

## Обучающий курс по практическому копирайтингу от агентства AllWrite

*Только актуальные приемы, работа над ошибками, польза, немного юмора и реальный опыт работы со словом. Ознакомиться с полным циклом со всеми примерами, разъяснениями и рекомендациями вы можете, сохранив эту небольшую брошюру-пособие со текстами, чтобы иметь возможность читать офлайн.*



### **Продающие тексты: мантра для заказчика**

Многие авторы и заказчики все еще верят в тренды 5-летней давности: непогрешимость AIDA, категорического дедлайна и мотивирующих вопросов в текстах, которые они называют продающими. Разберемся, что именно устарело и должно быть безжалостно выброшено, а что работает сегодня.



### **Не словом единым: почему читают, но не покупают?**

Обратился бизнесмен к матерому копирайтеру / агентству с отличными отзывами и рейтингами. Текст написан: где надо – выгоду подчеркнули, опубликовали, все довольны. Но читают – да, а покупать не покупают. В чем дело, как с этим бороться?



### **Признаки бесполезного копирайтинга**

Ошибки допускают не только начинающие, но и действующие авторы. В погоне за «все должно быть написано еще вчера» эти промахи приближаются к стандарту. Снова и снова исполнители ими грешат, заказчики одобряют, читатели непроизвольно отвергают. Посмотрим, можно ли это предотвратить.



### **Иллюстрирование текста: заимствовать или создавать?**

Текст обрастает иллюстрациями и заметно сокращается в объемах. Расскажем о пользе, способах поиска / создания / применения визуальной составляющей текста, позволяющих создать полезный информационный продукт.



### **Способы повышения кликабельности текста**

Полезные статьи с реальными выгодами – финансовыми, информационными, халявными – читатель может пропустить, потому что в них нет нужной ссылки, кнопки, призыва. Разберемся, как «накликать» нужные целевые действия.



### **В ритме текста: правила типографики**

В материале рассказываем о нюансах типографики (оформление заголовков, списков, использование кавычек, тире, дефиса, чисел и наращений в числительных). Читиво не из простых, но станет отличной шпаргалкой для копирайтеров.



### **Информировать, интриговать или креативить? О заголовках**

Нет формулы идеального текста, равно как и нет формулы заголовка, работающего в 100% случаев. Но мы попробуем разобраться, как придумать хороший заголовок к хорошему тексту.



### **TUT.BY исследовал свой рекламный контент: результаты для копирайтеров**

Анализ топ-300 коммерческих материалов портала и работающая схема с примерами и пояснениями для всех копирайтеров.



### **Где взять текст: написать самому, доверить фрилансеру, нанять автора**

Расскажем о способах поиска исполнителя, целесообразности и выбора каждого из них, плюсах и минусах работы с разными возможностями закрытия вопроса создания контента.

## Выпуск 1. Продающие тексты: мантра для заказчика

Продающий текст сильно изменился за последние несколько лет. Возможно, он даже перестал быть продающим, как бы это понятие ни растолковывали, и трансформировался в полезный. Несмотря на это, многие авторы и заказчики все еще верят в тренды 5-летней давности: непогрешимость AIDA, категорического дедлайна и мотивирующих вопросов. Разберемся, что именно устарело и должно быть безжалостно выброшено, а что работает.

### А ВЫ все еще



### пользуетесь AIDA?

**Какие приемы выглядят странно, вычурно и бесполезно, или Чистим текст от пережитков**

#### *Чересчур длинные тексты с замысловатыми вступлениями*

Прежде считалось, что длинный текст лучше продает. Сейчас пользователь хочет меньше читать, больше понимать.

Человек хочет купить кофе в интернет-магазине. Длинное описание истории возникновения, формирования культуры употребления напитка, перечисление культивирующих его стран — последнее, что нужно читателю. В приоритете — четкое и просто изложенное торговое предложение. Ибо вышеописанную информацию он сможет найти на просторах интернета в случае необходимости. Вместо этого читатель получает полотно бесполезного текста, а ответы на вопросы — состав, размер упаковки, цена, условия доставки, форма выпуска — остаются за кадром или озвучиваются в самом конце. В лучшем случае его это оттолкнет, в худшем — разозлит. Особенно если вынесенное в заголовок УТП не имеет ничего общего с содержанием.

Текст — это не кинолента с открытым финалом и пищей для размышления.



**Бодрящий напиток по невероятно выгодным ценам с бесплатной доставкой по всей стране**

Кофе — неотъемлемая часть жизни большинства деловых людей. Едва ли кто-то может обойтись без этого бодрящего напитка утром, в течение рабочего дня. Это и стимулятор, дающий заряд энергии, и просто вкусный напиток, аналогов которого нет. Однако давайте разберемся, где, когда и он почему возник.

