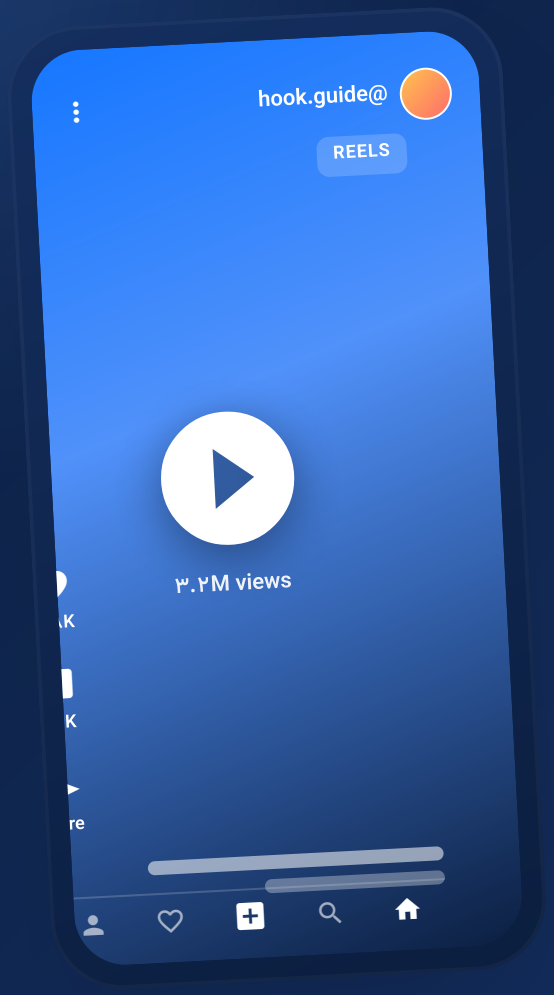


توقف اسکرول

راهنمای جامع ۲۰۲۶

قلاب اینستاگرام چیست؟

راهنمای ساخت Hook برای ریلز، استوری و محتوای اینستاگرام

PLUSING · IRAN

Instagram Hook Guide 2026

SECTION ONE

۰۱ / ۰۴

مبانی قلاب

چرا Hook مهم است، تعریف، و جایگاه آن در محتوا

چرا Hook مهم است؟

۳ ثانیه برای متوقف کردن اسکرول

قلاب باید در ابتدای محتوا توجه کاربر را بگیرد و او را به ادامه تماشا یا خواندن هدایت کند. در دنیای اسکرول بی‌وقفه، تنها راه بقای محتوای شما، ایجاد یک مکث واقعی در ۳ ثانیه نخست است.

۰۱

توقف اسکرول

Pause the scroll

CORE

۰۲

جلب توجه

Grab attention

۰۳

ادامه تماشا

Keep watching

Retention
نگه‌داشتن مخاطب

Engagement
تعامل

Watch Time
زمان تماشا

تعریف

قلاب اینستاگرام چیست؟

Hook = **اولین چیزی که باعث می‌شود کاربر به‌جای اسکرول کردن، مکث کند.**

قلاب می‌تواند یک کلمه، یک تصویر، یک حرکت یا یک صدا باشد. مهم نیست فرم آن چیست؛ مهم این است که در لحظه‌ای کوتاه، مکث ایجاد کند.

۳ شکل اصلی قلاب

متن TYPE 01

جمله، تیتر، کپشن

تصویر TYPE 02

فریم اول، تصویر، Thumbnail

ویدیو TYPE 03

حرکت، صدا، تدوین، ریتم

قلاب = مکث + کنجکاوی

جایگاه Hook

قلاب در کجای محتوا قرار می‌گیرد؟

DURATION

0s — 3s

منطقه طلایی Hook

۰s	۱s	۲s	۳s	ادامه محتوا
شروع	جلب	تعهد	نگه‌داشتن	

قلاب می‌تواند شامل این موارد باشد:

۵ عنصر

- فریم اول
- متن روی ویدیو
- حرکت
- صدا
- جمله اول

فریم اول و لحظات ابتدایی ریلز، طلایی‌ترین فرصت شما برای متوقف کردن اسکرول هستند.

