

نسخه الکترونیکی
۲۵
صفحه
اول از

تیتَر

قُلَاب شِماست

نویسنده: سید محمد حسین علوی

ویژه تبلیغ‌نویسان و بلاگرهای اینترنت و شبکه‌های اجتماعی

۱۱۰۰ نمونه تیتَر جذاب و موثر برای تبلیغ‌نویسی

۳۲۰ قالب تیتَر جذاب و موثر برای تبلیغ‌نویسی

۳۰۰ واژه قدرتمند جهت استفاده در محتوای تبلیغ

۱۰۰ شعار سازمانی شرکت‌ها و پرندهای بزرگ دنیا

۲۰ نکته مُهم و کلییدی در تیتَرنویسی

۲۰ سوال مهم چک‌لیست در آزمون و بررسی تیتَر



بسم الله الرحمن الرحيم

تیترا قلاب شماست

دوست گرامی

بسیار خرسندیم که این کتاب ارزشمند را خریداری نمودید. تمامی حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ و متعلق است به نویسنده آن آقای سید محمد حسین علوی. بازنشر کامل این اثر در هر قالبی (دیجیتال، چاپی، صوتی و...) خلاف قوانین حقوق پدیدآورنده است. استناد به بخش هایی از این اثر و نقل آنها به منظور معرفی یا نقد و بررسی، مجاز است. از شما دوست عزیز که به حقوق دیگران احترام می گذارید، سپاسگزاریم.

سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور : علوی، سیدمحمدحسین، ۱۳۵۰-
مشخصات نشر : تهران : نشر بید، ۱۴۰۰
مشخصات ظاهری : ۱۹۰ص - ۱۴/۵×۲۱۵/۵ س.م
شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۷۹۱۰-۲۷-۸
وضعیت فهرست نویسی : فیبا
پادداشت : کتابنامه : ص. ۱۸۴ - ۱۹۰
موضوع : آگهی‌های تبلیغاتی
موضوع : Advertising
رده بندی کنگره : HF۵۸۲۳
رده بندی دیویی : ۶۵۹/۱
شماره کتابشناسی ملی : ۸۵۲۶۱۶۸
اطلاعات رکورد کتابشناسی : فیبا

- ♦ نام کتاب : تیتیر قلاب شماس
- ♦ مؤلف : سیدمحمدحسین علوی
- ♦ ناشر : نشر بید
- ♦ چاپ : مجموعه اهل سخن
- ♦ ویراستار : مریم دلالی‌نژاد
- ♦ صفحه آرا : مریم دلالی‌نژاد
- ♦ طراح جلد : سیدمحمدحسین علوی
- ♦ نوبت چاپ : چاپ اول ۱۴۰۰
- ♦ شمارگان : ۱۰۰۰
- ♦ مبلغ سرمایه‌گذاری : ۲۵۰۰۰ تومان

تقدیم به همسر عزیزم

که این کتاب در سایه همیاری و همدلی او به نتیجه رسید

تیتَر قلاب شماس

نویسنده:

سید محمد حسین علوی

WWW.MODIREKASBOKAR.COM

فهرست

- مقدمه ۹
- از این کتاب چگونه استفاده کنم؟ ۱۳
- ۱- به مخاطب خود انجام کاری را آموزش دهید! ۱۷
- ۲- میانبرها و راههای سریع انجام یک کار را به مخاطبتان نشان دهید! ۲۷
- ۳- یک مشکل را مطرح کنید و راه حل نشان دهید! ۵۳
- ۴- تجربه ها، اشتباهات و حسرت های حوزه کاری مخاطب را نشان دهید! ۴۳
- ۵- به مخاطبین خود پیشنهادات خوب بدهید! ۵۱
- ۶- با مخاطب خود به صورت مستقیم و قاطعانه صحبت کنید! ۵۹
- ۷- سؤالی از حوزه کاری مخاطب بپرسید تا ذهنش را درگیر موضوع کنید! ۶۹
- ۸- از مخاطب به صورت مستقیم سؤال بپرسید! ۷۷
- ۹- بترسانید و نشان دهید که برخی کارهای آنها خطرناک است! ۸۷
- ۱۰- با مخاطبتان شرط کنید اگر می خواهی باید . . . ! ۹۵
- ۱۱- باورهای مخاطبین خود را به چالش بکشید و زیر سؤال ببرید! ۱۰۳
- ۱۲- اطلاعات جامع از حوزه مورد علاقه مخاطب برایش فراهم کنید! ۱۰۹
- ۱۳- با بیان اسرار، ترفندها و نکات محرمانه یک حوزه کاری افشاگری کنید! ۱۱۵
- ۱۴- در مخاطب احساس فوریت ایجاد کنید! ۱۲۷
- ۱۵- با طنز مخاطب را مورد خطاب قرار دهید! ۱۳۳
- ۱۶- تیتريهای خلاقانه ۱۳۹
- ۱۷- اگر می توانید داستان یک خطی تعریف کنید! ۱۴۳
- ۱۸- تیتريهای استخدام ۱۴۷

- شعارهای شرکت‌های معروف دنیا ۱۵۳
- واژه‌های قدرتمند پرکاربرد ۱۷۱
- چک لیست و آزمون بررسی تیتر ۱۷۹
- تشکر و قدردانی ۱۸۳
- منابع ۱۸۴

مقدمه

به نام خدای مهربان

اگر تا به حال کار تبلیغاتی انجام داده باشید، حتماً می‌دانید که انتخاب یک تیترو مناسب و حرفه‌ای می‌تواند به راحتی فروش کالا یا خدمات شما را تا چندین برابر افزایش دهد. از این رو همیشه نوشتن تیترهای جذاب برای من یک چالش بزرگ بود و شاید به اندازه ده برابر نوشتن یک متن تبلیغاتی از من وقت و انرژی می‌گرفت آن‌هم بدون هیچ تضمینی در رسیدن به نتیجه دلخواه!