**Хотите купить кофе?**

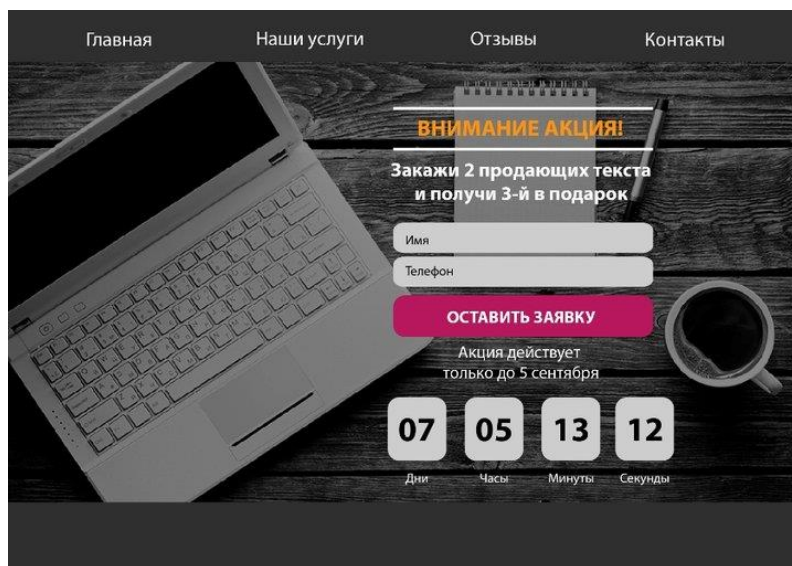
Традиционно кофе покупают молотым, выбирая растворимый или нерастворимый. Владельцы кофемашин предпочитают покупать кофе, подходящий именно для их техники (на данный момент, их выпускают в специальных таблетках). Для использования обычных кофеварок отлично подойдет классический нерастворимый кофе. Также кофе покупают в подарок в красивых упаковках или в офис на всех работников, чтобы насладиться изысканными сортами, собранными со всего мира, которые реализуются в нашем интернет-магазине по привлекательной стоимости.

Вы можете выбрать в каталоге самые популярные на сегодняшний день сорта кофе. Весь перечень продукции доступен в соответствующем разделе сайта.

## Дедлайны, которые не работают

Вспомните, как нас предостерегали в стиле «Успейте заказать по цене 99,9», располагая снизу таймер. Хоть он автоматически перезагружался, это работало.

Современный пользователь не боится мнимых страшилок. Когда все компании стали прибегать к такой уловке, она потеряла силу. Как и все, выходящее из моды. Кроме маленького черного платья, конечно.



## «Панацея от всего»

Вера в существование универсального лекарства/средства/способа/выхода сошла на нет. Но многие продавцы продолжают выдавать свои товары как панацею. Аудитория растет, а продажи падают. Когда люди убеждаются, что вместо обычного продукта им продают волшебную палочку без четко описанных и проиллюстрированных преимуществ, то уходят.

## Желание продать товар всему миру

Едва ли стоит пытаться позиционировать свой товар как идеально подходящий для всех и каждого, в подробностях расписывая его исключительно универсальные выгоды и преимущества. Даже самый крутой текст сегодня не заставит купить, например, китайский смартфон на Android 20-летнего парня или 85-летнюю женщину. На молодежи эти уловки не работают, а людям постарше по-прежнему нужна самая обычная кнопочная модель.

## Формулы, которые менять нельзя (AIDA, ODC и прочее)

Пришло время эклектики. Люди просматривают тексты по диагонали, елочкой, по «фен-шую» и с конца. И каждый случай индивидуален. Поэтому строго придерживаться формул бессмысленно и непродуктивно. Ведь ваш прием или уникальная формула может сработать эффективнее.

Читатели легко отличают шаблонные тексты от оригинальных, улавливают нотки манипуляции и убегают. Потому что **«А вы допускаете эти глупые ошибки в своем бизнесе?»** или **«Для женщин, которые старше, чем выглядят»** приелось.

### А вы хотите спасти отношения с партнером?

Вспомним Высоцкого с его «Придешь домой — там ты сидишь!». А такого никто не хочет. Наверное, многие из нас пытались реанимировать прежние отношения, побороть бытовое однообразие, разжечь огонь чувств. Ничего не вышло, но это не повод отчаиваться и опускать руки.

Обыденность в отношениях — нормальный этап их развития. А появившееся однообразие далеко не звоночек их завершения. Потому что отношения можно возродить. Достаточно сделать всего одно усилие над собой...

Что и как делать — в нашем посте <...>.

## Вопросы, которые должны мотивировать

Если бы наша статья начиналась так, вы бы дочитали ее до этого места?

*«Хотите написать продающий текст, но не знаете, с чего начать? Устали самостоятельно разбираться в нюансах копирайтинга? Надоело чувствовать себя ничего не смыслящим новичком? Качайте чек-лист и следуйте инструкции».*

Текстов с похожим началом — тысячи. А три псевдомотивирующих вопроса в начале текста просто навевают скуку.

## Пустые обещания

Можно сколько угодно писать, насколько прочны и долговечны в эксплуатации появившиеся в каталоге кровельные материалы. Действовать это будет при условии, что все написанное правда и действительно лучше товара конкурента, например. Если использование продукта не дает желанного эффекта (простота монтажа, уменьшенная нагрузка на крышу, стойкость к УФ-излучению и т.д.), разочарованные клиенты завалят форумы злобными комментариями. Вполне возможно, что от текста будет мгновенный эффект, но в ближайшем будущем это чревато банкротством.

