

**Рекомендации
по подготовке текстов**

Елена Хмарская



О чем сегодняшнее занятие...

- Эй, гражданина!
Ты туда не ходи.
Ты сюда ходи.
А то снег
в башка
попадет...

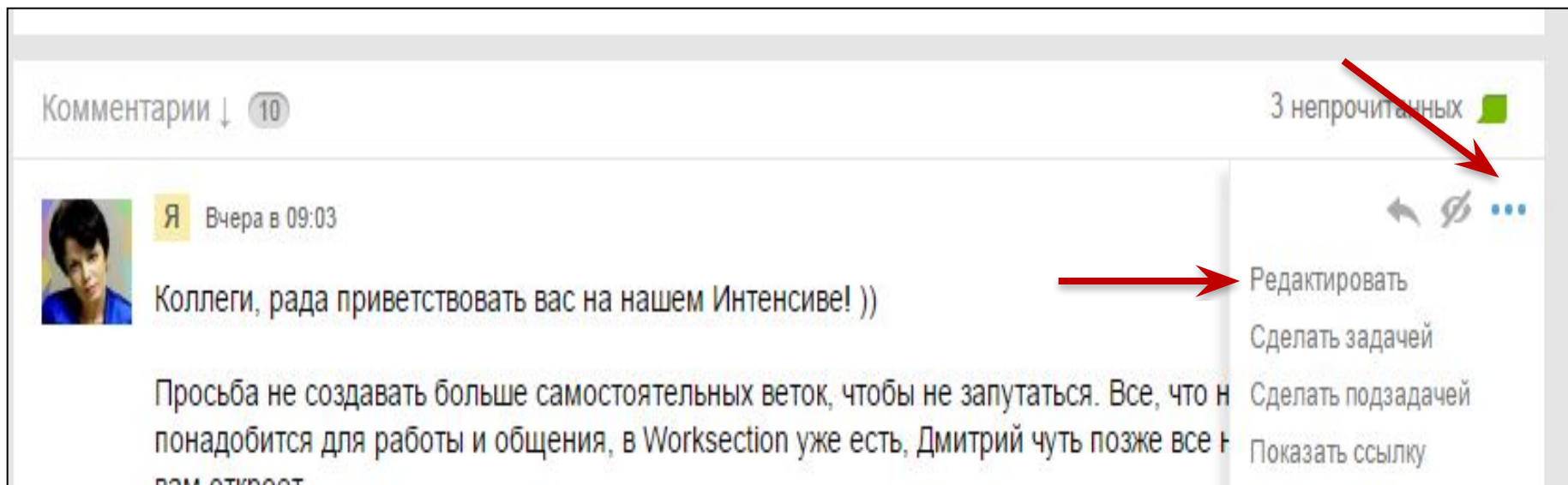




Организационные моменты

1. Работа в Worksection


- <http://mastertext.worksection.com/profile/>







Организационные моменты

1. Работа в Worksection



Редактировать комментарий Увидят все 


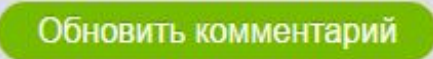
 **B** *I* 

Коллеги, рада приветствовать вас на нашем Интенсиве!))

Просьба не создавать больше самостоятельных веток, чтобы не запутаться. Все, что нам с вами понадобится для работы и общения, в Worksection уже есть, Дмитрий чуть позже все нужные ветки вам откроет.

Пока можно писать все в одну ветку - сюда. Рассказываем о себе, чем занимаетесь, какой опыт в написании текстов, чего ждете от Интенсива. Вам будет интересно познакомиться друг с другом, а нам - поможет индивидуально подойти к проверке каждой работы.

 Вложить новый файл или загруженный ранее или перетащите файлы сюда 

 уведомить подписчиков исполнителя руководителя 



Организационные моменты

2. Название файла с д/з: «Фамилия Имя. О компании» (не наоборот). Краткий КОММЕНТ.
3. Сроки, повторы и очередность проверки
4. Старые тексты на новый лад
5. Новые тексты на старый лад
6. Если у вас форс-мажор...



На что обращаем внимание

1. Оформление
2. Сокращение
3. Конкретика и вода
4. Клише и штампы
5. Выгоды vs свойства



Бонус для участников!





