

مختصر گوی هوشمندانه

(چگونه بیان کوتاه و موثری داشته باشیم)

نویسنده:

جیم واندهی

مایک آلن

ری شوارتز

مترجم:

آزیتا اعلائی



موسسه انتشاراتی آقایی



سرشناسنامه	:	واندهی، جیم (۱۹۷۱)
عنوان و نام پدیدآور	:	مختصر گویی هوشمندانه (چگونه بیان کوتاه و موثری داشته باشیم) / نویسندگان: جیم واندهی، مایک آلن، ری شوارتز؛ مترجم: آریتا اعلائی.
مشخصات نشر	:	تهران: آقای، اول ۱۴۰۳
مشخصات ظاهری	:	۱۳۴ صفحه رقی
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۴۸۰۶-۱۲-۳
فهرست نویسی	:	فپا
رده بندی کنگره	:	HF۵۷۱۸
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۴۵
کتابشناسی ملی	:	۹۷۳۹۹۷۹



موسسه انتشارات آقای

مختصر گویی هوشمندانه
نویسندگان: جیم واندهی، مایک آلن، ری شوارتز
مترجم: آریتا اعلائی
ناشر: نشر آقای
چاپ: اول
شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
قیمت: ۱۲۸۰۰۰ تومان
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۴۸۰۶-۱۲-۳

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است

نشر و پخش: تهران میدان انقلاب انتشارات آقای

تماس: ۰۹۱۲۴۷۵۳۳۶۰۳ Wwww.Aghaepub.com

فهرست

بخش اول: گزیده گویی هوشمندانه چیست	۱۴
مختصر و مفید	۱۴
تعریف مسئله گزیده گویی هوشمندانه	۱۹
راه رسیدن به انتهای ماجرای گزیده گویی	۳۰
بخش دوم: چگونگی انجام این کار	۴۵
ارزش ساز باشید	۴۶
یک روند جذب کننده	۵۲
یک موضوع مهم	۵۸
اهمیت ماجرا	۶۳
یک بررسی جزئیات محور	۶۸
کلمات درست	۷۲
ایموجی ها	۷۶
بخش سوم: گزیده گویی هوشمندانه در عمل	۷۹
روش مایک	۸۰
مهارت نوشتن یک خبرنامه	۸۵
پخش صدای شما در سر کار	۸۹
برگزاری یک جلسه مختصر و مفید	۱۰۲
یک سخنرانی هوشمندانه ایراد کنید	۱۰۷
یک ارائه مختصر و مفید	۱۱۱
هوشمندی در رسانه های مجازی و اجتماعی	۱۱۳
استفاده درست و مفید از عناصر بصری	۱۱۷

۱۱۹	اداره یک شرکت با گزیده گویی
۱۲۴	ارتباطات همه جانبه
۱۲۸	برگه تقلب
۱۳۱	گزیده گویی هوشمندانه را عملی آزمایش کنید
۱۳۳	جمع بندی نهایی

مقدمه مترجم

در دنیای پرسرعت و شلوغ امروز، جایی که هر ثانیه ارزشمند است و توجه‌ها به راحتی جلب می‌شوند، هنر ارتباط مؤثر به یک مهارت ضروری تبدیل شده است. " **چگونه بیان کوتاه و موثری داشته باشیم** " نوشته جیم واندهی، شما را به یک سفر هیجان‌انگیز در دنیای کلمات دعوت می‌کند، جایی که یاد خواهید گرفت چگونه با استفاده از کلمات کمتر، پیام‌های عمیق‌تری را به گوش دیگران برسانید. آیا تاکنون در یک جلسه یا مهمانی احساس کرده‌اید که صدای شما در میان همه گم شده است؟ آیا از سخنرانی‌های طولانی و خسته‌کننده خسته شده‌اید؟ این کتاب به شما نشان می‌دهد که چگونه می‌توانید در هر مکالمه، چه در محیط‌های اجتماعی و چه در محیط‌های کاری، با اعتماد به نفس و وضوح بیشتری صحبت کنید و در قلب شنوندگان نفوذ کنید. جیم واندهی با نبوغ و خلاقیت خود، تکنیک‌هایی را ارائه می‌دهد که به شما کمک می‌کند تا به یک سخنران تأثیرگذار تبدیل شوید. با استفاده از مثال‌های واقعی و داستان‌های جذاب، او شما را به چالش می‌کشد تا مهارت‌های ارتباطی خود را بهبود بخشید و با گزیده‌گویی، در کمترین زمان ممکن، بیشترین تأثیر را بر روی مخاطبان خود بگذارید.

اگر شما هم آماده‌اید تا در هر مکالمه‌ای بدرخشید و قدرت کلمات را به خوبی درک کنید، این کتاب کلید ورود به دنیای شگفت‌انگیز ارتباطات است. بیایید با هم به این سفر جذاب پیوندیم و یاد بگیریم که چگونه می‌توانیم با کلمات خود، دنیای اطرافمان را تغییر دهیم!

مقدمه

در دنیای کلمات غرق شده‌ایم
تصور کنید در یک اقیانوس بی‌پایان از کلمات شنا می‌کنید. هر روز،
امواج بی‌نهایتی از پیام‌ها، ایمیل‌ها، توییت‌ها و یادداشت‌ها به سمت شما
می‌آیند و شما را در خود غرق می‌کنند. در این دنیای شلوغ و پراز
اطلاعات، ما به نوعی زندانی کلمات شده‌ایم.

کلمات، دشمنان آرامش

کلمات به جای اینکه ما را به هم نزدیک کنند، ذهن‌های ما را مسدود
کرده و ما را در دنیای خودمان گم کرده‌اند. هر روز، با چشمان خسته و
ذهنی پر از آشفتگی، به صفحه‌های کوچک گوشی‌هایمان خیره می‌شویم و
به دنبال کلمات بیشتری می‌گردیم. اما آیا این کلمات واقعاً ما را راضی
می‌کنند؟ یا فقط ما را به سمت بی‌حوصلگی و سردرگمی سوق می‌دهند؟

آمار غم‌انگیز

آمارها می‌گویند که ما به طور متوسط تنها ۲۶ ثانیه را به خواندن یک
محتوا اختصاص می‌دهیم و کمتر از ۱۵ ثانیه در یک صفحه اینترنتی می‌مانیم.
در واقع، مغز ما تنها در ۱۷ میلی‌ثانیه تصمیم می‌گیرد که آیا محتوایی را که
روی آن کلیک کرده‌ایم دوست دارد یا نه. اگر جوابش منفی باشد، آن را به
سادگی می‌بندیم. این یعنی ما در حال از دست دادن ارتباطات عمیق و
معنادار هستیم.

جستجوی لذت آنی

ما در جستجوی لذت‌های آنی هستیم؛ یک لایک، یک اشتراک‌گذاری، یا یک پیام جدید. این جستجو ما را در چرخه‌ای بی‌پایان از «کلیک، کلیک، کلیک» گرفتار کرده است. هر بار که گوشی‌ام را چک می‌کنم، این حس را دارم که به دنبال چیزی هستم، اما نمی‌دانم چه چیزی. آیا این همان دوپامینی است که به دنبال آن هستم یا فقط یک حس موقتی از رضایت؟

عادت‌های نگران‌کننده

ما گوشی‌های خود را به طور متوسط ۳۴۴ بار در روز چک می‌کنیم، یعنی هر چهار دقیقه یک بار! و در این میان، ما به طور ناخودآگاه از خواندن عمیق و توجه به چیزهای مهم غافل می‌شویم. در واقع، ما هر چیزی را که روی صفحه نمایش ظاهر می‌شود، به جای خواندن، از نظر می‌گذرانیم.

نجات از زندان کلمات

اما در این دنیای شلوغ، راهی برای نجات وجود دارد. ما باید یاد بگیریم که چگونه از این زندان کلمات رهایی یابیم و ارتباطات مؤثر و معناداری برقرار کنیم. باید به سمت گزیده‌گویی هوشمندانه حرکت کنیم؛ ابزاری که به ما کمک می‌کند تا در این اقیانوس کلمات، صدای خود را به وضوح و با تأثیر بیشتری به گوش دیگران برسانیم.

در نهایت، این کتاب می‌تواند چراغ راهی باشد برای کسانی که می‌خواهند در دنیای پر از کلمات، نه تنها زنده بمانند، بلکه بدرخشند. بیایید با هم به سوی ارتباطاتی عمیق‌تر و معنادارتر حرکت کنیم و از این اقیانوس بی‌پایان کلمات، به ساحل آرامش و وضوح برسیم.

یافته‌های علمی درباره حواس پرتی و چالش‌های ارتباطی در دنیای امروز، شواهد کمی وجود دارد که نشان دهد رفتارهای ما در بزرگسالی باعث تغییرات اساسی در ساختار مغز می‌شود. در واقع، ما همیشه مستعد حواس پرتی بوده‌ایم، اما اکنون با انبوهی از حواس پرتی‌های دقیقه به دقیقه مواجه هستیم. این وضعیت دو نقطه ضعف انسانی را همزمان هدف قرار می‌دهد:

۱. چندکارگی: بسیاری از ما به طور همزمان چند کار را انجام می‌دهیم و وقتی حواسمان پرت می‌شود، برای تمرکز دوباره باید زحمت زیادی بکشیم. تحقیقات نشان می‌دهد که برای اکثر افراد بیش از بیست دقیقه طول می‌کشد تا پس از حواس پرتی دوباره روی کارشان تمرکز کنند.

۲. روش‌های قدیمی: جای تعجب نیست که روش‌های قدیمی برقراری ارتباط در این هرج و مرج غیرقابل پیش‌بینی جواب نمی‌دهد. ما در بیشتر ساعات بیداری خود غرق در آشفتگی و اطلاعات بی‌فایده هستیم و وقتی به رختخواب می‌رویم، به دنبال لذت‌های زودگذر هستیم. این دیوانگی ذهن مدرن است.

دلایل ابهام فزاینده

این ابهام فزاینده در کلمات دو دلیل اصلی دارد:

۱. رشد فناوری: اینترنت و گوشی‌های هوشمند دروازه‌هایی را به روی ما گشوده‌اند تا هر چیزی را به صورت رایگان و فوری ببینیم و بگوییم. همه ما به شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، گوگل، توئیتر و تیک‌تاک دسترسی داریم. آیا از این امکانات به درستی استفاده می‌کنیم یا سوءاستفاده می‌کنیم؟ ما می‌توانیم افکارمان را به اشتراک بگذاریم، اما آیا این اشتراک‌گذاری

واقعاً مفید است؟

۲. عادت‌های قدیمی: مردم همچنان ایمیل‌ها، نامه‌ها، یادداشت‌ها و کتاب‌ها را به شیوه‌ای مشابه با سال ۱۹۸۰ منتشر می‌کنند. با وجود اینکه می‌دانیم زمان کمتر، گزینه‌های بیشتر و حواس‌پرتی‌های بی‌پایان داریم، اما همچنان همان تعداد کلمات یا حتی بیشتر را بیان می‌کنیم و به همان شیوه‌ای می‌نویسیم که نسل‌های گذشته می‌نوشتند.

مارک تواین در سال ۱۸۷۱ در نامه‌ای به دوستش نوشت: «وقت نداشتم برای یک نامه کوتاه بنویسم؛ برای همین یک نامه طولانی نوشتم.» این واقعیت همچنان ادامه دارد. ما با زیاده‌گویی سعی می‌کنیم هوش و ذکاوت خود را به رخ دیگران بکشیم.

عواقب زیاده‌گویی

این عادت‌ها به مشکلاتی منجر شده‌اند:

۱. میلیاردها کلمه هدر رفته است.

۲. تقریباً یک سوم ایمیل‌های کاری که به توجه نیاز دارد، خوانده نمی‌شود.

۳. بیشتر کلمات در اکثر گزارش‌های خبری دیده نمی‌شود.

۴. فصل‌های زیادی از اکثر کتاب‌ها دست نخورده باقی می‌ماند.

این مشکل در تمام محل‌های کار در آمریکا حادث‌تر است. فرقی نمی‌کند در شرکت اپل کار کنید یا یک کسب‌وکار کوچک داشته باشید؛ هیچ چیز به اندازه وادار کردن مردم به تمرکز روی مسائل مهم دشوار نیست.

چالش‌های جدید در دنیای دورکاری

واقعیت دورکاری در دنیایی که توسط کووید-۱۹ تغییر کرده است، ارتباطات را به یک نقطه ضعف پیچیده و مهم برای تمام شرکت‌ها، رهبران و کارگران تبدیل کرده است. این مشکل به زودی در تمام سازمان‌ها فراگیر خواهد شد، زیرا یک فرهنگ پویا و استراتژی روشن در دنیای آشفته نیازمند ارتباطات قوی است.

استیوارت با ترفیلد، مدیر اجرایی شرکت اسلک، می‌گوید که در یک شرکت فرضی با ده هزار کارمند که یک میلیارد دلار صرف پرداخت حقوق می‌شود، ۵۰ تا ۶۰ درصد از زمان کارمندان به نوعی صرف ارتباطات می‌شود. با این حال، هیچ‌کس ابزار و آموزش‌های لازم برای انجام درست این کار را فراهم نمی‌آورد. در نهایت، برای موفقیت در دنیای پیچیده و پر از حواس‌پرتی امروز، نیاز به ارتباطات مؤثر و کارآمد داریم. باید یاد بگیریم که چگونه از این چالش‌ها عبور کنیم و با استفاده از روش‌های نوین ارتباطی، به بهبود کیفیت ارتباطات خود پردازیم.

چالش بزرگ: تمرکز در دنیای آشفته

همه ما با یک چالش بزرگ مواجه هستیم: چگونه می‌توانیم دیگران را وادار کنیم که در این دنیای آشفته و پر از حواس‌پرتی، روی چیزهای مهم تمرکز کنند؟ پاسخ این سوال در درک نحوه استفاده مردم از محتوا نهفته است.

سازگاری با رفتار مخاطب

به جای اینکه بخواهید مردم را به روش‌هایی که شما دوست دارید و یا به شیوه‌ای که قبلاً انجام می‌دادند، وادار به تمرکز کنید، باید به نحوه استفاده آن‌ها از محتوا سازگار شوید. این یعنی باید درک کنید که چگونه مخاطبان

شما به اطلاعات واکنش نشان می‌دهند و بر اساس آن، رویکرد خود را تغییر دهید.

گزیده گویی هوشمندانه

با استفاده از تکنیک گزیده گویی هوشمندانه، می‌توانید به سرعت این تغییر را اعمال کنید. این روش به شما این امکان را می‌دهد که پیام‌های خود را به صورت مختصر و مؤثر منتقل کنید و توجه دیگران را جلب کنید.

جنبه مثبت: نفوذ به قلب‌ها

با این شیوه، شما یاد می‌گیرید که چگونه با کلمات خود به قلب دیگران نفوذ کنید. می‌توانید آنچه را برایتان مهم است به گوش دیگران برسانید و ایده‌های کلیدی خود را به شکلی مؤثر معرفی کنید.

آزادی بخش و قابل‌تعلیم

این شیوه جدید تفکر و برقراری ارتباط نه تنها آزادی بخش است، بلکه به راحتی قابل‌تعلیم نیز می‌باشد. با یادگیری و تمرین این مهارت‌ها، می‌توانید در دنیای پر از حواس‌پرتهی امروز، ارتباطات مؤثرتری برقرار کنید و تأثیر بیشتری بر روی دیگران بگذارید. با سازگاری با رفتار مخاطبان و استفاده از گزیده گویی هوشمندانه، می‌توانید به چالش تمرکز در دنیای آشفته امروز پاسخ دهید و ارتباطات خود را به سطح جدیدی ارتقا دهید. این مسیر نه تنها به شما کمک می‌کند تا پیام‌های خود را به طور مؤثر منتقل کنید، بلکه به شما این امکان را می‌دهد که ارتباطات عمیق‌تری با دیگران برقرار کنید.

بخش اول

گزیده گویی هوشمندانه چیست

مختصر و مفید

گزیده گویی: کلید اعتماد به نفس

در دیوار دفتر استارتاپ ما، آکسیوس، تکه‌ای کاغذ آویزان است که جمله‌ای قدرتمند را به نمایش می‌گذارد: «گزیده گویی نشانه اعتماد به نفس و اطاله کلام نشانه ترس است.» این جمله نه تنها یک شعار، بلکه یک فلسفه است که در دنیای پر از حواس‌پرتی امروز، اهمیت ویژه‌ای دارد.

ما، سازندگان کلمات

ما یک شرکت رسانه‌ای هستیم که با کلمات نفس می‌کشیم و از آن‌ها زندگی می‌کنیم. کلمات برای ما نه تنها ابزار ارتباطی، بلکه منبع درآمد و تأثیرگذاری هستند. ما تلاش می‌کنیم تا مدیران اجرایی، رهبران سیاسی و علاقه‌مندان به اخبار را به استفاده از محتوای خود ترغیب کنیم و به آن‌ها نشان دهیم که چگونه می‌توانند با کلمات خود تأثیرگذار باشند.

راه‌حل ما: گزیده گویی هوشمندانه

برای مقابله با ابهام و سردرگمی ناشی از انبوه کلمات، ما به مردم پیشنهاد می‌دهیم که از گزیده گویی هوشمندانه استفاده کنند. این یک استراتژی انقلابی است که به شما کمک می‌کند تا با تفکر دقیق‌تر و ارتباط واضح‌تر، زمان خود و دیگران را صرفه‌جویی کنید. با این روش، می‌توانید با گفتن کمتر، مفاهیم بیشتری را منتقل کنید و این بزرگ‌ترین قدرت شماست.

تحول در دنیای اطلاعات

در دنیای دیجیتال امروز، نحوه استفاده ما از اطلاعات به شدت تغییر کرده است. اما با افزایش حواس‌پرتی و غرق شدن در اطلاعات، نیاز به تغییر در نحوه نوشتن و ارتباط ما احساس می‌شود. گزیده گویی هوشمندانه به طور خاص این چالش را هدف قرار می‌دهد. در این کتاب، به شما نشان خواهیم

داد که چگونه با استفاده از کلمات قوی، جملات مختصر، تصاویر ساده و ایده‌های نوآورانه، می‌توانید نوشته‌های خود را از مطالب فراموش شده به آثار به یادماندنی تبدیل کنید.

مزایای شگفت‌انگیز گزیده گویی

ما به شما خواهیم آموخت که چگونه اطلاعات، عادت‌های مصرف افراد و روندهای مدرن دنیای دیجیتال می‌تواند مزایای شگفت‌انگیز ارتباط کوتاه‌تر و هوشمندانه‌تر را نمایان کند. استراتژی‌هایی که در راه‌اندازی دو شرکت مان (آکسیوس و پلیتیکو) به ما کمک کرده، به شما آموزش خواهیم داد.

کتابی برای همه، نه فقط روزنامه‌نگاران

این کتاب برای همه نوشته شده است، نه فقط روزنامه‌نگاران. اگر دانشجو هستید، گزیده گویی هوشمندانه به شما کمک می‌کند مقالات خود را جذاب‌تر و تأثیرگذارتر ارائه دهید. اگر مدیر فروش هستید، این روش به شما کمک می‌کند تا محصولات خود را به بهترین شکل ممکن معرفی کنید و در دنیای رقابتی موفق شوید. اگر یک سازمان را اداره می‌کنید، چه یک شرکت بزرگ، دانشگاه یا سازمان غیرانتفاعی، گزیده گویی هوشمندانه به شما کمک می‌کند تا پیام‌تان را به وضوح و به یادماندنی بیان کنید و همه را با خود هماهنگ کنید. اگر می‌خواهید اطلاعات مهمی را به دیگران منتقل کنید، این کتاب راز شنیده شدن حرف‌هایتان را به شما می‌آموزد.

نتیجه‌گیری: قدرت کلمات

نکته کلیدی این است که اگر مردم نتوانند حرف‌های شما را درک

کنند، نمی‌توانید آن‌ها را به پذیرش ایده‌ها یا استراتژی‌های خود ترغیب کنید. با روش‌های قدیمی ارتباط، احتمالاً هیچ‌کس به شما گوش نخواهد داد. ما به شما خواهیم آموخت که چگونه تفکر خود را بازسازی کنید و خواهید دید که نوشته‌های شما با وضوح و قدرت در ذهن دیگران نفوذ می‌کند.

کلمات، ابزار قدرتمند شما

تصور کنید قدرت کلمات را در دست دارید. با گفتن کمتر، کارهای بیشتری انجام دهید! شاید در ابتدا نسبت به این ایده کمی تردید داشته باشید، اما همین تردید باعث می‌شود که به آن فکر کنید. حتی ما، بنیان‌گذاران آکسیوس، زمانی که در حال تولید محتوا برای رؤسای خود بودیم، با همین چالش روبه‌رو شدیم.

داستان آتمن: عشق به کلمات

آتمن، همسر جیم، از ایده نوشتن این کتاب چندان استقبال نکرد. او که عاشق کلمات و کتابخوانی بود، وقتی دید جیم مشغول نوشتن فصل‌های کتاب در گوشه‌اش است، نگاهی مشکوک به او انداخت. اما ما به او گفتیم که این بحث به معنای کم‌اهمیت کردن کلمات نیست. هنوز هم زمان‌هایی وجود دارد که باید روی میل‌لم داد و غرق در یک مقاله جذاب شد، یا یک کتاب خوب خواند و فیلم‌های کلاسیک را تماشا کرد.

قدرت کلمات مختصر

ما به شما نمی‌گوییم که فقط به خاطر پرهیز از اطاله کلام، باید کوتاه

بنویسید. بلکه هدف ما این است که جملات واضح و مؤثر بنویسید تا زمان شما و دیگران را صرفه جویی کنید و به نوشته‌هایتان روح و اهمیت بیشتری ببخشید. حقایق مهم و نکات ظریف را فراموش نکنید و از ساده گویی بیش از حد پرهیزید. ما به خبرنگاران خود می‌گوییم: «نوشته‌های شما باید کوتاه باشد، نه سطحی.»

تجدید نظر در ارائه اطلاعات

اگر می‌خواهید اطلاعات حیاتی در دنیای دیجیتال ماندگار شود، باید به طور اساسی در نحوه ارائه آن تجدید نظر کنید. به یاد داشته باشید که بسیاری از مردم مطالب شما را نخوانده رها می‌کنند یا تنها نگاهی اجمالی به آن می‌اندازند. بنابراین، هر کلمه و جمله‌ای که انتخاب می‌کنید باید تأثیرگذار و مفید باشد.

اولویت دادن به مخاطبان

مخاطبان شما در اولویت هستند. مردم مشغله‌های زیادی دارند و از زمان گران‌بهای خود انتظار دارند که اطلاعات جدید و مهمی را دریافت کنند. بنابراین، باید به آن‌ها آنچه را که واقعاً مهم است، ارائه دهید. روش‌ها و سبک دسترسی خود را برای برقراری ارتباط با مخاطبان تغییر دهید و همین حالا این کار را انجام دهید!

نتایج سریع و شگفت‌انگیز

اگر این تغییرات را در نحوه ارتباط خود اعمال کنید، شاهد نتایج سریع و شگفت‌انگیزی خواهید بود. گزیده گویی هوشمندانه نه تنها راندمان شما را در محل کار افزایش می‌دهد، بلکه شما را به یک سخنران تأثیرگذار و کاربر مفید در رسانه‌های اجتماعی تبدیل می‌کند. به این ترتیب، کلمات شما به

سرعت در قلب دیگران نفوذ خواهد کرد و شما می‌توانید در سایر جنبه‌های زندگی‌تان نیز تجدید نظر کنید.

صرفه‌جویی در زمان

بزرگ‌ترین ذی‌نفعان این تغییرات، کسانی هستند که سعی دارید با آن‌ها ارتباط برقرار کنید. گزیده‌گویی هوشمندانه می‌تواند ساعت‌ها زمان مدیران را صرفه‌جویی کند، شرکت‌ها را برای انجام مأموریت‌هایشان هماهنگ سازد و خلاقیت را برانگیزد. این روش در هر جایی، از دفتر کار تا دانشگاه یا کلیسا، مؤثر است.

اعتماد به نفس جدید

مهم‌ترین نکته این است که به زودی با استفاده از سخنان واضح و شفاف خود، اعتماد به نفس جدیدی خواهید یافت. خواهید دید که دیگران به حرف‌های شما گوش می‌دهند، آن‌ها را به خاطر می‌سپارند و نکات برجسته سخنان شما را به اشتراک می‌گذارند. با گزیده‌گویی هوشمندانه، حرف‌های شما شنیده خواهد شد و تأثیرگذار خواهد بود.

تبدیل شدن به یک افسانه

تصور کنید که با استفاده از قدرت کلمات خود، به افسانه‌ای در حوزه کاری خود تبدیل شوید. با گزیده‌گویی هوشمندانه، می‌توانید ایده‌های خود را به گوش همه برسانید و تأثیری ماندگار بر جای بگذارید. پس امروز شروع کنید و با کلمات کمتر، کارهای بیشتری انجام دهید!

تعریف مسئله گزیده‌گویی هوشمندانه

گزیده‌گویی هوشمندانه: هنر ارتباط در عصر دیجیتال

در دنیای پر از سر و صدا و شلوغی اطلاعات، گزیده گویی هوشمندانه به عنوان یک راه حل نوین برای برقراری ارتباط مؤثر ظهور کرده است. این روش نه تنها به شما کمک می کند تا پیام های خود را به طور مؤثر منتقل کنید، بلکه به شما این امکان را می دهد که در این دنیای آشفته، صدای خود را به وضوح بشنوید.

