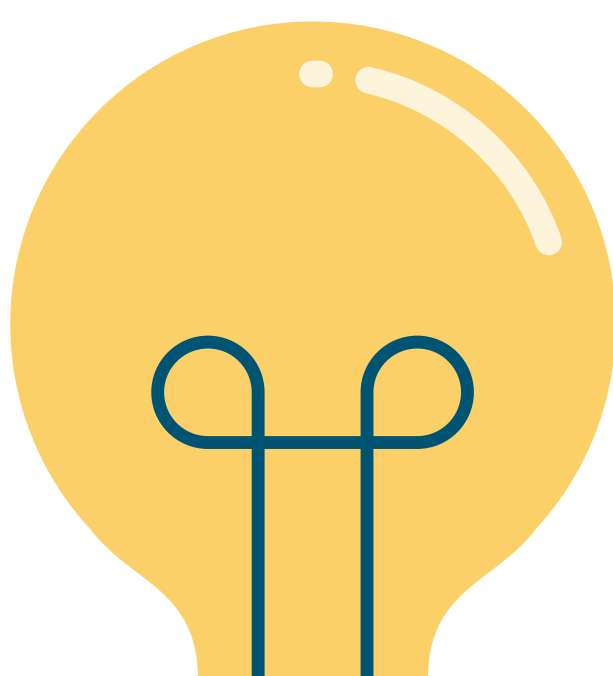


7 ההרגלים של אנשי תוכן אפקטיביים במיוחד

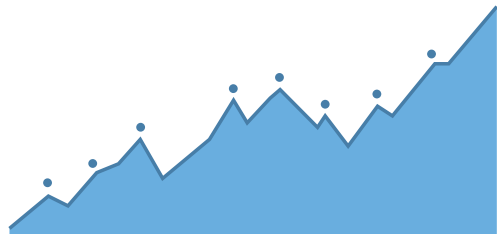
ואם השיר הזה נשמע לכם מוכר... זה רק מפני שלקחנו את ספרו הידוע של סטיבן קובי, "שבעת ההרגלים של אנשים אפקטיביים במיוחד", ועמלנו על פרשנות מעניינת וייחודית לאנשי תוכן.



1 הרגל

פרואקטיביות

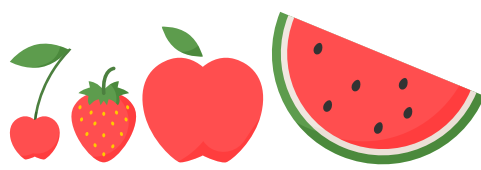
איש תוכן אפקטיבי לא יכול להיות נגרר; הוא צריך לזהות מגמות חדשות, להציע ללקוח תכנים חדשים, ליזום אסטרטגיית תוכן ולדעת לשכנע את הלקוח ביעילות, גם על מנת לספק פרנסה ומוניטין, גם לעצמו וגם ללקוחותיו (יש גם אנשי תוכן שעושים בדיוק מה שאומרים להם ולא יותר, אבל אותם נפגוש באינפוגרפיקה אחרת).



קביעת יעדים

2 הרגל

אנשי תוכן רבים יכולים לחיות "מהיד לפה", לתת מענה לצרכי הלקוחות ותו לא. אנשי תוכן אפקטיביים (ופרואקטיביים), מסמנים לעצמם יעדים להגשמה, כאלה שלאורם הם עובדים - חברות מפתח איתן הם רוצים לעבוד, ספר אותו הם רוצים לכתוב, תחום בו הם מעוניינים להתמחות ועוד. איש תוכן אפקטיבי הפועל כך, יכול ליישם באותה הדרך את מיקוד התוכן ללקוח שלו (מה שנקרא win-win situation).



עבודה לפי סדרי עדיפויות

3 הרגל

כל איש תוכן צריך לגלות מהו סדר העדיפויות המנצח שלו; אצל חלקנו מדובר בלכתוב קודם את התוכן שאנחנו אוהבים, כדי להתמלא באנרגיה לקראת כתיבת תוכן מבאס, אצל חלקנו הסדר הפוך - קודם "נפטרים" מהמשימות המעיקות ואז משאירים את התוכן הכיפי לסוף, ואצל חלקנו מסדרים את המשימות כך שה"דובדבן" יהיה באמצע. כך או כך, איש תוכן צריך להכיר את עצמו טוב, על מנת להיות טוב.



חתירה לנצחונות משותפים

4 הרגל

אצל כולנו האגו משחק תפקיד, אולם אנשי תוכן אפקטיביים במיוחד, יודעים להשתמש באגו כמנוע צמיחה משותף, יחד עם הלקוח, ולא בתחרות מול הלקוח. אנשי תוכן אפקטיביים במיוחד יודעים להעניק מעצמם ולשתף פעולה עם האגו של הלקוח, תוך חתירה למצוינות משותפת, המביאה לניצחונות משותפים.

הקשבה אמפטית



5 הרגל

האם אנשי תוכן הם, בהכרח, חכמים? בוודאי. האם אנחנו יותר חכמים מהלקוח שלנו? לא בהכרח. אנשי תוכן אפקטיביים יודעים להקשיב ללקוח שלהם, לצרכים הגלויים והסמויים שלו, מתוך הקשבה אמפטית אמיתית, ולא רק מתוך הרצון להשמיע את דברם. ההקשבה האמפטית יוצרת אמון, והאמון יוצר מערכת יחסים ארוכת טווח עם הלקוח, מה שמבטיח שיתוף פעולה, יחסים טובים וכמובן - פרנסה



עבודה סינרגטית

6 הרגל

אחד היתרונות הגדולים שיש במקצועות התוכן, הוא המגוון העצום של התחומים בהם אנו עוסקים בכל זמן נתון. אנשי תוכן אפקטיביים במיוחד יודעים לחבר בין הנקודות, להשליך מטאפורות מתוכן אל תוכן ולהמציא, עבור הלקוח, נקודות מבט חדשות בכל זמן ובכל מצב. עבורנו, אנשי התוכן, מדובר ב"פתיחת החיישנים" באופן קבוע, כך שיקלטו מידע וישלפו אותו בזמן ובמקום הנכונים.

לא לעצור בעלייה



7 הרגל

אנשי תוכן אפקטיביים במיוחד, יודעים ש... הם לא הכי אפקטיביים שהם יכולים להיות. אנשי תוכן אפקטיביים במיוחד עומלים על שיפור היכולות שלהם - לומדים תחומים חדשים, שומעים סדנאות, קוראים מאמרים של אחרים, מגיעים לקורסים, ווובינג'רים סרטוני הדרכה וכל מה שעשוי לשפר את בנק הידע והכלים שלהם, עבור עצמם ועבור לקוחותיהם. ותכל'ס... אנשי תוכן אפקטיביים במיוחד יודעים שאין לדבר סוף, וכי עליהם להמשיך ולהיפתח, ללמוד, לקרוא, לשמוע ולעולם לא לשקוט על השמרים.

אם קראת את האינפוגרפיקה הזאת וטפחת לעצמך על השכם - אשריך. אתה כנראה איש תוכן אפקטיבי במיוחד!

אם קראת את האינפוגרפיקה הזאת וגילית מספר הרגלים שיכולים לשפר את עבודתך - אז אנחנו טופחים לעצמנו על השכם. עשינו משהו אפקטיבי בעולם הזה