شرکت در دوره‌های آموزشی کپی‌رایتینگ و تیترو نویسی و زیر و رو کردن کتاب‌های تبلیغات، کمک زیادی به من کردند تا در نوشتن تیترهای دلخواه سریع‌تر به نتیجه برسم؛ اما از آنجاکه به واسطه کارم همیشه در معرض انواع تیترهای جذاب قرار داشتم، با دیدن هر تیترو، ایده جدیدی در ذهنم جرقه می‌زد و مرا وسوسه می‌کرد تیترو قبلی را بازنویسی و اصلاح کنم. قبول دارم که تا حدود زیادی در دام کامل‌گرایی نیز گرفتار بودم، اما به تأثیر یک تیترو حرفه‌ای در جذب مخاطب آن قدر ایمان داشتم که نمی‌توانستم از وسوسه بازنویسی تیترو که چند روز قبل یا حتی چند ساعت قبل نوشته بودم به راحتی عبور کنم.

اما در نهایت راه حل را پیدا کردم. اگر می‌توانستم تمام تیترهای جذابی که ممکن

است ایده‌های تیترونیسی مرا تحت تأثیر قرار دهد در یک مجموعه منظم جمع‌آوری و طبقه‌بندی کنم، به احتمال زیاد تیتتری نمی‌ماند که بخواهد ایده جدیدی به من بدهد و مشکل من تا حدود زیادی حل می‌شد؛ بنابراین شروع به جمع‌آوری تمام تیتترهای جذاب و مؤثر و طبقه‌بندی آن‌ها کردم. کار زیاد سختی نبود و منابع خوبی از قبل داشتم. علاوه بر آن دسترسی به جدیدترین تیتترها از طریق اینترنت به راحتی امکان داشت. بعد از مدتی مجموعه‌ای از تیتترهای جذاب و طبقه‌بندی‌شده را در اختیار داشتم که با مراجعه به آن‌ها خیلی سریع ایده تیتتر دلخواه، در ذهنم شکل می‌گرفت و عوامل بیرونی نمی‌توانستند به راحتی در تغییر آن مؤثر باشند.

نکته قابل توجه در این مجموعه از تیتترها این بود که اکثر آن‌ها از الگوهای خاصی پیروی می‌کردند و به راحتی می‌شد با تغییر کلمات، یک تیتتر را در موارد مختلفی استفاده کرد. اگرچه پیدا کردن الگوی تیتتر، قبلاً توسط دیگر اساتید ارائه شده بود اما تصمیم گرفتم این ایده را به صورت کامل‌تر، با مثال‌های بیشتر و طبقه‌بندی‌شده ارائه کنم تا مراجعه به آن‌ها برای خودم و دیگران تا حد ممکن آسان باشد.

بنابراین ۳۲۰ تیتتر جذاب و تأثیرگذاری که قابلیت الگو شدن را داشتند جدا کردم، آن‌ها را بر اساس موضوع، طبقه‌بندی کردم و برای هر الگوی تیتتر، سه مثال مشابه نیز در نظر گرفتم. لازم به ذکر است که بیشتر مثال‌ها از تیتترهای واقعی و استفاده‌شده در فضای کسب و کار هستند. برخی از الگوهای تیتتر بر اساس نام کتاب‌های معروف و پرفروش بودند که به آن‌ها نیز جداگانه اشاره شده است. نام کتاب‌های معروف را از این جهت در این کتاب آوردم چون خیلی از الگوهای تیترونیسی می‌تواند در پیدا کردن نام خوب برای کتاب و تهیه یک فهرست جذاب به علاقمندان کتاب‌نویسی کمک کند. در پایان هر بخش، تعدادی تیتترهای اثرگذار مشابه که به راحتی قابلیت

الگو شدن را نداشتند نیز بیان شده است. این دسته از تیترها می‌تواند در خلق ایده‌های جدید بسیار مفید باشند.

تمام تیترها را در ۱۸ بخش طبقه‌بندی کردم تا دسترسی به تیتتر موردنظر راحت‌تر باشد. بعد از هر الگو جای خالی به صورت نقطه چین برای شما در نظر گرفته شده تا بتوانید فوراً ایده تیتتر دلخواه خود را در کتاب بنویسید. **ایده‌هایی را که در زمان یادگیری به ذهن شما می‌رسد دست‌کم نگیرید و فوراً یادداشت کنید.** این ایده‌ها بسیار باارزش و به شدت فزار هستند؛ بنابراین به محض اینکه ایده یک تیتتر در ذهن شما شکل گرفت آن را یادداشت کنید. (پیشنهاد من این است که این قسمت را با مداد پر کنید تا به راحتی در موارد مختلف بتوانید استفاده مجدد داشته باشید.)

تیتترهای استخدامی در بخش هجدهم از مواردی است که کمتر در دوره‌ها و کتاب‌ها به آن پرداخته شده و البته در نوشتن آگهی‌های استخدام برای صاحبان کسب و کار کاربردی فوق‌العاده‌ای دارند.

هر چند در این کتاب سعی کرده‌ام از بیان جزئیات تیترنویسی صرف‌نظر کنم و صرفاً به الگوها بپردازم، اما در ابتدای هر الگو و در کادرهای خاکستری مهمترین نکات تیترنویسی را به صورت خلاصه یادآور شده‌ام. اگر در تیترنویسی دانش و تجربه کافی ندارید این موارد می‌تواند به شما کمک کند سؤالات چک‌لیست آزمون تیتتر را به راحتی جواب دهید.

علاوه‌براین در بخش پایانی کتاب بیش از ۳۰۰ واژه قدرتمند در هفت موضوع طبقه‌بندی شده که می‌تواند به شما کمک کند موثرترین واژه‌ها را برای تیتتر خود انتخاب کنید. برخی از این واژه‌ها نیز در ابتدای هر الگو بیان شده است.

در انتهای کتاب، بخشی با عنوان «چک‌لیست آزمون تیتتر» برای شما در نظر

گرفته شده است. پاسخ دادن به این سؤالات و زدن تیک آنها به شما اطمینان می‌دهد که نکته‌ای از قلم نیفتاده و تیتیر بدون هیچ عیب و ایرادی آماده استفاده در محتوای شماست.

کتاب «تیتیر قلاب شماست» به درد چه کسانی می‌خورد؟

این کتاب یک بانک اطلاعاتی طبقه‌بندی‌شده از تیتیرهای جذاب است که خیلی از آن‌ها تأثیر خود را در آگهی‌های تبلیغاتی به خوبی نشان داده‌اند، بنابراین تفاوتی نمی‌کند شما یک کپی‌رایتر حرفه‌ای باشید یا یک تازه‌کار در این حوزه، حتی اگر یک تولیدکننده ساده محتوا هم باشید، باز این کتاب می‌تواند به شما کمک کند.

یک کپی‌رایتر حرفه‌ای می‌تواند با این کتاب بانک اطلاعاتی تیتیرهای خود را کامل کند. یک کپی‌رایتر تازه‌کار می‌تواند از این تیتیرها ایده بگیرد و هر تولیدکننده محتوایی با استفاده از این کتاب علاوه بر نوشتن تیتیرهای جذاب، می‌تواند ایده‌های زیادی نیز برای تولید محتوا پیدا کند.

این مجموعه بارها و بارها به من در تیتیرنویسی برای تبلیغات کارهای خودم و دیگران هم از جهت خلق ایده‌های جدید و هم در ارائه سریع یک تیتیر جذاب کمک کرده‌است. مطمئن هستم این کتاب به شما نیز کمک می‌کند و زیاد به آن رجوع خواهید کرد.

با آرزوی کسب و کاری پربرکت، سازنده و پایدار برای شما

سید محمد حسین علوی

مشاور و مدرس دوره‌های کسب و کار

پائیز ۱۴۰۰

از این کتاب چگونه استفاده کنم؟

این کتاب ممکن است به روش‌های مختلف در تیترونیسی به شما کمک کند؛ اما روش زیر حالتی از ایده بارش فکری است که خیلی سریع می‌تواند شما را به تیترونیسی دلخواهتان برساند. اگر تا به حال در تیترونیسی روش خاصی نداشتید، این روش کمک خوبی می‌تواند برای شروع باشد و اگر هم سبک و روش خود را در تیترونیسی دارید پیشنهاد می‌کنم این ایده را نیز یک بار امتحان کنید.

پنج گام در آماده‌سازی یک تیترونیسی جذاب

گام اول

در ابتدا ببینید تیترونیسی موضوع و محتوای شما با کدام یک از بخش‌های این کتاب می‌تواند هماهنگی بیشتری داشته باشد و آن‌ها را مشخص کنید. به عنوان مثال وقتی موضوع شما یک موضوع کاملاً جدی است شاید بخش طنز و استخدام به شما کمکی نکند.

گام دوم

زمان مشخصی را با یک تایمر برای خود در نظر بگیرید مثلاً ۳۰ دقیقه. با شروع آن الگوی موردنظر را مطالعه کنید و مثال‌ها را نیز با دقت بخوانید و سعی کنید یک تیتیر با همین الگو با موضوع خود در محل خالی نقطه چین که در کتاب برای شما در نظر گرفته شده بنویسید. در این مدت، تمام تمرکزتان روی تیتیرنویسی باشد و هیچ کار دیگری انجام ندهید. سعی کنید این کار را با سرعت انجام شود و به هیچ عنوان در نوشتن این تیتیرها وسواس به خرج ندهید. هدف شما در این بازه زمانی نوشتن تیتیرهای بیشتر است، بنابراین به کیفیت تیتیرهایی که می‌نویسید توجه نداشته باشید. در پایان زمان مقرر اگر نیاز شد این کار را با در نظر گرفتن یک بازه زمانی دیگر تکرار کنید تا به اندازه کافی تیتیر بنویسید. تعداد این تیتیرها هر چه بیشتر باشد بهتر است. شاید در شروع ۱۰۰ تیتیر خوب باشد. اگر نتوانستید در زمان محدود این تعداد تیتیر را بنویسید به احتمالاً به کیفیت آن‌ها اهمیت می‌دهید و دنبال تیتیرهای عالی هستید و این کار سرعت شما را کند می‌کند. در این مرحله به هیچ عنوان تیتیرهای نوشته شده خود را قضاوت نکنید و فقط بنویسید.

گام سوم

اکنون تعداد زیادی تیتیر نوشته‌اید که فقط یکی از آن‌ها بدرد شما می‌خورد. دوباره تیتیرها را بخوانید، به احتمال زیاد برخی تکراری، شبیه به هم یا کاملاً بی‌مورد هستند. آن‌ها را حذف کنید. گاهی ممکن است بتوانید تعدادی از تیتیرها را باهم ترکیب کنید و به تیتیر بهتری برسید. این کار را تا آنجا ادامه دهید تا آن‌ها به حداقل سه تا پنج تیتیر برسند. البته تیتیرها هنوز نیاز به چکش کاری دارند.

گام چهارم

تیترهایی را که یادداشت کردید از آزمون چکلیست پایان همین کتاب عبور دهید و اگر نیاز به تغییر داشت آن‌ها را اعمال کنید شاید در این مرحله تعداد تیتره‌های شما کمتر شود و به تیتر موردنظر برسید.

گام پنجم

تیتر یا تیتره‌های باقی‌مانده را به مخاطبین و کسانی که برای آن‌ها آماده می‌کنید نشان دهید و ببینید نظرشان چیست؟ اجازه دهید آن‌ها بدون هیچ توضیحی از جانب شما یکی را انتخاب کنند و دلایل انتخاب نکردن تیتره‌های دیگر را بپرسید. در این مرحله گاهی نکته‌هایی را دریافت می‌کنید که شاید تا به حال به آن‌ها توجه نداشتید.

۱

به مخاطب خود انجام کاری را آموزش دهید!

با این کار به مخاطب نشان می‌دهید که متخصص و خبره‌ی کار خودتان هستید!

دیوید اگیلوی، پدر علم تبلیغات می‌گوید: «پیام‌هایی که چگونگی انجام کاری را بیان می‌کنند ۷۰ درصد بیشتر از آگهی‌های دیگر خواننده دارند». منظور او این است که اگر می‌خواهید بیشتر دیده شوید تا می‌توانید آموزش دهید.

پژوهش مؤسسه براک آلبرت بکر^۲ هم نشان می‌دهد مردم وقتی حق انتخاب دارند، آن‌هایی که اطلاعات مفیدتری ارائه می‌کنند را ترجیح می‌دهند. یعنی پیام‌های آموزشی، مخاطب بیشتری را جذب می‌کنند.

جالب است بدانید که عنوان بیش از ۹ هزار کتاب با «چگونه» آغاز می‌شود. (واژه‌ی «چگونه» همیشه با آموزش و یادگیری قرین بوده است) بنابراین با اطمینان می‌توان گفت: تیتروهای آموزشی جزء تأثیرگذارترین تیتورها هستند.

۱. David Ogilvy

۲. Brach Albert becker

آموزش، چگونگی، چطور، چیست، کاربرد، گام به گام، حرفه‌ای، طرز تهیه،
 باتجربه، مهارت، نکات، روش ساخت، تکنیک، مقایسه، درس، فواید، مقایسه،
 بررسی، متخصص، حرفه‌ای، بهترین، خدا حافظی

۱. آموزش انجام یک کار به صورت حرفه‌ای

- آموزش شبکه به صورت حرفه‌ای
- آموزش اینستاگرام تجاری به صورت حرفه‌ای
- آموزش برگزاری یک وبینار حرفه‌ای با ادوبی کانکت به صورت حرفه‌ای
- ♣ آموزش به صورت حرفه‌ای

۲. آموزش گام به گام انجام یک کار

- آموزش گام به گام نقاشی سه بعدی
- آموزش گام به گام طراحی یک سایت وردپرس
- آموزش گام به گام کسب درآمد دلاری با اینترنت
- ♣ آموزش گام به گام

۳. چگونه انجام یک کار تا (و - که - ...) کار دیگری انجام شود یا نشود؟

- چگونه درس بخوانیم که خوابمان نبرد؟
- چگونه کارت ویزیتی طراحی کنیم تا فروشمان افزایش یابد؟
- چگونه درست صحبت کنیم و دیگران را به خود جذب کنیم؟
- ♣ چگونه ؟

۴. طرز تهیه یا دستور انجام یک کار بدون نیاز به وسیله یا ماده‌ای خاص

- دستور ساخت اسلایم بدون نیاز به بوراکس
- طرز تهیه‌ی پیتزا ایتالیایی بدون نیاز به فر در منزل
- طرز تهیه‌ی بستنی خانگی بدون نیاز به دستگاه بستنی‌ساز
- ♣ دستور..... بدون نیاز به.....

۵. چگونه اولین انجام یک کار ؟

- چگونه اولین کتاب خود را بنویسیم؟
- چگونه اولین کارمند خود را استخدام کنیم؟
- چگونه اولین آگهی تبلیغاتی خود را طراحی کنیم؟
- ♣ چگونه اولین.....؟

۶. چگونه بدون موردی خاص کاری را انجام دهیم ؟

- چگونه بدون فیلترشکن، سایت موردنظرمان را باز کنیم؟
- چگونه بدون سرمایه یک کسب‌وکار خوب راه‌اندازی کنیم؟
- چگونه بدون دانش برنامه‌نویسی وب‌سایت خودمان را طراحی کنیم؟
- ♣ چگونه بدون.....؟

۷. چگونه مثل یک متخصص حرفه‌ای کاری را انجام دهیم ؟

- چگونه مثل یک سخنران حرفه‌ای خودمان را معرفی کنیم؟
- چگونه مثل یک پرستار باتجربه زخم دست خود را پانسمان کنیم؟
- چگونه مانند یک مکانیک کاربلد روغن ماشین خود را تعویض کنیم؟
- ♣ چگونه مثل.....؟

۸. یک شرکت یا شخص چگونه بیان یک موفقیت؟

- آمازون چگونه آمازون شد؟
- گوگل چگونه رتبه اول الکسا را تصاحب کرد؟
- دی‌جی‌کالا چگونه فروش خود را ۵ برابر کرد؟
- ♣ چگونه.....؟

۹. چگونه موردی خاص باعث موردی خاص می‌شود؟

- چگونه اهمال‌کاری باعث سردرگمی می‌شود؟
- چگونه آب سرد باعث ازکارافتادن کبد می‌شود؟
- چگونه کمبود آهن باعث می‌شود احساس خستگی کنیم؟
- ♣ چگونه..... باعث می‌شود؟

۱۰. چگونه بدون نگرانی کاری را انجام دهیم؟

- چگونه بدون نگرانی کارمند نامناسب را اخراج کنیم؟
- چگونه بدون نگرانی یک ازدواج خوب داشته باشیم؟
- چگونه بدون نگرانی یک مذاکره تجاری داشته باشیم؟
- ♣ چگونه بدون نگرانی.....؟

۱۱. چگونه به یک جایگاه برسیم؟

- چگونه به رتبه اول گوگل برسیم؟
- چگونه یک مدرس حرفه‌ای شویم؟
- چگونه جزء ده نفر اول کنکور شویم؟
- ♣ چگونه..... برسیم؟

۱۲. چگونه یک رفتار یا مورد منفی را به یک مورد مثبت تبدیل کنیم؟

- چگونه تهدیدها را به یک فرصت عالی تبدیل کنیم؟
- چگونه اوقات پرت خود را به بهترین اوقات عمرمان تبدیل کنیم؟
- چگونه بهانه‌جویی‌ها را به انرژی برای انجام کارهای مفید تبدیل کنیم؟
- ♣ چگونه را به تبدیل کنیم؟

۱۳. چگونه با یک عادت یا مشکل برای همیشه خداحافظی کنیم؟

- چگونه با بی‌پولی برای همیشه خداحافظی کنیم؟
- چگونه با دل‌شوره برای همیشه خداحافظی کنیم؟
- چگونه با کک‌ومک صورت برای همیشه خداحافظی کنیم؟
- ♣ چگونه با برای همیشه خداحافظی کنیم؟

۱۴. چگونه اصل یک چیزی را از تقلبی آن چیز تشخیص دهیم؟

- چگونه عسل اصل را از عسل تقلبی تشخیص دهیم؟
- چگونه گوشی موبایل اصل را از تقلبی تشخیص دهیم؟
- چگونه روغن موتور اصل را از روغن موتور تقلبی تشخیص دهیم؟
- ♣ چگونه از تشخیص دهیم؟

۱۵. انسان‌های موفق چگونه کاری را انجام می‌دهند؟

- معلمان نمونه، چگونه تدریس مؤثر دارند؟
- ثروتمندان مشهور، روز خود را چگونه آغاز می‌کنند؟
- مدیران حرفه‌ای، چگونه کارمندان خود را ارزشیابی می‌کنند؟
- ♣ چگونه؟

۱۶. چگونه انجام بهتر یک کار؟

- چگونه مطالعه مؤثرتری داشته باشیم؟
- چگونه خودمان را بیشتر دوست بداریم؟
- چگونه یک متن سخنرانی عالی طراحی کنیم؟
- ♣ چگونه؟

۱۷. چگونه در X ساعت، کاری را انجام دهیم؟

- چگونه در ۳۰ روز یک کتاب بنویسیم؟
- چگونه در یک ماه ۲۰ کیلو لاغر شویم؟
- چگونه در یک ساعت ۱۰۰۰ فالور اینستاگرام جذب کنیم؟
- ♣ چگونه؟

۱۸. چگونه یک وسیله یا چیزی را به وسیله یا چیز دیگری تبدیل کنیم؟

- چگونه عکس‌های خود را به فیلم تبدیل کنیم؟
- چگونه گوشی خود را به کنترل تلویزیون تبدیل کنیم؟
- چگونه سرگرمی‌های خود را به یک منبع درآمد عالی تبدیل کنیم؟
- ♣ چگونه را به تبدیل کنید؟

۱۹. برای داشتن یک چیز یا یک مهارت چه چیزهایی را باید بدانید؟

- برای داشتن یک کسب‌وکار عالی چه چیزهایی لازم است؟
- برای داشتن یک فرزند خوب چه چیزهایی را باید بدانید؟
- برای داشتن یک ارتباط مؤثر چه چیزهایی را باید بدانید؟
- ♣ برای داشتن چه چیزهایی را باید بدانید؟

۲۰. معرفی تکنیک نام یک تکنیک در یک کار

- معرفی تکنیک بومرنگ در فروش های حضوری
 - معرفی تکنیک سیگنال های مبهم در مذاکرات تجاری
 - معرفی تکنیک سیدی خَش دار در گرفتن حق خود از دیگران
- ♣ معرفی تکنیک در.....

۲۱. تکنیک با نکته های مهم برای گروهی خاص

- نکته های مهم تربیتی برای والدین شاغل
 - آموزش های پیشرفته قرآن برای قاریان حرفه ای
 - تکنیک های مدیریت زمان برای مدیران پرمشغله
- ♣ برای.....

۲۲. نکاتی که باید برای کاری خاص بدانید

- نکاتی که باید در معاملات ملک حتماً بدانید
 - نکاتی که باید در اولین سفر با هواپیما بدانید
 - نکاتی که باید در تنظیم هر قرارداد کاری بدانید و بنویسید
- ♣ نکاتی که باید بدانید

۲۳. مقایسه ی یک محصول یا چیزی با (و) یک محصول یا چیزی دیگر

- مقایسه ی بازار بورس با سایر بازارهای مالی
 - مقایسه ی تکنیک های بازاریابی سنتی و مدرن
 - مقایسه ی گوشی شیائومی نوت ۸ با سامسونگ a۳۰s
- ♣ مقایسه با.....

۲۴. مقایسه و بررسی یک موضوع مورد علاقه‌ی مخاطب

- مقایسه و بررسی بهترین سایت‌سازهای ایرانی
- مقایسه و بررسی بهترین شرکت‌های فروش هاست
- مقایسه و بررسی بهترین و معتبرترین مدرسين کوچینگ ایران
- ♣ مقایسه و بررسی

۲۵. فواید انجام یک کار چیست و چگونه می‌توان آن کار را انجام داد؟

- فواید مطالعه روزانه چیست و چگونه می‌توان اهل مطالعه شد؟
- فواید چک‌لیست چیست و چگونه می‌توان یک چک‌لیست خوب ساخت؟
- فواید سیستم‌سازی در کسب‌وکار چیست و چگونه می‌توان سیستم‌سازی کرد؟
- ♣ فواید چیست و چگونه می‌توان؟

۲۶. چگونه توانستم در x (ماه، روز، ساعت ...) کاری ارزشمند را انجام دهم؟

- چگونه توانستم در شش ماه انگلیسی بیاموزم؟
- چگونه توانستم مشکل خجولی دانش‌آموزانم را حل کنم؟
- چگونه توانستم در ۳۰ روز سایتی را به صفحه اول گوگل بیاورم؟
- ♣ چگونه توانستم را انجام دهم؟

۲۷. نام یک مورد چیست و چگونه می‌توان کاری در رابطه با آن را انجام داد؟

- کیو آر کد چیست و چگونه می‌توان آن را ساخت؟
- سرطان چیست و چگونه می‌توان از آن پیشگیری کرد؟
- سئو چیست و چگونه می‌توانیم سایت‌مان را سئو کنیم؟
- ♣ چیست و چگونه می‌توان؟

عنوان کتاب‌های معروف با این الگو

- چگونه مثل انیشتن فکر کنیم؟ - دانیل اسمیت
- چگونه مانند لئوناردو داوینچی فکر کنیم؟ - مایکل جی. گلب
- چگونه در ۲۰ ساعت هر چیزی را یاد بگیرید؟ - جاش کافمن
- چگونه می‌توانید یک کارآفرین نمونه باشید؟ - گری وینر چاک

تئریهای مشابه بدون الگو

۱. اتومبیل خود را تبدیل به دانشگاه کنید
۲. رابطه سپاسگزاری و خلق ثروت در زندگی
۳. چگونه با نصف هزینه به مسافرت برویم؟
۴. سؤالاتی که باید در مصاحبه استخدامی بپرسید
۵. سه مهارتی که حتی نمی‌دانستید آن‌ها را نیاز دارید
۶. چگونه در ۳۰ دقیقه یک دیزی حرفه‌ای درست کنیم؟
۷. خواندن افکار دیگران، مهارتی که همیشه دنبالش بودید
۸. درس‌های مالی که ثروتمندان به فرزندانشان آموزش می‌دهند
۹. آموزش روش‌های تصحیح اوراق امتحانی برای معلمان و اساتید
۱۰. یک روش ساده و جدید در مدیریت زمان که تابه‌حال نمی‌دانستید

۱. تیتیر قلاب شماست

تیتیر شما باید به ذهن مخاطب قلاب شود و آن را به گونه ای تحریک کند تا نتواند به راحتی از کنار محتوای شما بگذرد و حتماً نگاهی به آن بیندازد. اگر تیتیر شما بتواند این کار را با ذهن مخاطبتان انجام دهد آنگاه، تیتیر شما یک قلاب است. ایجاد احساسی بجا مانند: ترس، فوریت، کمبود یا یک پیشنهاد عالی، یک سؤال مناسب و یا به چالش کشیدن یک باور و... همه می توانند مانند یک قلاب ذهن مخاطب را درگیر کنند. خبر خوب اینکه تمام الگوهای این کتاب بر اساس ایده قلاب نوشته شده و شما باید انتخاب کنید کدام یک از این ۳۲۰ الگو می تواند قلاب مناسب تری برای محتوای موردنظرتان باشد. برای اینکه از تیتیر خود یک قلاب عالی بسازید باید علاوه بر استفاده از الگوهای این کتاب شناخت کافی از مخاطب، محصول و رقبای خود نیز داشته باشید. در واقع الگوهای تیتیر با توجه به محصول و مخاطب شما می تواند خیلی ضعیف و یا خیلی قدرتمند عمل کند. تکرار بیش از اندازه یک الگوی تیتیر توسط رقبا، باعث کاهش جذابیت یک تیتیر می شود.

۲

میانبرها و راههای سریع انجام یک کار را به مخاطبتان نشان دهید!

مخاطبین کم حوصله و حرفه‌ای‌ها عاشق این تیترها و محتوای آن هستند

میانبرها، ایده‌های دسترسی سریعتر و راحت‌تر به چیزی را نشان می‌دهد. هر چند همه این ایده‌ها را دوست دارند اما افراد حرفه‌ای و کم حوصله بیشترین مخاطبین این ایده‌ها هستند و شما با نشان دادن راههای میانبر لطف بزرگی به این دو گروه انجام می‌دهید و آنها هم لطف شما را با پیگیری محتوایتان جبران می‌کنند! علاوه‌براین به مخاطبین نشان می‌دهید که تسلط کافی و کاملی به حوزه‌ی کاری خود دارید و با این کار پُل اعتماد خودتان را با آنها محکم‌تر می‌کنید.

سریع، جدید، جدیدترین، میانبر، طلایی، جادویی، کم زحمت، مؤثر، هک، آسان، داغ‌ترین، ساده، زود بازه، کوتاه، کوتاه‌ترین، کم، کسی نمی‌داند، لذت‌بخش، سه سوت، فوری، به سرعت، چشم به هم زدن، نوین، برق‌آسا

۱. میانبرهای (مخفی، طلایی) موضوع موردعلاقه مخاطب را بشناسید

- میانبرهای مخفی ویندوز ۱۰ را بشناسید
- میانبرهای طلایی موفقیت در زندگی خود را بشناسید
- میانبرهای کلیدی در یادگیری زبان انگلیسی را بشناسید
- ♣ میانبرهای طراحی..... را بشناسید

۲. X روش سریع برای انجام یک کار

- ۵ روش سریع برای افزایش تعداد مشتریان
- ۳ روش سریع برای برطرف کردن جوش صورت
- ۴ روش سریع برای مسدود کردن کارت عابر بانک گم‌شده
- ♣..... روش سریع برای.....

۳. X روش سریع برای خلاص شدن از انجام یک کار نادرست

- ۱۵ روش سریع برای خلاص شدن از روزمرگی
- ۷ روش سریع برای خلاص شدن از عادت‌های نادرست
- ۱۲ روش سریع برای خلاص شدن از دست حشرات موذی
- ♣..... روش سریع برای خلاص شدن از.....

دوست عزیز!

از اینکه این کتاب الکترونیکی را دانلود نمودید سپاسگزاریم!

برای تهیه نسخه چاپی آن می‌توانید از روش‌های زیر استفاده نمایید:

۱. به سایت مدیر کسب و کار مراجعه نموده و از صفحه محصولات، کتاب «تیترا قلاب

شماس» را انتخاب کنید تا پس از طی فرایند خرید، برای شما ارسال شود.

با کلیک در [اینجا](#) می‌توانید وارد سایت «مدیر کسب و کار» شوید!

۲. در پیج اینستاگرام دایرکت بدهید تا مراحل خرید طی شود.

از [اینجا](#) می‌توانید وارد پیج اینستاگرام شوید!

۳. به شماره تلفنی‌های زیر پیامک بدهید و یا در واتس‌آپ درخواست خود را اعلام

کنید تا با شما تماس بگیریم و مراحل خرید طی شود.

۰۹۱۵۷۶۵۴۵۷۵ و ۰۹۱۵۳۰۳۸۱۵۳

دوره جامع تبلیغ نویسی پیشرفته



این دوره کمک می‌کند:

- نگران فروش محصول یا خدمات خود نباشید
 - از تخفیف‌های ناخواسته برای رقابت با محصولات مشابه استفاده نکنید
 - اضطراب و استرس فروش محصولات خود را برطرف کنید
 - لذت فروش راحت و ساده محصولات با کیفیت خود را برای همیشه تجربه کنید
- و در یک کلام به راحتی بتوانید:

بنویسید و بفروشید

من محصولات خوبی تولید می‌کنم اما نمی‌دونم چرا نمی‌تونم بفروشم؟

نمی‌دونم چرا تبلیغات من نتیجه برعکس می‌ده؟

تبلیغات برای کار من جوابگو نیست!!!

کیفیت محصول من از رقبایم بهتره اما باز هم نمی‌تونم به اندازه آنها بفروشم؟

نمی‌دونم چرا این همه هزینه تبلیغ می‌کنم، اصلاً دیده نمی‌شیم؟

گاهی اوقات مجبورم از تخفیف‌های ناخواسته استفاده کنم تا جنس‌ها رو دستم نمونه؟

من از تبلیغ تو شبکه‌های اجتماعی شانس ندارم!!!

عبارات بالا را در اغلب مشاوره‌های خود از صاحبان کسب و کار می‌شنوم و اگر شما هم صاحب یک کسب و کار هستید و یا تجربه تولید محصولی را برای فروش داشته باشید در تبلیغ محصول برای معرفی و فروش، حتماً با مشکلاتی از این دست مواجه شدید. اکثر این مشکلات ریشه در یک مشکل اساسی دارد و زمانی رخ می‌دهد که:

صاحب کسب و کار نمی‌تواند محصول خود را درست معرفی کند تا مخاطب علاقمند به خرید شود.

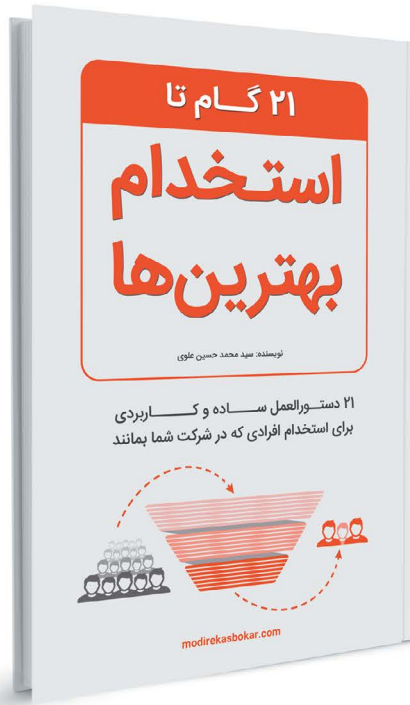
با دوره آنلاین تبلیغ نویسی این مشکل را یک‌بار برای همیشه حل کنید.

اطلاعات بیشتر را می‌توانید از لینک و یا کیوآرکد زیر در سایت modirekasbokar.com مشاهده فرمایید



<https://b2n.ir/tab.book>

در صورت نیاز به مشاوره در رابطه با دوره فوق به شماره ۰۹۱۵۳۰۳۸۱۵۳ یک پیامک ارسال بفرمایید تا با شما تماس بگیریم.



کتاب ۲۱ گام تا استخدام بهترین‌ها، یک دستورالعمل ساده و کاربردی برای استخدام در بازار کار ایران است. استخدام یکی از بهترین سرمایه‌گذاری‌های کسب‌وکار شما می‌تواند باشد اگر نسبت به آن دانش و باور درستی داشته باشید، معیارهای کارمند ایده‌آل را بدانید و بر اساس یک دستورالعمل مناسب، گام به گام پیش بروید.

نسخه الکترونیکی این کتاب را می‌توانید از سایت modirekasbokar.com تهیه فرمایید

لینک و کیوآرکد تهیه کتاب الکترونیک سه قطعه از پازل کسب‌وکار



<https://b2n.ir/21gam>

برای تهیه کتاب چاپی می‌توانید با شماره ۰۹۱۵۳۰۳۸۱۵۳ از طریق پیامک با ما تماس بگیرید



کتاب سه قطعه از پازل کسب و کار، درباره سه اصل مهم کسب و کار شماست که تا بحال هیچگاه به طور جدی به آن نپرداخته‌اید. با یادگیری و به کارگیری آنها متوجه می‌شوید که اوضاع بهبود می‌یابد و کسب و کارتان چقدر جذاب و لذت بخش می‌شود.

نسخه الکترونیکی این کتاب را می‌توانید از سایت modirekasbokar.com تهیه فرمایید

لینک و کیوآرکد تهیه کتاب سه قطعه از پازل کسب و کار



<https://b2n.ir/pazelbook>

برای تهیه کتاب چاپی می‌توانید با شماره ۰۳۸۱۵۳۰۳۸۱۵۳ از طریق پیامک با ما تماس بگیرید

استاد مسیح جوادی



بنیانگذار مرکز بیزینس کوچینگ ایران | تحلیلگر و استراتژیست ارشد کسب و کار
فارغ التحصیل دوره‌های بین‌المللی فدراسیون کوچینگ جهانی | طراح دوره
حرفه‌ای، بیزینس کوچینگ در ایران | کوچ حرفه‌ای بین‌المللی

بدون شک بخش بزرگی از موفقیت در تبلیغات شما بستگی به تیتري دارد که برای آن انتخاب می‌کنید. محتوای تبلیغات شما هر قدر هم قانع کننده و حاوی پیشنهادات عالی باشد بدون یک تیتر مناسب اصلاً دیده نمی‌شود. **کتاب «تیتر قلاب شماس»** با توجه ویژه به انگیزه‌های خرید مخاطب، کاربردی‌ترین قالب‌های رایج در تیترنویسی را برای شما طبقه‌بندی کرده است و با صدها مثال به شما کمک می‌کند که تیتر مناسب و قدرتمند تبلیغ خود را بیابید.

پیشنهاد می‌کنم اگر در فکر تهیه یک تبلیغ برای کسب و کارتان هستید قبل از هرکاری این کتاب را مطالعه کنید. این کتاب ایده‌های جدیدی برای شما خواهد داشت.

دکتر محمد مهدی ربّانی



مدیر مسئول مجله وزین خلاقیت و مدرس دانشگاه
مدیر مسئول انتشارات نگاه نوین | مربی کسب و کار و مدرس دوره‌های
بازاریابی و فروش | بنیانگذار پلتفرم جامع آموزش کسب و کار ویدان

مخاطب شما در چند ثانیه تصمیم می‌گیرد متن تبلیغات را بخواند یا آن را رها کند. لازم است بدانید تنها یک تیتر قدرتمند می‌تواند مخاطب را متقاعد کند متن تبلیغ شما را بخواند. الگوهای استفاده شده در این کتاب که بر اساس انگیزه‌های خرید طراحی شده به شما کمک می‌کند تیترهایی بنویسید که به ذهن مخاطب قلاب شود و او را به داخل متن تبلیغات بیاورد. مثال‌های فراوان، کلمات قدرتمند و چک‌لیست آزمون تیتر در پایان کتاب نیز به روند بهبود تیترنویسی و سرعت عمل شما کمک می‌کند.

توصیه می‌کنم هنگام نگارش تیتر، این کتاب را در کنار دست خود داشته باشید.

دکتر حسین شیرمحمدی



کپی رایتر و مدرس دوره‌های تبلیغ‌نویسی
نویسنده ۱۴ عنوان کتاب و مدرس دوره‌های کتاب‌نویسی
مدیر وبسایت وزین مستر استاد

از مطالعه کتاب فوق‌العاده بی‌نظیر جناب استاد محمد حسین علوی استفاده کردم. کتابی که در رابطه با تیتر، تاثیر تیتر و نمونه‌های آماده تیتر هست. **به نظر من این کتاب یک کتاب مرجع است که می‌تواند برای همه کپی‌رایترها مورد استفاده قرار گیرد.** کتابی که تا پایان عمر همه آدمهایی که با فروش و تبلیغ‌نویسی سروکار دارند می‌تواند کنار دستشان باشد و به عنوان یک راهنما به آنها خدمت کند. به جناب استاد علوی بابت خلق این کتاب درجه یک تبریک می‌گویم و امیدوارم که خوانندگان بتوانند بیشترین بهره را از این کتاب ببرند.