SECTION TWO

۰۲ / ۰۴

انواع قلاب

قلاب متنی، تصویری، ویدیویی + محرک‌های روانشناختی

متنی
تصویری
ویدیویی

انواع قلاب

سه نوع اصلی قلاب

هر قلاب در یکی از این سه دسته اصلی قرار می‌گیرد. شناخت تفاوت آن‌ها به شما کمک می‌کند ترکیب درست را برای محتوای خود انتخاب کنید.

TYPE 01

قلاب متنی

جمله، تیتر، کپشن

مثال:

«چرا ریلزت دیده نمی‌شه؟»

TYPE 02

قلاب تصویری

فریم اول، تصویر، Thumbnail

مثال:

«تصویر با کنتراست بالا»

TYPE 03

قلاب ویدیویی

حرکت، صدا، تدوین، ریتم

مثال:

«کات سریع + افکت صوتی»

نوع ۰۱ · قلاب متنی

با کلمات، کنجکاوی بساز

قلاب متنی ساده‌ترین اما قدرتمندترین نوع قلاب است. یک جمله کوتاه می‌تواند تفاوت بین دیده شدن و نادیده گرفتن باشد. کلید: کنجکاوی، تضاد، یا وعده ارزش.

- پرسش
- راز
- هشدار

کلید طلایی
کنجکاوی + وعده ارزش

۵ مثال کاربردی قلاب متنی

۰۱
الگوی پرسش
چرا ریلزت دیده نمی‌شه؟

۰۲
الگوی راز
۵ رازی که هیچ‌کس بهت نمی‌گه

۰۳
الگوی هشدار
دیگه این اشتباه رو نکن

۰۴
الگوی فوریت
فقط ۳ ثانیه وقت داری

۰۵
الگوی کنجکاوی
اگه این کار رو بکنی چی می‌شه؟

نوع ۰۲ · قلاب تصویری

قبل از خواندن،
تصویر دیده می‌شود

قلاب تصویری خوب شامل:

- کنتراست بالا
- سوژه واضح
- عنصر غیرمنتظره
- حالت چهره
- کیفیت بالا

مغز انسان تصویر را در **۱۳** میلی‌ثانیه پردازش می‌کند؛ یعنی قبل از خواندن یک کلمه، تصویر تصمیم کاربر را گرفته است.

قلاب تصویری

کنتراست رنگی:

نوع ۰۳ · قلاب ویدیویی

قلاب فقط یک جمله نیست؛ یک اتفاق است.

01
حرکت سریع
0.0s – 0.5s

02
افکت صدا
0.5s – 1.0s

03
متن متحرک
1.0s – 2.0s

04
کات سریع
2.0s – 3.0s

در قلاب ویدیویی، ریتم، حرکت و صدا با هم ترکیب می‌شوند تا یک تجربه چندحسی ایجاد کنند که مغز نتواند آن را نادیده بگیرد.

۵ محرک روانشناختی قلاب

هر قلاب موفقی روی یکی از این پنج محرک روانشناختی بنا شده است. شناخت این محرک‌ها پلی است به سمت فرمول WEDGE.

محرک	هدف	مثال
کنجکاوی Curiosity	ایجاد حس دانستن	*«آخرش چی میشه؟»*
ترس / هشدار Fear / Warning	فعال‌سازی غریزه بقا	*«نکنه منم این اشتباه رو می‌کنم؟»*
تضاد Dichotomy	شکستن باور موجود	*«واقعاً؟ برخلاف چیزی که فکر می‌کردم!»*
ارزش فوری Instant Value	دسترسی سریع به سود	*«این به درد من می‌خوره»*
همدلی Empathy	حس درک شدن	*«دقیقاً مشکل منه»*

→ فرمول WEDGE در ادامه

04 / 03

چارچوب WEDGE

پنج شاخه برای ساخت Hook: **Warning** · **Evidence** · **Dichotomy** · **Gift** · **Empathy**

E	G	D	E	W
Empathy	Gift	Dichotomy	Evidence	Warning

چارچوب کلیدی

فرمول WEDGE

چارچوب پنج‌گانه WEDGE یک ساختار ساده اما قدرتمند برای تولید قلاب است. هر حرف یک نوع محرک را نشان می‌دهد.

W Warning
هشدار
01/05

E Evidence
شواهد
02/05

D Dichotomy
تضاد
03/05

E Empathy
همدلی
05/05

G Gift
هدیه
04/05

WEDGE 01/05

1 of 5 hooks

Warning — هشدار بده، اما وعده توخالی نده

هشدارها توجه فوری می‌گیرند چون مغز انسان به خطر حساس است. اما اگر به وعده‌ای که داده‌اید عمل نکنید، اعتماد از دست می‌رود.

3.2×	High
نگاه اول	ریسک Clickbait

W

مثال

Real Reel Hook

اگر این کار رو نکنی، ریلزت دیده نمی‌شه.

ساختار بصری

PART 1	+	PART 2
اشتباه رایج		پیامد احتمالی

ساختار ساده: ابتدا خطری که اکثر مخاطبان در حال انجام آن هستند را نشان بده، سپس پیامد آن را برجسته کن.

نکته: هشدار باید واقعی و قابل اثبات باشد، نه Clickbait.

WEDGE 02/05

of 5 hooks 2

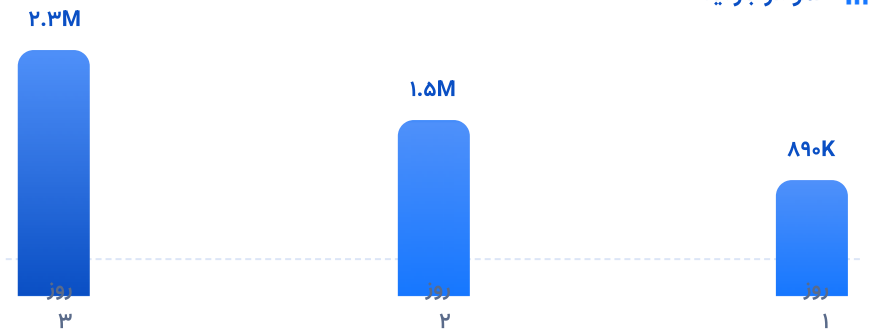
Evidence — عدد، ادعا را ملموس‌تر می‌کند

اعداد مغز را متقاعد می‌کنند. به‌جای گفتن «زیاد دیده شد»، بگویید «۲.۳ میلیون بازدید». عدد، انتزاع را به واقعیت تبدیل می‌کند.

4.7×	High
اعتماد مخاطب	قابل اثبات

نمودار بازدید

۳ روز اخیر



۲.۳M

بازدید

مثال

«این قلاب ۲.۳ میلیون بازدید گرفت.»

فرمول

PART 1	+	PART 2
عدد / داده		نتیجه

نکته: هرچه عدد خاص‌تر، تأثیر بیشتر. «۲.۳M» از «زیاد» قوی‌تر است.

Dichotomy — باور مخاطب را به چالش بکش

باور رایج

پست زیاد بذار، بیشتر دیده شو

→ قبل از قلاب

↔

تضاد

کمتر پست بذار، بیشتر دیده شو

✦ بعد از قلاب

فرمول: باور رایج ↔ تضاد تضاد، باور مخاطب را می‌شکند و او را مجبور می‌کند به محتوای شما فکر کند. این قوی‌ترین نوع قلاب از نظر ایجاد کنجکاوی است.

WEDGE 04 + 05

Gift + Empathy — هدیه و همدلی

هدیه

WEDGE · 04

Gift Hook

مثال

«۵ قلاب آماده برای پست بعدیت»

فرمول

ارزش فوری + وعده مشخص

مخاطب چیزی رایگان و قابل‌استفاده فوری دریافت می‌کند.

همدلی

WEDGE · 05

Empathy Hook

مثال

«می‌دونم چقدر سخته که ریلزت دیده نشه.»

فرمول

مشکل مخاطب + همدلی

وقتی مخاطب حس کند او را می‌فهمید، دیوار دفاعی‌اش پایین می‌آید.

کاربردها

قلاب مناسب برای هر صنعت

هر صنعت، زبان و مخاطب خاص خود را دارد. قلاب مؤثر، قلابی است که با لحن و نیاز همان صنعت هماهنگ باشد.

۶ صنعت · ۶ قلاب

۰۱ مد و پوشاک
Fashion

«این استایل ۲۰۲۶، قبلاً بپوش»

۰۲ غذا
Food

«این سس، راز پاستای رستورانه است»

۰۳ آموزش
Education

«۳ اشتباه که نمره‌ات پایین است»

۰۴ ورزش
Fitness

«این حرکت ۳۰ ثانیه، شکمت رو می‌سوزونه»

۰۵ دیجیتال مارکتینگ
Digital Marketing

«چرا ریلزت دیده نمی‌شه؟»

۰۶ زیبایی
Beauty

«این روتین پوست، در ۷ روز نتیجه می‌ده»

قلاب باید با لحن، نیاز و زبان مخاطب همان صنعت هماهنگ باشد.

۰۴ / ۰۴
اجرا و سنجش

از ایده تا قلاب آماده، خطاها، تست A/B، KPI و کمک هوش مصنوعی

فرایند ساخت

از ایده تا قلاب تست‌شده

ساخت قلاب یک فرایند ۵ مرحله‌ای است. رد کردن هر مرحله، احتمال موفقیت را کاهش می‌دهد.

۱

مرحله ۱

شناخت مخاطب

درد، خواسته و لحن مخاطب را کشف کن.

۲

مرحله ۲

انتخاب فرمول

یکی از پنج شاخه WEDGE را انتخاب کن.

۳

مرحله ۳

نوشتن ۵ نسخه

هرگز با نسخه اول بسنده نکن.

۴

مرحله ۴

تست A/B

دو نسخه را با هم مقایسه کن.

۵

مرحله ۵

بهینه‌سازی

از داده، نسخه بعد را بساز.

هر مرحله بر اساس خروجی مرحله قبل ساخته می‌شود.

خطاهای رایج

چرا بعضی Hookها کار نمی‌کنند؟

بسیاری از قلاب‌ها به‌خاطر خطاهای ساده ضعیف می‌شوند. این شش خطا بیشترین سهم را دارند.

خطای ۰۱

«سلام دوستان...»

شروع کلیشه‌ای

خطای ۰۲

کلی‌گویی

vague بودن

خطای ۰۳

Clickbait بدون ارزش

فریب محض

خطای ۰۴

جمله‌های تکراری

کپی‌کردن از دیگران

خطای ۰۵

Hook طولانی

بیشتر از ۱۰ کلمه

خطای ۰۶

بی‌ارتباط بودن Hook با محتوا

هر کدام از این خطاها می‌تواند Retention را تا ۴۰٪ کاهش دهد.

Hook خوب چه ویژگی‌هایی دارد؟

این هفت معیار را قبل از انتشار هر ریلز روی قلاب خود بررسی کنید.

معیار ۰۱
کوتاه

معیار ۰۲
واضح

معیار ۰۳
مرتبط با محتوا

معیار ۰۴
ایجادکننده کنجکاوی

معیار ۰۵
متناسب با مخاطب

معیار ۰۶
قابل تست

معیار ۰۷
دارای ارزش واقعی

قلاب باید در را باز کند؛ نه اینکه مخاطب را فریب دهد.

