

قهرمان عنوان نویسی

هنر شیفته کردن مخاطبان با کلمات



نویسنده: محمد سلیمانی

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرست مطالب

مقدمه نویسنده:	۴
فصل ۱: قدرت عنوان‌ها	۶
فصل ۲: درک مخاطب هدف خود	۹
فصل ۳: باید‌ها و نبایدهای عنوان‌نویسی	۱۶
فصل ۴: استفاده از کلمات احساسی	۲۳
فصل ۵: ۲۰ فرمول ساده و کاربردی برای عنوان‌نویسی	۲۷
راه‌های ارتباطی با محمد سلیمانی:	۳۵

مقدمه نویسنده:

تبلیغ نویسی نقشه گنج شماست. اگر به آن مسلط باشید
سلاحی دارید که یارای مقاومت بر آن نیست و البته بسیار
خطرناک است؛ چون اگر اشتباه استفاده شود می تواند
برندتان را در سراشیبی نابودی رها کند.

اولین مهارت و یکی از مهم ترین ها عنوان نویسی است. در
واقع بسیاری از افراد که خود را تبلیغ نویس می دانند تنها
عنوان نویسی را بلدند.

عنوانی که جذاب و جاذب توجه باشد نرخ دیده شدن محتوا
را افزایش می دهد.

عنوان را به سان پیشانی یک محتوا در نظر بگیرید. تمام
زیبایی محتوایتان باید در این عنوان خلاصه شود. قرار
است عنوانی پدرومادر دار بنویسیم و دروغ را بیرون بیندازیم.

این کتاب تماماً در مورد هنر عنوان‌نویسی است و آن را باهدف کمک به صاحبان کسب‌وکارهای کوچک، مدرسان و فروشندگان آنلاین که می‌خواهند توجه مخاطبان خود را جلب کنند و آنها را با محتوای خود درگیر کنند نوشته‌ام.

من محمد سلیمانی، در این کتاب الکترونیکی شما را به سفری لذت‌بخش می‌برم و تمرین‌های عملی، مثال‌های واقعی و ۲۰ فرمول عنوان‌نویسی ساده و کاربردی برایتان آورده‌ام و شما را با زیروبم عنوان‌نویسی آشنا می‌کنم. اگر به‌خوبی آن را مطالعه کرده و به کار ببندید به قهرمان عنوان‌نویسی تبدیل خواهید شد و می‌توانید؛ مانند بزرگ‌ترین تبلیغ‌نویسان عنوان بنویسید.

نسخه ۱ بهمن ماه ۱۴۰۱

فصل ۱: قدرت عنوان‌ها

رضا صاحب یک فروشگاه اینترنتی کوچک بود. او جواهرات دست‌ساز را به صورت آنلاین می‌فروخت و در بازار شلوغ به سختی می‌توانست توجه مخاطبان را جلب کند. با وجود محصولات شگفت‌انگیز او، مخاطبان بسیار کم و فروش کمتری داشت.

رضا که از دوستان من است ناامید پیش من آمد خواست کمکش کنم. من اولین مشکل مهم را در عنوان‌نویسی او دیدم؛ چون عنوان شما اولین چیزی است که مردم هنگام ورود به رسانه شما می‌بینند. «اگر عنوان جذاب و متقاعدکننده نباشد، مردم به‌سادگی به سراغ رقبا می‌روند.»

رضا مات و مبهوت شد. او قبلاً هرگز به اهمیت عنوان‌ها توجه نکرده بود. اما او مشتاق یادگیری و مشتاق پیشرفت بود.

به رضا گفتم عنوان‌ها مانند بسته‌بندی یک محصول هستند. آنها باید چشم‌نواز باشند. آنها باید مردم را ترغیب می‌کردند تا کلیک کنند و باید چکیده همه محتوا را در چند کلمه کوتاه بیان می‌کردند.

رضا مصمم بود که تغییری ایجاد کند. با هم عنوان‌هایی که می‌نوشت را تجزیه و تحلیل کردیم و سبک‌ها، طول‌ها و قالب‌های مختلفی را آزمایش کردیم و به تدریج نتایج خوبی حاصل شد؛

مخاطبان او افزایش یافت و فروش او نیز رشد خوبی کرد.