قدرت کلمات مختصر

تسلط بر هنر گزیده گویی به شما این امکان را می دهد که در عین مختصر بودن، عمیق و تأثیر گذار باشید. بیشتر افراد در تلاشند تا با کلمات پیچیده و توضیحات طولانی، خود را به عنوان یک سخنران ماهر نشان دهند، اما در واقع، این کار فقط باعث سردرگمی و خستگی مخاطب می شود. شما می توانید با گزیده گویی، این روند را تغییر دهید و به مخاطبان خود تجربه ای جذاب و دلنشین هدیه دهید.

داستان گویی: یک تجربه مشترک

تصور کنید در یک کافه دنج نشسته اید و با دوستی در حال گپ زدن هستید. شما می خواهید داستانی جذاب تعریف کنید یا اطلاعاتی جالب را به اشتراک بگذارید. مردم به دنبال چیزهای نو و هیجان انگیز هستند و از شما می خواهند که آن را به طور مختصر و واضح بیان کنید. اینجا است که هنر گزیده گویی به کار می آید. اما چرا وقتی می نویسیم، این اصل را فراموش می کنیم؟

بحران ارتباطی: از کلمات به سردرگمی

در مسیر تکامل ما، به جای اینکه به هنرمندانی با کلمات تبدیل شویم، به افرادی پر حرف و لاف زن تبدیل شده ایم. نوشته های ما خشک و بی روح

شده و اصالت مان از بین رفته است. دیوید راجرز، یکی از بنیان‌گذاران گزیده‌گویی هوشمندانه، به خوبی این واقعیت را درک کرد. او به جیم، خبرنگار جوان، گفت که نوشته‌اش «چرندیات» است و با اصلاح ساختار آن، به او یاد داد که چگونه می‌تواند با جملات مختصر و واضح در ذهن خوانندگان نفوذ کند.

حقیقت تلخ: نویسندگان و متفکران کسالت آور

حقیقت تلخ این است که بسیاری از ما نویسندگان افتضاح و متفکران کسالت‌آوری هستیم. همه ما این احساس را تجربه کرده‌ایم: یک ایده درخشان داریم، اما وقتی آن را می‌نویسیم، به نظر می‌رسد فقط یک مشت چرندیات است. اما وقتی کسی دیگر همان ایده را با صدای بلند بیان می‌کند، به نظر می‌رسد که کاملاً استادانه است. اینجا است که احساس ناکامی و شکست می‌کنیم.

گزیده‌گویی: کلید موفقیت

به گزیده‌گویی هوشمندانه به عنوان یک ابزار برای اصلاح و ساختاربندی افکارتان فکر کنید. با به کارگیری این روش، هر بار که حرفی برای گفتن دارید، می‌توانید با اطمینان و هوش بیشتری ارتباط برقرار کنید. این یک ساختار قابل تکرار است که به شما کمک می‌کند تا در جمع، به فردی منظم و باهوش تبدیل شوید.

موفقیت‌های آکسیوس: از ایده تا عمل

این دستورالعمل‌ها که طی سال‌ها به تکامل رسیده‌اند، باعث شده است خبرنامه‌های رسانه‌ای ما در آکسیوس به یکی از پرخواننده‌ترین و

سودآورترین خبرنامه‌های آمریکا تبدیل شوند. اما مهم‌تر از همه، این روش ارتباط متفکران و شرکت‌های نوآور را با دیگران در داخل و خارج کشور تغییر داده است.

ماجرای جالب: درخواست‌های مدیران

چند سال پس از راه‌اندازی آکسیوس، مدیران اجرایی شرکت‌های بزرگ از NBA گرفته تا شرکت‌های خطوط هوایی و سازمان‌های غیرانتفاعی با ما تماس گرفتند و یک سؤال مشابه پرسیدند: «آیا راهی وجود دارد که ما هم بتوانیم به همین روش ارتباط برقرار کنیم؟» پاسخ اولیه ما این بود که ما یک شرکت رسانه‌ای هستیم، نه معلمی که به دیگران نوشتن می‌آموزد. اما با افزایش تعداد تماس‌ها، ما شروع به تحقیق کردیم تا بفهمیم چرا شرکت‌های بزرگ در نحوه ارتباط با دیگران دچار مشکل هستند.

واقعیت تلخ: شرکت‌ها و افراد

به نظر می‌رسید حق با میت رامنی بود که در سخنرانی‌اش به عنوان نامزد حزب جمهوری خواه گفت: «شرکت‌ها نیز مانند مردم هستند.» آن‌ها هم زیر بار انبوه کلمات فلج شده بودند، فقط در مقیاس بسیار وسیع‌تر. آن‌ها در متون، ایمیل‌ها و پیام‌های شرکتی غرق شده بودند و معلوم نبود چه کسی چه چیزی را می‌خواند و چرا. جای تعجب نیست که مطالعات نشان داد اکثر کارمندان احساس سردرگمی و آشفتگی می‌کنند.

نتیجه‌گیری: قدرت گزیده‌گویی

اگر در دنیای پر از اطلاعات و حواس‌پرتی امروز می‌خواهید تأثیرگذار باشید، باید به گزیده‌گویی هوشمندانه روی آورید. این روش نه تنها به شما

کمک می کند تا افکارتان را به طور مؤثر منتقل کنید، بلکه به شما این امکان را می دهد که در دنیای شلوغ ارتباطات، صدای خود را به وضوح بشنوید. پس امروز شروع کنید و با گزیده گویی هوشمندانه، پیام های خود را به قلب مخاطبان بفرستید!

چهار ستون گزیده گویی هوشمندانه: کلید موفقیت در ارتباطات تصور کنید که در دنیای پر از سر و صدا و اطلاعات، شما یک جادوگر کلمات هستید. گزیده گویی هوشمندانه به شما این قدرت را می دهد که با استفاده از چهار ستون اصلی، پیام های خود را به شکلی جذاب و تأثیرگذار منتقل کنید. بیایید به این چهار ستون جادویی نگاهی بیندازیم:

۱. عنوانی که جلب توجه کند:

تصور کنید وارد یک اتاق شلوغ می شوید و همه به شما نگاه می کنند. عنوان شما باید همانند یک جرقه در تاریکی باشد! در توییت ها، تیترا مقالات یا عنوان ایمیل ها، به شش کلمه یا کمتر نیاز دارید تا مثل یک آهنربا، توجه ها را به خود جلب کنید. این عنوان باید طوری باشد که افراد را از دنیای تیک تاک و تیندر به سمت خود بکشاند.

۲. جمله آغازین که فراموش نشدنی باشد:

جمله اول شما باید مانند یک آتش بازی در آسمان شب باشد. باید چیزی بگوید که دیگران نمی دانند، اما باید بدانند. این جمله باید واضح،

کوتاه و به شدت جذاب باشد. به یاد داشته باشید، اولین تأثیر همیشه ماندگار است!

۳. محتوا: چرا این موضوع مهم است؟

ما همه گاهی از پرسیدن می ترسیم یا خجالت می کشیم. اما حقیقت این است که همه ما اطلاعات ناقصی داریم. باید به مخاطب توضیح دهید که چرا حقیقتی که بیان می کنید یا ایده ای که در سر دارید، حائز اهمیت است. اینجا جایی است که شما می توانید به عنوان یک راهنما بدرخشید و آن‌ها را به دنیای تازه ای ببرید.

۴. انتخاب: آزادی در یادگیری:

به مخاطب خود آزادی بدهید. کسی را مجبور نکنید بیشتر از آنچه تمایل دارد بخواند یا بشنود. اگر آن‌ها تمایل به یادگیری بیشتر دارند، باید چیزی در اختیارشان بگذارید که واقعاً ارزش وقت گذاشتن داشته باشد. این کار را با دقت انجام دهید و به آن‌ها این احساس را بدهید که خودشان در انتخاب اطلاعات آزادند.

Axios HQ: جادوگری در دنیای ارتباطات

ما با استفاده از تجربیات خود از نوشتن صدها هزار گزارش، ابزاری به نام Axios HQ خلق کردیم. این ابزار مانند یک جادوگر در دنیای ارتباطات عمل می کند و به شما کمک می کند تا گزیده گویی هوشمندانه را به راحتی یاد بگیرید. این فناوری به سازمان‌های بزرگی مانند NFL، شرکت‌های معتبر و سیاست‌مداران کمک کرده تا ارتباطات خود را به سطحی جدید برسانند. آن‌ها با استفاده از Axios HQ، دو تا سه برابر بیشتر با دیگران تعامل می کنند.

داستان‌هایی از موفقیت

در این کتاب، داستان‌های واقعی از موفقیت‌های این ابزار را با شما به اشتراک می‌گذاریم. این داستان‌ها نشان می‌دهند که چگونه گزیده‌گویی هوشمندانه می‌تواند دنیای شما را تغییر دهد. اگر می‌خواهید بیشتر بدانید، به وبسایت SmartBrevity.com سر بزنید و جادوی گزیده‌گویی را کشف کنید!

نشاط هوشمندانه: جادوی ارتباطات

در این کتاب، گاهی اوقات از مسیر گزیده‌گویی هوشمندانه منحرف می‌شویم تا به دنیای شگفت‌انگیز ارتباطات پردازیم. این انحراف نه به معنای فراموشی اصل موضوع، بلکه فرصتی است برای کشف ابعاد جدید و جذاب هنر ارتباط.

نرده‌های محافظ یا زنجیرهای محدودکننده؟

تصور کنید که گزیده‌گویی هوشمندانه مانند یک نرده محافظ در باغی زیبا عمل می‌کند. این نرده‌ها نه تنها از شما در برابر خطرات محافظت می‌کنند، بلکه به شما این امکان را می‌دهند که در دنیای شلوغ ارتباطات، آزادانه حرکت کنید. اگر این روش را در زندگی روزمره‌تان به کار بگیرید، روابط شما به سرعت یادماندنی‌تر و تأثیرگذارتر خواهد شد. هدف شما باید جلب توجه، اطلاع‌رسانی و برانگیختن احساسات مخاطبان باشد.

مکالمات انسانی: غیرقابل پیش‌بینی

مکالمات انسانی همیشه از یک الگوی مشخص پیروی نمی‌کنند. گاهی اوقات، یک جمله جذاب می‌تواند به عنوان مقدمه‌ای برای موضوع اصلی

عمل کند. فرض کنید در یک مهمانی هستید و می‌خواهید داستانی از یک سفر هیجان‌انگیز به یک جزیره دورافتاده تعریف کنید. شما می‌گویید: "شما هیچ وقت تصور نمی‌کنید که در آن جزیره، یک درخت نارگیل با چهره‌ای شبیه به یک انسان پیدا کردم!" این جمله می‌تواند توجه همه را جلب کند و آن‌ها را به شنیدن ادامه داستان ترغیب کند.

گزیده گویی هوشمندانه: سمفونی کلمات

گزیده گویی هوشمندانه مانند یک سمفونی از کلمات است که به شما کمک می‌کند تا پیام‌های خود را به شکلی زیبا و مؤثر منتقل کنید. تصور کنید که هر کلمه‌ای که می‌گویید، نت‌های یک آهنگ زیبا هستند که با هم ترکیب می‌شوند تا یک اثر هنری خلق کنند. این روش به شما کمک می‌کند تا در دنیای شلوغ ارتباطات، صدای خود را به وضوح بشنوید و به مخاطبان‌تان احساس خاصی منتقل کنید.

چالش در سازمان‌های اطلاعاتی: جستجوی حقیقت

سازمان‌های اطلاعاتی با چالش‌های جدی مواجه هستند. تحلیلگران در حال بررسی اطلاعات حیاتی هستند، اما بسیاری از آن‌ها نتایج مهم را در میان ابهام کلمات پنهان می‌کنند. به عنوان مثال، در یک جلسه بحرانی، ممکن است یک تحلیلگر به جای بیان واضح تهدیدات، با جملات پیچیده و مبهم، اطلاعات را به صورت گنگ ارائه دهد. این چالش به ویژه در زمان‌های بحرانی به وجود می‌آید و نیاز به ارتباط واضح و مؤثر را بیشتر می‌کند.

نویسندگان اطلاعاتی: جادوگران کلمات

نویسندگان در این سازمان‌ها مانند جادوگران هستند که باید حقایق را از میان ابهام بیرون بکشند. تصور کنید که این نویسندگان با استفاده از

ترفندهای خاص، می‌توانند مهم‌ترین نکات را از میان انبوهی از اطلاعات استخراج کنند. یکی از بهترین روش‌ها این است که از نویسنده پرسید: "جالب‌ترین نکته‌ای که می‌خواهید به اشتراک بگذارید چیست؟" این سؤال می‌تواند به شما کمک کند تا به قلب موضوع برسید و اطلاعات را به شکلی جذاب و قابل فهم ارائه دهید.

چالش‌های نوشتن: از ابهام به وضوح

اما اگر از نویسنده بخواهید گزارشی درباره آن بنویسد، ممکن است آن را پنهان کند یا کنار بگذارد. بنابراین، نیاز به یک ساختار واضح و مؤثر برای ارائه اطلاعات وجود دارد. این ساختار باید به گونه‌ای باشد که مخاطب به راحتی بتواند اطلاعات را درک کند و از آن بهره‌برداری کند. به عنوان مثال، اگر شما یک گزارش درباره وضعیت اقتصادی کشور تهیه می‌کنید، به جای استفاده از جملات طولانی و پیچیده، می‌توانید به سادگی بگویید: "اقتصاد در حال رشد است، اما چالش‌های جدی مانند بیکاری وجود دارد."

نتیجه‌گیری: قدرت گزیده‌گویی

اگر می‌خواهید در دنیای پر از اطلاعات و حواس‌پرتی امروز تأثیرگذار باشید، باید به گزیده‌گویی هوشمندانه روی آورید. این روش به شما کمک می‌کند تا افکارتان را به‌طور مؤثر منتقل کنید و در دنیای شلوغ ارتباطات، صدای خود را به وضوح بشنوید. بنابراین، امروز شروع کنید و با گزیده‌گویی هوشمندانه، پیام‌های خود را به قلب مخاطبان برسانید!

مثال شماره ۱: جشن تولد جیمی در سرزمین ترامپولین‌ها



عنوان

تصور کنید که شما یک کودک هستید و قرار است جشن تولد دوست صمیمی‌تان رو در یک پارک ترامپولین جدید برگزار کنید! چه هیجانی داره!

جمله آغازین

وای! باورتون همیشه چه اتفاقی افتاده! طوفان هفته پیش باعث شد که برنامه‌های جشن تولد جیمی به هم بریزه. اما نگران نباشید، ما یه پارک ترامپولین فوق‌العاده پیدا کردیم که همه بچه‌ها می‌تونن توش بپرن و بازی کنن. فردا ظهر همه با هم میریم اونجا و جشن تولد جیمی رو جشن می‌گیریم!

اهمیت موضوع

فقط یه مشکل کوچولو داریم: پارک ترامپولین یکم دورتر از جایی هست که قرار بود جشن رو اونجا برگزار کنیم. قبلاً فقط نیم ساعت با ماشین فاصله داشت، اما این پارک جدید فضای بیشتری داره. با اینکه ۴۰ دقیقه دورتره، اما برای بازی و جشن گرفتن مناسب‌تره. پس بهتره یکم زودتر حرکت کنیم تا به موقع برسیم.

بررسی عمیق‌تر

پارک ترامپولین جدید توی خیابون ویلسون ۱۱۰۰ هست، همون جایی که اون رستوران سوشی خوشمزه هست که یه بار رفتیم. مهمونی از ظهر شروع میشه و تا ساعت ۴ بعدازظهر ادامه داره. می‌تونید اونجا بمونید و بازی کنید یا برید. مربی بچه‌ها هم هست و ناهار و خوراکی هم سرو می‌کنن. لباس مناسب بپوشید، مثل شورت و تی‌شرت و جوراب. حتماً جوراب

پوشید تا پاهاتون نسوزه! ساعت ۱۲ ظهر همه باید اونجا باشیم. ساعت ۴ هم بچه‌ها رو تحویل می‌گیریم و برمی‌گردیم. نمی‌تونم دیگه صبر کنم، این جشن تولد خیلی هیجان‌انگیزه!

مثال شماره ۲: هیئت مدیره در شوک فروش!

عنوان

هیئت مدیره رو با آمار فروش باورنکردنی مون شوکه کردیم!

جمله آغازین

چهارشنبه گذشته توی جلسه هیئت مدیره، گزارش پیشرفت مون رو ارائه دادیم. آمار فروش محصولات تو سه ماهه اخیر واقعاً عالی بود! به هیئت مدیره گفتیم که فروش ۱۲ درصد رشد داشته. این رشد باعث میشه که ۹۰ درصد به اهداف نیمه دوم سال نزدیک بشیم. هیئت مدیره هم از این آمار شگفت‌زده شدن!

اهمیت موضوع

فروش خوب به این معنی که می‌تونیم سرمایه‌گذاری‌های خوبی توی توسعه محصول و بازاریابی انجام بدیم. قراره تیم فناوری رو تقویت کنیم، به خصوص بخش یادگیری ماشین و بازاریابی. این کار باعث میشه که محصولات جدیدتری به بازار عرضه کنیم و از تیم آوا هم حمایت کنیم. همچنین قراره با شرکت‌های دیگه هم همکاری‌های جدید و هیجان‌انگیزی داشته باشیم تا متخصصان بیشتری به تیم مون اضافه بشن.

بررسی عمیق‌تر

محصول ما خودش به تعریف نیاز نداره، چون طرح جدید تیم آوا که طی سه هفته توی گروه‌های متمرکز آزمایش شده، مشتری‌ها رو راضی کرده. پس لطفاً مطالب تیم آوا رو توی شبکه داخلی بخونید و ببینید چه کارهای جالبی کردن. اگر هم سوالی داشتید، حتماً پرسید!

راه رسیدن به انتهای ماجرای گزیده گویی

اعترافی از دل: سه نفر که از گزیده گویی فراری بودند

چالش‌های اولیه

ما سه نفر، در ابتدا به گزیده‌گویی هوشمندانه به چشم یک دشمن نگاه می‌کردیم. شاید شما هم با این احساس آشنا باشید. اما سفر ما به سمت این روش جدید ارتباطی به ما نشان داد که چقدر به آن نیاز داریم. وقتی شیوه‌های ارتباطی مان را تغییر می‌دهیم، در واقع درهای موفقیت را به روی خودمان باز می‌کنیم.

سابقه ما

به عنوان روزنامه‌نگار، ما به نوشتن طولانی و پر از جزئیات عادت کرده بودیم. مایک و جیم به خاطر پوشش‌های خبری انتخاباتی، با نوشتن صدها هزار کلمه به شهرت رسیدند. ما با رؤسای جمهور مصاحبه کردیم و در برنامه‌های تلویزیونی به بحث و گفتگو پرداختیم.

اما هرگز از خود نپرسیدیم: آیا کسی واقعاً این مطالب را می‌خواند؟ آیا این اطلاعات برای کسی مفید است؟

سپس، اینترنت به میدان آمد و این مانند زنگ خطر بود. دنیای وب به ما نشان داد که چه کسانی واقعاً چه چیزهایی را می‌خوانند.

داده‌ها به ما یک حقیقت تلخ را نشان دادند: بیشتر افراد حتی حوصله خواندن مطالب ما را ندارند. ما صفحات را پر می‌کردیم، اما آن‌ها فقط سیاه‌چاله‌هایی بودند که وقت و انرژی ما را می‌گرفتند.

اکثر مردم تنها تیتراژها را می‌خواندند و برخی فقط به چند پاراگراف اول بسنده می‌کردند. تصور کنید که یک هنرمند باشید و ناگهان متوجه شوید

که هیچ کس به آثار شما گوش نمی‌دهد!

ری و تجربه‌اش

ری نیز در دنیای مشاوره با چالش‌های مشابهی مواجه بود. او پاورپوینت‌ها و گزارش‌های طولانی تهیه می‌کرد که به ندرت کسی آن‌ها را می‌خواند. در حالی که در مقطع کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار تحصیل می‌کرد، از خود می‌پرسید: چرا هیچ کس به او یاد نداده که چگونه به شیوه‌ای مؤثر ارتباط برقرار کند؟ اما او هم به زودی در دام نوشتن‌های طولانی افتاد.

ظهور نیکلاس جانستون

نیکلاس جانستون، یک کارگاه نویسندگی در بلومبرگ برگزار می‌کرد و قصد داشت پایگاه خبری خود را با عنوان "اولین کلمه" در واشنگتن راه‌اندازی کند. او گزارش‌های خبری مختصر و پرمحتوا را برای اعضای داخلی واشنگتن پست و وال استریت ژورنال ارائه می‌داد. کارهای او به شدت مورد استقبال قرار گرفت، زیرا خوانندگان پرمشغله نیازی به اطلاعات اضافی نداشتند.

نیک داستان‌های جالب از روزی که یکی از خبرنگارانش دستور عجیبی از رید، رهبر سابق دموکرات‌ها، دریافت کرد، تعریف می‌کرد: "تا زمانی که چهار کلمه اول این است: رید در انتخابات شرکت نمی‌کند، باقی‌اش برای من اهمیتی ندارد." خوانندگان نمی‌خواستند جزئیات زندگی رید را بدانند. آن‌ها فقط می‌خواستند بدانند که چه اتفاقی افتاده و چه کسی قرار است جایگزین او شود.

نیک از بلومبرگ جدا شد تا اتاق خبری ما را مدیریت کند و به زودی به

یک مبلغ حاضر جواب تبدیل شد. او شعارهایی مانند "شجاعت داشته باشید!" و "ابهام کلمات فقط سردرد می آورد!" را روی دیوارهای اتاق خبری ما نوشت.

دنیای جدید اطلاعات

اینترنت درهای جدیدی را به روی ما گشود و همه چیز را سریع تر از آنچه تصور می کردیم، تغییر داد. ما متوجه شدیم که برای موفقیت، باید به سادگی و وضوح در ارتباطات مان اهمیت بدهیم و از گزیده گویی هوشمندانه به عنوان ابزاری برای جذب توجه و انتقال مؤثر پیام‌ها استفاده کنیم.

داستان ظهور آکسیوس: از پلیتیکو تا گزیده گویی هوشمندانه

آغاز یک سفر جدید

در دنیای رسانه‌های سنتی، مایک و جیم با شجاعت از دنیای روزنامه‌نگاری کلاسیک جدا شدند و به سمت یک ماجراجویی جدید رفتند. آن‌ها تصمیم گرفتند پلتفرمی نوین به نام پلیتیکو را راه‌اندازی کنند. جیم هنوز یادش هست که چگونه دونالد گراهام، مالک سابق واشنگتن پست، با چهره‌ای نگران او را به دفترش کشاند و با صدای لرزانش گفت: "تو داری مرتکب یک اشتباه بزرگ می شوی." اما آن‌ها به این هشدار توجه نکردند؛ چرا که نیازی به نشریات چاپی یا مؤسسات بزرگ برای بیان نظرات خود نمی دیدند.

تولد یک استارت‌آپ

این دو دوست با شور و شوق، استارت‌آپی در عرصه رسانه‌های دیجیتال



راه‌اندازی کردند. همسر جیم نامی جالب برای آن انتخاب کرد: پلتيكو. آن‌ها با بهره‌گیری از تلویزیون کابلی و اشتیاق بی‌پایان مردم به دنیای سیاست، به شبکه‌های اینترنتی متصل شدند.

موفقیت‌های اولیه

این تصمیم به سرعت به موفقیت تبدیل شد. آن‌ها به عنوان مجری مناظرات ریاست جمهوری شناخته شدند و صداها نفر را استخدام کردند. ری، که در گالوپ مشغول به کار بود، به آن‌ها پیوست و گروه کوچک دوستانه‌شان را به یک کسب‌وکار واقعی تبدیل کرد.

تغییر نام و رویکرد

باور آن‌ها به کارشان به حدی بود که تصمیم گرفتند پلتفرم خود را به یک شرکت بزرگتر به نام آکسیوس تبدیل کنند. مایک و جیم در پلتيكو مشغول نوشتن ستون‌های ۱۶۰۰ کلمه‌ای درباره‌ی پرزیدنت اوپاما بودند که مرکز توجه واشنگتن دی‌سی بود. این ستون‌ها به نوعی صدای آن‌ها در دنیای رسانه‌ها بود و برخی از آن‌ها توسط یک میلیون نفر خوانده می‌شد.

داده‌ها و واقعیت تلخ

اما این احساس رضایت به زودی با واقعیت تلخی مواجه شد. آن‌ها متوجه شدند که حدود ۸۰ درصد مردم فقط در صفحه اول مطالب متوقف می‌شوند و حداکثر ۴۹۰ کلمه از آنچه به زعم خودشان بسیار مهم بود را می‌خوانند. این واقعیت، آن‌ها را به فکر واداشت.

تحقیقات و نتایج

برای درک بهتر وضعیت، آن‌ها با نشریات و رسانه‌های دیگر مانند

فیس بوک تماس گرفتند. بله، واقعیت این بود که اکثر مردم، حتی سیاستمداران، تنها عنوان مطلب و چند پاراگراف اول را می خواندند.