## Давление на проблемы читателя

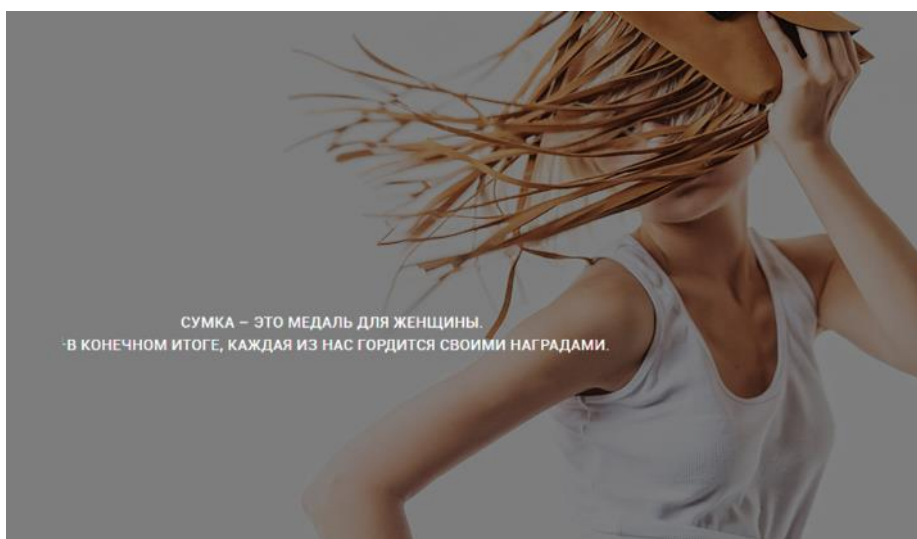
Фразы типа «Устал смотреть, как другие зарабатывают на продающих текстах миллионы?», «Друзья ездят за границу два раза в год, а ты всего лишь на рыбалку за город?» вызывают исключительно негатив. Они напоминают посетителю, в каком положении он находится, заставляя сбежать к более оптимистичным конкурентам.

## Какие приемы вызывают доверие, или Тренды, которые пока что работают

### Используйте короткий текст + картинка / видео

Текст — основа. Но он никогда не заменит фотографию.

Если вы продаете женские сумки, ни одно описание не заменит сочную иллюстрацию. Подкрепляйте или заменяйте текст фотографиями. Не пишите о том, что можете показать. И пользователь захочет то самое, что соблазнительно демонстрирует картинка.



Но никто не отменял советы, подробные инструкции, рекомендации — все, что ново, уникально и полезно. Едва ли правила выращивания помидоров, инструкция по монтажу чего-нибудь своими руками или [идеи по дизайну](#) помещения вместятся в два абзаца. В этом случае рациональнее готовить полноразмерный полезный материал (как в примере).



## Натуральный камень в интерьере: топ-5 идей

22 августа 2017 в 9:00

\*На правах рекламы



Натуральный камень в качестве акцентного элемента в современном интерьере. Не думали о мраморе, граните, ониксе и сланце в таком ракурсе? А ведь эти породы органично вписываются не только в роскошный классический, но и в брутальный лофтовый, и в сдержанный скандинавский стиль, и в строгий футуристичный минимализм. Итак, есть как минимум 5 идей интеграции природного камня в интерьер квартиры или дома – некоторые, возможно, будут для вас новыми.

### Столы и журнальные столики

Мрамор, гранит, оникс, кварцевый агломерат – все эти виды камня подходят на роль надежной столешницы. Заказать можно фактически любую форму, размер и цвет – например, в [каталоге](#) компании «Сварок-мастер» есть 250+ образцов камня. И если решение журнального столика в стекле или дереве довольно ожидаемо, то каменная столешница – дизайнерский ход из категории нестандартных.



### Говорите об ограничениях и возможностях честно или ничего

Если объем товара со скидкой ограничен, укажите причину честно:

Распродается коллекция из 25 электрических плит по цене 399 рублей. Следующая поставка ожидается 1 сентября. Стоимость электроплит из новой партии составит 499 рублей. Покупайте сейчас, чтобы сэкономить и не переплачивать.

Страшилка. Но правдивая.

### Делайте упор на «очеловеченный» и понятный текст

Пишите так, как говорите. Избегайте штампов. Наполняйте свои мысли понятным для читателя смыслом. Сравните:

Цветные носки окрашены высококачественными красками и состоят на 70% из хлопка, на 25% из полиамида, на 5% из полиэстера.

Цветные носки не деформируются и не линяют. Состав: 70% хлопка, 25% полиамида, 5% полиэстера.

Для покупателя термин «высококачественный» абсолютно бесполезен. Но если вы говорите, что носки не линяют, — это откровенная и притягательная польза.

### Вместо риторических вопросов и проблем — решения

Teddy Band — кавер-группа на праздник. Сэкономьте 70.000 рублей — закажите сопровождение на все мероприятие: от велком-зоны до жарких танцев.