Для Участников и Участников PRO



Более 40 «пустяков» -
небольших
приемов и фишек,
которые
превращают вас
в копирайтера-Профи



Оформление

**Представьте,
ЧТО ВЫ –
Директор...**





Оформление: как вы лодку назовете...

- Заголовок должен быть.
 - Из заголовка читатель должен понять, о чем речь в тексте.
 - Заголовок должен “цеплять” – вызывать нужные ассоциации у читателя.
-
- Пространство света
 - Интернет-магазин светильников Свет-Центр
 - Как выбрать светильник в интернет-магазине?



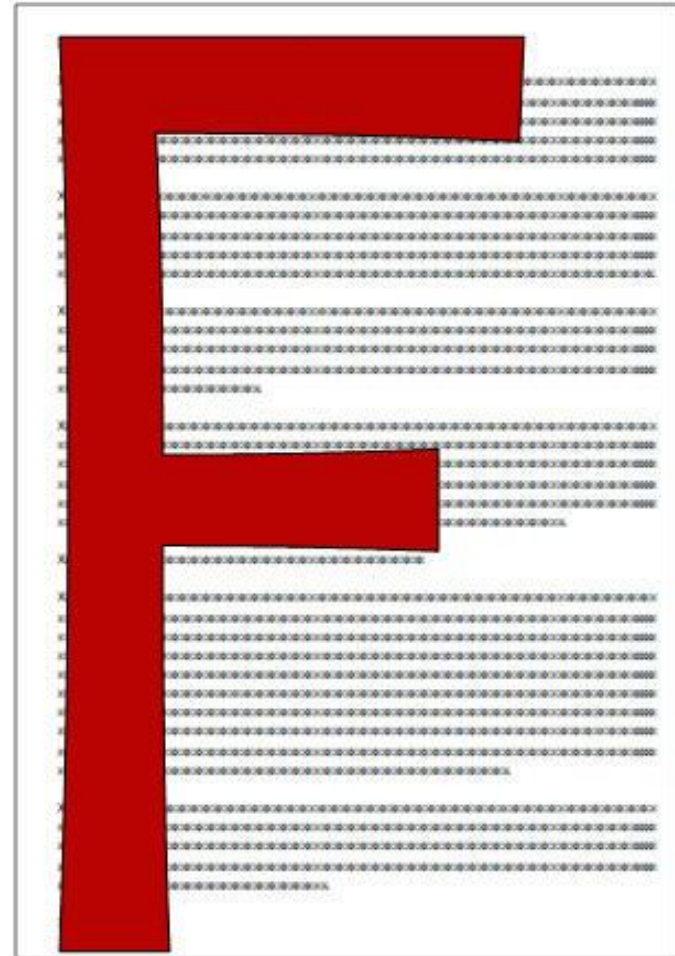
А что с подзаголовками? Принцип тот же!

- Подзаголовок сообщает о том, что говорится в данном блоке текста.
- Задача подзаголовка – заинтересовать!
- В продающем тексте в подзаголовке лучше ставить одно из ключевых отличий (выгоду для клиента)



Оформление: есть ли “F” у вашего текста?

А что располагается
“на месте буквы F”
В ВАШЕМ тексте?





Сокращение: сколько здесь предложений?

К чему мы стремимся: получить знания эффективных тактик и стратегий переговоров, включая полноценную подготовку к их проведению, и совместить их с нарабатываемыми навыками профессиональной переговорной коммуникации, которые необходимы, чтобы тактики и стратегии заработали в ходе реальных переговоров.



1 простое правило повышает читабельность текста в разы!

Правило сокращения

- Короткие предложения (10-15 слов).
- Короткие абзацы (3-4 строки, максимум – 6)
1 абзац=1 мысль.



Подытожим: что облегчает восприятие текста?

- Короткие абзацы (1 абзац=1 мысль)
- Пробелы между абзацами
- Короткие блоки текста (2-3 абзаца) + подзаголовки
- Маркированные списки



Мы странно встретились и странно расстаемся (с)

Проверка вашего вступительного абзаца
“на вшивость”:

- попробуйте его удалить;
- если смысл текста не пострадал – значит, этот абзац не нужен;
- вместо первого абзаца можно дать оффер.



Штампы и клише: Qu'est-ce que c'est?