ایجاد پلیتیکو پرو

در همین زمان، آن‌ها با یکدیگر همکاری کردند و پلیتیکو پرو را راه اندازی کردند، یک سرویس خبری اشتراکی که از کسب و کارها و لابی گران هزینه می گرفت. آن‌ها شروع به تولید گزارش‌های مختصر و مفید کردند و شرکت‌های بزرگ با خوشحالی برای این خدمات هزینه می کردند.

بازخورد از خوانندگان

چند سال بعد، از خوانندگان نظرسنجی کردند و متوجه شدند که برخی از آن‌ها بیش از یکصد هزار دلار در سال برای این خدمات پرداخت می کنند. وقتی از آن‌ها پرسیدند چه چیزی برایشان ارزشمندتر است، تقریباً ۵ درصد گفتند برای گزارش‌های طولانی ارزش بیشتری قائل هستند.

تصویر کلی

این لحظه‌ای بود که به خود گفتند: "زندگی همیشه در حال تغییر است." حتی آگاه‌ترین خوانندگان نیز می خواستند با کلمات کمتر، اطلاعات بیشتری به دست آورند. آن‌ها متوجه شدند که باید به داده‌ها و نیازهای مشتریان توجه کنند، نه فقط صدای ذهن خودشان. به همین دلیل، در سال ۲۰۱۷ آکسیوس را با مفهوم گزیده گویی هوشمندانه راه اندازی کردند.

رویکرد جدید

آن‌ها محتوای توییت، نیویورک تایمز و سوابق مطالعاتی را درباره زمان

صفحه نمایش و دامنه توجه افراد بررسی کردند. سپس از خود پرسیدند: "اگر قرار باشد یک شرکت رسانه‌ای را بر اساس آنچه مخاطبان می‌خواهند، نه آنچه روزنامه‌نگاران و فروشندگان آگهی‌ها تبلیغ می‌کنند، راه‌اندازی کنیم، باید چگونه باشد؟"

نتیجه‌گیری

پاسخ روشن بود: اخبار و اطلاعات باید تا حد امکان هوشمندانه، واضح و مؤثر باشد. از شر مطالب اضافه و حواس‌پرتی خلاص شوید و فقط آنچه مغز انسان می‌خواهد را بنویسید. آن‌ها متعهد شدند که از اتلاف وقت مردم جلوگیری کنند و به آن‌ها نشان دهند که هر چه سخن کوتاه‌تر باشد، مؤثرتر است. اینجا بود که "گزیده گویی هوشمندانه" متولد شد.

۴

مخاطب در اولویت است

سفر به دنیای ارتباطات: از مخاطب تا گزیده گویی

نقطه آغاز: مخاطب در کانون توجه

در دنیای ارتباطات، اولین و مهم‌ترین اصل این است: مخاطب. اگر به جای تمرکز بر خودتان، به فکر خدمت به دیگران باشید - چه همکاران، چه دوستان یا همسایگان - به طور طبیعی از هدر دادن وقت و انرژی جلوگیری خواهید کرد. این موضوع شاید به نظر ساده بیاید، اما در واقع، بسیاری از افراد در این زمینه دچار اشتباه می‌شوند. ما معمولاً بیشتر به آنچه می‌خواهیم بگوییم فکر می‌کنیم تا آنچه دیگران واقعاً نیاز دارند بشنوند.

پاپ فرانسیس و درس‌های ارزشمند

پاپ فرانسیس در سپتامبر ۲۰۲۱ به کشیشان کاتولیک در اسلواکی توصیه

کرد که زمان موعظه‌های خود را از چهل دقیقه به ده دقیقه کاهش دهند. او به شوخی گفت: "راهبه‌ها بیشتر از همه خوشحال شدند، چون آن‌ها همواره قربانی موعظه‌های طولانی ما هستند."

پاپ با این اقدام، یک درس مهم را به ما یادآوری کرد: قبل از هر گونه ارتباط، ابتدا باید به نیازها و خواسته‌های مخاطبان خود فکر کنید.

تصویرسازی مخاطب

تصور کنید که می‌خواهید با یک فرد خاص ارتباط برقرار کنید. اگر تنها با یک نفر صحبت کنید، این کار ساده‌تر خواهد بود. اما اگر قصد دارید یک گروه را هدف قرار دهید، باید بر روی یک فرد خاص، یک نام، یک چهره یا یک شغل تمرکز کنید. این کار به شما کمک می‌کند تا پیام خود را شفاف‌تر و مؤثرتر منتقل کنید.

درس زندگی از کشیش گلید

در اواخر سال ۲۰۱۵، ما سه نفر در تلاش بودیم تا از پلیتیکو، که مانند فرزندمان بود، جدا شویم. جیم در یک کلیسا در الکساندریا، جورجیا نشسته بود و دیوید گلید، کشیش آنجا، درباره انتخاب‌های درست در زندگی صحبت می‌کرد. او می‌گفت فرزندانش همیشه از او می‌پرسند که چگونه می‌توانند در دنیای پرآشفتگی کار درست را انتخاب کنند. کشیش گلید به آن‌ها گفت: "تنها کاری که می‌توانید انجام دهید، انتخاب کار درست بعدی است."

قدرت پیام‌های کوتاه و مؤثر

این جمله چقدر ساده و در عین حال عمیق است. کشیش گلید به ما یاد



داد که در دنیای ارتباطات، پیام‌های کوتاه، هوشمندانه و مستقیم می‌توانند به عمق قلب مخاطب نفوذ کنند و در یاد او باقی بمانند.

او در یکی از سخنرانی‌هایش در کلیسا در اکتبر ۲۰۲۱ به نقل از ویلیام استرانک گفت: "نوشته‌های قوی باید مختصر و مفید باشند." جملات نباید حاوی کلمات اضافی باشند؛ درست مانند یک نقاشی که باید بدون خطوط اضافی باشد.

تمرکز بر یک مخاطب خاص

به جای اینکه سعی کنید با همه صحبت کنید، یک فرد باهوش و کنجکاو را در ذهن خود مجسم کنید. این شخص باید به موضوع شما علاقه‌مند باشد. آنچه شما ارائه می‌دهید باید به روشن شدن آنچه مخاطب از قبل می‌داند و آنچه ممکن است برای او جدید و آموزنده باشد، کمک کند. وقتی مخاطبان متوجه شوند که شما برای وقت و انرژی آن‌ها احترام قائل هستید، پیام شما به خوبی منتقل خواهد شد.

گزیده گویی هوشمندانه در عمل

مرحله بعدی و به همان اندازه مهم این است که پیام خود را به طور دقیق برای مخاطب هدف تنظیم کنید. وقتی مشخص کنید که می‌خواهید این شخص چه چیزهایی را به خاطر بسپارد و راه‌های واضح و به یادماندنی برای بیان آن پیدا کنید، واقعاً به گزیده گویی هوشمندانه دست خواهید یافت.

خود را بیازمایید: از یک دوست بخواهید آنچه را نوشته‌اید بخواند یا خودتان چند پاراگراف برای او بخوانید. سپس از او بخواهید ایده اصلی را که قصد داشتید منتقل کنید، بیان کند. این کار به شما کمک می‌کند تا ساده‌ترین راه برای بیان آنچه می‌خواهید بگویید را پیدا کنید.

راز ارتباطات مؤثر: گزیده گویی هوشمندانه

قدرت یک جمله ساده

تصور کنید که قادر باشید تمامی پیام‌های مهم خود را با یک جمله ساده و گیرا بیان کنید. این همان چیزی است که می‌تواند مخاطبان را به هیجان آورد. متأسفانه، ما معمولاً اطلاعات ارزشمند را در میان انبوهی از کلمات پنهان می‌کنیم و به جای اینکه به وضوح بیان کنیم، مخاطب را وادار می‌کنیم خود به تفسیر منظور ما پردازد. بنابراین، ضروری است که این رویه را کنار بگذاریم و پیام خود را به شکلی جذاب و تأثیرگذار منتقل کنیم.

ارتباطات شفاف، کلید موفقیت

یادگیری بیان افکار و ایده‌ها به صورت شفاف و منظم، نه تنها از هدر رفتن وقت و انرژی شما جلوگیری می‌کند، بلکه ارتباطات شما را به طرز چشمگیری بهبود می‌بخشد. متأسفانه، ما معمولاً به طور خودخواهانه با دیگران ارتباط برقرار می‌کنیم. هنگامی که می‌خواهیم چیزی بنویسیم، صحبت کنیم یا ضبط کنیم، بیشتر به آنچه می‌خواهیم بگوییم فکر می‌کنیم تا به نیازهای مخاطبان. این طرز تفکر باید تغییر کند.

عذرخواهی مؤثر و صادقانه

این موضوع را می‌توان در قالب یک عذرخواهی مطرح کرد: "واقعاً متأسفم که این حرف را زدم؛ اما این چیزی بود که در آن لحظه به ذهنم رسید... در واقع، کاری که قبلاً انجام دادید موجب ناراحتی من شد و مرا وادار کرد تا آن حرف‌های ناپسند را بیان کنم..."

اما یک شیوه بهتر برای عذرخواهی می‌تواند این باشد: "از اینکه آن

حرف را زدم واقعاً متأسفم!"

این مثال نشان می‌دهد که چگونه قصد عذرخواهی واقعی می‌تواند در میان کلمات اضافی گم شود. افرادی که ترس دارند، معمولاً پشت کلمات پنهان می‌شوند.

تأثیر در محیط کار و تحصیل

این مسئله را می‌توان به محیط کار یا کلاس درس نیز تعمیم داد. در هیچ موقعیتی به اندازه زمانی که می‌خواهیم از دیگران بازخورد بگیریم یا به آنها بازخورد دهیم، احساسات واقعی خود را پنهان نمی‌کنیم. تعداد کمی از افراد از اعتماد به نفس کافی برای بیان مستقیم افکار خود بهره‌مند هستند و ما معمولاً از گفت‌وگوهای سخت اما ضروری اجتناب می‌کنیم.

دعوت به تلاش بیشتر

شما کارهای بزرگی انجام می‌دهید و من از نقص‌های خودم نیز آگاه هستم. می‌دانم که زندگی سخت و غیرقابل پیش‌بینی است؛ اما واقعاً از شما می‌خواهم که در پروژه‌هایی که به شما محول می‌کنم، تلاش بیشتری از خود نشان دهید. اگر تلاش کافی نداشته باشید، باید برای رفع نقص‌های خود در برنامه‌های عملکردی شرکت کنید.

هنر ارتباط مؤثر: از کلمات اضافی به بیان شفاف

تغییر در رویکرد

برای بهبود عملکرد خود، باید به سرعت و با جدیت بیشتر به وظایف‌تان پردازید. به جای استفاده از جملات طولانی و توضیحات اضافی، سعی کنید پیام‌های خود را به شکلی مختصر و مؤثر منتقل کنید. به عنوان مثال، به نانسی بگویید: "متأسفم که به خاطر تغییرات، قرار ناهار را به رستوران انتهایی

خیابان منتقل می‌کنیم." این جمله را می‌توان به سادگی به این شکل بیان کرد: "قرار ناهار را به رستوران انتهای خیابان تغییر می‌دهیم؛ مهمان من هستید!"

ساده‌سازی جلسات

در مورد جلسات کاری نیز، ما تصمیم گرفتیم که فقط اعضای اصلی تیم مدیریت در جلسات روز دوشنبه شرکت کنند. این تغییر ممکن است برای برخی افراد ناامیدکننده باشد، به ویژه با افزایش سریع تعداد اعضای گروه. به جای اینکه در میان کلمات پیچیده و سردرگم‌کننده، موضوع اصلی را گم کنید، بهتر است بگویید: "جلسات روز دوشنبه فقط با اعضای اصلی تیم مدیریت برگزار می‌شود."

بیان صادقانه و مختصر

لیزا راس، مشاور و مدیر اجرایی، بر اهمیت بیان صادقانه و مختصر تأکید می‌کند. او می‌گوید: "ما معمولاً احساس ضعف و عدم اعتماد به نفس مان را پشت کلمات اضافی پنهان می‌کنیم. این کار باعث می‌شود پیام مان گم شود و دیگران به شایستگی ما شک کنند."

راس یک شرکت روابط عمومی بین‌المللی را اداره می‌کند و از روش‌های هوشمندانه برای ارائه اطلاعات به کارمندان و مشتریان استفاده می‌کند. او به شدت بر کاهش اصطلاحات تخصصی و اجتناب از روش‌های ارتباطی پیچیده تأکید دارد.

مثالی از شفافیت در عمل

به عنوان مثال، او به مدیرعاملی اشاره می‌کند که در مواجهه با تعطیلی‌ها

به دلیل شیوع کووید ۱۹ به سادگی می گوید: "وقتی مردم احساس امنیت کنند، به کار برمی گردیم." اما وقتی تیم حقوقی وارد می شود، مدیر عامل به جملات مبهمی روی می آورد که باعث سردرگمی می شود.

راس به مشتریانش می گوید: "شما همین حالا جواب دادید... فقط آن را بگویید." او معتقد است که مردم به جای بیان واضح منظورشان، وقت خود را صرف ساختار بندی و مفهوم سازی می کنند.

توصیه های مؤثر

توصیه های او می تواند به هر فردی در هر صنعتی کمک کند تا ارتباطات مؤثری برقرار کند. مردم به دنبال ارتباطات صادقانه و شفاف هستند. اگر می خواهید از جملات پیچیده و مبهم استفاده کنید، من در اینجا نیستم. راس به نکته جالبی اشاره می کند: "جنبه مثبت کووید این است که زمان برای من از همه چیز مهم تر است." ما باید کارآمدتر باشیم، زیرا مرز بین کار و زندگی اکنون به هم ریخته است و اگر نتوانید توجه مرا جلب کنید، حواسم از شما پرت می شود.

نکته کلیدی

راس به یاد می آورد که معلمانش در مدرسه به او می گفتند: "فقط خودت باش و در میان انبوه کلمات پنهان نشو." این جمله به او یادآوری راهکارهای مؤثر برای ارتباطات شفاف

۱. تمرکز بر یک هدف مشخص

در هر ارتباطی، فقط بر روی یک فرد خاص تمرکز کنید. این کار به شما کمک می کند تا پیامتان را به وضوح و دقت بیشتری منتقل کنید.

۲. انتخاب یک موضوع کلیدی

فقط یک ایده یا موضوع را در نظر بگیرید که می‌خواهید مخاطب به خاطر بسپارد. به یاد دارم زمانی که به عنوان یک تازه‌کار در روزنامه ریچموند تایمز فعالیت می‌کردم، یکی از خبرنگاران با تجربه به نام مایکل هاردی به ما می‌گفت: "اول فکر کن، بعد تایپ کن." این توصیه ساده اما مؤثر است. اگر خودتان ندانید چه پیامی را می‌خواهید منتقل کنید، مخاطب هیچ شانس برای درک آن نخواهد داشت.

۳. نوشتن برای انسان‌ها، نه ماشین‌ها

با زبانی ساده و صمیمی بنویسید. ارتباطات موفق نیازمند صداقت و نزدیکی به مخاطب است. این امر باعث می‌شود دیگران با اشتیاق بیشتری به سخنان شما گوش دهند. به عنوان مثال، می‌توانید خبرنامه خود را به عنوان یک گفت‌وگو با یک دوست باهوش و کنجکاو هنگام صرف صبحانه تصور کنید.

وقتی با کسی رو در رو صحبت می‌کنیم، نشانه‌های غیرکلامی و کلامی به ما کمک می‌کند تا از کسالت و بی‌حوصلگی جلوگیری کنیم. ما ناخودآگاه می‌خواهیم که دیگران از ما خوششان بیاید، بنابراین از تکرار و حشو پرهیز می‌کنیم. اما وقتی پشت صفحه کلید می‌نشینیم، این اصول را فراموش می‌کنیم.

نکته: با یک دوست یا حتی با خودتان درباره موضوعی که می‌خواهید بیان کنید، صحبت کنید. این کار به شما کمک می‌کند تا ایده‌هایتان را واضح‌تر و جذاب‌تر از آنچه که قبلاً تصور می‌کردید، بیان کنید.

۴. نوشتن پیام اصلی

آنچه می‌خواهید مخاطب به خاطر بسپارد، روی کاغذ بیاورید. قبل از هر چیز دیگری، آن را بنویسید. سپس سعی کنید آن را به کمتر از ده کلمه کاهش دهید. این باید به شکل یک بیانیه واضح یا نکته‌ای مختصر باشد، نه یک سؤال. اطمینان حاصل کنید که آنچه می‌نویسید جدید و ضروری است. کلمات غیرضروری را حذف کنید و هرگونه فعل یا صفت بی‌فایده را کنار بگذارید.

۵. به سادگی قطع کنید

اگر نمی‌دانید چه می‌خواهید بگویید یا نتوانسته‌اید مفهوم را به درستی درک کنید، ممکن است سعی کنید با اضافه‌گویی آن را پنهان کنید. این رفتار می‌تواند در زمان‌های حساس مانند درخواست افزایش حقوق یا اعتراف به اشتباهات نیز مشاهده شود. این یک ویژگی انسانی است که می‌تواند به شکست در روابط و ارتباطات منجر شود؛ بنابراین، فقط بس کنید و اجازه دهید پیام‌تان به وضوح منتقل شود.

بخش دوم

چگونگی انجام این کار

ارزش ساز باشید

چشم‌ها پنجره‌ای به عادات خواندن

کشف عادات خواندن با علم

استاد دانشگاه مریلند، رونالد یاروس، با استفاده از تکنولوژی پیشرفته ردیابی چشم، به کشف رازهای خواندن ما پرداخت. او متوجه شد که اکثر آدم‌ها در بیشتر مواقع فقط نگاهی گذرا به متون می‌اندازند.

زمان طلایی خواندن

طبق تحقیقات یاروس که سال‌ها در این زمینه فعالیت کرده، یک آدم معمولی به طور میانگین فقط ۲۶ ثانیه وقت می‌گذارد تا یک گزارش یا خبر را بخواند. یاروس به این زمان کوتاه لقب «زمان طلایی خواندن» داده و معتقد است که هر چیزی که بعد از این مدت نوشته شود، معمولاً نادیده گرفته می‌شود. این واقعیت هم ترسناک و هم امیدوارکننده است؛ ترسناک چون نشان می‌دهد توجه مردم به سرعت پرت می‌شود، اما امیدوارکننده چون به ما کمک می‌کند تا فقط به مهم‌ترین نکات پردازیم و زباله‌های متنی را دور بریزیم. وقتی خوانندگان بفهمند سبک نوشتاری ما باعث صرفه‌جویی در وقت‌شان می‌شود و موضوعات پیچیده را ساده می‌کند، حتماً قدردان ما خواهند بود.

جنگ با حواس پرتی‌ها

ما مدام در حال جنگیدن با حواس پرت‌کننده‌های متنی در وب‌سایت‌های دیگر هستیم و سعی می‌کنیم فقط محتوای کوتاه و ضروری ارائه دهیم. با اینکه سال‌ها خبرنگار بوده‌ایم، به یاد نمی‌آوریم که حتی یک بار تشکر

دریافت کرده باشیم و انتظار هم نداریم؛ چون معمولاً نامه‌های پراز نفرت دریافت می‌کنیم، که البته این هزینه‌ای است که باید برای نوشتن درباره سیاست پردازیم.

کوتاه گویی، کلید موفقیت

تجربه مگان گرین

مگان گرین، مشاور املاک در فلوریدا، می‌گوید گزیده گویی هوشمندانه باعث می‌شود خطاها و تردیدها در تعامل با خریداران و فروشندگان احساساتی کاهش پیدا کند. موفقیت در فروش به کارایی و مهارت شما بستگی دارد.

نکات طلایی مگان

مگان چند نکته طلایی ارائه می‌دهد:

- صادق باشید و ادب را فراموش نکنید: این فرآیند برای مردم خیلی سخت است. من همه چیز را به صورت مکتوب در ایمیل یا پیامک ارسال می‌کنم.

- وقت‌تان را تلف نکنید: من وقت خود را با گفتن "سلام، امیدوارم روز خوبی داشته باشید" هدر نمی‌دهم. به جای آن، مستقیم به اصل مطلب می‌پردازم: "نحوه راه‌اندازی ابزار کمکی شما این است."

- از رنگ‌ها استفاده کنید: من مطالب مهم را با رنگ زرد مشخص می‌کنم و وقتی کسی سؤال می‌پرسد، پاسخ را با رنگ بنفش پررنگ یا رنگ تیره می‌نویسم.

نکته آخر: هزینه‌های بیهوده گویی

هزینه‌های بیهوده گویی

در نهایت، باید به این نکته توجه داشته باشیم که بیهوده گویی هزینه دارد. با حذف مطالب اضافی و تمرکز بر نکات کلیدی، می‌توانیم ارتباطات موثرتری برقرار کنیم و به مخاطبان کمک کنیم تا اطلاعات را به راحتی درک کنند.

ارزش قائل شدن برای زمان مخاطب

احترام به زمان مخاطب

در دنیای پر از شلوغی و حواس پرتی، اگر به زمان و شعور مخاطبان خود احترام بگذارید، قطعاً از شما قدردانی خواهند کرد. این یک واقعیت غیرقابل انکار است؛ برعکس، اگر وقت آن‌ها را هدر دهید، مطالب شما به عنوان آزاردهنده تلقی خواهد شد.

چالش‌های روزنامه‌نگاری

متأسفانه، روزنامه‌نگاران اغلب بدترین متخلفان در این زمینه هستند. ممکن است شما مجبور شوید ۱۲۰۰ کلمه را بخوانید و تنها یک پاراگراف در عمق متن ارزش وقت گذاشتن را داشته باشد. اما این مشکل تنها مختص آن‌ها نیست.

- چرا باید بیست صفحه از یک کتاب را ورق بزنید تا به نکات مهم آن

برسید؟

- چرا باید قبل از تماشای یک ویدئو، یک تبلیغ ۳۰ ثانیه‌ای بی‌فایده را

تماشا کنید؟

- چرا باید مقدمه و خلاصه چیزی را بخوانید در حالی که تنها به یک یا

دو نکته اساسی نیاز دارید؟

مدل تعامل دیجیتال

پروفسور یاروس اطلاعات جالبی درباره تحقیقات خود در زمینه «مدل تعامل دیجیتال» ارائه داده است. هدف این مدل پیش‌بینی نحوه و چرایی تعامل کاربران با انواع مختلف اطلاعات است.

توجه جزئی مستمر

اکثر خوانندگان در وضعیتی هستند که لیندا استون آن را "توجه جزئی مستمر" می‌نامد. همان‌طور که یاروس در مطالعات خود اشاره کرده، این وضعیت به معنای انجام چند کار به طور همزمان نیست، بلکه کاربر مدام به هشدار متن یا ایمیل بعدی فکر می‌کند. این واقعیت جالب است، زیرا بسیاری از خوانندگان حتی وقتی به کلمات شما نگاه می‌کنند، در واقع توجهی به آن ندارند. حتی اگر یک خواننده به موضوع اهمیت دهد، ممکن است نتوانید تمرکز او را حفظ کنید.

هشدار یاروس

یاروس می‌نویسد: "زمان می‌تواند تعامل ما را حتی با محتوایی که به آن علاقه داریم، محدود کند." او به روزنامه‌نگاران هشدار می‌دهد که هر چیزی که باعث از دست دادن توجه خوانندگان شود، باید حذف گردد. چهار عامل اصلی شامل متن‌های طولانی، اصطلاحات تخصصی، گزینه‌های زیاد و ویدئوهای طولانی است. این موارد چه وجه مشترکی دارند؟ همه آن‌ها به معنای "سخن کمتر، تأثیرگذاری بیشتر" هستند. یاروس دریافت که این مفاهیم به طور جهانی کاربرد دارند؛ از ارتباطات نوشتاری گرفته تا

ویدئوهای آنلاین و حتی بازی‌های ویدئویی. ما انواع محتوای دیجیتال را در فواصل کوتاه مصرف می‌کنیم و سپس آن را رها کرده و به سراغ محتوای بعدی می‌رویم.

گزیده گویی یا نابودی

توصیه کریس ساکا

کریس ساکا، سرمایه‌گذار خطرپذیر با ۱۶ میلیون دنبال‌کننده در توئیتر، یک توصیه کاربردی برای ما دارد: "ایمیل یا نامه تجاری خود را بنویسید و سپس به عقب برگردید و تمام آنچه می‌خواهید بگویید را در دو یا سه خط اول خلاصه کنید؛ زیرا بیشتر اوقات، تنها بخشی است که خوانده می‌شود."

نکات و ترفندها

۱. فهرست نکات مهم

نکاتی را که باید ذکر کنید، فهرست نمایید و آن‌ها را به ترتیب اهمیت بنویسید. اولین نکته باید چیزی باشد که بیشترین احتمال تأثیرگذاری بر مخاطب را دارد.

۲. کاهش نکات به یک یا دو مورد

در صورت امکان، فهرست نکات مهم خود را به یک یا دو مورد کاهش دهید. اگر نمی‌توانید، آن‌ها را به صورت علامت‌گذاری شده بنویسید و از متن‌های مبهم و طولانی پرهیز کنید. به عادت‌های مطالعه خود فکر کنید. آیا واقعاً یک ایمیل را از بالا تا پایین می‌خوانید یا یک گزارش را کلمه به کلمه مرور می‌کنید؟

۳. آزمون اولویت‌یابی

آیا بیان این نکته یا مفهوم ضروری است؟ اگر بله، آیا راه ساده‌تری برای انتقال آن وجود دارد؟

۴. حذف، حذف، حذف

کدام کلمات، جملات یا پاراگراف‌ها را می‌توانید قبل از ارسال حذف کنید؟ هر کلمه یا جمله‌ای که حذف کنید، در زمان مخاطب صرفه‌جویی کرده‌اید. سخن کوتاه‌تر تأثیرگذارتر است و یک هدیه به شمار می‌رود.

