

شناسنامه محتوا	
عنوان	۵ مرحله برای یادداشت‌برداری مطالب خود و افزایش دستیابی به آن
واژگان کلیدی	کلید واژه‌ی اصلی: یادداشت‌برداری کلید واژه‌های مرتبط: رسانه‌های اجتماعی، محتوای ایده‌ال، دستیابی، تبلیغ محتوا
تعداد کلمات	۲۰۰۰ کلمه
تعداد تصاویر	۶ تصویر
تعداد تیترهای داخلی	۵ تیتر

## مقدمه و طرح مسئله

**یادداشت‌برداری** مطالب و نوشتن یک **محتوای ایده‌ال** نیازمند رعایت کردن برخی نکات کلیدی و تاثیرگذار می‌باشد. متونی که با در نظر گرفتن نکات اساسی و مهم، تولید می‌شوند، بیشترین اثربخشی را بر کاربر خواهد داشت. شاید برای شما هم پیش آمده باشد که ساعت‌ها برای نوشتن یک پست وبلاگ و یا تولید یک محتوای ویدیویی، وقت گذاشته باشید تا بتوانید یک محتوای خوب و جذاب به مخاطب ارائه دهید. شما زمان را صرف انجام این کار می‌کنید که به یک نتیجه نهایی مطلوب دست یابید و محتوایی تولید نمایید که قابلیت انتشار در وبلاگ را داشته باشد. تمام تلاش‌های صورت گرفته، جهت ایجاد محتواهای قابل قبول و اثر بخش می‌باشد. یک نویسنده‌ی متن باید اطلاعات خود را هر از گاهی به روز نماید. داده‌های جدید و نو، جذابیت بیشتری برای خواننده ایجاد می‌کند. توجه داشته باشید که گاهی با بالا و پایین کردن برخی رسانه‌های اجتماعی همانند فیس بوک<sup>۱</sup> و لینکداین<sup>۲</sup> می‌توانید دایره‌ی اطلاعات و دانستنی‌های خود را در خصوص موضوع مورد هدف، افزایش دهید و متنی پر محتوا تر ایجاد نمایید. قدرتان در نوشتن را نادیده نگیرید و با امید و اطمینان کامل شروع به نوشتن متن هدف نمایید. یکی از روش‌هایی که به شما در نوشتن

محتوایاری می‌نماید تکنیک **یادداشت برداری** می‌باشد. با رعایت این شیوه، می‌توانید بیشترین تاثیر ممکن را بر مخاطب بگذارید و متنی تاثیرگذار ایجاد نمایید.



**یادداشت برداری** و شاخه‌دار کردن موضوع یک محتوا

## متن اصلی

### **یادداشت برداری** مطالب و اهمیت آن در تولید محتوا

**یادداشت برداری** در تولید محتوا و کیفیت آن تاثیرگذار است. مجله‌ای را در نظر بگیرید که جهت هدفی خاص برای مخاطب به چاپ می‌رسد. گروهی موضوعات را بررسی و جهت قرارگیری در مجله انتخاب می‌کنند. گروهی دیگر مصاحبه‌هایی را تهیه می‌کنند و سپس با تصاویری که گرفته شده در مجله قرار می‌دهند. مقالاتی با توجه به موضوع هدف توسط گروه متخصص برای مجله نگاشته می‌شود. در نهایت مجله ویرایش نهایی می‌شود و سپس منتشر می‌گردد و گاهی هم توسط پست به مراکز عضو و به شماره‌های اشتراک در مجله ارسال می‌گردند. این نهایت کار یک مجله است که بعد از تولید نهایی محتوا انجام می‌دهد. برای انجام این فرآیند می‌توان مسیر را راحت‌تر نمود و روند انجام کار را سریع‌تر پیش برد. انتخاب تکنیک مناسب در تهیه مطلب و جمع آوری داده‌ها و **یادداشت برداری**، کار را سرعت می‌بخشد و موجب می‌گردد کاری قوی و نزدیک به مورد هدف تهیه و تنظیم گردد. پیش از شروع بهتر است روش‌هایی که شخص جهت پیشبرد کار مناسب می‌داند را در نظر بگیرد و بهترین و کارآمدترین روش را الگوی کار خود قرار دهد. محتوایی که با در نظر گرفتن اهداف و با **یادداشت برداری** صحیح تولید گردد، بیشترین بازخورد و تاثیر را بر مخاطب و اشخاص هدف خواهد داشت. **یادداشت برداری** سبب می‌گردد تا در یک زمان مشخص محتوا را آماده نمایید و وقت خود را جهت موارد بیهوده تلف نکنید. گاهی برخی افراد متونی را ارائه می‌دهند که پر از مطالب اضافی است. آنان برای نوشتن این مطالب وقت زیادی گذاشته‌اند اما مطالب آنان کارآمدی خاص خود را ندارد. پیش از

نوشتن در مورد هدف و موضوع **یادداشت برداری** درست داشته باشید تا زمانی که برای نوشتن قرار می‌دهید، بی‌نتیجه و بی‌ثمر نباشد.