Analytics

اندازه‌گیری عملکرد Hook

بدون اندازه‌گیری، بهینه‌سازی اتفاق نمی‌افتد. این چهار KPI، نوار سلامت قلاب شما هستند.

۶۸٪

Retention

چند نفر ادامه دادند؟

۴.۲K

Engagement

چند نفر تعامل کردند؟

۸۹۰

Shares

چند نفر محتوا را فرستادند؟

۲۳۰

Clicks

چند نفر اقدام کردند؟

+۱۸٪ این هفته

Retention ← Engagement ← Shares ← Clicks

AI + Hook

ساخت Hook با AI

مدل‌های زبانی می‌توانند ایده‌پردازی و نسخه‌نویسی Hook را سرعت ببخشند. اما انتخاب نهایی همچنان با شماست.

ابزار ۰۱
ChatGPT
ایده و تولید سریع
GPT-4o

ابزار ۰۲
Gemini
داده و تصویر
Google

ابزار ۰۳
Claude
نگارش خلاقانه
Anthropic

ابزار ۰۴
Perplexity
تحقیق و منابع
Cited

فرمول اعلان (Prompt)

موضوع + مخاطب + هدف + لحن ← ۱۰ Hook پیشنهادی

AI جایگزین خلاقیت شما نیست؛ آن را ۱۰ برابر می‌کند.

آماده استفاده

۱۰ Hook آماده برای پست بعدیت

این ده قلاب را مستقیم کپی کنید، با موضوع خود تطبیق دهید و تست A/B بگیرید.

۰۱
«قبل از اینکه اسکرول کنی اینو ببین...»

۰۲
«اشتباهی که بیشتر تولیدکننده‌ها انجام میدن...»

۰۳
«فقط ۳ ثانیه وقت داری...»

۰۴
«این راز رو هیچ‌کس بهت نگفته...»

۰۵
«چرا کسی اینو بهت یاد نداد؟»

۰۶
«اگه این کار رو نکنی، ریلزت دیده نمی‌شه...»

۰۷
«این قلاب ۲.۳ میلیون بازدید گرفت...»

۰۸
«۵ رازی که هیچ‌کس بهت نمی‌گه...»

۰۹
«دقیقاً مشکل تو همینه...»

۱۰
«منتظر این بودی، آره؟»

نکته: این‌ها را با موضوع و لحن صنعت خود تطبیق دهید.

مثال عملی

از ایده تا Hook

موضوع: تولید محتوا در اینستاگرام. ببینیم چطور یک جمله معمولی به یک قلاب قوی تبدیل می‌شود.

جمله معمولی ✕ STAGE 01

«امروز درباره تولید محتوا صحبت می‌کنیم.»

خنثی، کنجکاوی ایجاد نمی‌کند.

↓

نسخه بهتر STAGE 02

«۳ اشتباه تولید محتوا که باید بشناسی.»

کنجکاوی ایجاد شد، اما هنوز قلاب کامل نیست.

↓

Hook نهایی FINAL STAGE

«اگر این ۳ اشتباه رو می‌کنی، دلیل دیده نشدن ریلزت همینه.»

ترکیب هشدار (Warning) + عدد (Evidence) + تضاد با باور.

محرک‌های WEDGE فعال: W + E + D — Warning · Evidence · Disruption

HOOK

۰۱ مخاطب را بشناس

۰۲ یک مشکل یا خواسته پیدا کن

۰۳ کنجکاوی ایجاد کن

۰۴ ارزش مشخص بده

۰۵ تست و بهینه‌سازی

حالا نوبت ساخت Hook توست.

۱
STEP 01
یک موضوع انتخاب کن

۲
STEP 02
۵ Hook بنویس

۳
STEP 03
تست کن

۴
STEP 04
از داده‌ها یاد بگیر

دانلود کامل راهنما
/Plusing.ir/instagram-hook