مثال قبل و بعد

قبل:

"اولین تورنمنت فوتبال در این سال در مجموعه ورزشی ساکر پلکس در اسپرینگفیلد برگزار خواهد شد و تیم پسران ما یک دوره فوق‌العاده دیگر را با مربی اسمیت شروع خواهند کرد که امیدواریم موفق به کسب اولین قهرمانی شوند. اعضای تیم باید ساعت یک بعد از ظهر اینجا حاضر باشند و برای خودشان آب و غذا و چیزهای دیگری که نیاز دارند بیاورند؛ اما احتمالاً خودتان این موارد را می‌دانید؛ زیرا این اولین تورنمنت ما در کنار یکدیگر نیست. با تشکر از شما، تیم سگ‌های قرمز به پیش!!"

بعد:

"اولین تورنمنت فوتبال امسال در ورزشگاه ساکر پلکس در اسپرینگفیلد برگزار خواهد شد. اعضای تیم باید رأس ساعت یک بعد از ظهر اینجا حاضر باشند. تیم سگ‌های قرمز به پیش!"

یک روند جذب کننده

جلب توجه مخاطب: هنر نوشتن جذاب

کلمات کلیدی

در هر نوشته‌ای، از عناوین تا جملات آغازین، مهم‌ترین کلمات شما باید به گونه‌ای طراحی شوند که خواننده را جذب کنند. شما باید آن‌ها را ترغیب کنید، وسوسه کنید و برای خواندن بیشتر تحریک کنید!

چالش‌های نوشتاری

بسیاری از نویسندگان به دلیل نداشتن مهارت کافی، متونی طولانی و خسته کننده می‌نویسند. این عادت به راحتی قابل اصلاح است. از همان جمله اول، نباید خواننده را خسته کنید.

فصل‌های آینده

در فصل‌های آینده، ما به بررسی اجزای کلیدی گزیده گویی هوشمندانه خواهیم پرداخت و به شما آموزش خواهیم داد که چگونه این کار را به صورت گام به گام انجام دهید. اولین و مهم‌ترین گام، انتخاب یک عنوان جذاب است؛ یعنی اولین کلماتی که از دهان شما خارج می‌شود.

تصویر کلی مغز

مغز انسان به گونه‌ای طراحی شده که به سرعت و به وضوح تصمیم می‌گیرد. ما در جنگ با حواس پرتی، کلیک کردن، نادیده گرفتن و فراموش کردن هستیم. انفجار دوپامین ناشی از یک ایده یا کلمه جذاب، چند ثانیه بیشتر برای شما زمان می‌خرد. هر کلمه‌ای که بر زبان می‌آورد، فرصتی برای جلب توجه بیشتر است.

مکانیسم دفاعی

بسیاری از افراد فقط عناوین را می‌خوانند و بیشتر ایمیل‌ها را نادیده می‌گیرند. نادیده گرفتن این ایمیل‌ها به یک مکانیسم دفاعی تبدیل می‌شود و از دست دادن مطالب مهم به یک ترس همیشگی بدل می‌شود.

آمار جالب

تیم بررسی مخاطبان آکسیوس دریافت که تعداد بهینه کلمات برای عناوین ایمیل‌ها تقریباً شش کلمه است. این تعداد به اندازه‌ای کوتاه است که تمام کلمات در قالب تلفن همراه نمایش داده شوند. این عنوان، کلید ورود به ذهن مخاطب است.

قدرت نام‌های شناخته‌شده

استفاده از نام‌های تأثیرگذار

ادی برنیام، رئیس و بنیان‌گذار شرکت املاک ردوود در ویرجینیا، هنگام ارسال خبرنامه به کارگزاران رقیب از یک سلاح مخفی استفاده می‌کند: نام "تونی رابینز". او از این نام برای جذب توجه دلالتان املاک و مستغلات استفاده می‌کند. برنیام اعتقاد دارد که فقط ذکر نام تونی رابینز در عنوان، احتمال باز شدن ایمیل را افزایش می‌دهد.

تأثیر محتوای مفید

برنیام از Axios HQ برای ارسال اطلاعات هفتگی به بیش از یکصد نماینده برتر استفاده می‌کند و شاهد افزایش نرخ باز شدن ایمیل‌هایش بوده است. این امر به ایجاد کسب و کارهای بیشتر و هماهنگی تیم او با اهداف و برنامه‌های برتر کمک کرده است.

جلب توجه در دنیای شلوغ

یک نام تجاری جذاب در عنوان یا موضوع مطلب، مانند وارن بافت برای سرمایه‌گذاران یا نایکی برای دانشجویان، می‌تواند توجه یک فرد پرمشغله را در یک ثانیه جلب کند. برنیام دریافته است که محتوای مفید و نکات آموزشی به افزایش تعاملات او نیز کمک می‌کند.

گفت‌وگو با مخاطب

برنیام می‌گوید: «اگر آن‌ها روی ایمیل من کلیک کنند، احتمالاً مایل خواهند بود بنشینند و با من گفت‌وگو کنند.» او به دلیل قالب خاصی که در خبرنامه‌ها استفاده می‌کند، خود را مدیون معلم زبان انگلیسی کلاس یازدهم در دبیرستان بتل پارک پنسیلوانیا می‌داند. توصیه‌های او به مدت سی سال در زندگی برنیام ماندگار شده است.

حذف کلمات اضافی

نکته‌ای که برنیام به آن تأکید می‌کند این است که: "بنویسید، سپس به عقب برگردید و حداقل نیمی از کلمات را حذف کنید." هر بار که این کار را انجام می‌دهید، نفوذ کلام‌تان بیشتر می‌شود.

هنر نوشتن جذاب و تأثیرگذار

شروع با توقف

اولین قدم برای نوشتن جذاب، متوقف کردن عادات بد نوشتاری است. دیگر از عناوین طولانی استفاده نکن، حداکثر شش کلمه بنویس. جملات مبهم و کنایه‌آمیز هم کنار بذار، فقط باعث سردرگمی مخاطب میشن. اصطلاحات پیچیده و تخصصی رو هم فراموش کن.

عادات جدید

حالا وقتش رسیده که عادات جدید و سالم رو شروع کنی. در ده کلمه یا کمتر، دلیل نوشتن مطلب رو بیان کن. سعی کن جذاب‌ترین و دقیق‌ترین شکل ممکن رو به کار ببری. یادت باشه کلمات کوتاه قدرتمندترن؛ یک کلمه تک هجایی قوی‌تر از دو هجایی و دو هجایی قوی‌تر از سه هجایی. همیشه از افعال معلوم استفاده کن تا تأثیر کلامت بیشتر بشه.

خواندن با صدای بلند

نوشته‌ها رو با صدای بلند بخون تا مطمئن بشی دیگران رو ترغیب می‌کنه که بیشتر بخوان یا نیاز داشته باشن. انتخاب درست کلمات تعیین می‌کنه که آیا مخاطبان به خوندن ادامه میدن یا نه. ممکنه ساعت‌ها وقت بذاری واسه نوشتن، اما اگه از اول به فکر جلب توجه خوانندگان نباشی، همه تلاشت هدر میره.

عنوان‌های جذاب، کلید موفقیت

عنوان، نشون‌دهنده اهمیت محتواست

عنوان یا موضوع یک مقاله مثل یه سلام تو مکالمات، نشون میده چه حرف مهمی قراره گفته بشه. باید بگه: «من حرف مهمی دارم واسه گفتن و می‌خوام به شیوه‌ای جذاب بیانش کنم که ارزش وقت شما رو داشته باشه.»

تغییر در نحوه بیان

اگه با جمله‌ای مثل «اقتصاد چرخشی به یک روال عادی تبدیل شده» شروع کنی، ممکنه توجه خواننده رو از دست بدی. اما اگه بگی: «استارت‌آپ‌ها از ضایعات پول درمی‌آرن»، توجه مخاطب رو جلب می‌کنی.

سوالات جذاب

به جای اینکه بپرسی: «چند ثانیه وقت دارین واسه شنیدن اخبار مهم؟»، با جمله‌ای مثل «آماده‌ای خبر مهمی بشنوی؟» مخاطب رو مجذوب کن.

مثال‌های عملی

تیترها

نسخه‌های «قبل» تیتراهایی هستن که تو سایت‌های دیگه اجرا شدن، در حالی که نسخه‌های «بعد» تیتراهایی هستن که تو آکسیوس منتشر شدن.
قبل: «این نوع ویروس کرونا در کالیفرنیا عفونی‌تره و احتمال ابتلا به بیماری‌های شدیدتری نسبت به نوع اول بیشتر هستش.»

بعد: «سویه کووید ۱۹ کالیفرنیا نسبت به سویه اول، خطرناک‌تر است.»
قبل: «مشاغل مراقبت‌های بهداشتی می‌تونن بازار کار آمریکا رو در حال رشد نگه دارن؛ حتی اگه آینده شاهد رکود اقتصادی باشیم.»

بعد: «استخدام تو بخش مراقبت‌های بهداشتی یک فرایند صدر کود.»
قبل: «چرا با وجود افزایش هزینه‌های پزشکی هنوز برخی آمریکایی‌ها رونق اقتصادی ندیدن؟»

بعد: «بسیاری آمریکایی‌ها واسه پرداخت هزینه‌های پزشکی مشکل دارن.»

عنوان‌های ایمیل

قبل: «بررسی پیگیری‌ها واسه دوشنبه برای بحث تو جلسه امروز.»
بعد: «دو به‌روزرسانی مهم.»
قبل: «آخرین اطلاعات درباره برنامه‌ریزی مقابله با ویروس و طرح کار در خونه.»

بعد: «طرح جدید دور کاری.»

قبل: «مرور طرح های تولید محصول بررسی چند الگوی جدید.»

بعد: «خلاصه طرح های تولید محصول: هفت الگوی جدید.»

یک موضوع مهم

درس‌های کلیدی برای نوشتن مؤثر

نکته اصلی

اگر تنها یک درس از این کتاب بیاموزید، این است: یک ایده اصلی را شناسایی کنید که می‌خواهید دیگران از آن مطلع شوند و آن را با یک جمله قوی بیان کنید. در غیر این صورت، هیچ‌کس آن را به خاطر نخواهد آورد. این نکته، همان چیزی است که روزنامه‌نگاران به آن «خبر اصلی» می‌گویند.

اهمیت موضوع

بسیاری از افراد مشغول، چه در حال خواندن ایمیل، چه در حال گشت و گذار در شبکه‌های اجتماعی و چه در حین مکالمه، فقط تکه‌هایی از اطلاعات را به خاطر می‌سپارند. آن‌ها به ایده‌های شما نگاهی سطحی می‌اندازند و سعی می‌کنند به دو سؤال پاسخ دهند:

- این مطلب درباره چیست؟

- آیا ارزش وقت گذاشتن دارد؟

سردرگمی در نوشتن

تجربه کلیف سیمز

دوستی به نام کلیف سیمز در کمپین انتخاباتی ۲۰۱۶ برای دونالد ترامپ فعالیت می‌کرد و داستان‌های فوق‌العاده‌ای داشت. او نویسنده‌ای با استعداد و داستان‌سرای ماهری بود. اما وقتی تصمیم به نوشتن کتابی گرفت، داستان‌هایش به نظر آشفته و مبهم می‌رسید. ما به او پیشنهاد دادیم که داستان‌هایش را برای همسرش تعریف کند و آن‌ها را ضبط کند. این روش

به او کمک کرد تا کتابی فوق‌العاده درباره حماقت‌های دوران ترامپ بنویسد.

نکته کلیدی خبرنگاری

آموخته‌های خبرنگاری

به عنوان یک خبرنگار جوان، مهم‌ترین نکته‌ای که یاد گرفتیم این است که پس از انجام یک مصاحبه یا پوشش خبری، باید به شخص دیگری بگویید چه اتفاقی افتاده است. این باید جمله آغازین شما باشد.

اهمیت جمله آغازین

جمله آغازین، بهترین و احتمالاً تنها فرصت شما برای بیان چیزی است که دیگران نیاز دارند بشنوند. شما حداکثر چند ثانیه فرصت دارید تا یک پاسخ واضح را به اشتراک بگذارید. بعد از آن، خوانندگان خود را به دلیل انبوه ایمیل‌ها و هشدارها از دست خواهید داد.

ساده‌سازی ارتباطات

مغز ما به طور طبیعی می‌داند چه چیزی جالب‌تر و مهم‌تر است، اما گاهی اوقات آن را به شکلی پیچیده و مبهم ارائه می‌دهیم. این موضوع در تمام انواع ارتباطات صادق است.

مثال‌های عملی

جملات آغازین

پس از یک مصاحبه بزرگ، بهترین لحظات را با تماشای فیلم مصاحبه و خواندن متن آن انتخاب می‌کنیم. همچنین بلافاصله پس از اتمام مصاحبه از خبرنگار می‌پرسیم که به نظر او چه قسمتی از همه جالب‌تر است.

تصور آسانسور

اگر در حال نوشتن اطلاعات برای تیم خود یا یادداشتی برای دوستانتان هستید، تصور کنید که باید اطلاعات را در آسانسور به آن‌ها منتقل کنید و وقت اضافی برای تلف کردن ندارید. اگر آن‌ها در حال خروج از آسانسور بودند، چه چیزی را با صدای بلند بیان می‌کردید و امیدوار بودید هرگز فراموش نکنند؟ این جمله آغازین شماست.

روال کار

چالش‌های روزنامه‌نگاری

یکی از رازهای کوچک رسانه‌ها این است که روزنامه‌نگاران از نوشتن عناوین مختصر و فشرده بیزارند. بنابراین، نگران نباشید؛ آن‌ها برای این کار دستمزد می‌گیرند.

تجربه جان پرستاهان

جان پرستاهان، که با ما در پلیتیکو کار می‌کرد، به کارآفرینی علاقه‌مند بود و در راه‌اندازی روزنامه «پانچ بول نیوز» کمک کرد. او به وضوح بیان می‌کند که جمله آغازین باید به این شکل باشد: «فقط چیزی به من بگو که نمی‌دانم.»

مثال‌های بد و خوب

جمله آغازین بد:

«میدانم سرتان شلوغ است و گرفتاری‌های زیادی دارید؛ اما مایلم به شما اطلاع بدهم که می‌خواهم یک مهمانی برگزار کنم و از یک گروه موسیقی زنده بخواهم در آن برنامه‌ای اجرا کنند و ممکن است برای انجام برخی از کارها به کمک شما احتیاج داشته باشم.»

جمله آغازین خوب:

«می‌خواهم یک مهمانی با موسیقی زنده برگزار کنم.»

جمله‌ای برای داستان:

به داستانی فکر کنید که ممکن است با این جمله شروع شود:
 «رئیس‌جمهور جو بایدن به مشاوران قدیمی خود تکیه کرده است تا او را در گذر از سیاست‌های خارجی دشوار و بحران‌های داخلی راهنمایی کنند. برخی از دموکرات‌ها نگران هستند که این گروه محدود باعث پیچیدگی فرایند تصمیم‌گیری او شوند.»

جمله‌ای جذاب:

«جو بایدن، کاخ سفید را شبیه جورج دبلیو بوش اداره می‌کند؛ یک الیگارش‌ی کوچک، مخفی و همفکر.»

جمله‌ای برای درخواست افزایش حقوق:

به جای اینکه بگویید: «من سه سال است که اینجا هستم و سخت کار می‌کنم و یک خانه و ماشین جدید خریده‌ام و می‌خواستم اگر مایل باشید درباره امکان افزایش حقوق با شما صحبت کنم.»

از این جمله استفاده کنید:

«من از ارزش کار خودم آگاهم و می‌خواهم درباره افزایش حقوق با شما صحبت کنم.»

درخواست از معلم:

به جای اینکه بگویید: «از اینکه هنوز نوشتن مقاله‌ام را درباره تدی روزولت تمام نکرده‌ام، عذرخواهی می‌کنم؛ اما در انجام تحقیقات با

مشکلات زیادی مواجه شده‌ام.»

از این جمله استفاده کنید:

«من به طور انحصاری روی سبک رهبری تدی روزولت تمرکز خواهم کرد و مقاله نهایی را روز یکشنبه تحویل خواهم داد.»

نکات و ترفندهای نوشتن مؤثر

۱. بیان نکته اصلی به طور خلاصه

مهم‌ترین نکته را به صورت مختصر و واضح بیان کنید. همیشه مخاطبان هدف خود را در اولویت قرار دهید تا پیام شما به درستی منتقل شود.

۲. حذف مثال‌ها و حکایت‌ها

از استفاده از مثال‌ها، حکایت‌ها و شوخی‌های بی‌مورد خودداری کنید. این موارد ممکن است توجه خواننده را منحرف کنند و از اصل مطلب دور شوند.

۳. عناوین یک جمله‌ای

به عناوین یک جمله‌ای پایبند باشید. سعی کنید عنوان خود را به شکلی ساده و واضح بنویسید که به راحتی قابل درک باشد.

۴. تکرار عنوان اصلی

از تکرار کلمه به کلمه عنوان اصلی و جذاب خود پرهیز کنید، مگر اینکه واقعاً نیاز به تأکید بر آن باشد. این کار می‌تواند نوشته شما را تکراری و خسته کننده کند.

۵. حذف عبارات اضافی

عبارت‌های قیدی، کلمات ضعیف و جملات اضافی را حذف کنید. مطمئن شوید که مطلب شما به طور مستقیم، کوتاه و واضح بیان شده است.

اهمیت ماجرا

آکسیوم‌ها: کلیدهای روشنایی در دنیای ارتباطات

آکسیوم چیست؟

آکسیوم، یا اصل موضوع، نامی است که ما برای عناوین کلیدی در این کتاب انتخاب کرده‌ایم. این مفهوم به شما کمک می‌کند تا افکار و ایده‌های خود را به شیوه‌ای روشن و قابل فهم بیان کنید.

راهنماهای شفاف

اعداد، آمار، و عبارات واضح، همگی مانند تابلوهای راهنمایی هستند که به خواننده کمک می‌کنند تا در دنیای اطلاعات گم نشود. به ما اعتماد کنید: این آکسیوم‌ها به شما کمک خواهند کرد تا پیام خود را به خوبی منتقل کنید.

اهمیت موضوع

اکثر افراد در دنیای پرمشغله امروز، نه تنها موضوعات مهم را فراموش می‌کنند، بلکه دلیل اهمیت آن‌ها را نیز درک نمی‌کنند. بنابراین، شما باید مانند یک قهرمان، این اطلاعات را به شکلی سریع و واضح ارائه دهید.

مثال کاربردی

تصور کنید که می‌خواهید درباره یک استعفای مهم با رئیس شرکت صحبت کنید:

قبل:

- عنوان ایمیل: اگر وقت آزاد دارید، باید آخرین اخبار کارکنان را به

شما بگویم...

- متن: عذرخواهی می‌کنم که مزاحم شدم. همان‌طور که می‌دانید، ژانت اسمال دو پروژه کلیدی را به خوبی رهبری کرده است، اما به من اطلاع داده که چند هفته دیگر استعفا می‌دهد و به شرکت رقیب می‌رود. این خبر برای ما بسیار ناگوار است. ما باید به دنبال یک رئیس دفتر جدید باشیم، که این کار زمان‌بر خواهد بود. ممکن است خودم بخشی از وظایف او را بر عهده بگیرم.

بعد:

- عنوان: استعفای رئیس دفتر ما

- متن: ژانت اسمال به من اطلاع داد که تا دو هفته دیگر استعفا خواهد داد و به شرکت رقیب خواهد پیوست.

توضیح اهمیت

ژانت رهبری سه پروژه استراتژیک را بر عهده داشته و من برای مدیریت امور وارد عمل خواهم شد و به سرعت به دنبال جایگزینی برای او خواهیم بود.

چرا باید به این موضوع اهمیت بدهید؟

به خوانندگان بگویید که چگونه باید درباره این موضوع فکر کنند و این کار را بلافاصله پس از اولین سؤال خود انجام دهید.

پیشینه

شرکت ما بر اساس یک ایده ساده از آکسیوم‌ها تأسیس شده است. نام «آکسیوس» در زبان یونانی به معنای «شایسته» و «ارزشمند» است، زیرا باید ارزش زمان و توجه شما را داشته باشد.

آکسیوم‌ها مانند تابلوهای راهنمای خیابان عمل می‌کنند؛ آن‌ها به شما

می گویند کجا هستید و به کجا می روید.

نکات کلیدی

ما مهم ترین نکات را با یک آکسیوم آغاز می کنیم و آن ها را در داستان ها، ایمیل ها و سخنرانی ها به طور برجسته نمایش می دهیم. این کار به ذهن کمک می کند تا اطلاعات را پردازش کرده و تصمیم بگیرد که آیا آن ها را رها کند یا عمیق تر بررسی کند.

ما درباره چیزی صحبت می کنیم که در روزنامه نگاری به آن «پاراگراف خلاصه» می گویند؛ همان خط یا پاراگرافی که نشان می دهد چرا باید داستان را بخوانید.

آکسیوم های محبوب ما

- تصویر کلی

- قدم بعدی

- آنچه تماشا می کنیم

- آنچه می شنویم

- معنای نهفته

- پیشینه

- بزرگ نمایی

- کوچک نمایی

نکته نهایی

گزیده گویی هوشمندانه یک مفهوم بی معنی نیست؛ بلکه مهارتی است که می توان آن را آموخت و به دیگران آموزش داد. برای تسلط بر هنر

آکسیوم، چند ترفند ساده وجود دارد:

- تقویت آکسیوم‌ها:

- آکسیوم قوی: اهمیت موضوع

- آکسیوم قوی: تصویر کلی

- آکسیوم قوی: اعداد و ارقام

- آکسیوم قوی: نکته مهم

نکات و ترفندهای نوشتن مؤثر

۱. اهمیت موضوع

این نکته، رایج‌ترین و مؤثرترین آکسیوم است. در دنیای پر مشغله امروز، اکثر افراد ذهنی شلوغ دارند و ممکن است حتی ندانند که به دنبال چه اطلاعاتی هستند. آن‌ها مشتاق دانستن مطالب مهم هستند، هر چند خودشان این را بیان نکنند. بنابراین، کلمات مرتبط با اهمیت موضوع را باید به وضوح و با تأکید بیان کنید.

۲. توضیح اهمیت اطلاعات

پس از بیان اهمیت موضوع، در یک یا دو جمله توضیح دهید که چرا اطلاعات شما مهم است.

- این اطلاعات قرار است چه چیزی را تغییر دهد؟ آیا یک سیاست،

روند تجاری، استراتژی یا رویکرد جدیدی را معرفی می‌کند؟

- چه چیزی را نشان می‌دهد؟ آیا تغییر در تفکر یا روندی خاص را

نمایان می‌سازد؟

- دیدگاه کلی‌تر چیست؟ آیا این مطلب نامتعارف، و سوسه‌انگیز یا جالب

توجه است، یا به موضوعاتی که قبلاً مطرح شده‌اند مربوط می‌شود؟

۳. وضوح جملات

جملات شما باید واضح و خبری باشند. آن‌ها نباید به گونه‌ای به نظر برسند که با جمله آغازین تکراری شوند؛ بلکه باید اطلاعات جدید و دیدگاه‌های تازه‌ای را ارائه دهند. عنوان و آکسیوم را با صدای بلند بخوانید. آیا فکر می‌کنید اگر کسی این‌ها را بشنود، به اصل مطلب پی خواهد برد؟ موفقیت باعث می‌شود که من بیشتر بخوام؛ زیرا آنچه می‌خوانم جدید، ضروری و جذاب است.

۴. یکپارچگی سه بخش

اکنون هر سه بخش را با هم بخوانید: عنوان، جمله آغازین و آکسیوم. اگر این تنها چیزی باشد که یک فرد می‌شنود و می‌آموزد، آیا آنچه را که برای شما مهم است به صریح‌ترین و قابل‌درک‌ترین شکل ممکن ارائه می‌دهد؟ اگر پاسخ مثبت است، شما کاری را انجام داده‌اید که اکثر مردم با بیست هزار کلمه انجام می‌دهند، اما شما با دویست کلمه به هدف خود رسیده‌اید.

یک بررسی جزئیات محور

گزیده گویی هوشمندانه: هنر خلاصه سازی اطلاعات

تعریف گزیده گویی هوشمندانه

گزیده گویی هوشمندانه به شما این امکان را می دهد که اطلاعات ضروری را به صورت بسته های قابل فهم و دلپذیر خلاصه کنید.

اهمیت موضوع

برای تسلط بر گزیده گویی هوشمندانه، پس از بیان اولین آکسیوم که معمولاً اهمیت موضوع است، باید جزئیات و نکات ظریف را به سرعت و به شیوه ای که برای خواننده جذاب باشد، ارائه دهید.

- هرگز فراموش نکنید که اکثر افراد پس از چند کلمه توجه و علاقه خود را از دست می دهند و در بهترین حالت، بقیه متن را به صورت سطحی می خوانند.

- این واقعیت ممکن است آزاردهنده باشد، اما چندین ترفند وجود دارد که می تواند به شما در جلب توجه و حفظ علاقه افراد کمک کند.