عنوان‌ها می‌توانند محتوای شما را بسازند یا خراب کنند. آنها کلید جذب و حفظ مخاطب هستند. چه صاحب یک کسب‌وکار کوچک، یک معلم یا یک فروشنده آنلاین باشید، توانایی نوشتن عنوان‌های عالی یک مهارت ارزشمند است و این همان چیزی است که این کتاب در مورد آن است. در فصل‌های بعدی، عمیق‌تر به هنر عنوان‌نویسی می‌پردازیم و تکنیک‌ها، استراتژی‌ها و ابزارهای مختلف برای نوشتن عنوان‌هایی را که مخاطبان شما را مجذوب کرده و با آنها تعامل می‌کنند، بررسی می‌کنیم.

بیایید ادامه دهیم. فصل بعدی قرار است نکته‌های مهمی را به شما بگوید.

فصل ۲: درک مخاطب هدف خود

در فصل قبل، با قدرت عنوان‌ها و اینکه چگونه می‌توانند محتوای شما را ایجاد یا شکست دهند، آشنا شدیم.

اولین قدم برای نوشتن عنوان‌های مؤثر، درک مخاطبان هدف است. دانستن اینکه برای چه کسی می‌نویسید به شما کمک می‌کند تا عناوینی را بسازید که با آنها طنین‌انداز شده و آنها را جذب کنید؛ بنابراین، مخاطبان هدف شما چه کسانی هستند؟ آیا آنها صاحبان مشاغل کوچک، مانند فروشگاه رضا، به دنبال ایجاد اثری بزرگ در بازار شلوغ هستند؟

آیا آنها مدرسانی هستند که به دنبال راه‌های جدیدی برای جذب دانش‌آموزان و جذاب‌تر کردن محتوایشان می‌گردند؟

یا آیا آنها فروشندگان آنلاین به دنبال افزایش فروش و تقویت حضور آنلاین خود هستند؟

هنگامی که تصویر واضحی از مخاطبین هدف خود داشتید، می‌توانید نیازها، خواسته‌ها و خواسته‌های آنها را کشف کنید.

مخاطبان در محتوایی که شما ارائه می‌دهید به دنبال چه هستند؟ نقاط درد آنها چیست، و عناوین شما چگونه می‌توانند به آنها پردازند؟ چه چیزی آنها را تشویق می‌کند که دست به اقدام بزنند، و چگونه می‌توانید از این انگیزه در عناوین خود استفاده کنید؟

به‌عنوان مثال، فرض کنید مخاطب هدف شما صاحبان فروشگاه‌های اینترنتی هستند. آنها احتمالاً به دنبال توصیه‌های عملی و عملی می‌گردند تا به آنها کمک کند تا در بازار خود پیشرفت کنند.

عناوین شما باید این را منعکس کنند و از کلماتی مانند «ثابت شده»، «مؤثر» و «موفق» استفاده کنند تا نشان دهند که محتوای شما نتایج واقعی ارائه می‌دهد.

اگر مخاطبان هدف شما معلمان هستند، ممکن است به دنبال راه‌های جدید و نوآورانه باشند تا محتوای خود را جذاب‌تر و تعاملی‌تر کنند. عناوین شما باید این را منعکس کنند و از کلماتی مانند «هیجان‌انگیز»، «خلاقانه» و «تعاملی» استفاده کنند تا نشان دهند که محتوای شما آنها را الهام‌بخش بوده و آنها را به چالش می‌کشد.

به طور خلاصه، درک مخاطبان هدف شما پایه و اساس نوشتن عنوان عالی است. وقتی می‌دانید برای چه کسی می‌نویسید، می‌توانید عنوان‌هایی ایجاد کنید که با آنها ارتباط برقرار کند، توجه آنها را جلب کند و آنها را ترغیب به اقدام کند.