Вы предлагаете одну группу для решения всех музыкальных задач на свадьбе и прочих крупных мероприятиях. Клиент получает сопровождение оптом по специальной цене. Вот оно, решение!

### ***Разбивайте текстовую «простыню» на мысли***

Задача копирайтера — выделить из потока главные мысли, разбить на абзацы и списки, выжать и показать пользу. Потому что структурированный текст — наше все. Сравните:

|  |   |
|--|---|
| <p>Я — персональный спортивный тренер, который поможет вам составить подробную программу тренировок, добиться желаемой цели и рационально питаться. Кроме того, научу грамотно поддерживать мотивацию, чтобы боевой дух не угасал.</p> | <p><b>Персональный спортивный тренер:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• составлю программу тренировок конкретно для вас;</li> <li>• помогу добиться вашей цели;</li> <li>• научу, как поддерживать мотивацию;</li> <li>• расскажу о рациональном питании.</li> </ul> |
|--|---|

Так вы можете быть уверены, что все преимущества будут замечены, учтены и зафиксированы в памяти.

### ***Избавляйтесь от клише и канцеляризмов***

Человек приходит на сайт, чтобы понять, почему ему выгодно обратиться именно в вашу компанию, а получает что-то вроде «Вас обслужат высококвалифицированные профессиональные специалисты с богатым опытом» или «Современное оборудование с европейскими сертификатами качества».

У посетителя автоматически возникают вопросы типа «Высококвалифицированные — это как? Кандидаты наук? И что это мне даст?».

Даже если у компании нет суперпреимуществ, для продажи достаточно детально описать положительные стороны с точки зрения клиента:

В нашей клинике работает 15 специалистов со стажем работы от 10 лет. 4 из них получили докторскую степень, 6 готовят материал для диссертации. Врачи дважды в год повышают квалификацию, обучаясь у коллег из Франции и Израиля.

### ***Добивайтесь 100%-й уникальности***

Чем меньше уникальность текста, тем ниже его ранжированность. Скопировав материал с конкурентного ресурса, вы рискуете попасть в немилость у поисковых систем, которые с момента появления [Баден-Баден](#) — нового алгоритма определения переоптимизированных текстов — стали вести себя еще строже.

Описанное выше — не формула, не шаблон, не схема и не инструкция. Это рекомендации, которые сделают текст лучше. Сработать может не все. Когда, почему и как с этим бороться — читайте ниже.

## Выпуск 2. Не словом единым: почему читают, но не покупают?

Обратился бизнесмен к матерому копирайтеру / агентству с отличными отзывами и рейтингами. Текст написан: где надо — выгоду подчеркнули, опубликовали, все довольны. Но читают — да, а покупать не покупают. Разберемся, в чем дело.



### Аналогов много, и это нормально. Цены только разные

«Пока не сравнишь, не бери» — золотое правило покупки, пришедшее к нам со времён популярности уличных рынков с нашим «Мы еще походим, посмотрим». Что происходит сегодня в сети? Потенциальный покупатель читает текст и идет дальше, на всякий случай. Но сайт запомнил, так как контент убедил. Он исследует аналогичный товар у других продавцов и видит, что там дешевле. Мысли о хорошей подаче предыдущего продукта на этом заканчиваются, и покупатель останавливается на более дешевом варианте. Хоть текст тут — нарушение всех копирайтинговых приличий.

Поясним. Многие интернет-магазины предлагают покупателям букеты роз в красивых коробках. Проблема в том, что срок их хранения при обычной температуре одинаково недолгий, внешний вид — одинаково красивый, а вот цена — до неприличия разная (вплоть до баснословных 260–300 рублей). Выигрывают те, кто очень разумно оценивает стоимость круглой коробки, в которую аккуратно вставлены подрезанные до карликовых размеров розы.

#### Заказать букет роз в Минске | Купить цветы Минск

<https://...by> > Купить Белорусские розы Минск ▾  
Розы оптом в Минске. Голландия, Эквадор розы оптом в Минске. Розы опт Голландия, Эквадор.  
Купить букет роз в Минске. Купить букет роз Минск.

#### Купить букет роз | букеты из роз в Минске

<https://...by> > Купить Белорусские розы Минск ▾  
В Минске купить букеты из роз по низким ценам, букет из красных роз, букеты цветов из белых роз, большие букеты из 101 и 51 розы по оптовым и ...

#### Купить Розы Дешево В Минске | Заказать Розы Недорого В ...

<https://...by> ▾  
... или, позвонив нам, изложить свои пожелания, а мы попробуем помочь Вам сформировать букет так, чтоб Вы смогли купить букет роз Вашей мечты.  
15 Роз · 101 Роза · Купить 51 Розу Дешево В ... · 31 Роза

#### Букеты из роз | Купить красивый букет из роз в Минске недорого с ...

<https://www. ...by> ▾  
Розы недорого с Бесплатной доставкой по Минску от службы доставки цветов Floravip.by.  
Огромный ассортимент, приятные цены, свежие цветы.