قدرت بررسی عمیق تر

بررسی عمیق تر به عنوان یک خروج اضطراری در گزیده گویی هوشمندانه عمل می کند و حس رضایت را به خواننده منتقل می کند. این روش به شما این امکان را می دهد که بدون استفاده از انبوهی از کلمات، مفهوم اصلی را به خوبی منتقل کنید.

- به عنوان پاراگراف پایانی، فقط عبارت «بررسی عمیق تر» را تایپ کنید و سپس خواننده را به منابعی مانند ویدئو، پادکست، بیوگرافی، نقشه،

گزیده‌هایی از یک کتاب، جداول یا نظر سنجی‌ها ارجاع دهید. این کار به خواننده این امکان را می‌دهد که به عمق مطلب پی ببرد.

راز مهم

بسیاری از افراد این کار را انجام نمی‌دهند، اما صرفاً دیدن عنوان «بررسی عمیق‌تر» به خواننده نشان می‌دهد که شما به او اهمیت می‌دهید و می‌خواهید امکان یادگیری چیزهایی را که برایش مهم است، فراهم کنید. این نشان‌دهنده دقت و توجه شماست و به خواننده این پیام را منتقل می‌کند: «من این کار را انجام دادم تا تو مجبور به انجام آن نباشی.»

مثال عملی

مایک یک مقاله درباره اخلاق برنامه‌ریزی یک وسیله نقلیه خودران در یک خبرنامه نوشت. در بدترین حالت، آیا ماشین با فرد مقابل خود برخورد می‌کند یا منحرف می‌شود و ممکن است با کسی در پیاده‌رو برخورد کند؟ در بخش «بررسی عمیق‌تر»، مایک خوانندگان را به مقاله خبری که الهام‌بخش خبرنامه بود و همچنین نشریه دانشگاهی که مقاله در آن چاپ شده بود، ارجاع داد. به این ترتیب، خواننده حق انتخاب داشت که آیا بلافاصله ایده اصلی را دریافت کند، کمی بیشتر مطالعه کند یا تمام نکات ظریف بحث را جزء به جزء یاد بگیرد.

پایان دادن به بحث با عبارت «بررسی عمیق‌تر» یک روش مؤثر و هوشمندانه است که به خواننده نشان می‌دهد گزیده‌گویی هوشمندانه به معنای حذف نکات ظریف یا مفهوم اصلی نیست. این رویکرد به شما کمک می‌کند تا اطلاعات را به‌طور مؤثر و جذاب منتقل کنید.

نکات و ترفندهای نوشتن مؤثر

۱. اهمیت آکسیوم‌ها

آکسیوم‌ها مانند تابلوهای راهنما هستند که به طور طبیعی توجه دیگران را جلب می‌کنند و به آنها می‌گویند قرار است در کدام جهت پیش بروند. ما طرفدار بررسی عمیق‌تر هستیم، زیرا این روش به وضوح نشان می‌دهد که اطلاعات و مفاهیم بیشتری در ادامه بیان خواهید کرد. تصویر کلی نیز گزینه خوبی برای ارائه اطلاعات بیشتر است.

۲. استفاده از فهرست‌های گلوله‌ای

استفاده از فهرست‌های گلوله‌ای روشی عالی برای جداسازی حقایق یا ایده‌های مهم است. وقتی مطالب را با سرعت مرور می‌کنید و به دنبال نکات برجسته و مهم هستید، فهرست‌های گلوله‌ای به تفکیک متن کمک می‌کنند و به دلیل فاصله و ریتمی که ایجاد می‌کنند، کاملاً نمایان هستند. قانون طلایی فهرست‌ها این است که هیچ‌کس دوست ندارد به انبوهی از کلمات و ارقام خیره شود. اگر می‌خواهید سه یا چند نقطه، داده یا ایده‌های مرتبط را توضیح دهید، آن‌ها را به صورت فهرست‌های گلوله‌ای بیان کنید. افراد به داده‌هایی که به خوبی تفکیک شده و به صورت فهرست درآمده باشد، توجه می‌کنند.

۳. استفاده از فونت درشت و تیره

اگر می‌خواهید یک آکسیوم با کلمات و ارقام خاص برجسته‌تر باشد، آن‌ها را با فونت درشت و تیره بنویسید؛ زیرا بهتر از حروف ایتالیک خود را نشان می‌دهد و به وضوح از متن استاندارد، متمایز می‌شود. در واقع فریاد می‌زند: «به این توجه کنید!»

۴. ایجاد تنوع

همیشه از نوشتن پاراگراف‌های طولانی خودداری کنید و حداکثر به دو یا سه جمله اکتفا کنید. سپس بکوشید از پاراگراف‌های طولانی پشت سر هم پرهیزید و از فونت درشت، فهرست‌های گلوله‌ای، نمودارها و آکسیوم‌ها برای تفکیک و برجسته‌سازی متن استفاده کنید.

۵. کمتر گفتن

بزرگ‌ترین نقص و جنبه اتلاف وقت در ارتباطات، صحبت کردن یا نوشتن بیش از حد است. در کلمات کمتر مانند طرفداران مکتب زن باشید. این کار طبیعی و راحت نیست، اما می‌توان با تمرین و ممارست آن را فرا گرفت. در نظم و ترتیب خود در رابطه با کلمات مانند راهبان بودایی باشید و در لذت درونی حاصل از بیان مفاهیم بیشتر با گفتن کمتر، تصور کنید همیشه خودتان و دیگران می‌توانید وقت بیشتری برای انجام فعالیت‌های معنادار داشته باشید. این باید مانند ستاره قطبی عمل کند و راهنمای شما در این زمینه باشد.

مثال: نامه جیمی دایمن

جیمی دایمن، رئیس و مدیر اجرایی شرکت جی‌پی‌مورگان چیس، هر سال نامه‌ای برای سهامداران می‌نویسد که در سال ۲۰۲۱ بالغ بر ۳۲ هزار کلمه بود؛ یعنی طولانی‌تر از این کتاب. کارکنان او از آکسیوس خواستند تا در یکی از خبرنامه‌ها، پیام‌های کلیدی نامه او را استخراج کرده و با مخاطبان بیشتری به اشتراک بگذارند. این یک موفقیت بزرگ بود و طول نامه او ۳۰۴۲۰ کلمه کوتاه‌تر شد.

کلمات درست

قدرت کلمات: از کرم شب تاب تا برق صاعقه
 مارک تو این به جمله معروف داره که میگه: «تفاوت میان کلمه تقریباً
 درست و کلمه درست، مثل تفاوت میان کرم شب تاب و برق صاعقه است.»
 این جمله به خوبی اهمیت انتخاب کلمات دقیق رو نشون می ده.

کلمات، مانند صاعقه

همین موضوع در مورد کلمات مبهم در مقابل کلمات قوی، جملات
 کوتاه در مقابل جملات طولانی و ارتباط مؤثر در مقابل ارتباط بی کیفیت
 هم صدق می کنه. هدف شما باید این باشه که مثل صاعقه دیگران رو تحت
 تأثیر قرار بدید، نه اینکه مثل کرم شب تاب آزاردهنده باشید.

در این کتاب بیشتر به کارهای روزنامه نگاران پرداختیم، اما نوشتن
 تجاری هم به همین اندازه اهمیت داره. به جای گفتن «قیمت فروش»، بگید
 «قیمت». به جای «شایستگی محوری»، بگید «مهارت». نوشتار هوشمند باید
 ساده و واضح باشه، نه پیچیده و مبهم. ساختار جمله هم باید شامل فاعل، فعل
 و مفعول باشه.

یکی از سردبیران قدیمی به ما گفت: «شما هرگز موز رو میوه زرد دراز
 نمی نامید؛ اما اکثر ما هنگام نوشتن همین کار رو انجام می دیم.»

به جای گفتن: «با توجه به افزایش دمای بی سابقه در جنوب و غرب
 کشور، من ترجیح می دم از کولر استفاده کنم»، بگید: «هوا گرمه. من می رم
 تو.» ساده تر و قدرتمندتر! ترندهای ساده ای وجود داره که می تونید از
 توئیت ها تا کتاب ها از شون استفاده کنید.

بازگشت به مدرسه

مارک اسمیت، معلم مدرسه راهنمایی، متوجه شد والدین ایمیل‌هاش رو نمی‌خونن. اونا مطالب رو سریع مرور می‌کردن و به نکات کلیدی توجه نمی‌کردن. این برای اسمیت کابوس بود، چون والدین فقط به نیمی از اطلاعات واکنش نشون می‌دادن.

اسمیت که تو مدرسه راهنمایی لوتر جکسون تدریس می‌کنه، خبرنامه‌های مایک رو می‌خونه و تصمیم گرفت گزیده گویی هوشمندانه رو امتحان کنه. حتی تعداد کلمات و زمان لازم برای خوندن متن رو هم بالای اون می‌نوشت، مثل کاری که ما تو خبرنامه‌های آکسیوس انجام می‌دیم. ماموریت اسمیت موفقیت‌آمیز بود. اون می‌دونه والدین فقط کلمات درشت و برجسته رو می‌خونن. پس تمام نکات مهم رو به همین شکل می‌نویسه و می‌گه: «بالاخره پیام مو گرفتن.»

اسمیت به حوزه‌ای اشاره می‌کنه که بچه‌های ۱۳-۱۴ ساله بهتر از بزرگ‌ترها عمل می‌کنن. دانش‌آموزان متوسطه گزیده گویی هوشمندانه رو دوست دارن، اما نه به دلایل علمی یا روان‌شناختی. همون‌طور که معلمشون می‌گه: «اونا فقط می‌خوان تا حد ممکن کمتر بنویسن.»

نکات کلیدی برای نوشتن مؤثر

۱. جملات کوتاه، تأثیر بیشتر

قانون ساده‌ای وجود دارد: کلمات تک‌هجایی معمولاً قوی‌تر از کلمات دو‌هجایی و کلمات دو‌هجایی قوی‌تر از کلمات سه‌هجایی هستند. برای جلب توجه مخاطب، از کلمات تک‌هجایی در عناوین ایمیل‌هایتان استفاده

کنید.

۲. انتخاب کلمات قوی

کلمات قوی، واضح و ملموس هستند. آن‌ها چیزهایی هستند که می‌توانیم ببینیم و حس کنیم. در مقابل، کلمات ضعیف و انتزاعی به سختی قابل درک و به خاطر سپردن هستند (مثل «جریان عمل» یا «تعلیمات مدنی»). به عنوان مثال، کلمات قوی شامل اسم‌های تک‌هجایی مانند «آتش»، «قایق» و «ماهی» و افعال تک‌هجایی مانند «خرد کردن» و «شکست دادن» هستند.

۳. حذف کلمات ضعیف

اگر شما این کلمات را در یک کافه یا ساحل نمی‌گویید، بهتر است آن‌ها را حذف کنید. این کلمات ضعیف به شکل‌های مختلفی ظاهر می‌شوند و معمولاً به جای اینکه به شما کمک کنند، شما را به عقب می‌رانند. به جای استفاده از کلمات فانتزی و ده دلاری، از کلمات ساده و مستقیم استفاده کنید. به عنوان مثال:

- «پر سر و صدا» به جای «آوایی»

- «طفره رفتن» به جای «دروغ‌گویی»

- «آموزشی» به جای «موعظه آمیز»

۴. دوری از کلمات مبهم

عباراتی مانند «ممکن است» یا «شاید» معمولاً ابهام ایجاد می‌کنند و اطلاعات مفیدی ارائه نمی‌دهند. به جای این عبارات مبهم، مستقیماً بگویید چه اتفاقی قرار است بیفتد. آیا برنامه‌ریزی شده یا در حال بحث است؟ اطلاعات دقیق‌تر و واضح‌تری ارائه دهید.

۵. استفاده از افعال مشخص

افعال مشخص و معلوم قدرت نوشتار شما را افزایش می دهند. به عنوان

مثال:

- فاعل معلوم: «نیروهای طالبان افغانستان را اشغال کردند.»

- فاعل مجهول: «وضعیت امنیتی افغانستان رو به وخامت است.»

۶. پذیرش عبارات قوی

عبارات کوتاه و مؤثر، به یادماندنی و شفاف هستند. به عنوان مثال، جمله

«عیسی گریست» یکی از قوی ترین و کوتاه ترین جملات در انجیل است که

احساسات عمیق انسانی را به تصویر می کشد.

۷. بازنگری در نوشته ها

پس از نوشتن، تمام کلمات را مرور کنید و ببینید آیا می توانید آن ها را به

گونه ای ساده تر و با هجای کمتر بیان کنید. هر بار که این کار را انجام دهید،

به کلمات قوی تری دست خواهید یافت.

تصویر کلی

به یاد داشته باشید که یک جمله بهتر از دو جمله و دو جمله بهتر از سه

جمله است. با جملات همانند کلمات بی رحم باشید و حتی پاراگراف ها را با

دقت بیشتری بررسی کنید. کلمات خود را به گونه ای دسته بندی کنید که

تأثیر بیشتری داشته باشند و توجه خوانندگان را جلب کنند.

ایموجی ها


در زمانهای گذشته در حوزه ارتباطات ایموجی ها تنها به عنوان بخش شوخی و طنز استفاده میشد اما در طول زمان آنها استفاده های کاربردی پیدا کردند به طوری که میتوان یک مفهوم که برای شرح آن نیاز به یک پاراگراف بود را در یک ایموجی خلاصه کرد. هر چند باید در نظر بگیرید که استفاده نا به جا از آنها میتواند صورت مسئله را به طور کامل عوض کند. داستان استفاده از گروه ما ایموجی


سالهای سال ما از ایموجی هیچ استفاده ای نداشتیم آنهم فقط به خاطر تفکر جیم آنها را مسخره در نظر میگرفت. ناگهان وقتی که آکسیوس را در سال ۲۰۱۷ راه اندازی کردیم جرقه ای بای استفاده درست ایموجی ها در ذهن ما شکوفا شد. ما میخواستیم که نوشته های خلاقانه و مفید خودمان را با یک عامل به خصوص منحصر به فرد و شیوا تر بکنیم. هدف جلب رضایت مخاطب بود، نه رضایت مندی خودمان. ما در اوایل کارمان از گیف ها (GIF) در خبرنامه ها استفاده میکردیم تا با استفاده از این ابزار بتوانیم تفکرات و عواطف خودمان را به نحو احسن به مخاطب انتقال بدهیم.



تأثیر شگفت انگیز ایموجی ها


هر ایموجی مفهومی را در پشت سر خودش دارد به طوری که با ایجاد یک محیط مناسب برای بیان آن میتوانیم به طور شگفت انگیزی مطالب زیادی را به مخاطب رسانده و در عین حال توجه زیادی برای متون و خبرنامه های خود به دست بیاوریم.


به طور مثال قرار دادن این علامت میتواند در جلب توجه مخاطب برای


یک خبر مهم و فوری کارآمد باشد. 

خود مایک که در ابتدا مخالف بود در ادامه از  برای عنوان اطلاعات روزانه استفاده کرد و در کمال ناباوری همه متوجه شدند که مسئله مایک در چه موضوع و در چه شکل و شمابلی است.


به عنوان مثالی دیگر برای فروشگاه های زنجیره ای بزرگ میتوان از  برای آمازون و  برای المارت استفاده کرد. در اینجا نمونه هایی از ایموجی های کاربردی برای ارتباطات تجاری مد نظر است.


- داده یا نظر سنجی: 


- انتخابات: 


- موفقیت: 


- شکست: 

- عالی: 

- ای وای: 

- آلام: 

- ارزیابی رستوران: 

- ابزار الکترونیکی: 

- ورزش ها: 

- غذاها: 

ایموجی ها به مرور زمان تبدیل به یک عنصر جدا ناپذیر در ارتباطات روزمره شدند به طوریکه در حال حاضر اکثریت افراد و خبرگذاری ها از



این عنصر منحصر به فرد استفاده های فراوان میبرند.

بخش سوم

گزیده گویی هوشمندانه در عمل

روش مایک

داستان یک خبرنامه صبحگاهی

ما به مدت پانزده سال، هر روز صبح، یک خبرنامه را منتشر کرده‌ایم. این یعنی بیش از ۲۵۰۰ خبرنامه، با تنها هفت روز تعطیلی برای صعود به کوهی در ایالت مین و استراحتی پس از آن ماجراجویی.

اهمیت موضوع

این کار، به هیچ وجه انتخابی عاقلانه به نظر نمی‌رسد، اما ما به عنوان یک منبع زنده برای گزیده‌گویی هوشمندانه، نکات و ترفندهایی داریم که می‌تواند به شما در نوشتن خبرنامه‌های مدرن و جذاب کمک کند.

آغاز سفر

جیم و مایک در سال ۲۰۰۷ با همکاری جان هریس، یکی از دوستان خود از واشنگتن پست، پلیتیکو را تأسیس کردند. جان و جیم به عنوان مدیران و مایک به عنوان خبرنگار سیار، اخبار را جمع‌آوری می‌کرد و نام پلیتیکو را در واشنگتن دی‌سی بر سر زبان‌ها می‌انداخت. هر روز صبح، ایمیلی با عنوان «امروز باید چطور شروع کنیم» برای جیم و جان ارسال می‌کردیم. این ایمیل، طرحی برای گزارش‌هایی بود که باید در روز پیش رو دنبال می‌شد. مایک با یک قالب خاص شروع می‌کرد و همیشه با انبوهی از اخبار یا دیدگاه‌های تازه آغاز می‌شد، بر اساس قانون طلایی روزنامه‌نگاری که می‌گوید: «چیزی به من بگو که نمی‌دانم.» سپس، او بهترین بخش‌های هر گزارش جذاب را که در روزنامه‌های بزرگ منتشر شده بود، انتخاب می‌کرد و درباره چیزهایی که شب گذشته از یک منبع شنیده بود یا مهمانی‌هایی که

در آن شرکت کرده بود، به ما می گفت. او معمولاً گزارشش را با یک شوخی یا نکته سرگرم کننده به پایان می رساند.

نقطه عطف

در آن زمان، ما نمی دانستیم که این روش روزی به موفقیت خواهد رسید. این فقط یک یادداشت هوشمندانه از مایک بود، اما یک روز هریس در حال صحبت با هاوارد و ولفسان، یکی از دستیاران ارشد هیلاری کلیتون، بود. هریس گفت: «مایک هر روز صبح این ایمیل عالی را برای من می فرستد و مرا در جریان همه کارها قرار می دهد.» و ولفسان پاسخ داد: «من هم می توانم آن ایمیل را دریافت کنم؟» هریس گفت: «البته!» و به این ترتیب، خبرنامه روزانه ما به راه اندازی یک صنعت عظیم و کمک به دو استارتاپ دیگر منجر شد و به سرعت در میان دموکرات ها و جمهوری خواهان منتشر شد. خیلی زود نام «شیوه نامه پلیتیکو» بر آن گذاشته شد. در سال ۲۰۱۰، نشریه نیویورک تایمز سرمقاله ای درباره ما با عنوان «مردی که کاخ سفید به خاطر او بیدار می شود» منتشر کرد. باب وودوارد، گزارشگر افسانه ای واشنگتن پست، در برنامه «مورنینگ جو» گفت: «فقط کافی است خبرنامه ما را بخوانید.» دن فایفر، مدیر ارتباطات کاخ سفید در دوران ریاست جمهوری باراک اوباما، به تایمز گفت: «مایک، قدرتمندترین و مهم ترین روزنامه نگار در واشنگتن است.» و همه این ها فقط به خاطر یک خبرنامه بود.

پشت صحنه

قبل از اینکه قدرت خبرنامه ها را کشف کنیم، ما خبرنگارانی پرنرزی و

خوش فکر بودیم، اما هرگز به دنبال نوشتن نثرهای برازنده یا گزارش‌های جذاب نبودیم. توانایی ما در گفت‌وگوهای حضوری بسیار بهتر از نوشتن روی کیبورد بود. این مسئله درباره بسیاری از ما صدق می‌کند. ما معمولاً واضح‌تر و شفاف‌تر از آنچه می‌نویسیم، صحبت می‌کنیم. گزیده‌گویی هوشمندانه به شروع این گفت‌وگوی طبیعی کمک می‌کند و این تأثیر شگفت‌انگیزی برای ما یک داشت. شیوه‌نامه پلیتیکو که ما یک بیش از نه سال آن را می‌نوشت، دوستانه و نوآورانه بود و مخاطبان زیادی را جلب کرد؛ به طوری که کاخ سفید واقعاً به خاطر آن بیدار می‌شد. اما اکنون که به آن نگاه می‌کنیم، مانند یک آشفتگی بزرگ به نظر می‌رسد؛ زیرا از مخاطبان خود انتظار زیادی داشت. این شیوه‌نامه شامل هزاران کلمه بود که به طور مبهم سازماندهی شده و مشخص نمی‌کرد واقعاً چه چیزی و به چه دلیل اهمیت دارد؛ در واقع، مانند نامه‌ای برای دوستی بود که امیدوار بودیم وقت آزاد زیادی داشته باشد.

تحول در آکسیوس

وقتی شروع به راه‌اندازی آکسیوس کردیم، جیم به این فکر افتاد که نظم و ترتیب خاصی به آن بدهد. او می‌خواست فقط ده مورد را به صورت شماره‌گذاری شده بیان کند تا قبل از شروع روز از مهم‌ترین رویدادها مطلع شویم. جیم اعتقاد داشت که ما نباید همان شیوه‌نامه را به گونه‌ای جدید انجام دهیم، بلکه باید یک روش جدید ابداع کنیم. در ابتدا، ما مقاومت می‌کردیم و می‌گفتیم که مخاطبان مدت زیادی است که آن را به همین شکل دوست دارند. اما سپس یک مدل آزمایشی را با استفاده از رابط ظریفی که آکسیوس ساخته بود، امتحان کردیم. تأثیر این کار برای او به عنوان یک

نویسنده، رهایی بخش و برای خوانندگان بسیار خوشایند بود و تعداد کلمات او را به نصف کاهش داد.

ترفندهای مایک برای نوشتن مؤثر

۱. شما یک سرآشپز هستید: در گزیده گویی هوشمندانه، هنر شما در انتخاب محتوا نهفته است. با کم کردن گزینه‌ها برای خوانندگان، می‌توانید اشتیاق آن‌ها را برای اطلاعات بیشتر تحریک کنید. نوشتن به مانند یک بوفه پر از غذاهای متنوع است؛ انتخاب با شماست. نگذارید خوانندگان مجبور شوند آنچه را که مهم است، خودشان پیدا کنند! شما بر محتوای خود تسلط دارید و می‌دانید چه چیزی ارزش گفتن دارد؛ پس به سادگی آن را بیان کنید و از پیچیدگی‌های غیرضروری دوری کنید.

۲. گزیده گویی نشانه‌ای از اعتماد به نفس است: این کار برای مایک چالش برانگیز بود، درست مانند شما. او احساس می‌کرد باید همه ایده‌هایش را در خبرنامه‌اش بگنجانند، اما زمانی که تمرکزش را بر روی خوانندگان معطوف کرد، همه چیز تغییر کرد و تعداد کلماتش به طرز چشمگیری کاهش یافت. در یکی از تعطیلات عید پاک، مایک در مکانی با اینترنت ضعیف و اخبار محدود بود. او گفت: «این عید پاک است؛ پس اگر خبرنامه‌ام کوتاه‌تر باشد، کسی شکایت نخواهد کرد.» بنابراین به جای «ده خبر مهم»، فقط شش خبر مهم را ارسال کرد. وقتی روز دوشنبه خبرنامه را به حالت عادی برگرداند، ایمیل‌هایی با مضمون «چگونه می‌توانم برای نسخه بعدی ثبت‌نام کنم؟» دریافت کرد.

۳. خدمت به مخاطب، کلید موفقیت است: وقتی خود را در خدمت



خوانندگان می‌بینید، توجه آن‌ها را جلب می‌کنید و اعتمادشان را به دست می‌آورید. به آنچه واقعاً می‌خوانید فکر کنید. چرا باید مخاطبان را وادار کنید بیشتر از آنچه نیاز دارند ببینند و بشنوند؟ اگر خوانندگان بدانند که شما دقیق و سخت‌گیر هستید، به پیام‌های شما بیشتر توجه خواهند کرد و آنچه را که می‌خواهید منتقل کنید، بهتر درک خواهند کرد.

۴. نوشتن را به یک بازی تبدیل کنید: اگر نثر خود را به صورت یک بازی ارائه دهید، می‌تواند بسیار سرگرم‌کننده باشد. مایک وقتی خبرنگار دیگری را ویرایش می‌کرد، یک چالش ایجاد می‌کرد. او برخی از کلمات را حذف می‌کرد و از خبرنگاران می‌خواست کلمات گم‌شده را پیدا کنند، که معمولاً نمی‌توانستند. این یک رژیم کلمه‌ای است. این کار آسان نیست و نیازمند قواعد خاصی است، اما نتایج آن شما را شاداب‌تر و جذاب‌تر می‌کند. نرم‌افزار Axios HQ نیز به شما کمک می‌کند تا با هر بار نوشتن، امتیاز گزیده‌گویی هوشمندانه کسب کنید و پیشرفت خود را ارزیابی کنید.

