



## ۳ الگوی فوری برای مقاله نویسی

در این مقاله سه الگوی آماده برای نوشتن مقاله ارائه می‌کنیم. این مطلب بخشی از محصول «چک‌لیست مقاله» است که به نوشتن و انتشار گام به گام یک مقاله در سایت می‌پردازد.

### ۱. الگوی «چگونه...»

همه می‌دانند مقاله‌ها و پست‌های وبلاگی «چگونه...» بیشترین متقاضی را دارد و بیشترین لینک‌ها و مطالب محبوب آنلاین هم مربوط به آن‌ها است.

افراد دنبال اطلاعات مفید هستند و وقتی چنین اطلاعاتی در اختیارشان قرار دهید، با تبلیغ آن نزد دیگران، به شما پاداش را می‌دهند. این الگو یکی از آسان‌ترین روش‌های مقاله‌نویسی است.

اولین و بزرگ‌ترین چالش، یافتن افراد کافی برای مطالعه مقاله است و فقط با

«عنوان» است که این نبرد را می‌برد یا در آن مغلوب می‌شوید. خلق عنوان جذاب در نوشتن محتوای جذاب هم کمک کرده و مخاطب را به خواندن ادامه مطلب تشویق می‌کند.

## فقط به مزیت‌ها اشاره کنید

نکته جالب درباره محبوبیت مقاله‌های «چگونه...» این است که مردم واقعا نمی‌خواهند کار جدیدی یاد بگیرند. پیش از آن به اندازه کافی کارهای جدید انجام داده‌اند!

بلکه دلیل اصلی این است که زندگی‌های پرمشغله و دیوانه‌وار امروزی ما را مجبور می‌کند دنبال نکات، ترفندها و روش‌های جدیدی برای بهتر و ساده‌تر کردن کارها و در نتیجه خوشحال‌تر کردن خودمان باشیم. تمرکز بر اصل «بهتر، ساده‌تر، شادتر» کلید نوشتن عنوان و محتوای جذاب در مقالات «چگونه...» است.

موضوع این نیست که مردم مزایای یادگیری کاری جدید را نمی‌دانند، کاملا برعکس... موضوع این است که مزایای معمولی جذابیتی برایشان ندارد و دیرتر به آن واکنش نشان می‌دهند؛ اما دنبال مزیت‌های فوری هستند.

## چند نکته مهم دیگر پیش از نگارش مقاله‌های «چگونه...»

### الف. دو برابر کردن مزیت‌ها، دو برابر کردن قدرت مقاله

یکی از معروف‌ترین عناوین برای مقالات «چگونه...» این بود:

«چگونه دوستان جدیدی بیابید و بر مردم اثر بگذارید»

قبل از اینکه دلیل کارنگی کتاب «چگونه دوستان جدیدی بیابید و بر مردم اثر بگذارید» را به‌طور رسمی منتشر کند، آن را از طریق سفارش‌های پُستی فروخت و همین عنوان را برای نامه فروش برگزید. اگرچه محتوای کتاب بسیار جذاب بود؛ اما عنوان کتاب هم به‌تنهایی واقعا درخشان بود. ساختار نگارش این عنوان بسیار قدرتمند است. مزیت اول بعد از کلمه «چگونه» و مزیت دوم بعد از کلمه «و» می‌آید. ساده است، نه؟

به قول دیوید گارفینکل در کتاب «عنوان‌های تبلیغاتی که ثروتمندان می‌کند» چنین عنوان‌هایی واقعا فریبنده هستند. ارتباط تنگاتنگی بین مزیت اول و دوم وجود دارد که نشان می‌دهد در صورت دست یافتن به مزیت اول، مورد دوم هم خودبه‌خود در دستتان است.

به چند مثال دیگر توجه کنید:

• چگونه در وقتتان صرفه‌جویی کرده و کارهایتان را انجام دهید (مشاور مدیریت زمان)

• چگونه شغل بهتری بیابید و درآمد بهتری کسب کنید (مسئول استخدام)

• چگونه پس‌انداز کنید و ثروتمند بازنشسته شوید (برنامه‌ریز مالی)

اگر ارتباطی منطقی بین دو بخش عنوان ایجاد کنید و نکاتی مرتبط و مهم را در متن مقاله بیاورید، ساختار «چگونه...» دوتایی همیشه نتیجه‌بخش است.

## **ب. چگونه (کاری خسته‌کننده) انجام دهید که به (نتیجه‌ای جذاب) منجر شود**

تعیین مزایای یادگیری کاری جدید دشوار است. می‌توانید از یک عنوان «چگونه...» استفاده کرده و با کمک کلمه «که...» و اشاره به موضوع اصلی مقاله، عنوان را بهتر کنید.

وقتی کلمه «که...» را اضافه می‌کنید، از خودتان بپرسید مزیت اصلی مقاله چیست. سپس به بهترین راه بیان آن فکر کنید که تا حد ممکن خاص باشد.