بنابراین، چگونه می‌توانید مخاطبان هدف خود را شناسایی کنید؟ به مراحل زیر توجه کنید

مرحله اول مشتری ایدئال خود را شناسایی کنید:

با ایجاد نمونه‌ای از مشتری ایدئال خود شروع کنید. به سن، جنسیت، سطح تحصیلات، درآمد، علایق و نقاط درد آنها فکر کنید. هر چیزی را که در مورد آنها می‌دانید یادداشت کنید و همچنان که اطلاعات بیشتری جمع‌آوری می‌کنید به آن اضافه کنید.

مرحله دوم پایگاه مشتری فعلی خود را تجزیه و تحلیل کنید:

اگر از قبل مشتری دارید، به داده‌های خود نگاه کنید تا ببینید چه کسی محصولات یا خدمات شما را می‌خرند.

ویژگی‌های مشترک آنها چیست؟ چه چیزی آنها را برای اقدام تحریک می‌کند؟

اینها را می‌توانید از سؤالاتی که از شما می‌پرسند کشف کنید.

مرحله سوم انجام نظرسنجی و مصاحبه:

مستقیماً از مشتریان خود پرسید که آنها چه می‌خواهند و به چه چیزی نیاز دارند. نظرسنجی انجام دهید، گروه‌های متمرکز برگزار کنید یا مصاحبه‌های انفرادی انجام دهید. این به شما بینش ارزشمندی در مورد انگیزه آنها و آنچه آنها به دنبال آن هستند می‌دهد.

مرحله چهارم تحقیقات بازار انجام دهید:

از طریق تحقیقات بازار در مورد رفتار و ترجیحات مخاطب هدف خود تحقیق کنید. این را می‌توان از طریق نظرسنجی‌های آنلاین، گروه‌های متمرکز یا گزارش‌های بازار انجام داد.

با دنبال کردن این مراحل، درک بسیار بهتری از مخاطبان هدف خود و انگیزه آنها خواهید داشت. اکنون که می‌دانید مخاطبان هدف شما چه کسانی هستند، می‌توانید عنوان‌هایی را ایجاد کنید که با آنها طنین انداز شده و آنها را جذب کنید.

هنوز نمی‌توانید به خوبی مخاطبان خود را شناسایی کنید؟ نگران نباشید؛ چون این فصل پیچیده‌ترین نکات را به شما

می‌گوید. برای اینکه بتوانید ساده‌تر و سریع‌تر مخاطبان خود را بشناسید تمرین زیر را انجام دهید:

۱: ویژگی‌های مشتری ایدئال خود را بنویسید.

۲: دردسرهای مشتری ایدئال خود را یادداشت کنید.

۳: مزایایی که محصول یا خدمات شما برای مشتری ایدئال شما فراهم می‌کند را بنویسید.

۴: انگیزه‌های مشتری ایدئال خود را بنویسید

با تکمیل این تمرین، درک واضحی از مخاطبان هدف خود و انگیزه آنها خواهید داشت. می‌توانید عنوان‌هایی بسازید که با آنها طنین‌انداز شود و آنها را جذب کنید، و شانس اقدام را افزایش دهید.

فصل ۳: بایدها و نبایدهای عنوان نویسی

اکنون که مخاطبان هدف خود را می‌شناسید و درک می‌کنید که چه چیزی آنها را برمی‌انگیزد، وقت آن است که شروع به نوشتن عنوان‌هایی کنید که با آنها ارتباط برقرار می‌کند. در این فصل، بایدها و نبایدهای نوشتن عنوان را به شما می‌گوییم. در این فصل با دو مفهوم قلاب و تله کلیک آشنا می‌شوید و اشتباه بزرگی که می‌تواند کسب‌وکارتان را نابود کند را نیز به شما می‌گوییم.

تعریف قلاب و تله کلیک

می‌دانید چگونه بعضی از افراد در فصل‌های یخبندان، گرگ را شکار می‌کنند؟ آنها درون یک تکه گوشت یخی یک تیغ بسیار تیز را قرار می‌دهند و آن را به لانه گرگ می‌اندازند. این حیوان که گوشت را می‌بیند برای آب کردن یخ آن را می‌لیسد و زمانی که زبانش به تیغ برخورد می‌کند

خونی شده؛ اما به خاطر سردی هوا دردی را حس نمی‌کند و در عوض از خوردن خون خود لذت می‌برد. او به این کار ادامه می‌دهد تا اینکه خون بدنش تمام شده و از بین می‌رود.