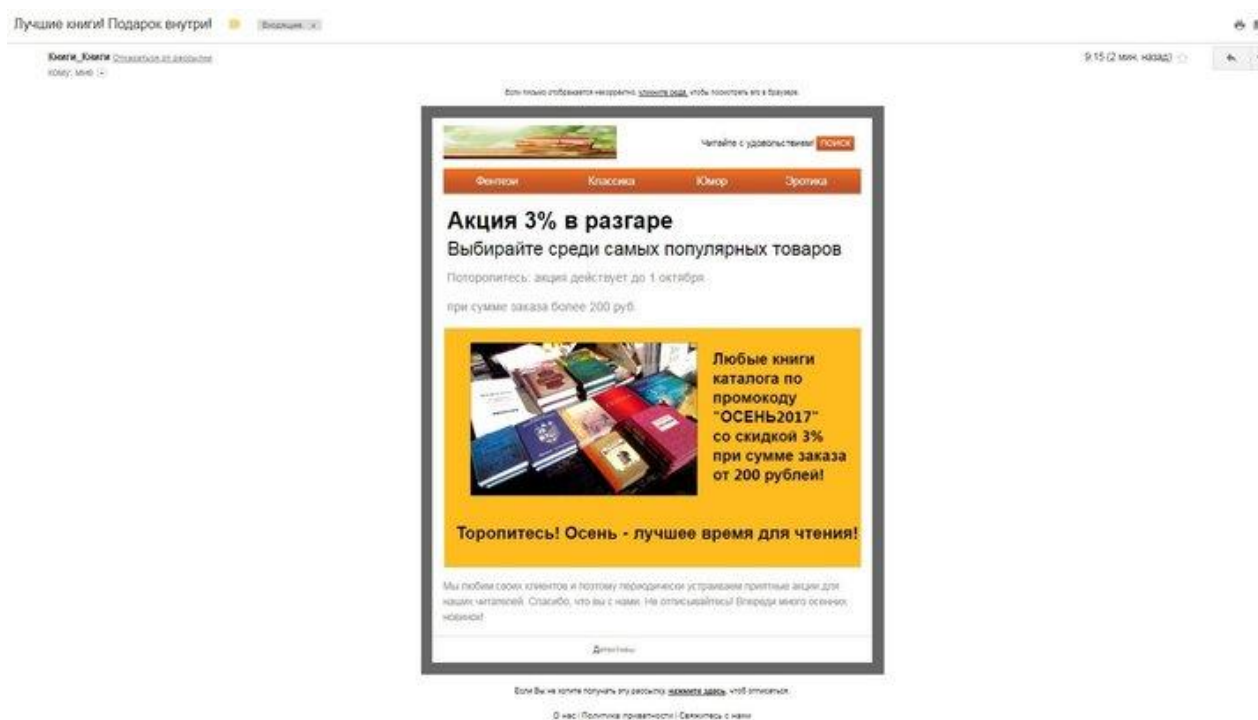
**Мораль. Продажи требуют конкурентоспособных цен.**

## Скидки, ради которых не стоит напрягаться

Положим, средний чек товара — 200 рублей. В предложении указана возможность получить уникальную скидку 3% только сегодня и только сейчас. Или получить эту же скидку после ввода промокода в специальном поле на сайте и при покупке на определенную сумму. Это замечательно. Но замечательна лишь сама идея скидки.

Пока один предприниматель считает, сколько рублей и копеек получит с каждого воспользовавшегося сомнительной скидкой, другой предлагает реальные бонусы: бесплатную доставку по Беларуси, подарок или минус 30% от стоимости при следующей покупке, бонусную карту, расширенную гарантию, бесплатную установку и так далее.

Нехитрая арифметика: ради экономии в 6 рублей вряд ли кто-то будет напрягаться и заказывать именно сейчас и именно у вас.



**Мораль.** Или существенная скидка, или другие бонусы в виде заботы о комфорте покупателя. Все мы, являясь потребителями, это ценим.

## Отсутствие прописанного алгоритма действия при заказе

Представим страшную цепочку нарушений.

Покупателю все понравилось, он поверил в продукт и готов сделать покупку. Переходы по внешним ссылкам типа «Каталог», «Еще больше продукции на нашем сайте» или «Делайте заказ» есть. Но потребитель не видит главного: кнопки «Купить» или корзины с последующим переходом к «Оформить заказ».

Значит, нужно действовать другим способом (например, запомнить артикулы товара и так далее). Покупатель идет в контакты на сайте и видит, что из способов связи нет ни Skype, ни Viber / Telegram / Whatsapp, ни формы обратной связи, ни e-mail. Есть номер телефона одного оператора. Допустим, и это не смущает (спойлер: точно смущает).

Желающий «купить чайник по привлекательной стоимости» звонит по найденному номеру. Но ответа нет. Например, потому что у единственного менеджера обед / плохое настроение / отпуск / разряжен телефон, который в то же время и есть его личный. Как думаете, покупка состоится? Вопрос риторический. А если



в тексте прописать, как оформить заказ, пусть и не в один клик, покупатель избавится от ненужных ожиданий и отягощающих факторов.