مهارت نوشتن یک خبرنامه

خبرنامه؛ سفری به دنیای ارتباطات هوشمند

در دنیای امروز، که اطلاعات با سرعت نور در حال جریان است، چگونه می‌توان پیام‌های مهم را به گوش مخاطبان رساند و توجه آن‌ها را جلب کرد؟ پاسخ در یک کلمه نهفته است: خبرنامه!

فراتر از صرف انتقال اطلاعات

خبرنامه‌ها دیگر صرفاً ابزاری برای انتقال اطلاعات نیستند. آن‌ها پلی هستند که افراد را به یکدیگر متصل می‌کنند و فضایی خلق می‌کنند که در آن ایده‌ها شکوفا می‌شوند و خلاقیت‌ها جان می‌گیرند. در محیط‌های کاری و روزنامه‌نگاری، خبرنامه‌ها به عنوان ابزاری برای ایجاد نظم و کارایی در موضوعات پیچیده شناخته می‌شوند. به عنوان مثال، نیویورک تایمز، پیشگام در این عرصه، بیش از پنجاه خبرنامه متنوع را به مخاطبان خود ارائه می‌دهد.

قهرمان شدن در دنیای خبرنامه‌ها

اگر شما هم بتوانید خبرنامه‌ای جذاب و هوشمند را به درستی منتشر کنید، می‌توانید در میان همکاران و دوستان خود به قهرمان تبدیل شوید. مانند یک ستاره درخشان در آسمان باشگاه کتاب‌خوانی کلاس ششم!

چاشنی‌های جذاب

اما چه چیزی خبرنامه را جذاب و خواندنی می‌کند؟ پاسخ در استفاده از عناصر بصری و محتوای سرگرم‌کننده نهفته است. گیف‌های خنده‌دار، کاریکاتورهای هوشمندانه، اخبار شخصی و تصاویر اعضای تیم می‌توانند



خبرنامه را به یک تجربه لذت بخش تبدیل کنند. این عناصر نه تنها خواندن را جذاب می کنند، بلکه احساس تعلق و همبستگی را نیز تقویت می نمایند.

چالش های ارتباطی و راه حل های هوشمندانه

الیزابت لوئیس، مدیر ارتباطات شهردار آستین تگزاس، استیو آدلر، با چالش های ارتباطی روبه رو بود. شهردار به متن های طولانی علاقه مند بود، در حالی که لوئیس معتقد بود در دنیای امروز، مخاطبان به اطلاعات فشرده و گزیده گو نیاز دارند. با اصرار لوئیس، شهردار استفاده از سیستم Axios HQ و گزیده گویی هوشمندانه را برای ارتباط با رأی دهندگان آغاز کرد. این رویکرد به قدری مورد توجه قرار گرفت که لوئیس اکنون از آن برای جمع بندی نظرات ارائه شده در شورای شهر استفاده می کند که بعد از هر جلسه در رسانه ها منتشر می شود.

رویای ارتباطی

لوئیس ایمیل های زیادی دریافت می کند که آن قدر فشرده و مبهم هستند که آن ها را با مشکلات کلمه ای که در مدرسه ابتدایی داشتیم، مقایسه می کند. به عنوان نویسنده و خواننده، او از گزیده گویی هوشمندانه سپاس گزار است که به او کمک کرده این مشکل را حل کند. لوئیس رویای ارتباطی دارد؛ دنیایی که در آن همه از فهرست های گلوله ای برای ارائه مطالب استفاده می کنند. این رویای ما نیز هست

راهنمایی برای خلق خبرنامه ای جذاب و تأثیر گذار

در دنیای پرسرعت امروز، خبرنامه ها به ابزاری کلیدی برای ارتباطات تبدیل شده اند. با رعایت نکات زیر، می توانید خبرنامه ای بسازید که نه تنها اطلاعات را منتقل کند، بلکه توجه خوانندگان را نیز جلب نماید.

۱. نامی متمایز برای خبرنامه: انتخاب یک نام کوتاه و گیرا برای خبرنامه، اولین گام در جذب مخاطب است. این نام باید به خوبی نشان‌دهنده هدف و محتوای خبرنامه باشد و حس کنجکاوی را در خواننده ایجاد کند.
۲. زمان را بهینه کنید: به مخاطبان خود بگویید که خواندن خبرنامه چقدر زمان می‌برد. با در نظر گرفتن اینکه یک فرد به طور متوسط ۲۶۵ کلمه در دقیقه می‌خواند، می‌توانید زمان تقریبی مطالعه را محاسبه کنید. این کار به خوانندگان کمک می‌کند تا بدانند چه انتظاری داشته باشند.
۳. از اخبار مهم شروع کنید: خبرنامه را با یک خبر مهم آغاز کنید. عنوانی جذاب و یک جمله قوی، می‌تواند توجه خوانندگان را جلب کند. مثلاً " ما در حال فروش شرکت هستیم " ! این جمله می‌تواند مخاطب را به ادامه خواندن ترغیب کند.
۴. نظم و ترتیب را فراموش نکنید: یکی از بزرگ‌ترین اشتباهات در طراحی خبرنامه، بی‌نظمی است. از انتخاب فونت مناسب و اندازه متن گرفته تا طراحی کلی، همه باید به گونه‌ای باشد که خواننده را خسته نکند. یک خبرنامه منظم و زیبا، تجربه‌ای دلپذیر برای مخاطب ایجاد می‌کند.
۵. گزیده گویی هوشمندانه: پس از خبر مهم، چند موضوع دیگر را به صورت مختصر و مفید ارائه دهید. اطمینان حاصل کنید که هر مطلب واقعاً ضروری است و به خواننده اطلاعات مفیدی می‌دهد.
۶. ساختار منظم و شفاف: مخاطب باید بداند که چه چیزی در انتظار اوست. با شماره گذاری مطالب و اعلام تعداد آن‌ها در ابتدای خبرنامه، می‌توانید به خواننده آرامش ذهنی بدهید. ایده آل، ۵ تا ۱۰ مطلب است.

۷. تصاویر جذاب و مرتبط: یک تصویر خوب می‌تواند هزار کلمه بگوید. از تصاویری استفاده کنید که با موضوع خبرنامه مرتبط باشند و احساسات مخاطب را برانگیزند. از تصاویری که به موضوع ارتباطی ندارند، خودداری کنید.
۸. مختصر و مفید بنویسید: تعداد کلمات خبرنامه را زیر ۲۰۰ کلمه نگه دارید. این کار نشان‌دهنده احترام به وقت خوانندگان است و به حفظ توجه آن‌ها کمک می‌کند. در صورت نیاز، لینک‌های مرتبط برای اطلاعات بیشتر ارائه دهید.
۹. پایان خوشایند: در انتهای خبرنامه، یک نکته خنده‌دار یا جالب اضافه کنید تا خواننده با لبخند آن را ترک کند. این می‌تواند یک شوخی، یک داستان کوتاه یا یک نقل قول سرگرم‌کننده باشد.
۱۰. قدرت تصاویر و نمودارها: نمودارها و تصاویر ساده می‌توانند اطلاعات را به شکلی واضح و قابل فهم منتقل کنند. از آن‌ها به عنوان ابزاری برای تقویت پیام‌های خود استفاده کنید.
- با پیروی از این نکات، می‌توانید خبرنامه‌ای خلاقانه و مؤثر ایجاد کنید که خوانندگان را به خود جذب کند و آن‌ها را ترغیب به تعامل با محتوای شما نماید.

پخش صدای شما در سر کار

هنر گزیده گویی هوشمندانه؛ کلید موفقیت در محیط کار در دنیای امروز، گزیده گویی هوشمندانه به یک ضرورت غیر قابل انکار در محیط‌های کاری تبدیل شده است. این مهارت نه تنها می‌تواند عملکرد فردی شما را بهبود بخشد، بلکه به ارتقاء کارایی کل تیم و سازمان نیز کمک می‌کند.

قدرت ارتباط مؤثر

هر شغلی که دارید، با به کارگیری هوشمندی در تعاملات خود، می‌توانید تأثیر قابل توجهی بر کارایی خود بگذارید. وقتی شما به‌طور مؤثر و کارآمد ارتباط برقرار کنید، همکاران و مدیران شما این تغییر را متوجه خواهند شد و از شما به‌خاطر صرفه‌جویی در زمان و ایجاد فضایی مثبت قدردانی خواهند کرد. در واقع، بسیاری از افراد در برقراری ارتباط مؤثر در محیط کار با چالش‌هایی مواجه هستند و این می‌تواند به شما مزیت رقابتی بدهد.

تغییرات بنیادین در محیط کار

ما در آستانه یک تغییر بنیادی در نحوه تعاملات در محل کار هستیم. دوران فرماندهی‌های مخفی و دستوری به پایان رسیده و اکنون کارمندان ایدئال‌گرا خواهان شفافیت و کارایی در محیط کار هستند. فرهنگ سازمانی به اندازه استراتژی در موفقیت این تغییرات اهمیت دارد.

ارتباطات؛ محور اصلی تحول

در این تحول، ارتباطات به عنوان محور اصلی شناخته می‌شود. افرادی

که در برقراری ارتباطات دقیق و شفاف عمل کنند، برنده خواهند بود و کسانی که به روش‌های قدیمی و آشفته پایبندند، از میدان خارج می‌شوند. ما با مدیران اجرایی و رهبران استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های بزرگ صحبت کرده‌ایم و همه آن‌ها از انبوه ایمیل‌های خوانده نشده و اطلاعیه‌های طولانی شکایت دارند. این وضعیت می‌تواند بسیار گیج‌کننده باشد و کار را برای سازمان‌ها دشوار کند.

اهمیت ارتباطات و احساس تعلق

مؤسسه گالوپ، که از سال ۱۹۳۰ در زمینه نظرسنجی فعالیت می‌کند، دریافته است که دو عامل اصلی باعث ایجاد احساس رضایت در افراد نسبت به شغلشان می‌شود: ارتباط نزدیک با همکاران و تعامل مؤثر با آن‌ها. در واقع، ۷۴ درصد افرادی که نسبت به شغل خود بی‌علاقه هستند، به دنبال شغل جدیدی می‌گردند و حاضرند برای تغییر وضعیت، حتی دستمزد کمتری بپذیرند.

چالش‌های بازگشت به محیط کار

جان کلیفتون، مدیر مؤسسه گالوپ، در پاییز ۲۰۲۱ اعلام کرد که تنها ۳۰ درصد از کارگران تمایل دارند به صورت تمام‌وقت به محل کار خود بازگردند. بسیاری از آن‌ها ترجیح می‌دهند به محل جدیدی نقل مکان کنند یا در صورت بازگشت به محل کار، حقوق کمتری دریافت کنند. این وضعیت فرصتی بزرگ برای کسانی است که می‌آموزند به روش‌های جذاب و صریح ارتباط برقرار کنند.

تأثیر اجتماعی در محیط کار

شرکت ارتباطات جهانی ادلمن در سال ۲۰۲۱ در گزارشی با عنوان "کارمندان اعتقاد محور" به این نتیجه رسید که توانمندسازی فردی و تأثیر اجتماعی به اندازه ترفیع شغلی و افزایش حقوق برای کارمندان ضروری است. ۶۱ درصد از شرکت کنندگان در این نظرسنجی اعلام کردند که بر اساس مسائل اجتماعی، یک کارفرما را می‌پذیرند یا رد می‌کنند.

در نهایت، گزینه گویی هوشمندانه در محل کار نه تنها به بهبود ارتباطات کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به ایجاد فرهنگی مثبت و کارآمد در سازمان‌ها منجر شود. با یادگیری و به کارگیری این مهارت، می‌توانید به یک نیروی مؤثر در تیم خود تبدیل شوید و به پیشرفت سازمان کمک کنید.

انتقال ارزش‌های شرکتی؛ کلید جذب و نگه‌داشتن استعدادها برای جذب و حفظ بهترین استعدادها، انتقال ارزش‌های شرکت به کارکنان یک ضرورت است. کاربران Axios HQ دریافته‌اند که به روزرسانی هفتگی اطلاعات توسط هر بخش پروژه، با استفاده از یک الگوی قابل پیش‌بینی، می‌تواند تأثیرات مثبتی داشته باشد:

هماهنگی و هم‌افزایی

این به روزرسانی‌ها به ایجاد هماهنگی میان افراد حول ارزش‌ها و فرهنگ مشترک کمک می‌کند و باعث می‌شود همه در یک راستا حرکت کنند.

شفاف‌سازی تفاوت‌ها

با این روش، می‌توان به راحتی تفاوت‌ها، میزان مشارکت عمومی، طرح‌های تشویقی و پیشرفت‌های شرکت را شناسایی کرد.

اولویت بندی مؤثر

این به روزرسانی ها به تعیین اولویت های کاری کمک می کند و مهم ترین فعالیت ها را مشخص می سازد .

اطلاع رسانی به ذینفعان

به روزرسانی های هفتگی، دیگران را در جریان پیشرفت ها و تغییرات قرار می دهد و اطلاعات لازم را در اختیار مشتریان قرار می دهد .

ایجاد یک کتابخانه زنده

این فرآیند به شکل گیری یک کتابخانه زنده از تصمیمات و تفکرات استراتژیک کمک می کند که می تواند به عنوان مرجع استفاده شود .

تحقیقات داخلی ما نشان می دهد که کارمندان پس از به کارگیری روش های " گزیده گویی هوشمندانه"، پیشرفت های چشمگیری در تمامی جنبه ها داشته اند .

نکات و ترفندها برای ارتباط مؤثر

۱. ارتباطات مختصر و مفید

به روزرسانی های ضروری را به صورت مختصر و هوشمندانه بنویسید. این کار به یکنواختی و جذابیت ارتباطات شما کمک می کند .

۲. مدیریت مؤثر

اگر مسئولیت مدیریت را بر عهده دارید، اخبار هفتگی را به صورت خبرنامه های کوتاه و جذاب ارسال کنید. زیردستان خود را نیز به این کار تشویق کنید. ارسال ایمیل ها در روز یکشنبه یا اوایل دوشنبه، بهترین تأثیر را در هماهنگی افراد برای هفته پیش رو خواهد داشت. تحقیقات نشان می دهد که ارسال اخبار صبح ها، نرخ باز شدن آن ها را افزایش می دهد .

۳. ارائه‌های مؤثر

پاورپوینت‌ها معمولاً به فضایی شلوغ و گیج‌کننده تبدیل می‌شوند. برای جلوگیری از این مشکل:

- ارائه خود را با یک ایده بزرگ آغاز کنید که به خوبی خلاصه شده است.

- هر نکته‌ای که در اسلایدهای بعدی بیان می‌کنید باید عنوانی مشابه و فهرست گلوله‌ای با حداقل کلمات داشته باشد. اگر در هر اسلاید بیش از ۲۰ کلمه دارید، دوباره آن را بررسی کنید.

- عناصر بصری را به صورت واضح و ساده ارائه دهید.

- ارائه شما نباید از پنج یا شش اسلاید بیشتر شود.

- در پایان، ایده اصلی خود را دوباره بیان کنید و سپس توقف کنید.

داستان موفقیت جف مورل

جف مورل، مسئول سابق ارتباطات در شرکت نفتی BP، اولین فردی بود که مفهوم گزیده‌گویی هوشمندانه را در یک شرکت بزرگ پیاده‌سازی کرد. موفقیت او نشان می‌دهد که چگونه می‌توان در محل کار، مدرسه یا محله توجه دیگران را جلب کرد و شیوه‌های ارتباطی را تغییر داد. این تجربه الهام‌بخش ما برای نوشتن این کتاب بود.

قبل از پیوستن به BP، مورل در پنتاگون به‌عنوان دستیار ارشد وزیر دفاع آمریکا، باب گینس، فعالیت می‌کرد. او یادداشت‌های طولانی را با یک خلاصه کوتاه در بالا به یاد می‌آورد که در واقع نسخه‌ای از گزیده‌گویی هوشمندانه بود. همه خلاصه را می‌خواندند و تعداد کمی از افراد به کل

یادداشت توجه می کردند .

مورل خواستار یک نسخه مختصر و مفید برای خود بود. او از ما خواست تا گزیده گویی هوشمندانه را به او و تیمش آموزش دهیم. او ابتدا یک خبرنامه داخلی برای هماهنگی تیم مدیریت ایجاد کرد که به سرعت در سراسر شرکت پخش شد و آن را "ITK" نامید که مخفف "In the Know" به معنای "منبع مطلع" است .

قدرت گزیده گویی هوشمندانه در BP

آموزش گزیده گویی هوشمندانه در BP به یک تحول اساسی در ارتباطات داخلی و خارجی این شرکت منجر شده است. با همکاری Axios HQ، بیش از پانصد رابط و سخنور در سرتاسر جهان به این تکنیک تسلط یافته‌اند و نتایج شگفت‌انگیزی را تجربه کرده‌اند. این رویکرد نه تنها به افزایش نرخ باز شدن ایمیل‌ها کمک کرده، بلکه رهبران در کشورهای مختلف را به مبلغان اختصار و شفافیت تبدیل کرده است .

ترفندهای جف مورل برای ارتباط مؤثر

۱. آموزش ساختارمند: جف مورل بر این باور بود که گزیده گویی هوشمندانه یک مهارت قابل یادگیری است. او به افراد توصیه می کرد که در فهرست‌های گلوله‌ای خود از افعال مشخص استفاده کنند و این روش به سرعت در بین کارکنان جا افتاد .

۲. نوشتن به زبان ساده: مورل متوجه شد که پیام‌های متنی باید به گونه‌ای نوشته شوند که گیرنده به راحتی مفهوم آن‌ها را درک کند. او از این که نوشته‌های تجاری معمولاً شامل جملات پیچیده و مبهم هستند، شگفت‌زده شده بود .

۳. جذابیت و الهام بخشی: مدیرانی که نتایج مثبت این رویکرد را مشاهده کردند، به مورل به عنوان یک قهرمان نگاه می کردند. کریس رینولدز، اولین نویسنده ITK، به یک چهره محبوب تبدیل شد و کارکنان برای یادگیری ترندهای او به او مراجعه می کردند.

۴. گسترش جادوی گزیده گویی: این روش به سرعت از ITK فراتر رفت و مورل متوجه شد که یادداشت های داخلی باید به صورت «سه نکته کلیدی» یا «پنج نکته مهم» ساختار بندی شوند. گزارش های پیچیده ای که قبلاً نادیده گرفته می شدند، اکنون با استفاده از گزیده گویی هوشمندانه منتشر می شدند و مورل از آن ها برای آموزش نکات کلیدی به فارغ التحصیلان و دیگر همکاران BP بهره می برد.

۵. تطبیق پذیری در کاربرد: امروزه گزیده گویی هوشمندانه نه تنها در ارتباطات داخلی، بلکه در بررسی عملکرد و حتی در دستورالعمل های ایمنی نیز به کار می رود.

این رویکرد به طور قابل توجهی به بهبود کیفیت ارتباطات و ایجاد فرهنگی از شفافیت و کارایی در BP کمک کرده است. با استفاده از گزیده گویی هوشمندانه، این شرکت توانسته است به سطح جدیدی از تعامل و همکاری دست یابد.

یک ایمیل مرتب و تمیز بنویسید

ارتباطات مختصر؛ کلید موفقیت در دنیای کار طبق یک نظرسنجی از مؤسسه گالوپ، ۷۰ درصد از کارمندان به دنبال ارتباطات کوتاه تر و مؤثرتر در محیط کار هستند. این آمار نشان می دهد که تنها نیمی از کارمندان به یادداشت های مدیران خود توجه می کنند و بسیاری از آن ها به سادگی اطلاعات روی صفحه را نادیده می گیرند یا فقط نگاهی گذرا به آن می اندازند .

چالش های نوشتن ایمیل

اکثر افراد به گونه ای ایمیل می نویسند که به طور ناخودآگاه به دیگران می گوید "مرا نادیده بگیرید" اما با استفاده از تکنیک های گزیده گویی هوشمندانه، می توانید شانس جلب توجه خوانندگان را افزایش دهید و آن ها را ترغیب کنید که سریع تر بخوانند یا حداقل با دقت بیشتری به آن ها نگاه کنند .

کال نیوپورت، استاد دانشگاه جرج تاون، در کتاب " دنیای بدون ایمیل " به افزایش قابل توجه تعداد ایمیل های تجاری در سال های اخیر اشاره می کند. در سال ۲۰۰۵، به طور متوسط هر کارمند ۵۰ ایمیل در روز دریافت می کرد، در حالی که این عدد در سال ۲۰۱۹ به ۱۲۶ ایمیل افزایش یافته است. این تغییر نشان دهنده نیاز فوری به بهبود روش های ارتباطی است .

نکات کلیدی برای نوشتن ایمیل های مؤثر

۱. عنوان جذاب: ایمیل‌های ضعیف معمولاً با عنوان‌های نامناسب آغاز می‌شوند. عنوان شما باید کوتاه، واضح و فوری باشد تا خوانندگان را ترغیب به باز کردن آن کند.
 ۲. بیان اخبار جدید در ابتدا: اخبار و اطلاعات جدید را در اولین جمله بیان کنید تا خوانندگان احساس کنند باید ادامه مطلب را بخوانند.
 ۳. تأکید بر اهمیت موضوع: اهمیت موضوع را به دریافت‌کنندگان نشان دهید و یک چارچوب مشخص برای ارائه داده‌های پشتیبان ایجاد کنید.
 ۴. استفاده از فهرست‌های گلوله‌ای: فهرست‌های گلوله‌ای به خوانندگان کمک می‌کنند تا نکات یا ایده‌های مهم را به راحتی دریافت کنند.
 ۵. برجسته‌سازی کلمات کلیدی: هر عدد یا نامی که می‌خواهید مورد توجه قرار گیرد، پررنگ کنید تا به عنوان تله چشمی برای خوانندگان عمل کند.
 ۶. استفاده از عناصر بصری: عناصر بصری واضح و جذاب به تقویت و جان‌بخشی به نکات مهم کمک می‌کنند.
- با رعایت این نکات، می‌توانید ارتباطات خود را در محیط کار بهبود بخشید و توجه بیشتری را جلب کنید. ارتباط مؤثر، کلید موفقیت در دنیای پرسرعت امروز است.

قبل از به کارگیری گزیده گویی هوشمندانه
 موضوع: کارگاه آموزشی گزیده گویی هوشمندانه
 سلام دوستان،

در تاریخ ۳۱ ژانویه ۲۰۲۰، ما اولین کارگاه عمومی گزیده گویی هوشمندانه را برگزار کردیم که با استقبال چشمگیری روبه رو شد. این جلسه به صورت رایگان برای مشتریانی که به دنبال بهبود فرآیندهای ارتباطی داخلی خود بودند، برگزار شد. شانزده کارشناس از شش سازمان مختلف در این رویداد شرکت کردند و کارگاه به مدت سه ساعت و نیم به طول انجامید. این کارگاه شامل یک ساعت آموزش مبانی و دو ساعت و نیم فعالیت‌های عملی بود. در این جلسه، دو تمرین نوشتاری با استفاده از نرم‌افزار ما انجام شد تا کارشناسان با الگوی نوشتن خبرنامه آشنا شوند. بازخوردهای مثبتی از شرکت کنندگان دریافت کردیم. یکی از آن‌ها اظهار داشت " : از فعالیت‌های عملی بسیار لذت بردم؛ زیرا به من کمک کرد تا نکات گزیده گویی هوشمندانه را در عمل پیاده سازی کنم. به نظر من، این روش می تواند در تمام ارتباطات روزمره مانند ایمیل ها و رسانه های اجتماعی به کار گرفته شود " .

پس از بحث درباره کارکردهای عملی و نحوه استفاده از نرم افزار در ارتباطات داخلی، برخی از شرکت کنندگان تمایل خود را برای گسترش این روش در تیم هایشان ابراز کردند. هفته آینده نیز جلسه دیگری برگزار خواهیم کرد تا ارتباطات قوی تری ایجاد کنیم و در مسیر پیشرفت گام برداریم. اگر سؤالی دارید، خوشحال می شوم که در خدمتتان باشم .

بعد از به کارگیری گزیده گویی هوشمندانه

موضوع: گزیده گویی هوشمندانه از آکسیوس؛ گام‌های جدید

سلام به همه،

ما روز جمعه اولین کارگاه عمومی گزیده گویی هوشمندانه را به صورت رایگان برگزار کردیم تا فرصتی برای یادگیری این هنر فراهم کنیم. استقبال از این موضوع فوق‌العاده بود و تعدادی از شرکت‌کنندگان خواستار آموزش این روش در شرکت‌های خود شدند تا همکاران بیشتری از آن بهره‌مند شوند.

آمار و ارقام:

- شانزده متخصص در کارگاه شرکت کردند.
- شش سازمان مختلف حضور داشتند.
- جلسه آموزشی سه ساعت و نیم طول کشید.
- تمرین نوشتاری به صورت عملی اجرا شد.

نظرات شرکت‌کنندگان نشان‌دهنده تأثیر مثبت این روش بود. یکی از آن‌ها گفت " : از فعالیت‌های عملی بسیار لذت بردم؛ زیرا به من کمک کرد تا نکات آموخته‌شده را به صورت عملی پیاده‌سازی کنم. به نظر من، می‌توان از گزیده گویی هوشمندانه در سایر روش‌های ارتباطی روزانه مانند ایمیل‌ها و رسانه‌های اجتماعی نیز استفاده کرد " .

گام بعدی ما برگزاری جلسه‌ای دیگر در هفته آینده است تا ارتباطات قوی‌تری ایجاد کنیم .