تله کلیک

یا Clickbait دقیقاً مانند تله تیغ‌گرگ است و به‌نوعی از عنوان‌ها اطلاق می‌شود که از تکنیک‌های گمراه‌کننده برای ترغیب خوانندگان به کلیک بر روی یک پیوند استفاده می‌کند. هدف این تله کلیک تنها افزایش بازدید است و برای این منظور از روش‌های غیراخلاقی استفاده می‌کند. تله کلیک مانند یک مخدر عمل می‌کنند؛ چون بازدید زیادی برایتان می‌آورد؛ اما در درازمدت می‌توانند؛ مانند تله تیغ، کسب‌وکار شما را از بین ببرد.

قلاب

یا Hook عنوانی است که از زبانی جالب، جذاب یا جلب توجه برای ترغیب خوانندگان برای تعامل بامحتوا استفاده می‌کند. هدف این است که کنجکاوی خواننده را برانگیخته و آنها را به محتوا علاقه‌مند نگه دارد، بدون اینکه آنها را گمراه کند. قلاب راست گوشت و چیزی نمی‌گوید که به آن عمل نکند. مهم است که بین جلب توجه و راست‌گو بودن تعادل برقرار کنید.

تفاوت بین تله کلیک و قلاب

تفاوت بین تله کلیک و قلاب در هدف آنها است: تله کلیک برای فریب خواننده برای کلیک کردن است، درحالی‌که یک قلاب به معنای درگیرکردن واقعی خواننده بامحتوا است.

در ادامه به شما می‌گوییم که در عنوان‌نویسی چه کارهایی را باید بکنید و چه کارهایی را نباید بکنید

بکن

از کلمات اکشن قوی استفاده کنید:

عنوان خود را با یک کلمه قوی شروع کنید که بلافاصله توجه خواننده شما را به خود جلب کند. به عنوان مثال می‌توانید از این کلمات استفاده کنید: رمزگشایی، کشف، تبدیل، اسرارآمیز، رهاشدن و...

قول بدهید:

عنوان‌هایی که قول می‌دهند اغلب تأثیر زیادی دارند. مثلاً «فروش خود را در ۳۰ روز دوبرابر کنید» وعده‌ای است که مستقیماً با مخاطبان هدف شما و نقاط دردناک آنها صحبت می‌کند.

یک سؤال پرسید:

پرسیدن یک سؤال در عنوان خود می‌تواند راهی مؤثر برای جذب خواننده شما و کنجکاوی آنها باشد. به طور مثال، «آیا می‌خواهید فروش خود را در ۳۰ روز دوبرابر کنید؟»

از اعداد استفاده کنید:

اعداد به ذهن نظم می‌دهند و می‌توانند در عنوان‌ها بسیار مؤثر باشند. به طور مثال «۱۰ راه برای افزایش فروش خود در ۳۰ روز.»

مثال:

«راز دوبرابر کردن فروش خود را در ۳۰ روز باز کنید» (کلمه عملی قوی، قول)

«می‌خواهید فروش خود را افزایش دهید؟ ۱۰ استراتژی اثبات شده که باید بدانید» (سؤال، اعداد)

نکن:

استفاده از تله کلیک:

عنوان‌های تله کلیک، گمراه‌کننده هستند و اغلب منجر به ناامیدی می‌شوند. آنها ممکن است بازدید زیادی بگیرند، اما در درازمدت اعتماد مخاطبان را از بین برده و شما را نابود می‌کنند.

مبهم بودن:

عنوان‌های مبهم توجه را جلب نمی‌کنند و خواننده را در حدس زدن رها می‌کنند. برای مثال عنوان «امروز چیزی جدید بیاموزید» خیلی مبهم است که نمی‌تواند مؤثر باشد.

وعده‌های غیرواقعی:

دادن وعده‌های غیرواقعی در عنوان‌های خود تنها منجر به ناامیدی و ازدست‌دادن اعتماد مخاطبان می‌شود.

مثال‌هایی که نباید استفاده کنید:

«باور نمی‌کنی چه اتفاقی می‌افتد» (تله کلیک)

«چیزی جدید یاد بگیر» (مبهم)

«فروش خود را در یک هفته هزار برابر کنید!!!» (وعده

غیرواقعی)

فصل ۴: استفاده از کلمات احساسی

یکی دیگر از ابزارهای قدرتمند در خزانه عنوان نویسی شما، استفاده از کلمات محرک احساسی است. اینها کلماتی هستند که واکنش عاطفی را در خواننده برمی‌انگیزند و احتمال کلیک روی مقاله یا محصول شما را افزایش می‌دهند.

بکن

از احساسات مثبت استفاده کنید:

احساسات مثبت مانند شادی، هیجان و الهام می‌توانند محرک‌های قدرتمندی باشند. سعی کنید از کلماتی مانند “شادی”، “هیجان” و “لذت” برای استفاده از این احساسات استفاده کنید.

مثال: لذت دوبرابر کردن فروش خود را در ۳۰ روز کشف کنید” (احساس مثبت)

از ترس [به اندازه] استفاده کنید:

ترس می‌تواند یک محرک قوی باشد، اما باید با احتیاط از آن استفاده کرد. عنوان‌های مبتنی بر ترس اگر صادق نباشند می‌توانند به سرعت به تله کلیک تبدیل شوند. از کلماتی مانند «هشدار»، «خطر» و «خطر» برای برانگیختن حس ترس استفاده کنید.

مثال: هشدار: ۱۰ اشتباه رایج در فروش که باید از آنها اجتناب کنید (ترس)

از فوریت استفاده کنید:

ایجاد حس فوریت در عنوان‌های شما می‌تواند خوانندگان را تشویق کند تا سریع عمل کنند. از کلماتی مانند

«اکنون»، «امروز» و «زمان محدود» برای ایجاد احساس فوریت استفاده کنید.

مثال: روشی بدون ریسک برای افزایش فروش امروز
(فوریت)

نکن

ایجاد حس منفی:

احساسات منفی مانند خشم، ناامیدی و اندوه در ایجاد انگیزه در خوانندگان مؤثر نیستند. آنها می‌توانند به سرعت خوانندگان را دلسرد کرده و از محتوای شما دور کنند.

مثال: چرا در فروش شکست می‌خورید و چه کاری می‌توانید در مورد آن انجام دهید (احساس منفی)

استفاده بیش از حد از کلمات احساسی:

استفاده بیش از حد از کلمات محرک عاطفی می‌تواند باعث شود که عنوان‌های شما دروغگو و دست‌کاری شده دیده شوند. مهم است که از آنها در حد اعتدال استفاده کنید و مطمئن شوید که با محتوای مقاله یا محصول شما هماهنگ هستند.

مثال: **عجله کنید! پیشنهاد زمان محدود برای دوبرابر کردن فروش خود! (استفاده بیش از حد از فوریت)**

فصل ۵: ۲۰ فرمول ساده و کاربردی برای عنوان نویسی

در این فصل، ما ۲۰ فرمول عنوان نویسی را بررسی خواهیم کرد که آزمایش شده و واقعی هستند و می‌توانند مطابق با کسب‌وکارتان شخصی‌سازی شوند.

۱: [تعداد] + [صفت] + [کلمه کلیدی شما] + [وعده]:

مثال: ۱۰ راه ساده برای افزایش بهره‌وری

۲: [چطور / چگونه] + [کاری انجام دهیم] + [نتیجه قابل دستیابی]:

چگونه عنوان‌هایی بنویسیم که فوراً توجه را جلب کنند

۳: [سؤال] + [کلمه محرک عاطفی]:

آیا آماده هستید تا در هنر عنوان نویسی تسلط پیدا کنید؟

۴: [تعداد] + [درصد] + [وعده] + [کلمه کلیدی شما]:

۷ راز برای نوشتن عنوان هایی که ۱۰۰٪ مخاطبان را به مشتری تبدیل می کنند

۵: [کلمه کلیدی شما] + [فرمان]:

قدرت عنوان های جذاب را کشف کنید

۶: [صفت] + [برای / به / که] + [کلمه کلیدی]:

عناوین جذاب برای صاحبان مشاغل کوچک

۷: [کلیدواژه] + [مشکل / چالش] + [راه حل]:

عنوان نویسی: غلبه بر چالش‌های جذب مخاطب

۸: [کلیدواژه] + [فعل مصدری] + [وعده]:

نوشتن عناوینی برای تسخیر قلب مشتری

۹: [فعل مصدری] + [مزیت] + [کلیدواژه]:

تسلط بر هنر عنوان‌نویسی

۱۰: [کلیدواژه] + [صفت] + [ایده درخشان]:

تصاویر خلاقانه: رهاکردن نبوغ درونی شما

۱۱: [کلیدواژه] + [فعل] + [هدف]:

عنوان نویسی را متحول کردیم: سفری به سوی فروش
بیش از حد

۱۲: [تعداد] + [عبارت اسمی] + [وعده] + [کلیدواژه]:

۵ تکنیک اثبات شده برای نوشتن عنوان که خوانندگان
شما را درگیر می کند

۱۳: [کلیدواژه] + [قید] + [فعل به شکل حال ساده]:

عناوین قدرتمندی را بنویسید که با مخاطبان شما ارتباط
برقرار کند

۱۴: [کلیدواژه] + [کلمه عمل] + [هدف]:

به حداکثر رساندن نوشتن عنوان شما: دستیابی به
رؤیاهای خود

۱۵: [کلیدواژه] + [حرف اضافه] + [عبارت اسمی]:

عنوان نویسی برای مدرسان: راهنمای گام به گام

۱۶: [کلیدواژه] + [عبارت اسمی] + [راه حل]:

نوشتن عنوان هایی که می فروشند: راه حل نهایی

۱۷: [کلیدواژه] + [صفت] + [نتیجه]:

عنوان نویسی پویا: دستیابی به نتایج بی سابقه

۱۸: [کلیدواژه] + [صفت] + [نتیجه مطلوب]:

نوشتن عنوان‌هایی که تبدیل می‌شوند: هنر ایجاد
فرمول‌های برنده

۱۹: [کلیدواژه] + [فعل به شکل ساده فعلی] + [منافع]:

ساده کردن نوشتن عنوان شما: باز کردن پتانسیل نامحدود

۲۰: [کلیدواژه] + [فعل به شکل ساده حال] + [عبارت

اسمی]:

تقویت نوشتن عنوان شما: مسیری به سوی موفقیت

سه چیز در دنیا هستند که پایانی بر آنها نداریم اولی تعداد کهکشان‌ها، دومی جهل مردم و سومی فرمول‌های عنوان‌نویسی!

به همین منظور ما نمی‌توانیم تمامی فرمول‌ها را در یک کتابچه بیاوریم با این وجود در این فصل ۲۰ مورد از بهترین و ساده‌ترین فرمول‌ها را برایتان نوشتم که می‌توانید به راحتی با جایگزین کردن کلمات از آنها استفاده کنید.

این فرمول‌ها وحی منزل نیستند و شما می‌توانید با خبره شدن در عنوان‌نویسی آنها را برای خودتان شخصی‌سازی کنید و مدل شخصی خودتان را بیافرینید.

در صورتی که این کتاب را به خوبی خوانده باشید شما یک عنوان‌نویس حرفه‌ای شده‌اید و در حال حاضر شما از ۹۰ درصد رقبای نزدیکتان جلوتر هستید و می‌توانید از این

مهارت برای رشد کسب‌وکار و افزایش بیش از حد فروشتان
استفاده کنید.

نظرات شما می‌تواند به من در بهبود این کتابچه کمک
کند.

این نسخه الکترونیک همیشه رایگان باقی خواهد ماند.

راه های ارتباطی با محمد سلیمانی:

Website: Mohammads.ir

Telegram & eita : [@Mohammadsblog](https://t.me/Mohammadsblog)

Email: Mohammadsblog@gmail.com