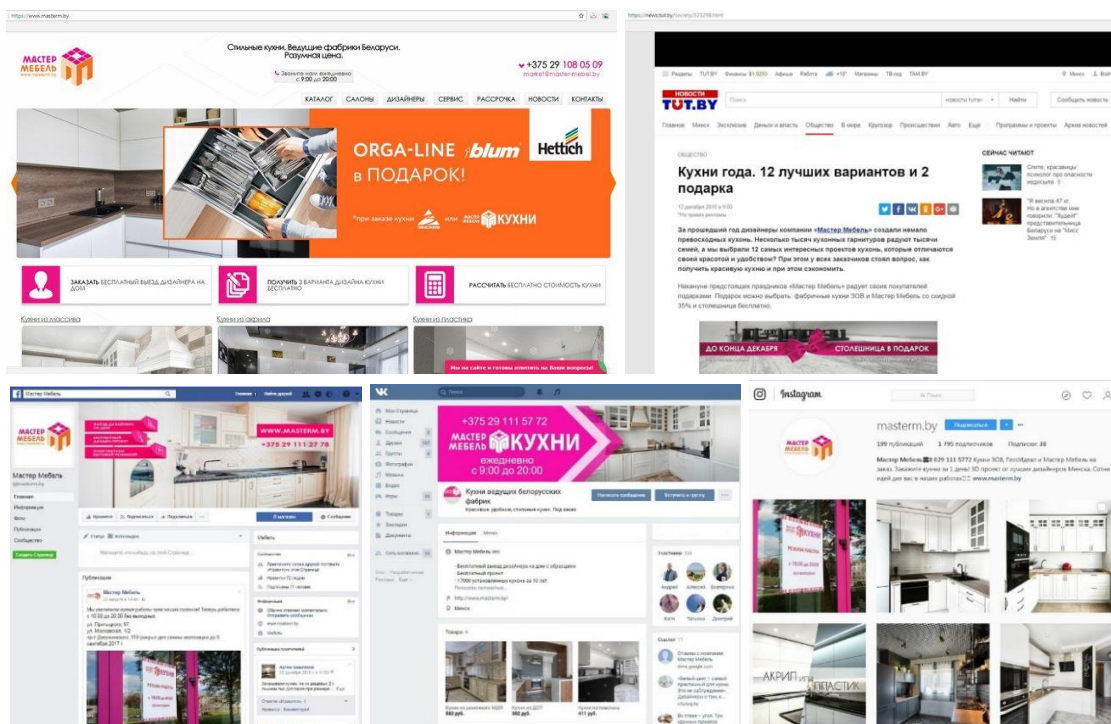
Честный текст — хорошо, но в реальности отсутствие даже одного звена подарит вам потерянного заказчика.

**Мораль. Писать надо так, чтобы ни на одном звене цепочки действий не возникало вопросов. Для этого уделяйте время внутренним сервисам сайта, поставив себя на место покупателя.**

### О компании / продукте не знают. И не верят

Отличный текст не продаст, если из всех упоминаний о компании в сети есть только ее сайт. Тем более крутой текст не продаст, если товар стоит очень дорого. Потому что отдать деньги тому, о ком неизвестно ничего, — просто кощунство.

**Мораль. Нужно работать над узнаваемостью бренда. В помощь и рекламные публикации на сторонних ресурсах, и соцсети (для сервисного, товарного и рынка специалистов), и крауд-маркетинг, и контент-маркетинг.**



### Разговор на непонятном языке

Можно заниматься чем угодно, хоть курсами биржевой торговли и финансов. Тема узкоспециализированная. Владелец находит автора, который пишет информативный продающий текст. Руководство и коллеги по цеху остаются довольны результатом. Но продаж нет. Все забыли о том, что курсы — это не для профи, а чтобы научиться. И в тексте, который пестрит пугающими терминами и фразами вроде болинджера, индикаторной торговой системы, скалпинга, опциона и так далее, новичок не увидит ничего полезного. Просто подумает, что не дорос до этого.

**Мораль. Покупатель должен понимать, что ему продают. Даже если кому-то это кажется элементарно простым.**

*Хорошие тексты на благо активных продаж — не выдумка, но и не волшебное снадобье, а лишь один из способов. И он работает, но лишь тогда, когда за красивой словесной оболочкой скрывается адекватная выгода для обеих сторон (продавец-покупатель), реальная польза, соответствующая ожиданиям качеству и минимум напряга.*

## Выпуск 3. Признаки бесполезного копирайтинга

Расскажем об ошибках не только начинающих, но и действующих авторов. Эти промахи встречаются так часто, что не замечаются. И в погоне за «все должно быть написано еще вчера» приближаются к стандарту. Снова и снова исполнители ими грешат, заказчики одобряют, читатели непроизвольно отвергают. Итог – текст ради текста.