**یادداشت برداری و تولید محتوا**

## **یادداشت برداری از یک موضوع و ترسیم نمودار بصری آن**

بیشتر بازاریابان محتوا از روش **یادداشت برداری** استفاده می‌کنند. آنان با در نظر گرفتن این شیوه، تولید محتوا را انجام داده و نیاز کاربران، اهداف سازمان‌ها و مراکز را در حین تولید محتوا، در اولویت کار خود قرار می‌دهند. نقشه برداری جهت تولید محتوا و ایجاد یک متن قابل قبول، می‌تواند اهداف بزرگی را برای نویسنده و یا مراکز مورد هدف، به دنبال داشته باشد. منظور از نقشه برداری و **یادداشت برداری** در مورد اهداف و موضوعات یک سازمان یا مرکز، جهت تولید محتوا در واقع همانند یک نمودار سازمانی است که مفهوم اصلی و واحد، در راس کار قرار دارد. مواردی که به آن مفهوم مرتبط می‌شوند به صورت شاخه‌ای به مفهوم کلیدی متصل می‌شوند. این نمودار در واقع یک نمودار بصری است که شخص با یک نگاه کلی به آسانی می‌تواند به هدف سازمان پی‌ببرد. اگر پیش از تولید محتوا، نقشه برداری ذهنی از یک موضوع صورت پذیرد، متن با کیفیت و کارآمد تولید خواهد شد و همچنین با موضوع مورد هدف کاملاً هماهنگ و همساز می‌گردد. نمودار بصری تولید شده به صورت چکیده و جمع شده، یکسری مطالب مفهومی را گرد هم آورده است که راهنمای بسیار خوبی جهت پیشبرد کار می‌باشد. افرادی که جهت تولید محتوا از روش **یادداشت برداری** استفاده می‌کنند و در این مورد مهارت و تجربه کافی دارند، به راحتی موضوع مورد نظر را در ذهن خود به صورت نظرات جداگانه، دسته بندی و خرد می‌نمایند و بلعکس افرادی که در این زمینه تجربه کافی را نداشته باشند یک آشفتگی در ذهن خود ایجاد می‌کنند. این آشفتگی ذهنی مانع بزرگی است. سادگی یک موضوع را پیچیده می‌نماید و شروع بسیاری از مشکلات کاری خواهد شد. آنان موضوع را به جای ساده‌سازی و خرد کردن، در ذهن متراکم می‌نمایند. این تراکم آشفتگی ذهنی به همراه دارد. قدرت فکر از بین می‌رود و سبب می‌گردد محتوای تولیدی چندان خوب نباشد. در این گونه مواقع شخص به جای جداسازی و ارائه ایده‌های جداگانه در مورد موضوع، تمام نظرات خود

را یک شاخه پیش می‌برد و تمامی ایده‌هایی که می‌توانند به صورت جداگانه بسیار کاربردی‌تر باشند را در یک شاخه متمرکز می‌کند. این شخص اگر موضوع را در چند ایده مختلف جدا سازی می‌کرد، به نتیجه مطلوب‌تری می‌رسید.



یادداشت برداری و جداسازی ایده‌ها

## فرآیند یادداشت‌برداری ذهنی جهت تهیه محتوا

**یادداشت‌برداری** در این قسمت به صورت مختصر ارائه می‌گردد. به منظور تهیه محتوای مطلوب و هماهنگ با هدف مورد نظر خود، می‌بایست متن را در ۵ مرحله آماده سازی و تهیه نمایید. این مراحل در ذیل ارائه می‌گردند. با در نظر گرفتن موضوع و مثال‌های ذکر شده، موضوع خود را در ذهن داشته باشید و چگونگی ایجاد یک نقشه‌برداری ذهنی ایده‌آل را در این قسمت دنبال نمایید.

۱- موضوع محتوای خود را جهت تولید انتخاب نمایید.

موضوعی انتخاب کنید که برای مخاطب جالب باشد. انتخاب موضوع کار چندان دشواری نیست. شما می‌توانید موضوع خود را از مباحث نو و به روز که اخیراً در مقاله یا مجله‌ای خاص مطالعه نموده‌اید، ایده بگیرید. محتوای بسیاری از فیلم‌ها نیز می‌توانند جرقه‌ی یک موضوع ناب برای محتوای شما باشند. نکته مهم در اینجا ذکر منابع برای محتوای موضوع می‌باشد. منابعی که ذکر می‌شوند باید مرتبط با محتوای موضوع باشند.

• عنوان اصلی در اینجا، "نقشه‌برداری محتوا" نام دارد.

۲- موضوع خود را در ۵ شاخه تقسیم‌بندی کنید.

زمانی که موضوع خرد گردد، نوشتن محتوا آسانتر و سنجیده‌تر صورت می‌گیرد. برای نمونه در متنی که موضوع آن "نقشه‌برداری محتوا" می‌باشد به صورت زیر، شاخه بندی می‌گردد.

• نقشه‌برداری یا **یادداشت‌برداری** محتوا چیست؟

• در اجرا و عمل، نقشه‌برداری از محتوا به چه معنا می‌باشد؟

• نقشه‌برداری از محتوا چه مزایایی را شامل می‌شود؟

- جهت تولید محتوا از چه ابزارهایی استفاده می‌شود؟
- شاخه آخر را به نکات اختصاص دهید و عنوان آن را "فراموش نکنید ... " در نظر بگیرید.

۳- برای هر ۵ زیر شاخه‌ای که برای موضوع در نظر گرفتید، ۴ منظر<sup>۳</sup> ایجاد نمایید.

برای جذابیت و گیرایی منظر انتخاب شده برای هر زیر موضوع، فکر نمایید. منظر باید طوری انتخاب شود که پیام مربوطه را انتقال دهد. محتوای پیام یک منظر، می‌تواند عکس، نقل قول و غیره باشد. در این مرحله ۲۰ پیام ایجاد می‌گردد که تماما به موضوع اصلی که از آن شاخه‌ها گرفته شده، پیوند می‌یابند. این ۲۰ پیام شامل ۵ شاخه‌ای هست که از موضوع اصلی در مرحله دوم ایجاد شدند و سپس هر کدام در مرحله سوم به ۴ منظر منشعب شدند. که جمعا ۲۰ پیام می‌باشند که تماما به موضوع کلیدی ربط داده می‌شوند.

۴- مشخص نمودن انواع محتواها و رسانه‌هایی که باید محتوای تولید شده، در آنها قرار گیرند.

در این مرحله باید در مورد نحوه‌ی پخش پیام‌های تولید شده‌ی خود با دقت فکر نمایید. ویژگی رسانه‌ها و مکان‌هایی که قرار است محتوا در آنها توزیع گردد، به خوبی بررسی شود. توجه داشته باشید، محتواهایی که باید در فیس بوک قرار گیرند نسبت به محتواهای لینکداین متفاوت هستند و هر کدام ویژگی‌های ویژه‌ی خود را دارند.

۵- پست‌هایی که قرار است منتشر شوند را در مدت زمان طولانی‌تری انتشار دهید. دقت داشته باشید که به روز رسانی پست‌ها در روزهای متفاوت صورت گیرد، با این برنامه‌ریزی شما می‌توانید بیشترین بیننده را برای پست خود داشته باشید. توجه داشته باشید، در صورتی که دایره‌ی مخاطبان شما کوچک هستند و تصمیم دارید که پیامی را مجدد برای آنها یادآوری نمایید، می‌توانید در این گونه مواقع پیام‌ها و پست‌های خود را تکرار نمایید، مانعی وجود ندارد.