مثال شماره ۲: به روزرسانی سیاست‌های اکسپتیفای

قبل از به کارگیری گزیده گویی هوشمندانه

موضوع: تغییرات در سیاست‌های اکسپتیفای

سلام به همه،

ما به تازگی یک سیستم حسابداری جدید به نام Sage-Intacct راه‌اندازی کرده‌ایم که تغییرات دیگری را در اکسپنسیفای به همراه دارد. ممکن است ایمیل‌های جدید اکسپتیفای را مشاهده کرده باشید که نشان می‌دهد شما به خط مشی جدید ما اضافه شده‌اید و این امکان را فراهم می‌آورد که گزارش‌های هزینه را با سیستم حسابداری ما هماهنگ کنید.

لطفاً هزینه‌ها را طبق خط مشی جدید ارائه دهید. این کار به مدیران و حسابداران کمک می‌کند تا گزارش‌ها را برای بازپرداخت و دریافت حقوق تأیید کنند. این فرایند باید به صورت پیش فرض انجام شود. یک فایل پاورپوینت حاوی جزئیات تغییرات و چند نمونه عملی پیوست شده است:

- تمام بخش‌ها اکنون تحت عنوان یک گروه خاص شناخته می‌شوند.

- گروه‌ها پروژه‌ها (اسلاید ۷) برای برچسب گذاری ابتکارات در سطح شرکت و همچنین هزینه‌های تیم هستند.

این به شرکت اجازه می‌دهد تا هزینه‌ها را به طور خاص پیگیری کند و مشخص کند که آیا در مسیر رسیدن به اهداف خود هستیم یا خیر. برچسب گذاری هزینه‌ها روی طرح‌های قابل اجرا دقت بیشتری در بودجه‌بندی برای این پروژه‌ها به ارمغان می‌آورد.

خط کسب و کار (اسلاید ۸) برای برچسب گذاری هزینه در سه خط

تولید است که اکنون یک بخش ضروری به شمار می‌رود. با ارتقای سیستم جدید، می‌توانیم به‌طور مؤثر گزارش‌های مالی ارائه دهیم و این به شرکت اجازه می‌دهد گزارش‌های بهتری درباره نحوه عملکرد خطوط مختلف کسب و کار ارائه دهد. برای بررسی کامل این طرح، اوایل فوریه در جلسه‌ای با حضور تمام کارکنان یک ارائه زنده خواهیم داشت و می‌توانیم به سؤالات شما به‌صورت زنده پاسخ دهیم. همچنین در صورت داشتن هرگونه سؤال، می‌توانید به اعضای بخش مالی ایمیل بزنید.

ما برای کمک به شما اینجا هستیم.

بعد از به‌کارگیری گزینه گویی هوشمندانه

موضوع: مراحل جدید برای ارائه هزینه‌ها

سلام به همه،

ما در حال تغییر سیستم حسابداری شرکت هستیم تا عملکرد تیم مالی را بهبود ببخشیم. برای ارائه گزارش‌های هزینه‌های بعدی، باید تنظیمات نرم‌افزار خود را به‌روز کنید. نحوه انجام کار به این صورت است:

۱. وارد اکسپتیفای شوید.

۲. روی تصویر پروفایل تان کلیک کنید.

۳. گزینه «خط مشی هزینه‌های آکسیوس» را انتخاب کنید.

برای ارائه گزارش‌های جدید، باید تنظیمات خود را به‌روزرسانی کنید:

۱. از نوار سمت چپ روی "گزارش‌ها" کلیک کنید.

۲. گزارش را انتخاب و روی «جزئیات» کلیک کنید.

۳. از منوی «خط مشی هزینه‌های آکسیوس» را انتخاب کنید.

گام بعدی ارتقای سیستم حسابرسی باعث پیشرفت‌های دیگر نیز می‌شود؛ اما در جلسه‌ای با حضور تمام کارکنان در اوایل فوریه به این مسئله خواهیم پرداخت .

برای مشاهده خلاصه‌ای از تغییرات، به فایل پاورپوینتی که پیوست شده است مراجعه کنید. در صورت داشتن هرگونه سؤال، خوشحال می‌شوم که به شما کمک کنم .

برگزاری یک جلسه مختصر و مفید

جلسات مؤثر؛ کلید بهره‌وری در محیط کار

آیا تا به حال احساس کرده‌اید که در جلسات طولانی و بی‌فایده گرفتار شده‌اید و نمی‌توانستید از آن‌ها خارج شوید؟ اگر بتوانید فرهنگ و عملکرد تیم خود را با برگزاری جلسات کوتاه و هوشمندانه بهبود ببخشید، چه اتفاقی می‌افتد؟ با این کار، به فردی متمایز تبدیل می‌شوید که برای زمان دیگران ارزش قائل است و حرف‌های مهمی برای گفتن دارد.

اهمیت برگزاری جلسات مؤثر

اولین قدم در این مسیر، یادگیری نحوه برگزاری جلسات مؤثر است. جالب است بدانید که اکثر افراد هیچ آموزشی در زمینه برگزاری جلسات مناسب ندیده‌اند. به همین دلیل، بسیاری از جلسات به نتیجه مطلوب نمی‌رسند. طبق آمار، اکثر افراد در جلسات خواب‌آلود هستند یا به کارهای دیگری مشغول می‌شوند.

اکنون زمان آن رسیده که با استفاده از راهکارهای مؤثر، جلسات خود را به تجربه‌ای سودمند تبدیل کنید.

چگونه جلسات مؤثری برگزار کنیم؟

۱. قبل از برگزاری جلسه، هدف آن را مشخص کنید: اطمینان حاصل کنید که واقعاً به جلسه نیاز دارید. اگر موضوع حساس است، شاید گفت‌وگوی خصوصی گزینه بهتری باشد.

۲. هدف جلسه را در ایمیل دعوت مشخص کنید: هدف جلسه را به صورت یک جمله واضح و دستور کار (حداکثر سه فهرست گلوله‌ای) در ایمیل دعوت بنویسید. این کار را شب قبل انجام دهید تا در صورت نیاز، زمان جلسه را تغییر دهید.

۳. در ابتدای جلسه، هدف را مرور کنید: با بیان هدف جلسه، آن را آغاز کنید. این جمله باید دلیل برگزاری جلسه را بیان کند.
 ۴. اهمیت موضوع را توضیح دهید: به شرکت کنندگان بگویید چرا در این جلسه حضور دارند و چه چیزی برای آن‌ها مهم است.
 ۵. تصمیمات لازم را مشخص کنید: به طور واضح بیان کنید که چه تصمیماتی باید گرفته شود و در انتهای جلسه نکات اصلی را دوباره مرور کنید.
 ۶. جلسه را مدیریت کنید: فضای جلسه را طوری طراحی کنید که باعث تمرکز و بهره‌وری بیشتر شود. اگر کسی حرف نامربوطی زد، با لبخند او را قطع کنید.
 ۷. همه را درگیر کنید: افراد ساکت را تشویق کنید تا نظرات خود را به اشتراک بگذارند. اغلب، آن‌ها ایده‌های هوشمندانه‌ای دارند.
 ۸. به موقع خاتمه دهید: دو دقیقه قبل از پایان جلسه، آن را به پایان برسانید. نکات مهم را خلاصه کنید و قدم‌های بعدی را مشخص کنید.
پس از جلسه
بلافاصله بعد از اتمام جلسه، یک ایمیل از موارد بعدی با استفاده از فهرست‌های گلوله‌ای برای اعضای گروه ارسال کنید. این ایمیل‌ها معمولاً باعث می‌شوند افراد نکاتی را که از زمان جلسه به آن فکر می‌کردند، اضافه کنند و شاید به برگزاری یک جلسه دیگر منجر شود.
- با رعایت این نکات، می‌توانید جلسات خود را به تجربه‌ای مؤثر و مفید تبدیل کنید و از زمان خود و دیگران به بهترین نحو استفاده کنید.
- برگزاری نادرست جلسه: چالش‌ها و راهکارها

برگزاری یک جلسه نامناسب می تواند به سادگی به یک تجربه خسته کننده و بی فایده تبدیل شود. وقتی شما و همکارانتان در حال گپ و گفت درباره ناهار یا برنامه های آخر هفته هستید و زمان جلسه فرا رسیده، این پیام را به افراد مشغول می دهید که این جلسه چندان مهم نیست. در این صورت، چرا باید آن را برگزار کنید؟

این وضعیت باعث می شود که افراد به طور ناخود آگاه به کسی که مسئول برگزاری جلسه است، انتقاد کنند، حتی اگر به طور مستقیم چیزی نگویند. آن ها این تجربه را به خاطر خواهند سپرد و ممکن است در آینده به آن فکر کنند.

برگزاری مؤثر جلسه

- ایجاد فرهنگ شروع به موقع: یکی از بهترین راه ها برای ایجاد فرهنگی که به شروع به موقع جلسات اهمیت می دهد، این است که از تجربیات دیگران درس بگیرید. به عنوان مثال، پس از نقل مکان جورج دبلیو بوش به کاخ سفید در سال ۲۰۰۱، کارل راب، که به عنوان دستیار شناخته می شد، با تأخیر به جلسه ای در دفتر بیضی رسید. رئیس جمهور به یکی از دستیاران دستور داد در را قفل کند. از آن پس، راب دیگر دیر نکرد.

- تشکر از افرادی که به موقع می آیند: با تشکر از کسانی که به موقع در جلسه حاضر می شوند، نشان می دهید که به زمان آن ها احترام می گذارید. این کار به دیگران یادآوری می کند که در صورت لزوم، در را قفل خواهید کرد و باعث می شود شما به عنوان فردی معقول و با فکر شناخته شوید.

- تعیین مسئولیت ها: مشخص کنید که چه کسی مسئول چه کاری

است و تا چه زمانی برای انجام آن فرصت دارد. این کار به وضوح وظایف را مشخص می‌کند و به همه کمک می‌کند تا در مسیر درست پیش بروند .
با رعایت این نکات، می‌توانید جلسات خود را به تجربه‌ای مؤثر و مفید تبدیل کنید و از زمان خود و دیگران به بهترین نحو استفاده کنید .

یک سخنرانی هوشمندانه ایراد کنید

رازهای یک سخنرانی تأثیر گذار: چگونه ماندگار شوید

آیا تا به حال در یک سخنرانی نشسته‌اید و با خود فکر کرده‌اید :
 "چقدر عالی بود، ای کاش بیشتر ادامه داشت!"؟! این احساس، اگرچه
 نادر است، اما می‌تواند به واقعیت تبدیل شود .

اهمیت سخنرانی‌های مختصر و مؤثر

سخنرانی‌های موفق باید به گونه‌ای طراحی شوند که وقت مخاطبان را
 ارزشمند بدانند و نکات کلیدی را به شکلی ماندگار ارائه دهند. واقعیت این
 است که برخی از تأثیر گذارترین سخنرانی‌ها، کوتاه و مختصر بوده‌اند. به
 عنوان مثال :

-نطق کتیورگ تنها ۲۷۲۵ کلمه داشت .

-سخنرانی معروف جان اف کندی در مراسم تحلیف کمتر از ۱۵
 دقیقه طول کشید .

-سخنرانی جان کوئینی آدامز در مورد اعلامیه استقلال نیز به همین
 صورت بود .

نانسی دوارته، متخصص ارتباطات، پس از بررسی ساختار سخنرانی‌های
 معروف، نکات کلیدی را به این شکل خلاصه کرده است :

۱. توصیف وضعیت کنونی: اوضاع فعلی را به وضوح بیان کنید .

۲. مقایسه با ایده بزرگ: ایده بزرگ خود را در مقابل وضعیت موجود

قرار دهید .

۳. بحث درباره امکانات: به آنچه هست و آنچه می‌تواند باشد، بپردازید .

۴. فراخوان به اقدام: از مخاطبان بخواهید که اقدام کنند .
۵. تصویر آرمانی: سخنرانی را با تصویری واضح از آینده‌ای بهتر به پایان برسانید .
- نکات کلیدی برای سخنرانی‌های مؤثر
- ۱ . از ابتدا برنده باشید: خودتان باشید و از تقلید پرهیز کنید. به جای استفاده از اسلایدها و یادداشت‌های پیچیده، بر روی کلمات و ارتباط چشمی تمرکز کنید .
 - ۲ . مخاطب را در نظر بگیرید: سعی کنید یک نکته کلیدی را به خاطر بسپارند. با یک داستان واقعی و خنده‌دار شروع کنید تا توجه آن‌ها را جلب کنید .
 - ۳ . نکته اصلی را خلاصه کنید: ایده اصلی سخنرانی را در یک جمله بیان کنید. اگر نتوانید این کار را انجام دهید، مخاطبان هم نخواهند توانست آن را درک کنند .
 - ۴ . ایده‌تان را ماندگار کنید: در ابتدای سخنرانی بگویید که نکته مهمی که می‌خواهید به خاطر بسپارند، چیست. این کار به آن‌ها کمک می‌کند تا تمرکز کنند .
 - ۵ . اهمیت موضوع را توضیح دهید: بگویید چرا این موضوع برای آن‌ها مهم است و چه تأثیری دارد .
 - ۶ . استفاده از داستان و آمار: برای پشتیبانی از ایده‌تان، داستان‌ها و آمار را به کار ببرید. این کار به مخاطبان کمک می‌کند تا بهتر یاد بگیرند و توجهشان جلب شود .
 - ۷ . پایان به یاد ماندنی: سخنرانی را با یک جمله قوی به پایان برسانید و

از مخاطبان تشکر کنید. این کار باعث می‌شود آن‌ها شما را تشویق کنند و سخنرانی‌تان در ذهنشان باقی بماند.

با رعایت این نکات، می‌توانید سخنرانی‌های مؤثری داشته باشید که در ذهن مخاطبان ماندگار شود و تأثیر مثبتی بر آن‌ها بگذارد.

اشتباهات رایج در سخنرانی: درس‌هایی از جو بایدن

در سال ۲۰۲۱، جو بایدن در یک سخنرانی ۲۸ دقیقه‌ای برای فارغ‌التحصیلان آکادمی نظامی گارد ساحلی در نیولندن، تلاش کرد تا پیامی مهم را منتقل کند. اما واکنش حضار به شوخی‌های او، به‌ویژه یکی درباره نیروی دریایی، نشان داد که این تلاش چندان موفقیت‌آمیز نبوده است.

در نهایت، رئیس‌جمهور با ناامیدی گفت: «شما واقعاً یک کلاس کسل‌کننده هستید» و ادامه داد: «هرگز نمی‌خواهید بگویید: از شوخی گذشته...». این جمله نشان می‌دهد که بایدن ایده‌ای قوی برای انتقال نداشت و در حال خواندن یک سخنرانی خوب، اما فراموش‌شدنی بود. وقتی حواس حضار پرت شد، او هم تمرکز خود را از دست داد و تلاش کرد تا دوباره توجه آن‌ها را جلب کند.

او گفت: «دنیا در حال تغییر است و ما در یک نقطه عطف مهم در تاریخ ایستاده‌ایم. ایالات متحده همیشه توانسته است در دوران تغییرات بزرگ، آینده را به درستی ترسیم کند.» این جملات کلی و مبهم به جای جلب توجه، فقط گیج‌کننده بودند.

راهکارهای سخنرانی مؤثر

برخی از جذاب‌ترین سخنرانی‌ها در کنفرانس‌های تدارکات می‌شوند. این

سخنرانی‌ها معمولاً توسط افرادی ایراد می‌شوند که ایده‌های واضح و مشخصی دارند و به خوبی آماده شده‌اند. کریس اندرسون، رئیس تد، تأکید می‌کند که هر سخنرانی باید هجده دقیقه یا کمتر باشد. این مدت زمان به اندازه کافی کوتاه است که توجه مخاطب را جلب کند و در عین حال نکات مهمی را منتقل کند.

به عنوان مثال، پاملا میر در یکی از سخنرانی‌های پر بیننده تد با عنوان "چگونه یک دروغ‌گو را شناسایی کنیم" در سال ۲۰۱۱، با جمله‌ای جذاب آغاز کرد: «نمی‌خواهم کسی را نگران کنم، اما متوجه شدم فرد سمت راست شما یک دروغ‌گو است.» این جمله به سرعت توجه همه را جلب کرد.

او با شوخی افزود: «از وقتی کتابی درباره تشخیص دروغ‌گویی نوشته‌ام، هیچ کس نمی‌خواهد به صورت حضوری با من ملاقات کند. آن‌ها می‌گویند اشکالی ندارد، به شما ایمیل می‌زنیم.»

پاملا با دو جمله ابتدایی و سپس ارائه هدف خود، توانست توجه حضار را به خوبی جلب کند. او توضیح داد: «ایده بزرگ دروغ گفتن یک عمل مشارکتی است و قدرت آن زمانی مشخص می‌شود که فرد مقابل دروغ را بپذیرد و باور کند.»

برای برگزاری یک سخنرانی مؤثر، نیاز به برنامه‌ریزی دقیق، ایده‌های شفاف و توانایی جلب توجه مخاطب دارید. با استفاده از نکات کلیدی و ساختار مناسب، می‌توانید سخنرانی‌هایی داشته باشید که در ذهن مخاطبان باقی بماند و تأثیرگذار باشد.

یک ارائه مختصر و مفید

ارائه‌های مؤثر: هنر انتقال پیام در کمترین زمان

آیا تا به حال در یک ارائه نشسته‌اید و احساس کرده‌اید که وقت ارزشمند شما به هدر می‌رود؟ اگر ارائه‌ها به شکلی مؤثر طراحی شوند، می‌توانند هم برای ارائه‌دهنده و هم برای مخاطب لذت‌بخش و سودمند باشند.

چرا ارائه‌های کوتاه و مؤثر مهم هستند؟

تصور کنید یک اثر هنری مینیمالیستی را که با کمترین عناصر، پیام خود را به بهترین شکل منتقل می‌کند. همین اصل در ارائه‌ها نیز صدق می‌کند. هدف این است که با کمترین کلمات و اسلایدها، پیام اصلی را به مخاطب برسانید. ادوارد توفت، نظریه‌پرداز طراحی اطلاعات، درباره پاورپوینت می‌گوید: «این ابزار ما را احمق فرض می‌کند و کیفیت ارتباطات ما را پایین می‌آورد، ما را به انسان‌های کسل‌کننده تبدیل می‌کند و وقت همکارانمان را هدر می‌دهد.» اما چرا این اتفاق می‌افتد؟

راهکارهای ارائه‌های مؤثر

۱. هدف خود را مشخص کنید: قبل از هر چیز، باید بدانید چه پیامی را می‌خواهید به مخاطبان منتقل کنید. این مانند نوشتن یک توثیت جذاب است. قبل از ایجاد پاورپوینت، ایده خود را بهبود ببخشید.

۲. اسلایدها را ساده‌سازی کنید: هر اسلاید باید یک پیام اصلی داشته باشد که مخاطب بتواند در کمتر از سه ثانیه آن را درک کند. هر اسلاید را مانند یک بلیورد در نظر بگیرید؛ آیا کسی که با سرعت ۱۰۰ کیلومتر بر

ساعت رانندگی می کند، می تواند آن پیام را بخواند؟

۳. از تصاویر استفاده کنید: تصاویر می توانند داستانی را روایت کنند و تأثیر بیشتری نسبت به انبوهی از کلمات دارند. ترکیب تصاویر با چند کلمه کوتاه می تواند توجه و یادآوری را افزایش دهد. عصب شناسان می گویند مغز ما می تواند حداکثر دو محرک را پردازش کند؛ بنابراین، از انبوهی از فهرست های گلوله ای پرهیز کنید .

۴. ایده اصلی را بیان کنید: تئوری های آموزشی نشان می دهند که ما تنها می توانیم یک ارائه را به بهترین شکل پردازش کنیم که یک ایده بزرگ همراه با چند نکته اصلی داشته باشد. اگر با افرادی که در وال استریت ژورنال کار می کنند صحبت کنید، داستان های عجیبی درباره ارائه های بی فایده خواهید شنید .

۵. چکیده ارائه: در انتهای ارائه، یک چکیده از آنچه گفته اید، ارائه دهید. مانند یک فروشنده ماهر، بدون درخواست مستقیم، به آنچه می خواهید برسید. این اسلاید نهایی شما باید با کمترین کلمات ممکن بیان شده باشد .

نتیجه گیری

با رعایت این نکات، می توانید ارائه های خود را واضح تر و به یادماندنی تر کنید. کلمات و تصاویر کمتر، به شما کمک می کند تا پیام خود را به شکلی مؤثرتر منتقل کنید و از اتلاف وقت جلوگیری کنید. به یاد داشته باشید که هدف اصلی ارائه، انتقال پیام به بهترین شکل در کمترین زمان ممکن است .

هوشمندی در رسانه های مجازی و اجتماعی

قدرت گزیده گویی هوشمندانه در شبکه های اجتماعی

در محیط آشفته بار شبکه های اجتماعی، گزیده گویی هوشمندانه می تواند به شما کمک کند تا محتوای تولیدی تان بیشتر به چشم بیاید و توجه مخاطبان را جلب کند. با استفاده از این تکنیک، احتمال نفوذ به قلب مخاطبان، دریافت کلیک و به اشتراک گذاری محتوا افزایش می یابد.

نکات کلیدی گزیده گویی هوشمندانه

۱. به مخاطب چیزی بدهید، نه اینکه چیزی بخواهید: فرمول برنده این است که چیزی مانند یک ایده، امتیاز یا لبخند به مخاطب بدهید، نه اینکه از آنها بخواهید کلیک کنند، چیزی بخرند یا کاری انجام دهند. اگر چیزی به خواننده بدهید، به احتمال زیاد به محتوای شما توجه می کند و الگوریتم ها به شما پاداش خواهند داد.

۲. فقط یک نکته مهم را به مخاطب بگویید: در رسانه های اجتماعی قرار است فقط یک نکته مهم را به مخاطب بگویید، آنها را با یک خبر ترغیب کنید، با یک نقل قول شگفت انگیز برانگیزانید یا با اطلاعات به یادماندنی شگفت زده کنید.

۳. در انتخاب ها سخت گیرانه عمل کنید: رسانه های اجتماعی ما را مجبور می کنند در انتخاب هایمان سخت گیرانه عمل کنیم. مهم نیست ایده یا محتوایی که منتشر می کنید چقدر عالی باشد، زیرا توئیتر، اینستاگرام و فیس بوک آنچه را دیده می شود بر اساس یک نرخ مشخص، سهمیه بندی می کنند.

ترفندهای گزیده گویی هوشمندانه در هر پلتفرم
 -تویتر: حقایق داده‌ها، نقل قول‌های جالب یا اخبار فوری را دوست
 دارد. هر چه فوری تر باشد، بهتر است .
 -اینستاگرام: نیاز به تصاویر چشم‌نواز همراه با متن جذاب و قوی دارد.
 از آنجا که اغلب نمی‌توانید به بیرون پیوند دهید، اینستا شما را مجبور می‌کند
 آن را خلاصه کنید .
 -فیس‌بوک: با ایجاد یک تغییر اغواکننده روی ایده یا محتوای خود
 می‌توانید توجه مخاطب را جلب کنید. اگر جذاب نباشد، زیر امواج توفنده
 خبری ناپدید می‌شود .
 با استفاده از این ترفندها و شناخت مخاطبان هر پلتفرم، می‌توانید محتوای
 جذاب و به‌یادماندنی‌ای تولید کنید که توجه مخاطبان را به خود جلب کند.
 به یاد داشته باشید که کمتر گاهی اوقات بیشتر است !

مثالهایی از هر پلتفرم

تویتر ، مثالی عالی با اطلاعات مفید



Kendall Baker
@kendallbaker

...

ورزش‌ها:

- NBA: ۱۸ درصد سفیدپوست

- NFL: ۲۷ درصد سفیدپوست

- MLB: ۵۹ درصد سفید پوست

- MLS: ۳۸ درصد سفیدپوست

- WNBA: ۱۷ درصد سفیدپوست


رسانه‌های ورزشی

- سردبیران نشریات ورزشی: ۸۵ درصد سفیدپوست

- گزارش‌گران ورزشی: ۸۲ درصد سفیدپوست

- مقاله‌نویسان ورزشی: ۸۰ درصد سفیدپوست


منبع: مؤسسه بررسی تنوع و اخلاق در ورزش

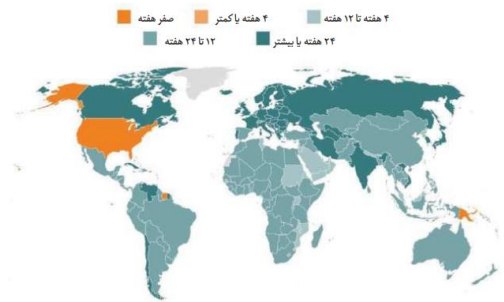
6:28 PM · Jul 6, 2020 · Twitter Web App



اینستاگرام، مثال افتضاح با فونت ریز و ناخوانا

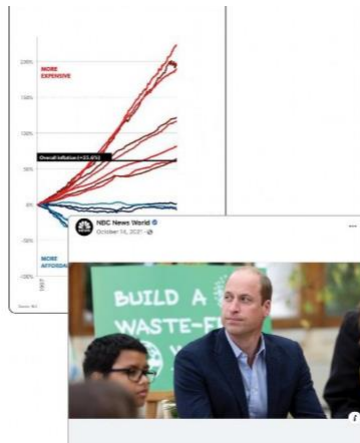


مثال عالی از یک سایت خبری



منبع: مرکز تحلیل سیاست‌های جهانی، دانشگاه کالیفرنیا، لس‌آنجلس

فیسبوک، اطلاعات نامفهوم



استفاده درست و مفید از عناصر بصری

اهمیت گزیده گویی هوشمندانه در ارائه‌های خلاقانه

در دنیای ارتباطات، هیچ محیطی به اندازه فضای مجازی نمی‌تواند به شدت رقابتی و داروینی باشد. در این فضا، شما تنها چند ثانیه فرصت دارید تا توجه مخاطبان را جلب کنید. به همین دلیل، گزیده گویی هوشمندانه می‌تواند به شما کمک کند تا محتوای خود را در شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر، فیس‌بوک و اینستاگرام به شکلی مؤثرتر ارائه دهید.