### Откровенное преувеличение возможностей товара / услуги / компании

История о том, как часто мы сталкиваемся с текстами, которые продают «самый неповторимый продукт», «уникальную возможность», «лучшую компанию», «богатейший опыт работы».

| Сравните  |   |
|---|---|
| ООО «ММ» – ваш <b>самый скорый помощник</b> в экспресс-покупке и доставке мебели. Мы делаем <b>абсолютно любую мебель</b> под заказ и осуществляем ее <b>самую быструю доставку и установку в стране</b> . Именно у нас вы найдете <b>лучшие цены, самые удобные условия</b> покупки и <b>качественный сервис</b> . | ООО «ММ» изготавливает: <ul style="list-style-type: none"> <li>• кухни;</li> <li>• спальни;</li> <li>• шкафы;</li> <li>• гардеробные.</li> </ul> Срок выполнения заказа – от 3 до 7 дней. Специалисты доставляют и устанавливают мебель на следующий день после изготовления. Стоимость зависит от размеров мебели, материала и фурнитуры. После заключения договора с 08.00 до 20.00 на связи будет личный менеджер, который ответит на вопросы об этапе изготовления, сроках доставки, внесет корректировки в проект. |
| Компания «Торг и Ко» – <b>лучшая компания</b> в сфере продаж торгового оборудования.  | Компания «Торг и Ко» – лидер в сфере продаж торгового оборудования. Это подтверждено сертификатом международного образца «ХХХ» и премией «УУУ».   |

Приукрашивать тексты только словами, а не фактами – признак плохого тона и низкого качества. Покупатель четко усвоил: компания, которая может предложить эти самые условия, предлагает их с подробным описанием. Все остальное – рекламная обманка. Причем до неприличия очевидная. Излишнее восхищение, помпезность и преувеличение в тексте вызывают ироничную улыбку.

### Режущее слух «Вы / вы»

Когда концентрация «Вы / вы» превышает разумную норму, складывается впечатление, что автор готов расстелиться перед заказчиком, чтобы получить деньги. Излишнее «Вы / вы» для потенциального потребителя звучит как указка к действию, не нужная ему инструкция по применению, разжевывание очевидных вещей. В обоих случаях это вызывает отторжение.

| Сравните  |   |
|---|---|
| <b>Вас</b> мучают проблемы? Мы поможем <b>Вам</b> с ними разобраться раз и навсегда. Тренинг личностного роста сделает <b>Вас</b> успешным, <b>Вы</b> станете увереннее в себе, <b>Вас</b> перестанут мучить сомнения. <b>Ваш</b> успех возможен с нашей помощью. | Тренинг личностного роста поможет разобраться в причинах проблем, которые мешают двигаться к успеху, а также стать увереннее и принимать решения без колебаний. |

**Лайфхак-бонус.** Интернет-пространство не требует не только излишнего «вы», но и местоимения с прописной буквы. Текст на сайте – обращение к аудитории, а не к конкретному человеку. Это не официальный документ, не деловая переписка, не личное письмо. «Вы» с прописной – искусственное наращивание уважения. И орфографическая ошибка. Впрочем, «Вы / вы» даже в личной переписке не покажет больше уважения к собеседнику, чем оно есть на самом деле.

| Сравните  |  |
|---|--|
| Да <b>Вы</b> , батюшка, отвратительный копирайтер.              | Да <b>вы</b> , батюшка, отвратительный копирайтер. |
| <i>Менее обидно от прописной буквы адресату вряд ли станет.</i> |  |

## Самонадеянное «мы»

Текст – это не 5-минутное свидание, где каждый хочет побольше и побыстрее рассказать о себе, о себе и, пожалуй, еще раз о себе. Самонадеянное «мы» и отсутствие конкретики – свидетельство того, что автор не знает, о чем говорить. А читатель видит хвалебную оду. Только не герою / событию, а самой же компании. Звучит громко, читать неприятно, доверия ноль.

| Сравните   |  |
|--|--|
| <p><b>Наша</b> компания «ПраздникВезде» окажет помощь в организации праздника. <b>Мы</b> сделаем день рождения, юбилей или корпоратив незабываемыми. Потому что <b>мы</b> точно знаем, как развеселить и 3-летних детей, и 50-летнего директора компании. <b>Мы</b> возьмем все на себя: от сценария до покупки сувениров. За вами будет закреплен <b>наш</b> персональный менеджер.</p> | <p>Творческая команда «ПраздникВезде» организует торжество вместо вас:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• напишем сценарий;</li> <li>• найдем ведущих и аниматоров;</li> <li>• пригласим видео- и фотооператора;</li> <li>• украсим зал;</li> <li>• закажем меню;</li> <li>• сделаем рекламу мероприятия.</li> </ul> <p>Оговорив пожелания, сроки и стоимость, вам останется прийти на готовый день рождения, юбилей, свадьбу, выпускной или корпоратив. Об этапах подготовки будет отчитываться менеджер.</p> |

Если убрать большую часть «мы», сократить объем текста, описать конкретные возможности агентства и на закуску предложить бонус в виде персонального менеджера, получится читаемый текст с полезной информацией.

## Размытые, категоричные и кричащие призывы к действию

Призыв к действию – важная часть продающего текста. Но призыв, который вынуждает что-то отдать, убивает конверсию.

| Сравните  |  |
|---|--|
| <p><b>Размытый</b></p> <p>На онлайн-курсе мы покажем и расскажем, как продвигать бизнес самостоятельно. <b>Просто сделайте это!</b></p> | <p>На онлайн-курсе мы покажем и расскажем, как продвигать бизнес самостоятельно. Оставьте свой электронный адрес в поле ниже и получайте по 1 еженедельному полезному чек-листу без рекламы и ненужной информации.</p> |
| <p><b>Категоричный</b></p> <p>До конца сентября весь товар реализуется со скидкой 20%. <b>Вы просто не можете этого пропустить!</b></p> | <p>До конца сентября весь товар реализуется со скидкой 20%. Оформить заказ можно <a href="#">в один клик</a> или по телефону +375 (XX) XXX-XX-XX.</p>  |
| <p><b>Кричащий</b></p> <p>Акция до 20 сентября: скидки на всю продукцию. <b>Кликните здесь и закажите прямо сейчас!!!</b></p>           | <p>Акция до 20 сентября: скидки на всю продукцию. Все акционные товары смотрите в каталоге <a href="#">по ссылке</a>.</p>  |

Посетитель не хочет отдавать. Он стремится получить. Поэтому вместо прямых лучше использовать призывы с преимуществами или реальным планом действия.

## Штампы

Штампы обсуждаются и осуждаются постоянно. Это всем известные «вершины айсберга», «дружный коллектив», «лидеры в своих областях», «соответствие цены и качества» и, конечно, «высокое качество по приемлемым ценам».

Автору нужно набить символы, закрыть пробелы знаний в тематике, придать тексту мнимой высокопарности. Складывается впечатление, что исполнителей поразил крайне устойчивый вирус, который не дает очистить статью от приевшихся формулировок.



| Сравните  |   |
|---|---|
| <p>Основной принцип нашей деятельности – индивидуальный подход к каждому клиенту. На сегодняшний день мы имеем собственную производственную базу, которая позволяет нам устанавливать цены ниже среднерыночных. Наши товары отлично зарекомендовали себя как в строительстве, так и при участии в международных конкурсах. Так как мы гарантируем вам поставку качественной продукции по демократичным ценам, отвечающей всем требованиям экологической безопасности.</p> | <p>Собственная производственная база позволяет снизить цены на продукцию. Наши товары популярны в строительстве, так как имеют награды в международных конкурсах «XXX», «YYY». При покупке вы получаете гарантию.</p> |

## Проблема первого абзаца

Первый абзац / шапка текста – лакмусовая бумажка для потенциального покупателя. Если вступление не помогает понять, что предлагает компания, дальше читать он не станет.

| Сравните  |   |
|---|---|
| <p>Сегодня грамотный бизнес невозможен без качественной системы контроля бухгалтерии. Многие компании отдают в этом деле предпочтение ХХХ. Самыми популярными конфигурациями в СНГ являются «Торговля», «Персонал», «Склад» и «Производство». Но самостоятельно сделать работу по внедрению какой-либо конфигурации не представляется возможным ввиду ее сложности. Именно поэтому компании обращаются к многочисленным фирмам, оказывающим услуги по внедрению программы контроля бухгалтерии. И мы – одна из них.</p> | <p>Мы внедрим систему контроля бухгалтерии ХХХ любой конфигурации: «Торговля», «Персонал», «Склад», «Производство».</p> |

Автор не обозначил сферу деятельности компании, не перечислил услуги и условия их оказания. И тут уже разговор не о том, будет ли заказ. А о том, доберется ли кто-нибудь до УТП.

## Море и океан безудержно креативных эпитетов

Когда автор не представляет, в чем особенность и польза товара / услуги / компании, он насыщает текст «изысканными вещами», «превосходными сервисными условиями» и «отличными характеристиками». И это, кстати, норма и псевдоспособ сделать текст о том, в чем не разбираешься или не желаешь разбираться. Покупателю становится понятным из текста ровным счетом ничего.

| Сравните   |  |
|--|--|
| <p>Широчайший ассортимент компании «Штора»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• великолепные гардины;</li> <li>• изысканные и нежные тюли;</li> <li>• качественные роль-шторы;</li> <li>• стильные ламбрекены;</li> <li>• а также богатый выбор тканей для пошива.</li> </ul> | <p>В ассортименте компании «Штора» вы найдете:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 видов гардин;</li> <li>• 140 видов тюлей;</li> <li>• роль-шторы (стандартные размеры / под заказ)</li> <li>• ламбрекены;</li> <li>• более 400 видов и цветов тканей для пошива.</li> </ul> |

## Повторы

Не такой критичный, но неприятный элемент в тексте.

| Сравните  |  |
|---|--|
| <p>Для работы над вашим проектом предоставляется личный менеджер. Он ответит на все вопросы по проекту.</p> | <p>Для работы над вашим проектом предоставляется личный менеджер. Он ответит на все вопросы.</p> |



Богатый словарный запас – must have хорошего исполнителя, который умеет работать с синонимами. