



## جذاب‌تر کردن محتوا با رنگ‌آمیزی اطلاعات

یک غذا شاید خیلی مغذی و مفید باشد؛ ولی می‌تواند طوری تهیه شود که اصلاً خوشمزه نباشد و همچنین ظاهرش دلپسند نباشد. رستوران‌های خوب فقط برای غذای مفید پول نمی‌گیرند. خوشمزه بودن، طراحی، دورچین غذا و در کل ایجاد تجربه لذت‌بخش بسیار مهم است. کار ما هم به‌عنوان مدرس دقیقاً همین است. ما نیز با رنگ‌آمیزی اطلاعات باعث می‌شویم افراد آموزش‌های ما را با لذت بیشتری جذب و استفاده کنند.

**تعریف «رنگ‌آمیزی اطلاعات» این است: جذاب‌تر کردن و لذت‌بخش‌تر کردن محتوا برای مخاطب.**

در زیر ۶ روش رنگ‌آمیزی اطلاعات آورده شده است:

## ۱. نقل قول

در مثال قبل با روش «نقل قول» اطلاعات را رنگ‌آمیزی کردیم. استفاده از صحبت‌ها و مطالب افراد معروف و مطرح در حوزه شما با ذکر مرجع، کمک زیادی به بهتر شدن آموزش شما می‌کند. شاید فکر کنید که یک آموزش خوب باید فقط حرف‌های خودتان باشد؛ ولی اینطور نیست. اشاره به جملات و کتاب‌های افراد معروف در آموزش، اعتبار شما را بیشتر می‌کند.

گاهی می‌خواهید مخاطب را تشویق کنید کاری انجام بدهد. اگر این حرف را از زبان یک فرد معروف و موفق بازگو کنید، اثرگذاری بیشتر می‌شود.

## ۲. داستان کوتاه

داستان‌های کوتاه چندخطی در آموزش نقشی کلیدی دارند. مغز ما طوری ساخته شده است که به داستان واکنش مثبت نشان می‌دهد. اگر هنگام سخنرانی متوجه شدید حضار خسته شده‌اند یکی از ساده‌ترین کارها تعریف یک داستان کوتاه است. این داستان‌ها می‌تواند از تجربیات موفق یا ناموفق خودتان یا حتی شاگردان و مشتریان باشد.

## ۳. آمار و ارقام

فرض کنید بفهمید تعداد کاربران یک سایت یا افرادی که در ایران از اینترنت استفاده می‌کنند خیلی زیاد هستند! این موضوع شما را ترغیب نمی‌کند که همین فردا کاری انجام دهید.

ولی اگر دقیقاً بدانید ۴۲.۵ میلیون نفر از طریق گوشی‌هایشان یا هر روش دیگر به اینترنت دسترسی دارند، مطلب خیلی باارزش‌تر می‌شود.

گاهی خودمان می‌توانیم یک جامعه آماری درست کنیم و نظرسنجی انجام دهیم و

نتیجه آن را منتشر کنیم. البته تعداد افرادی که نظر می‌دهند باید به اندازه کافی زیاد باشد تا آمار واقعی‌تر باشد.

هیچ‌گاه در صحبت‌های خود از آمار و ارقامی که مرجع مشخصی ندارند استفاده نکنید. مثلا هیچ‌گاه نگوید ۹۰ درصد افراد سخرخیز نیستند! مگر اینکه این آمار دقیق و قابل استناد باشد.

## ۴. اصطلاح یا فرمول

من در همین فصلی که در حال مطالعه‌اش هستید شما را با دو اصلاح جدید آشنا کردم که خودم ساخته‌ام: «ماز» و «دبیر». تقریبا تمام مدرس‌های مرجع اصطلاحات خاص خودشان را دارند. آن‌ها با این اصطلاحات به نحوی دیدگاه و فلسفه خودشان را بیان می‌کنند. این کار آن‌ها را از مدرس‌های معمولی متمایز می‌کند. هدف از ساختن اصطلاحات جدید، بزرگ نشان دادن خودمان نیست. بلکه محتوای خود را از دیگران متمایز می‌کنیم و به خاطر سپردن مطالب کلیدی را آسان‌تر می‌کنیم.

## ۵. رویدادهای داغ

استفاده از رویدادهایی که همه در مورد آن صحبت می‌کنند، باید با احتیاط زیادی انجام شود. فقط زمانی در محتوای خود به رویدادها اشاره کنید که بتوانید ارتباط نزدیکی بین رویداد و موضوع آموزش خود ایجاد کنید.

فرض کنید من می‌خواهم درباره تبلیغات محیطی و روش‌های آن آموزش بدهم. اتفاقا بازی‌های جام جهانی هم آغاز شده است. می‌توانم در بخشی از آموزشم به تحلیل تبلیغات محیطی اطراف زمین فوتبال در بازی‌های جام جهانی بپردازم. این یک روش عالی برای رنگ‌آمیزی مطلب است.

وقتی ویرایش جدید اولین کتابم «شکستن مرزهای فروش» را می‌نوشتم، دقیقا زمانی

بود که آقای مهران مدیری سریال «قهوه تلخ» را به صورت هفتگی عرضه می‌کردند. از همین مثال استفاده کردم و نشان دادم چگونه می‌توانیم یک محصول را به بخش‌های کوچکتر تقسیم کنیم و به صورت اشتراک هفتگی یا ماهانه بفروشیم. پس همیشه به رویدادهایی که به غنای محتوای شما کمک خواهند کرد توجه کنید و با این روش محتوای خود را رنگ‌آمیزی کنید.

## ۶. تصویرسازی

**تصویرسازی** کمک زیادی به هضم مطالب می‌کند. مثلاً در آموزش‌های بازاریابی اینترنتی، یک سایت جدید را به فروشگاه‌های لوکس در کویر تشبیه می‌کنم که هیچ‌کس از آن نزدیکی‌ها رد نمی‌شود. همین تصویر ساده از سایت، سال‌ها در ذهن مخاطب می‌ماند.

اگر یادتان باشد در همین فصل وقتی درباره ساختار بندی محتوا توضیح می‌دادم از تصویرسازی استفاده کردم و گفتم اتاق ذهن مخاطب را قفسه‌بندی کنید و سپس در قفسه مورد نظر مکعب‌های چوبی را بچینید. می‌توانستم بگویم مکعب‌ها را بچینید ولی همین‌که حتی بر چوبی بودن آن‌ها تاکید کردم باعث شد تصویر بهتر و شفاف‌تری در ذهن شما شکل بگیرد.

با تصویرسازی نه تنها مصرف محتوا را لذت‌بخش‌تر می‌سازید بلکه مفاهیم و ایده‌های مهم را در ذهن مخاطب ماندگار می‌کنید.