- Качество сборки и доставки гарантировано
- Гибкая ценовая политика
- Мы используем системный подход к формированию оптимальной структуры команды
- Имиджевые характеристики инновационного производителя
- Чтобы Ваш бизнес был устойчивым, инновационным и клиентоориентированным, в его развитии стоит учитывать 4 аспекта деятельности...



Вода, вода...

- Вы прочитали абзац и затрудняетесь определить его основную мысль – удаляйте абзац!
- Ваш текст получился слишком длинным, но вы уверены, что “лишних мыслей” в нем нет – выжимайте “воду”!



Выжимаем воду: убираем все, что не несет смысловой нагрузки

- Сегодня часто можно встретить на дорогах грузовые машины с прицепом. Всё это объясняется развитием общества, сельскохозяйственной промышленности и логистической сферы, в общем. Данная ситуация позволяет при небольших финансовых вложениях заняться собственным бизнесом грузоперевозок.

250 знаков б/пр.

- Сегодня вы можете заняться собственным бизнесом грузоперевозок даже при небольших финансовых вложениях.

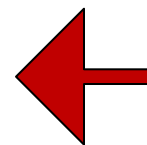
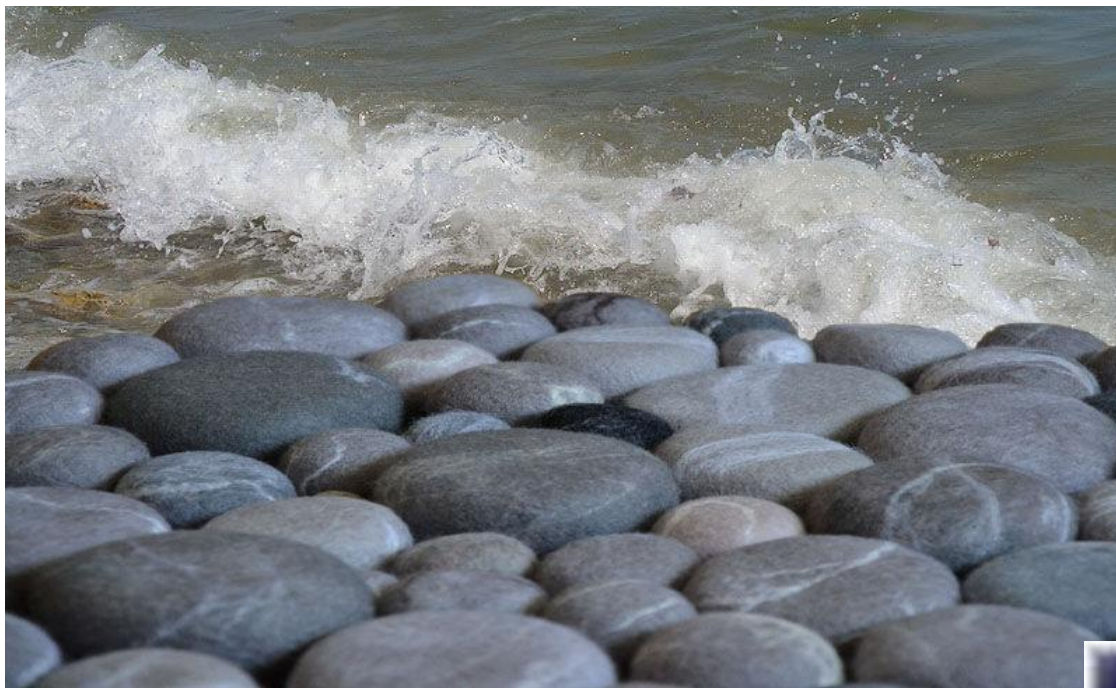
92 знака б/пр.

- Добавляем «конкретику»

Сегодня, чтобы открыть свой бизнес грузоперевозок, вам достаточно минимальных финансовых вложений – 2-2,5 млн.рублей.

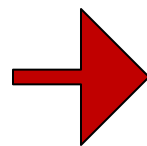


ДМИТРИЙ КОТ
МАСТЕР ПРОДАЮЩИХ ТЕКСТОВ



- **Штампы**
- **Фразы из учебников по бизнесу**
- **Свойства товара**

Необычные приемы
Цифры
Факты
Примеры





Выгоды vs свойства: как из 100 свойств сделать 5 выгод

Характеристика –

**свойство товара,
услуги**

Преимущество –

**что ваш клиент
сможет узнать,
сделать, получить**

Выгода –

**Ответ на вопрос: «А что
мне это даст?»**

1. Разрешение
экрана ноутбука
WUXGA (1920x1200)

1. Работать с текстом и
графикой, смотреть
фильмы и играть в
игры.