یادداشت‌برداری و نقشه ذهنی

## برنامه ریزی ( یادداشت برداری ) و استراتژی‌های تولید یک محتوا

تا این قسمت مراحل را که جهت **یادداشت برداری** مطالب و **دستیابی** سریع به محتوا نیاز بود را در چند شماره مطرح کردیم. تولید محتوا باید طبق برنامه و اصول خاصی پیش برود. تنها خلق یک محتوا کافی نمی‌باشد. برای مثال جهت ایجاد یک محتوا به یک طرح و الگو نیاز داریم همانطور که برای ساخت یک مجسمه از قالب استفاده می‌کنیم. اگر قالب جهت تولید مجسمه وجود نداشته باشد شاید بتوانیم طوری به وسیله دست مجسمه را ایجاد کنیم اما دیگر شاهد آن اصول کلی و کیفیت خاص، در مجسمه نخواهیم بود. بنابراین برای تولید محتوا بی‌برنامه نباید شروع به کار کرد. اگر بدون طرح و برنامه محتوا ایجاد شود ممکن است از هدف دور شوید و نتوانید به مقصود خود دست یابید. پس **یادداشت برداری** و برنامه‌ریزی قدم‌های اصلی تولید یک محتوا می‌باشند. یک برنامه برای ساخت محتوا شامل همه چیز می‌شود، از نام گرفته تا اینکه چگونه یک محتوا را در رسانه‌های مختلف منتشر نماییم. هر زمان که پست جدید در سایت بارگذاری می‌گردد، مسیر هدایت کاربران به سوی سایت شما گشوده می‌شود. اگر متن پرمحتوا باشد شما در هدف خود، جهت هدایت کاربران موفق شده اید. لازم است آنقدر متن را با کیفیت ایجاد کنید که مخاطبان، مطالب سایت شما را هدف کار خود قرار دهند.



برنامه‌ریزی و **یادداشت برداری** برای تولید یک محتوای باکیفیت

## تبلیغ و انتشار محتوا

بعد از **یادداشت برداری** و تولید محتوا نیاز به انتشار محتوا داریم. زمانی که **یادداشت برداری** به اتمام می‌رسد و محتوا طبق آن تولید می‌گردد، نوبت به **تبلیغ محتوا** است. رسانه‌ها ابزارهای خوبی برای ایجاد ارتباط هستند. از رسانه‌های اجتماعی می‌توان جهت تبلیغ و پخش مطالب استفاده نمود. محتوا و رسانه باید متناسب باشند. انتخاب رسانه درست و داشتن محتوای با کیفیت، سکوی پرتاب و موفقیت است. محتوا را از طریق فیس بوک، توئیتر، اینستاگرام و ایمیل می‌توان به مخاطب مورد نظر رساند. متن در همه جا وجود دارد اما اثربخشی یک متن و موفقیت آن به توانایی نویسنده و انتخاب صحیح بستر انتشار آن بستگی دارد. محتوایی که برای قرارگیری در یک وب سایت آماده سازی می‌شود با محتوای رسانه‌ها کاملاً متفاوت است. باید محتوا را متناسب با مخاطب خود و مکان قرارگیری آن، همساز کنیم. توجه به این موارد در موفقیت کاری، بی‌تاثیر نمی‌باشد. **یادداشت برداری**، توجه به محتوای تولید شده و حساسیت بر کیفیت

آن، بسیار ارزشمند است چرا که همین متن است که میلیاردها مخاطب را به سمت و سوی کاری شما هدایت می نماید. مخاطبان مجذوب محتوای با کیفیت و نزدیک به هدف خود می شوند. مخاطب درگیر محتوا و متن درج شده بر سایت یا رسانه های اجتماعی می گردد. به این ترتیب مدام شما را در رسانه دنبال می کند. این هدف هر شرکت و یا سازمانی است که در مخاطب گرایش برگشت به سایت و رسانه های خود را ایجاد نماید.



یادداشت برداری، تولید محتوا و تبلیغ محتوا

## جمع بندی و نتیجه گیری

برای ایجاد یک محتوا هدف صرفاً نوشتن یک متن نیست. ما متن تولید می کنیم تا به هدف و ایده خاص خود برسیم. متنی هدفمند است که با کیفیت و متناسب با هدف خاص تولید شده باشد. اگر متن نگاشته شده مرتبط و جذاب نباشد هر دقیقه ای که برای آن صرف می گردد، هدر دادن زمان است. برای مدیریت فرآیند انتشار مطالب و محتواها، داشتن یک نقشه ی محتوا و **یادداشت برداری** صحیح، بسیار کارآمد است. این محتوا باید در بسترهای مناسب اجتماعی و کانال های گوناگون در زمان های متفاوت منتشر گردد. لازم به ذکر است که ایجاد یک نقشه ی محتوا و **یادداشت برداری** به این موضوع کمک شایانی می نماید.

منابع

<https://contentmarketinginstitute.com/2014/11/5-steps-mind-map-content-increase-reach/>

<https://blog.hubspot.com/marketing/content-creation>