مخاطب را جذب کند

رام‌نیل شهباز

***modiremohtava.ir***

# منظور از موثر بودن مقاله

# منظور از موثر بودن مقاله

▶ مربوط و مفید برای مخاطب

▶ استفاده از زبان مخاطب

▶ متوقف کردن مخاطب

# منظور از موثر بودن مقاله

▶ مربوط و مفید برای مخاطب

▶ استفاده از زبان مخاطب

▶ متوقف کردن مخاطب

مفید و قابل استفاده <--- برگشت مخاطب برای خواندن بیشتر <---<  
جلب اعتماد

# عوامل موثر بر اثرگذار بودن مقاله

# عوامل موثر بر اثرگذار بودن مقاله

- ▶ رفع نیاز: پاسخ به سوال / کمک به راحت تر یا بهتر انجام دادن کار
- ▶ شرح و توضیح مشکل / نیاز مخاطب
- ▶ به زبان مخاطب باشد
- ▶ نثر روان و مفهوم (خوب نوشته شده باشد)
- ▶ متناسب با سفر مشتری
- ▶ استفاده از درخواست به اقدام (CTA) مناسب

آنچه باید قبل از نوشتن بدانیم

# آنچه باید قبل از نوشتن بدانیم

هدف

مخاطب

کانال انتشار

مثلت  
طلایی



# آنچه باید قبل از نوشتن بدانیم

- ▶ کلیدواژه‌ها
- ▶ شناخت کامل محصول/خدمت
- ▶ برای کدام مرحله از سفر مشتری

# آنچه باید قبل از نوشتن بدانیم

## جدول تبدیل ویژگی‌ها به مزیت‌ها

مزیت اول	مزیت دوم	مزیت سوم	مزیت چهارم	
				ویژگی اول
				ویژگی دوم
				ویژگی سوم
				ویژگی چهارم

# فرآیند خرید (سفر مشتری) (Buyer's Journey)



# فرآیند خرید (سفر مشتری) (Buyer's Journey)

تشخیص نیاز



تمرکز روی  
مشکل / مسئله

# فرآیند خرید (سفر مشتری) (Buyer's Journey)

جمع‌آوری اطلاعات

بررسی

تمرکز روی  
راه حل‌ها

# فرآیند خرید (سفر مشتری) (Buyer's Journey)

انتخاب یک  
راه حل

تصمیم

تمرکز روی  
محصول/خدمت

# ساختار مقاله

# ساختار مقاله

عنوان ▶

مقدمه ▶

بدنه ▶

نتیجه گیری / خلاصه ▶

منابع، ارجاعات ▶



# مراحل نوشتن مقاله

# مراحل نوشتن مقاله

- ▶ مشخص کردن کلیدواژه‌ها
- ▶ تحقیق و جمع‌آوری مطلب
- ▶ ترجمه و ویرایش
- ▶ نوشتن نکات اصلی و فرعی
- ▶ توضیح هر نکته در یک یا چند بند
- ▶ نتیجه / خلاصه
- ▶ نوشتن عنوان و مقدمه (لید)
- ▶ مسیر جلب توجه: تصویر <----- عنوان <----- لید <----- بدنه

# منابع اسلاید قبلی

▶ جستجو در گوگل: X vs. Y, best articles about x, top 10 articles about ...

▶ سایت‌های مرجع، سایت‌های رقبا، تالارهای گفتگو

▶ منابع آفلاین: کتاب، مجلات، ...

▶ افزونه ویراستیار برای ورد

▶ Virastaran.net <----- ابزارها

# خواندنی تر کردن مقاله

# خواندنی تر کردن مقاله

- ▶ جملات کوتاه
- ▶ ادویه‌های محتوا
- ▶ استفاده از مثال
- ▶ استفاده از استعاره
- ▶ تجربیات شخصی
- ▶ نقل قول از افراد معتبر
- ▶ آمار و ارقام
- ▶ مقایسه
- ▶ روایتگری (داستان‌گویی)

# نوشتن عنوان (عنوان نویسی)

# نوشتن عنوان (عنوان نویسی)

- ▶ ۸۰٪ عنوان را می‌خوانند، ۲۰٪ کل مقاله را
- ▶ مشخص، شامل وعده، نشان دهد چگونه به او نفع میرسد
- ▶ نوشتن عناوین زیاد و متنوع
- ▶ طوفان فکری