1. Вы экономите 20-30 тыс.
рублей – для работы и
развлечений подойдет один
и тот же ноутбук.

2. 4-ядерный
процессор и
оперативная память
6 Гб

2. Вы получаете
быстродействующий
компьютер

2. Вы включаете компьютер
и уже через 30 секунд
проверяете почту.



Отзывы – это не только ценный мех...

*Я очень всем довольна, все просто супер!!!! Спасибо!!!
Спасибо!!! Людочка, ты чудо))))))
У тебя золотые руки, мне очень все понравилось))))))*

ДБ АО «Сбербанк» (Казахстан) выражает Вам свое почтение и желает успехов в Вашей деятельности!

Благодарим коллектив компании BTS за профессиональный подход и отличное проведение тренинга «Эффективное управление розничными продажами в сети Банка» в период с 25 по 27.08.2012г. для руководителей филиалов и сотрудников Центрального офиса ДБ АО «Сбербанк».

Надеемся на дальнейшее плодотворное сотрудничество.



Отзывы – «А чем докажешь?..»

- Конкретный отзыв от реального клиента
- “Хххххххххх (из отзывов наших клиентов)”
- Кейсы, примеры

Используйте анкету для получения отзывов!



Вы все еще кипятите? Тогда мы идем к вам!

- Вы хотите зарабатывать деньги в 3 раза быстрее, чем сейчас?
- Вы не знаете, с чего начать текст? Вам не приходят в голову никакие идеи? У вас уже дедлайн, а первый абзац все еще не готов? Компания Текстофф предлагает написание первых абзацев для текстов любой тематики!



МЫ И ВЫ

- Я – красивый, в меру упитанный мужчина, в полном расцвете сил. И поэтому – выходи за меня замуж!
- Дорогая, я тобой восхищаюсь: ты так красива, так умна и такая чудесная хозяйка... Обещаю сделать тебя счастливой. Выходи за меня замуж!



Как правильно: «Вы» или «вЫ»?

Артемий Лебедев § 165. Три правила про вы

Вы всегда пишется с маленькой. Совершенно невыносима рекламноподобострастная манера писать Вы с заглавной буквы. Вы — это множественное число, при обращении к одному человеку звучит уже достаточно почтительно (по сравнению с ты) и не требует дополнительных украшений.

Источник: <http://www.artlebedev.ru/kovodstvo/sections/165/>

Исключениями могут быть

- Личное обращение: «Уважаемый Иван Иванович! Доводим до Вашего сведения...».
- Текст построен на обращении к конкретному читателю: «Уважаемый Читатель! Возможно, Вас это удивит, но...».



Что писать в тексте «О компании?»

Текст о компании, которая продает утюги

- Не говорим про утюги.
- Не говорим подробно про доставку/оплату, если о них говорится на отдельных страницах.
- Тогда о чем же тут сказать?





Текст «О компании»: подсказка

Отвечаем на вопрос:

Почему я должен покупать утюг
ИМЕННО В ВАШЕЙ КОМПАНИИ?

Сравните:

Почему я должен купить
ИМЕННО ЭТОТ УТЮГ?



Текст «О компании»: пишем вот о чем...

- Умный, опытный коллектив;
- серьезное сервисное обслуживание;
- особые условия для клиентов;
- нестандартный подход к задачам клиентов;
- и т.п.

Это свойства, как превратить их в выгоды —
вы уже знаете!



Чек-Лист для самопроверки

- Какой "F" у моего текста?
- Проверить длину абзацев и предложений.
- Проверить "на вшивость" первый абзац!
- О чем сообщает заголовок в моем тексте?
- Соблюдается ли принцип "мы и ВЫ"?
- В каком времени сформулированы выгоды?
- Можно ли еще сократить отзывы? Насколько они конкретны?
- Есть ли в тексте лишние фразы (абзацы)?
- Соответствует ли мой текст выбранной схеме?



Дмитрий КОТ

www.mastertext.ru

kot@mastertext.ru

twitter.com/dmkot