

خلاصه کتاب الکترونیکی " چگونه هکر روانشناسی در تولید محتوا شویم؟ "



این روزها سایت ها و برندهای زیادی ممکن است به انواع و اقسام ترفندهای فریب دهنده برای جذب بازدید کننده و یا مشتری بیشتر روی آورند اما بین حرفه ای های کسب و کارها واضح و روشن است که این راهکارها دیگر جواب نمی دهد و برای جذب مخاطب با هوش و در عین حال بی حوصله این روزها لازم است به فکر راهکارهایی حرفه ای تر باشیم .

هکرهای روانشناسی ، افرادی هستند که با هک تئوری های کارا و پرکاربرد روانشناسی می توانند در تولید محتوای حرفه ای روی مخاطب تاثیر بگذارند و او را به سمتی که هدف آنهاست هدایت کنند اما با تکنیک های کلاه سفید و حرفه ای .

در این کتاب در خصوص ۸ هک روانشناسی در تولید محتوا صحبت میکنیم که به شما کمک میکند :

- بیشتر در معرض دید باشید
- نرخ تبدیل بالایی داشته باشید
- درآمد بیشتری داشته باشید
- ترافیک بیشتری به وب سایت تان هدایت کنید

رایتینا

توسعه دهنده مهارت تولید محتوا

هک اول : اثر هاله ای ادوارد تونیک

به طور کلی اثر هاله ای جزو خطاهای شناختی در روانشناسی است که بر اساس آن ، شما یکی از ویژگی های من (من به عنوان یک فرد یا من به عنوان یک سازمان و شرکت یا من به عنوان یک سایت و مجموعه کسب و کاری) را می بینید و بر اساس همین ویژگی در مورد بقیه ویژگی های من پیش داوری و قضاوت می کنید.

به عنوان مثال برندی مانند Apple با محصولات خاص و منحصر به فرد و با کیفیتی که در زمینه موبایل و کامپیوتر تولید کرده است ، این اثر هاله ای را در ذهن مخاطب ایجاد کرده که همیشه بهترین است و اگر هر محصول دیگری هم تولید کند مشتری با دیدن برند اپل روی محصول این ذهنیت را دارد که همه چیز عالی است!



شما هم اگر در زمینه کاری خودتان می خواهید موفق شوید ، باید این اثر هاله ای مثبت را در بین بازار

مخاطبان و مشتریان خود ایجاد کنید

هک دوم : نظریه گپ یا شکاف اطلاعاتی

به کمک این نظریه شما می توانید مخاطب خود را کنجکاو کنید . برای موفقیت در تولید محتوا باید افراد را به آن چه که هستید یا به دنبال آن هستید علاقه مند و کنجکاو کنید.

اوج کنجکاوی برای ما زمانی اتفاق می افتد که نسبت به موضوعی کمتر آشنا هستیم یا عنوان موضوع برای ما ناآشناست . هرچیزی که ما بیشتر در مورد آن بدانیم کمتر علاقه داریم که در مورد آن بشنویم .

رایتینا

توسعه دهنده مهارت تولید محتوا



برای اجرای هک " گپ اطلاعاتی " در تولید محتوا:

• چیزی جدید خارج از دانش فعلی مخاطب به او معرفی کنید ، مثلا در مورد ناهنجاری های شناختی

صحبت کنید!

• برای مخاطب داستان بگویید اما نتیجه نهایی را کمی به تاخیر بیاندازید.

• اطلاعات کلیدی را برای یک زمان کوتاه و خاص به مخاطب نشان ندهید و ایده ای معرفی کنید که

برخلاف انتظار و پیش بینی مخاطب باشد.

هک سوم : نظریه FOMO (fear of missing out) یا ترس از دست دادن

برای ما "به دست آوردن" همیشه لذت بخش است و "از دست دادن" همیشه رنج آور . به همین علت همه

ما انسانها همیشه نگران از دست دادن ها هستیم.

رایتینا

توسعه دهنده مهارت تولید محتوا



این نوع محتوا و ترفند به مخاطب می گوید " یا همین الان اقدام کن یا برای همیشه از دست می دهی "

هک چهارم : تئوری مقابل به مثل یا عمل متقابل

به عنوان یک اصل در دنیای روانشناسی، عمل خوب و مهربانی در ذهن مخاطب پاداش دارد و بالعکس رفتار نامهربانه و غیر دوستانه هم مجازات و عکس العمل دارد.

شما چگونه در شبکه های اجتماعی می تواند مهربانانه با مخاطب ارتباط برقرار کنید و رفتار متقابل خوبی هم از

مخاطب انتظار داشته باشید ؟

• لایک کردن پست های فالورها

• نوشتن کامنت در پست های فالورها



رایتینا

توسعه دهنده مهارت تولید محتوا

هک پنجم : نظریه مخالفت و اختلاف نظر

جالب است بدانید که : جدال ها و اختلاف نظر هاست که می فروشد.

احتیاط : سعی کنید به موضوع های خاصی مثل بحث های سیاسی و نژادی یا مذهبی وارد نشوید.

اما بحث در مورد موضوعاتی که می تواند سلیقه و نظرات مخاطبین را به چالش بکشد و اختلاف نظر ایجاد کند

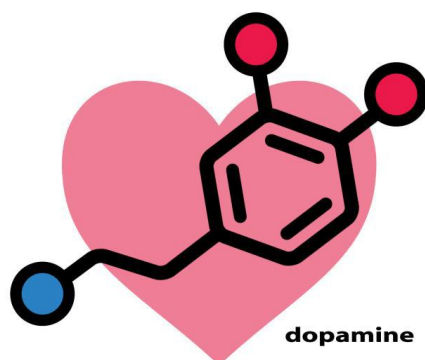
می تواند در هدایت ترافیک و در نهایت افزایش فروش بسیار تاثیر گذار باشد.



هک ششم : هنر داستان گویی

داستان گویی در طول تاریخ همیشه به عنوان یک هنر جاودانه شناخته شده است . شما با به کارگیری استراتژی

داستان گویی می توانید به صورت فیزیولوژیکی مخاطب را تحت تاثیر قرار دهید.



داستان های خوب و جذاب باعث آزاد شدن دوپامین در بدن مخاطب میشوند . دوپامین در زمانی ترشح میشود

که مخاطب با متن شما ارتباط عاطفی برقرار کرده است

رایتینا

توسعه دهنده مهارت تولید محتوا

هک هفتم : تئوری (BYAf) شما آزاد هستید بپذیرید یا رد کنید

ایده BYAF هم جزو ایده های روانشناسی جالب و کارا است . این ایده به شما می گوید که اگر در نهایت بعد از ارائه توضیحات خودتان در مورد محصول، انتخاب را به عهده مشتری بگذارید و این موضوع را به این صورت به زبان بیاورید که " شما آزاد هستید که قبول کنید یا رد کنید " افراد بیشتری از شما خرید می کنند و به شما پول می دهند!



هک هشتم : پارادوکس انتخاب

برای افزایش فروش یا عضویت سایت ، مشتری را در دریایی از انتخاب غرق نکنید!

این را با اطمینان از طرف ما قبول کنید که پیچیده بودن طراحی سایت و گذاشتن انتخاب ها و گزینه های زیاد و محصولات بیش از حد متنوع قطعاً باعث شکست شما می شود.



رایتینا

توسعه دهنده مهارت تولید محتوا