# چند فرمت برای عنوان

- ▶ ۱- فرمت چگونه: به خواننده آموزش انجام کاری را می دهد (هرچه دقیقتر بهتر)
- ▶ چگونه فونت ... را در سایت/قالب نصب کنیم
- ▶ ۲- فرمت لیست: X راه برای ...، X نکته در مورد ...
- ▶ ۶ فرمت جذاب برای عنوان های موثر
- ▶ ۳- فرمت سوالی: وعده دادن پاسخ یک پرسش
- ▶ آیا عناصر اصلی روایتگری را می شناسید؟
- ▶ ۴- فرمت راز: راز سایت های موفق
- ▶ ۵- فرمت اتهام: ۵ اشتباه مرگباری که در وبلاگ سایت مرتکب می شوید
- ▶ ۶- فرمت نکته های ناگفته: ۳ نکته ای که ... نمی خواهند شما بدانید



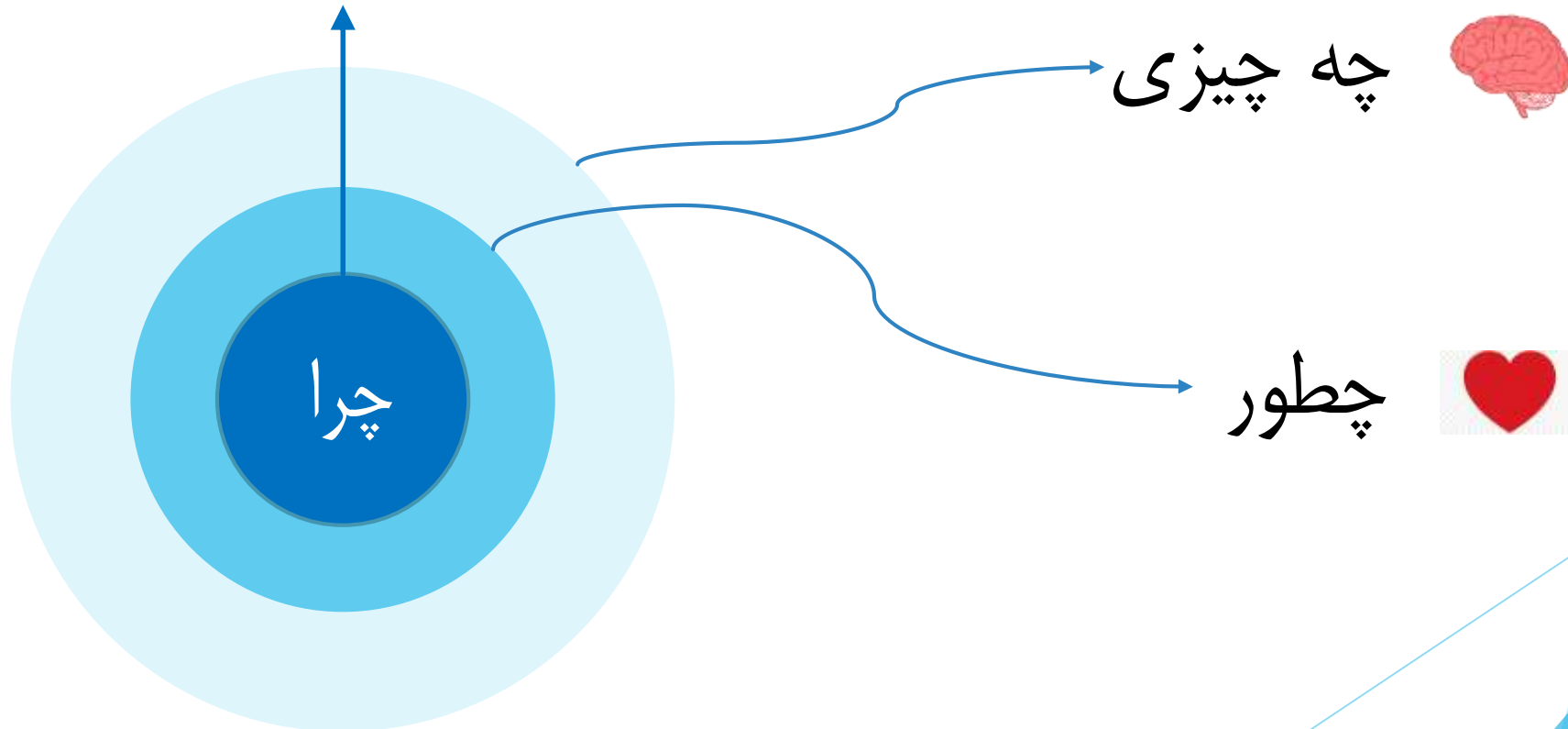
# روایتگری

# روایتگری

- ▶ برقراری ارتباط انسانی با کسانی که به کمک شما نیاز دارند
- ▶ برجسته کردن انتخابها، معنادار بودن تصمیمات و گزینهها
- ▶ تبدیل مخاطب به شخصیت اصلی ---> تغییر طرز فکر و احساسات