اصول طراحی مؤثر

سارا گریلو، متخصص سازمانی، تأکید می‌کند که در طراحی تصاویر، باید به اولویت‌بندی و رتبه‌بندی توجه ویژه‌ای داشته باشید. این مفهوم به معنای این است که عناصر بصری باید بر اساس اهمیت و جذابیت آنها سازماندهی شوند. به عنوان مثال، در هر فصل کتاب، یک جمله آغازین کوتاه معرفی می‌شود که سپس با توضیحات بیشتر همراه می‌شود.

نکات کلیدی برای گزیده گویی هوشمندانه

۱. مخاطبان خود را بشناسید: هر پلتفرم اجتماعی ویژگی‌های خاص خود را دارد. توئیتر به حقایق و اخبار فوری علاقه‌مند است، در حالی که اینستاگرام به تصاویر جذاب و متن‌های قوی نیاز دارد. فیس‌بوک نیز به تغییرات جذاب در محتوا توجه می‌کند.

۲. استفاده از تصاویر مناسب: تصاویر باید ساده و جذاب باشند. در دنیای

بصری امروز، کلمات بی‌معنا و بی‌اثر هستند.

۳. استفاده هوشمندانه از ایموجی‌ها: انتخاب کلمات و ایموجی‌ها باید به

گونه‌ای باشد که توجه مخاطب را جلب کند و مفهوم را به خوبی منتقل کند .

۴. ایجاد پیش‌زمینه جذاب: با استفاده از رنگ‌ها و طراحی بصری، می‌توانید عمق و جذابیت بیشتری به محتوای خود ببخشید .

۵. احترام به مخاطب: مفاهیم پیچیده و سردرگم‌کننده می‌توانند مخاطب را از شما دور کنند. سادگی و وضوح در ارائه، کلید موفقیت است .

نتیجه‌گیری

با رعایت این نکات و استفاده از گزیده گویی هوشمندانه، می‌توانید محتوای خود را به شکلی جذاب و تأثیرگذار ارائه دهید. هدف این است که با کمترین کلمات و تصاویر، بیشترین پیام را منتقل کنید و توجه مخاطبان را جلب کنید

اداره یک شرکت با گزیده گویی

ارتباطات شفاف؛ کلید موفقیت در محیط کار

اگر ارتباطات شفاف و صادقانه نباشد، تمام تلاش‌های ما برای ایجاد یک محیط کاری مثبت و پویا بی‌فایده خواهد بود. در آکسیوس، ارتباطات شفاف را سرلوحه کار خود قرار داده‌ایم و این موضوع نه تنها در مدیریت بلکه در فرهنگ سازمانی نیز نقش کلیدی ایفا می‌کند.

آکسیوس؛ الگویی از شفافیت

آکسیوس یک استارت‌آپ پویا با بیش از ۵۰۰ کارمند است که فضایی جاه‌طلبانه و شفاف دارد. همه کارمندان در این شرکت سهام‌دار هستند و ما به هر سؤالی پاسخ می‌دهیم، به جز دو مورد: درآمد هر کارمند و دلایل ترک شرکت. این سیاست به منظور حفظ حریم شخصی افراد است.

ارتباطات دوطرفه

ما به کارمندان اجازه می‌دهیم هر سؤالی را به صورت ناشناس مطرح کنند و در جلسات هفتگی، این سؤالات را با صراحت کامل مطرح و به آنها پاسخ می‌دهیم. این شفافیت باعث از بین رفتن شایعات و سردرگمی‌های ناشی از عدم اطلاع‌رسانی می‌شود.

نقش مدیران در ایجاد ارتباطات

مدیران باید به عنوان رابط عمل کنند، نه به عنوان مسئول حساب و کتاب. این اصل در زندگی شخصی نیز صدق می‌کند. افراد، چه کارمندان، سهام‌داران و چه دوستان، می‌خواهند بدانند که شما چه کار می‌کنید و چرا این کار را انجام می‌دهید. نقص در ارتباطات می‌تواند کل سازمان را دچار

سردرگمی کند.

ضرورت ارتباطات واضح در دوران دورکاری با توجه به شیوع دورکاری و انجام کارها به صورت شناور، نیاز به ارتباطات سریع و واضح بیش از پیش احساس می شود. به عنوان مثال، یک فروشنده در ویسکانسین چگونه می تواند بدون مهارت های ارتباطی با رؤسای خود در نیویورک ارتباط برقرار کند و با انگیزه کار کند؟

نتیجه گیری

تحقیقات نشان می دهد که ۳۰ درصد از پروژه ها به دلیل ارتباطات نامناسب شکست می خورند. همچنین، نظرسنجی ها نشان می دهند که بسیاری از افرادی که شغل خود را ترک می کنند، دلیل آن را احساس عدم ارتباط و از دست دادن اشتیاق می دانند. بنابراین، برقراری ارتباط مؤثر و شفاف در هر سازمانی ضروری است و می تواند به موفقیت و رشد آن کمک کند.

خبرنامه های آکسیوس: پل ارتباطی برای هماهنگی و شفافیت

در آکسیوس، ارتباطات داخلی به عنوان یکی از ارکان اصلی موفقیت شناخته می شود. با بیش از ۵۰۰ کارمند، ما از نرم افزار Axios HQ برای انتشار خبرنامه های متنوع بهره می بریم که به مدیران و اعضای تیم کمک می کند تا در جریان آخرین اخبار و فعالیت ها قرار بگیرند.

تنوع خبرنامه ها

خبرنامه های ما شامل موارد زیر است:

- Funnel: نظارت بر ترافیک وب

- Click Clack: اخبار محلی آکسیوس

- Lights On: اطلاعات تیم درآمد

- Topline: به روزرسانی‌های فروش

این خبرنامه‌ها نه تنها به اشتراک گذاری بهترین شیوه‌ها کمک می‌کنند، بلکه رقابت سالم بین بخش‌ها را تقویت کرده و حس انزوا را کاهش می‌دهند.

شفافیت در ارتباطات

این به‌روزرسانی‌ها برای بنیان‌گذاران شرکت مانند یک سیستم هشدار عمل می‌کند و به آنها این امکان را می‌دهد که فعالیت‌های هر فرد را زیر نظر داشته باشند. این روند به شناسایی افرادی که نیاز به تشویق یا توجه دارند، کمک می‌کند و اطمینان می‌دهد که همه در مسیر درست حرکت می‌کنند.

جلسات مؤثر

بخش جذاب این است که وقتی با رؤسا ملاقات می‌کنیم، از قبل تمام اطلاعات لازم را داریم. این موضوع به ما این امکان را می‌دهد که وقت خود را صرف بحث در مورد نوآوری‌ها، چالش‌ها و راه‌حل‌ها کنیم.

محتوای جذاب

محتوای پرتعداد در این خبرنامه‌ها شامل عناوین پربازدید، بررسی محصولات جدید و زمان‌بندی درآمد است. همچنین، کارمندان می‌توانند تجربیات خود را به اشتراک بگذارند، از جمله چیزهایی که می‌خوانند یا گوش می‌دهند و تصاویری که از فعالیت‌های خود منتشر می‌کنند.

بحران ارتباطات

نقص در ارتباطات می‌تواند به کسب و کارها آسیب بزند و این موضوع تنها به رهبران محدود نمی‌شود. با افزایش آشفتگی و حواس‌پرتی، اهمیت

دقت و کارایی در شنیده شدن و به یاد ماندن افراد بیشتر می‌شود. در دنیای امروز، قدرت از آن کسانی است که در برقراری ارتباطات مدرن مهارت دارند.

درس‌های آموخته‌شده

در روزهای ابتدایی کار در آکسیوس، ما فرهنگ و ارتباطات را نادیده می‌گرفتیم و فکر می‌کردیم که اگر همه وظایف خود را به درستی انجام دهند، همه چیز به خوبی پیش خواهد رفت. اما به زودی متوجه شدیم که این تفکر اشتباه است و نیاز به تغییر داریم.

خبرنامه «پنج چیز بزرگ»

اکنون در آکسیوس، نحوه ارتباطات داخلی ما مشابه ارتباط با خوانندگان است. این کار با راه‌اندازی خبرنامه‌ای به نام «پنج چیز بزرگ» آغاز شد که به سبک گزیده‌گویی هوشمندانه نوشته می‌شود و شامل تمام موارد مهم و اولویت‌دار است. این خبرنامه‌ها نه تنها صریح و سرگرم‌کننده هستند، بلکه برای همه ضروری‌اند.

نتیجه‌گیری

جیم هر یکشنبه این خبرنامه را با همکاری کایلا براون، رئیس کارمندان، می‌نویسد. این خبرنامه به ما کمک می‌کند تا از مسائل مهم شرکت آگاه شویم و از سردرگمی جلوگیری کنیم. اکنون، مدیران نیز خبرنامه‌های خود را راه‌اندازی کرده‌اند تا اطلاعات را بر اساس علایق کارمندان سازماندهی کنند.

نکات و ترفندهای ارتباطی

مت برنس، رئیس ارتباطات شرکت GRAIL، به اهمیت برقراری ارتباط مؤثر اشاره می‌کند و می‌گوید که عادت‌های مصرف مردم تغییر کرده، اما روش‌های ارتباطی هنوز به‌روز نشده‌اند. او با راه‌اندازی خبرنامه‌ای به نام «The Rundown»، توانسته است ارتباطات داخلی را بهبود بخشد و اطلاعات را به شکلی خلاصه و قابل پیش‌بینی ارائه دهد.

نکات برای مدیران

۱. مأموریت مهم است: مطالب خود را با اهداف سازمان هماهنگ کنید.
 ۲. گزارش منسجم داشته باشید: اطلاعات باید واضح و قابل فهم باشد.
 ۳. بی‌پرده و صادق باشید: از نوشتن جملات بی‌معنی خودداری کنید.
 ۴. به‌طور منظم ارتباط برقرار کنید: حداقل هفته‌ای یک بار با کارمندان خود در تماس باشید.
 ۵. متواضع باشید: از دیگران قدردانی کنید و اشتباهات خود را بپذیرید.
 ۶. تشویق به ارتباطات مشابه: جادوی واقعی زمانی آشکار می‌شود که دیگران نیز به سبک مشابه شما ارتباط برقرار کنند.
- با رعایت این نکات، می‌توانید ارتباطات داخلی را بهبود بخشید و هماهنگی بیشتری در تیم‌ها ایجاد کنید.

ارتباطات همه جانبه

قدرت ارتباطات فراگیر: کلید موفقیت در نوشتار مؤثر در دنیای امروز، اگر ارتباطات شما نتواند همه را در بر بگیرد، تأثیرگذاری آن به شدت کاهش می‌یابد. در آکسیوس، ما فراتر از مرزهای جنسیت، نژاد، مذهب و هویت‌های فردی می‌نگریم. هدف ما این است که با مخاطبان خود به گونه‌ای دسترس‌پذیر و قابل فهم ارتباط برقرار کنیم.

اصول گزیده گویی هوشمندانه

گزیده گویی هوشمندانه می‌تواند به پل زدن بر شکاف‌های فرهنگی و توانایی‌ها کمک کند. با ساده و شفاف بودن، ما می‌توانیم ارتباطاتی جهانی ایجاد کنیم که تعصبات فرهنگی و پیچیدگی‌های غیرضروری را از بین ببرد. این رویکرد به افرادی که با اختلالات یادگیری یا زبان دوم مواجه هستند، کمک می‌کند. در دنیای متنوع امروز، این اصول بیش از هر زمان دیگری اهمیت دارد.

شناخت نقاط ضعف

برای موفقیت در این زمینه، باید نقاط ضعف خود را شناسایی کنید و به آنها توجه کنید. آکسیوس، که توسط سه فرد سفیدپوست تأسیس شده، به خوبی می‌داند که تجربیات متنوعی از زندگی وجود دارد که باید به آنها توجه کرد. ما از همان ابتدا تنوع، برابری و همه‌پذیری را در استخدام و تصمیم‌گیری‌ها در اولویت قرار داده‌ایم.

مشاوره با افراد مختلف

اگر قصد دارید مطلبی حساس یا پیچیده بنویسید، حتماً از فردی با

تجربیات متفاوت کمک بگیرید. این کار به شما کمک می‌کند تا از دیدگاه‌های مختلف بهره‌مند شوید و محتوای خود را بهبود بخشید.

بهترین شیوه‌ها برای نوشتن فراگیر

۱. شفافیت در هویت: وقتی درباره کسی می‌نویسید، از آنها پرسید که چگونه هویت خود را بیان می‌کنند. آیا آنها آمریکایی آسیایی، چینی یا بومیان آمریکایی هستند؟ در صورت امکان، قبیله آنها را مشخص کنید و ضماین دلخواه آنها را ذکر کنید.

۲. حذف کلیشه‌ها: از کلمات توصیفی که ممکن است به طور ناخواسته کلیشه‌های موجود را تقویت کنند، اجتناب کنید. می‌توانید از منابعی مانند راهنمای سبک آگاهانه برای کسب اطلاعات بیشتر استفاده کنید.

۳. تنوع در تصاویر: برای جلوگیری از ترویج کلیشه‌های تکراری، از تصاویری استفاده کنید که نمایانگر تنوع واقعی باشند. به عنوان مثال، از تصاویر رستوران‌های آسیایی به عنوان نماد فرهنگ آسیایی خودداری کنید.

۴. تبادل هویت‌ها: یک هویت را با هویت دیگر عوض کنید و ببینید آیا زبان نوشتار و هدف جملات به دور از قضاوت و پیش‌داوری باقی می‌ماند.

۵. نوشتن صریح و واضح: نوشتن به صورت صریح و واضح می‌تواند از توهین و دلخوری جلوگیری کند. به عنوان مثال، تنها زمانی به معلولیت فرد اشاره کنید که مرتبط با موضوع باشد و در صورت امکان، از منابع معتبر برای تأیید آن استفاده کنید.

بررسی عمیق‌تر

راهنمای سبک انجمن ملی روزنامه‌نگاران سیاه‌پوست به راحتی

جستجوی اصطلاحات خاص را ممکن می‌سازد و به ما یادآوری می‌کند که افراد مختلف ممکن است کلمات و عبارات را به شیوه‌های متفاوتی بشنوند. اگر به کسی توهین کنید یا او را دچار سردرگمی کنید، توجه او را از دست خواهید داد.

آمار مهم

بر اساس گزارش مرکز ملی اختلالات یادگیری، از هر پنج کودک یک نفر دچار اختلالات یادگیری است. اگر این مشکل تا بزرگسالی ادامه یابد، حدود ۶۵ میلیون آمریکایی را تحت تأثیر قرار می‌دهد که معادل ۲۰ درصد از مخاطبان شماست.

نکات و ترفندهای ری

۱. استفاده از زبان ساده: نوشتن به زبان ساده و واضح به افراد کمک می‌کند پیام شما را بهتر درک کنند. این روش نه تنها به افراد دارای اختلالات یادگیری کمک می‌کند، بلکه برای افرادی که انگلیسی را به عنوان زبان دوم یاد می‌گیرند نیز مفید است.

۲. استفاده از فهرست‌های گلوله‌ای: فهرست‌های گلوله‌ای به شما کمک می‌کند تا نکات مهم را مشخص کنید و آنها را به اجزای کوچک‌تر تقسیم کنید. این کار از سردرگمی جلوگیری می‌کند.

۳. ساده و کوتاه بنویسید: مطالب پیچیده باعث سردرگمی می‌شوند. با نوشتن جملات کوتاه و واضح، می‌توانید افراد را حول یک ایده مهم و جالب جمع کنید.

داستان ری

ری، که در کودکی به دلیل خوانش پریشی با مشکلات زیادی مواجه بود، در کلاس انگلیسی هفتم با انتقادات منفی زیادی روبرو شد. معلم او به جای درک مشکل، او را به خاطر نمرات پایینش مسخره می کرد. اما ری با تلاش و سخت کوشی توانست بر مشکلاتش غلبه کند و به موفقیت برسد.

نتیجه گیری

گزیده گویی هوشمندانه نه تنها برای افرادی که با چالش های یادگیری مواجه هستند، بلکه برای همه افراد مفید است. با رعایت نکات و ترفندهای ذکر شده، می توانید ارتباطات خود را بهبود بخشید و به ایجاد فضایی فراگیر و قابل درک کمک کنید.

برگه تقلب

راهنمایی برای گزیده گویی هوشمندانه: هنر برقراری ارتباط مؤثر در دنیای شلوغ و پرشتاب امروز، توانایی انتقال پیام‌ها به صورت مختصر و مؤثر یک مهارت کلیدی است. در اینجا یک راهنمای سریع و کارآمد برای گزیده گویی هوشمندانه ارائه می‌دهیم که به شما کمک می‌کند تا ارتباطات خود را به سطح بالاتری ببرید.

اصول کلیدی گزیده گویی هوشمندانه

۱. صلاحیت: به عنوان یک منبع معتبر، شما باید اطلاعات دقیق و قابل اعتمادی را ارائه دهید. اگر خودتان در زمینه‌ای متخصص نیستید، از یک کارشناس کمک بگیرید تا اطمینان حاصل کنید که محتوای شما معتبر و آموزنده است.

۲. اختصار: به زمان خوانندگان احترام بگذارید و اطلاعات ضروری را به طور مستقیم و بدون حاشیه روی ارائه دهید. نوشتن مختصر به معنای سطحی بودن نیست؛ بلکه باید با دقت و وضوح به موضوع پردازید.

۳. انسانیت: ارتباطات باید انسانی و احساسی باشد. سعی کنید پیامتان را به شیوه‌ای دوستانه و قابل فهم منتقل کنید، طوری که گویی در حال گفت‌وگو با یک دوست هستید.

۴. وضوح: برای دستیابی به اختصار، باید در انتخاب کلمات دقت کنید و متن شما باید به راحتی قابل درک باشد. ویرایش و اصلاح متن برای افزایش وضوح بسیار مهم است.

مراحل گزیده گویی هوشمندانه

۱. شناسایی مخاطب: مشخص کنید که خواننده شما کیست و چه چیزهایی برای او اهمیت دارد. این کار به شما کمک می کند تا محتوای خود را متناسب با نیازهای او تنظیم کنید.
 ۲. تعیین اطلاعات کلیدی: اطلاعات مهمی که خوانندگان باید بدانند را شناسایی کنید. این شامل اخبار جدید یا موضوعاتی است که باید در جریان آنها باشند.
 ۳. تأکید بر اهمیت موضوع: به طور واضح توضیح دهید که چرا این موضوع برای مخاطب مهم است. این کار می تواند توجه آنها را جلب کند و انگیزه ای برای خواندن بیشتر ایجاد کند.
- عناصر کلیدی برای نوشتن
۱. عنوان جذاب: عنوان شما باید شش کلمه یا کمتر باشد و به وضوح موضوع را بیان کند. از کلمات ساده و قوی استفاده کنید که توجه خواننده را جلب کند.
 ۲. خلاصه اخبار جدید: این بخش باید در یک جمله خلاصه شود و نکته اصلی را به خوانندگان منتقل کند.
 ۳. اهمیت موضوع: اهمیت موضوع را به وضوح بیان کنید و در انتهای آن تأکید کنید که چرا این مطلب برای مخاطب شما مهم است.
 ۴. آکسیوم های منحصر به فرد: شخصیت برند و لحن خود را در نوشتار حفظ کنید. این کار به مخاطبان کمک می کند تا بهتر با محتوای شما ارتباط برقرار کنند.

مراحل نهایی

۱. ارائه گزیده گویی هوشمندانه: متن خود را به گونه‌ای ارائه دهید که توجه خوانندگان را جلب کند و در عین حال اطلاعات مهم را به خوبی منتقل کند.

۲. بازبینی و ویرایش: متن خود را بررسی کنید تا از صحت اطلاعات و انسجام آن اطمینان حاصل کنید. اطمینان حاصل کنید که هیچ جزئیاتی از قلم نیفتاده و متن شما طبیعی و روان باشد.

نتیجه گیری

با رعایت این اصول و مراحل، می‌توانید به یک ارتباط مؤثر و جذاب دست یابید. گزیده گویی هوشمندانه به شما کمک می‌کند تا در رقابت برای جلب توجه مخاطبان پیروز شوید و صدای خود را به گوش دیگران برسانید. با تمرین و تکرار، می‌توانید این مهارت را بهبود بخشید و در هر زمینه‌ای که فعالیت می‌کنید، موفق‌تر باشید.

گزیده گویی هوشمندانانه را عملی آزمایش کنید

پیشرفت در هنر ارتباطات: کشف قدرت گزیده گویی هوشمندانانه

اگر تا اینجا به مطالعه این کتاب ادامه داده‌اید، تبریک می‌گویم! شما یک گام بزرگتر از دوستان و رقبای خود برداشته‌اید. درک این نکته که اگر در نحوه برقراری ارتباط خود تجدید نظر نکنید، ممکن است با چالش‌های جدی مواجه شوید، نشانه‌ای از هوشمندی و پیشرفت شماست.

فرصتی برای رشد و یادگیری

این زمان مناسبی است تا مهارت‌های گزیده گویی هوشمندانانه خود را به چالش بکشید و ببینید در کدام زمینه‌ها نیاز به تقویت دارید. به وبسایت SmartBrevity.com سر بزنید و مطلبی که نوشته‌اید را بارگذاری کنید. با این کار، می‌توانید بلافاصله امتیاز گزیده گویی هوشمندانانه خود را دریافت کنید و بازخوردهای مفیدی بگیرید. این فرآیند را چندین بار تکرار کنید تا ببینید آیا امتیاز شما با گذشت زمان بهبود می‌یابد یا خیر.

پیاده‌سازی گزیده گویی هوشمندانانه در سازمان‌ها

اگر می‌خواهید گزیده گویی هوشمندانانه را در سازمان، مدرسه، مؤسسه غیرانتفاعی یا تیم خود به کار بگیرید، به SmartBrevity.com مراجعه کنید. ما ویدئوها، مطالعات موردی و اطلاعات مفیدی درباره نحوه اجرای این روش در سازمان‌ها داریم که به شما در برقراری ارتباط مؤثر کمک خواهد کرد.

قابلیت‌های منحصر به فرد Axios HQ

صدها شرکت، سازمان غیرانتفاعی و دفاتر دولتی از نرم‌افزار Axios

- HQ بهره‌مند شده‌اند و به خاطر اطلاعاتی که برای تیم‌های داخلی و مخاطبان خارجی خود ارسال می‌کنند، موفقیت‌های چشمگیری را تجربه کرده‌اند.
۱. قالب‌های متنوع: AxiOS HQ دارای مجموعه‌ای از فرمت‌ها برای خبرنامه‌های هفتگی است که به تیم‌های فروش، سرمایه‌گذاران و هیئت‌مدیره‌ها کمک می‌کند تا اطلاعات را به‌طور مؤثر منتقل کنند.
 ۲. امتیاز گزیده‌گویی هوشمندانه: هوش مصنوعی ما به نوشته‌های شما یک امتیاز عددی می‌دهد تا بتوانید پیشرفت خود را قبل از ارسال مشاهده کنید و بر اساس آن اصلاحات لازم را انجام دهید.
 ۳. راهنمای هوشمند نوشتن: در حین نوشتن، پیشنهادهایی برای بهبود کلمات و ساختارها دریافت خواهید کرد. عناوین طولانی و متن‌های شلوغ به راحتی شناسایی می‌شوند.
 ۴. همکاری آسان: این نرم‌افزار به شما این امکان را می‌دهد که چند نفر را دعوت کنید تا به صورت مشترک روی اطلاعات کار کنند و بخش‌های خاصی را به هر یک اختصاص دهید.
 ۵. تجزیه و تحلیل دقیق: با استفاده از این نرم‌افزار، می‌توانید ببینید چه کسی و چه زمانی خبرنامه شما را باز کرده است و این اطلاعات به شما کمک می‌کند تا علاقه‌مندی‌های مخاطبان را شناسایی کنید.
 ۶. تاریخچه زنده: این اطلاعات به یک کتابخانه مفید تبدیل می‌شود تا اعضای جدید تیم بتوانند با روند کار شما آشنا شوند و از تجربیات گذشته بهره‌مند شوند.

جمع بندی نهایی

امیدواریم تمام ابزارها و ترفندهای موجود در این کتاب به شما کمک کند با اعتماد به نفس ارتباط برقرار کنید، به قلب مخاطبان نفوذ کنید و دوباره شنیده شوید. با بهره‌گیری از گزیده‌گویی هوشمندانه، می‌توانید در دنیای پرشتاب ارتباطات امروز، صدای خود را به‌خوبی به گوش دیگران برسانید و تأثیرگذار باشید.