• چگونه خانه‌ای رهن کنید که مبلغی هم برایتان بماند

• چگونه خانه‌ای رهن کنید که اجاره ماهیانه شما را نصف کند

• چگونه خانه‌ای رهن کنید که خانه رویاهایتان باشد و ماهانه ۳ میلیون تومان هم پس‌انداز کنید.

کدامیک از عناوین بالا بیشتر توجهتان را جلب کرد؟

اکنون مقاله «چگونه...» خودتان را با کمک جدول زیر بنویسید.

## عنوان

با استفاده از نکات بالا عنوان «چگونه...» خود را بنویسید

**مشکل یا موقعیتی که مخاطبان با آن روبه‌رو هستند را توضیح دهید راه‌حل ۱ یا نکته ۱**

برای ارائه راه‌حل ایمیل‌هایی که به مشتریانانتان ارسال کرده‌اید را مرور کنید و به حرف‌هایی که هر روز به آن‌ها می‌زنید، بیندیشید. **چند جمله در دفاع از این راه‌حل بنویسید راه‌حل یا نکته ۲ چند جمله در دفاع از آن راه‌حل یا نکته ۳ تا ۴ جمله در دفاع از آن نتایجی که در صورت پیروی از آموزش شما برای افراد اتفاق می‌افتد سخن پایانی بیوگرافی خودتان و فراخوان انجام کار در ۲ تا ۴ جمله خودتان را معرفی کنید و درباره خدمات و کارهایی که برای مشتریان انجام می‌دهید، توضیحاتی ارائه دهید. سپس فراخوان و لینک وبسایتتان را ذکر کنید.**

## ۲. الگوی «گام‌به‌گام»

مقالات «گام‌به‌گام» شباهت زیادی به مقالات «چگونه...» دارند؛ زیرا روش دستیابی به یک نتیجه خاص را در گام‌های کوتاه نشان می‌دهند. اگر فکر می‌کنید نگارش مقالات «چگونه...» ساده است، نوشتن مقالات «گام‌به‌گام» آب خوردن است.

**عنوان** می‌توانید از عنوان «چگونه...» استفاده کنید: (چگونگی نوشتن مقاله در ۷ گام) یا عنوانتان را این‌طور طراحی کنید: (۷ گام برای دیوانه کردن والدینتان) **توضیح نتایج** در مقالات «گام‌به‌گام» رویا بفروشید. فوراً با علایق، آرزوها و نیازهای مخاطبان ارتباط برقرار کنید. پس نتایجی که با پیروی از راهکار و مقاله شما عاید مخاطب می‌شود را توضیح داده و احساسات واقعی را چاشنی آن کنید. **گام ۱** گام اول را مشخص کنید **این گام را در ۲ تا ۴ جمله توضیح دهید** هرگز «چگونه»‌های بیش‌ازاندازه ارائه ندهید. اگر چنین کنید، دیگر مخاطبان دلیلی برای مراجعه به وبسایتتان ندارند. **گام ۲ توضیح آن در ۲ تا ۴ جمله گام ۳ توضیح آن در ۲ تا ۴ جمله سخن پایانی** می‌توانید بگویید: اگر از این گام‌ها و اطلاعات (که در کتاب،

محصول یا گزارش ویژه خود ارائه کرده و به صفحه آن هم اشاره کرده‌اید) پیروی کنید، شما هم به این (نتایج مطلوب) می‌رسید. **بیوگرافی و فراخوان**

### ۳. الگوی «افسانه زدایی»

آیا خریداران درک نادرستی از صنعت و خدمات شما دارند؟ فکر نمی‌کنید وقتش است با صدای بلند برایشان توضیح دهید، به این تصورات نادرست پایان داده و بیشتر بفروشید؟

از الگوی افسانه زدایی استفاده کنید تا به خریداران انگیزه دهید و آن‌ها را متقاعد کنید که از شما حمایت کرده و در محصولات و خدماتتان سرمایه‌گذاری کنند.

**عنوان مثال:** (سه افسانه بازاریابی که ...) **مقدمه** یک راه آسان افسانه زدایی این است که نتایج خریداران در صورت توجه نکردن به این افسانه‌ها را مشخص کنید. سپس قبل از رفتن به مرحله بعد بگویید: «اگر شما هم این ۳ افسانه را باور نکنید، به همین نتایج دست خواهید یافت...» **افسانه ۱ حقیقت آن** مثالی واقعی برای رد آن افسانه بیاورید. به مطالعات موردی، نتایج واقعی و تحقیقات اشاره کنید. **افسانه ۲ حقیقت آن افسانه ۳ حقیقت آن سخن پایانی بیوگرافی و فراخوان**

برای دسترسی به ۴۰ الگوی فوری برای نوشتن مقاله، لطفا «چک‌لیست مقاله» را تهیه کنید.

["product id="۱۸۰۱۹۲]