# روایتگری: مدل دایره طلایی

▶ برای جذابتر کردن داستان: مدل دایره طلایی (روشی برای ترتیب بیان حقایق و اطلاعات مربوط به موضوع جهت تاثیرگذاری بیشتر)



## ۳ عنصر اصلی روایتگری

- ▶ ۱- شخصیت (ها) -----> نیازها و خواسته‌ها -----> برقراری ارتباط و همدردی
- ▶ ۲- مشکل (تضاد، برخورد) -----> چطور رفع نیاز کنیم -----> کمک به برقراری ارتباط بین دو عنصر داستانگو و مخاطب
- ▶ ۳- راه حل، تصمیم -----> ترغیب مخاطب به عمل، رسیدن به هدف

# روایتگری

▶ خریدار بالقوه: یافتن پاسخ سوالات در داستان شما

-----< دیدن خودشان بعنوان کاراکتر داستان

-----< بالا رفتن احتمال خرید

▶ محتوا (داستان) باید جذابیت احساسی داشته باشد چون احساسات قدرت

میدهند

▶ به احساساتی فکر کنید که می‌خواهید خواننده داشته باشد

# روایتگری

- ▶ اول شخص: اعتراف، تجربه < ارتباط شخصی با مخاطب ---> ایجاد اعتبار
- ▶ دوم شخص: حالت شخصی برای مخاطب
- ▶ سوم شخص: مناسب تجربیات مشتریان، مطالعه موردی



**Yavar Moshirfar** • 2nd  
Chief Content Officer at NikstarterOfficial  
5mo • Edited

چالش نگارش متن برای فروش PDF آموزشی

ارسالی از

Yoosef Farahani یوسف فراهانی

حسنى به مکتب نمی‌رفت، چون راه مکتب دور بود، پر از دود بود، سرماش استخون‌سوز بود، ترافیکش کور بود، شهریه مکتب پول خون بود و استادش بلای جون بود.

حسنى به مکتب نرفت، اما مکتب رو آورد توی خونه؛ با یه فایل آموزشی ۱۲ هزار تومنی در مورد دیجیتال مارکتینگ که از اول تا آخر قضیه رو برای حسنى توضیح داده بود.

حسنى این فایل رو خیلی دوست داشت، چون کلی مثال داشت، تمرینای باحال داشت، قدرت انتقال داشت، لحن سرحال داشت.

حسنى بعد از خوندن اون فایل به دیجیتال مارکتینگ علاقه‌مند شد و سراغ منابع دیگه رفت. خلاصه اینکه بعد از ۶ ماه تو یه استارت‌آپ رو به رشد، کارشناس دیجیتال مارکتینگ شده و دیگه آقا حسنى شده و ماهی ۴ میلیون درآمد داره و سری تو سرها داره. خلاصه که حسنى نگو، بلا بگو.

قصه حسنى به سر رسید اما قصه موفقیت تمومی نداره. شما هم می‌تونید قصه خودتون رو شروع کنید و مثل حسنى مثال‌زدنی بشید. اگه می‌خواید بدونید توی اون فایل آموزشی چی بوده روی لینک زیر کلیک کنید.  
متن روی دکمه: من هم می‌خوام حسنى باشم.

# چند پیشنهاد

- ▶ خواندن نثر روان قبل از نوشتن
- ▶ مطالعه کتابهای متفرقه داستان، شعر، تاریخ ...
- ▶ فاصله انداختن بین نوشتن و ویرایش
- ▶ از آخر خواندن برای غلطگیری
- ▶ تعریف کردن مطلب برای دیگران هنگام ترجمه
- ▶ جملات کوتاه و ساده



# راه‌های ارتباط



Email: [info@modiremohtava.ir](mailto:info@modiremohtava.ir)



Telegram: [modiremohtava](https://www.telegram.com/modiremohtava)



Instagram: [modiremohtava](https://www.instagram.com/modiremohtava)



Aparat: [modiremohtava](https://www.aparat.com/modiremohtava)



[linkedin.com/in/ramielshahbaz](https://www.linkedin.com/in/ramielshahbaz)

موفق باشید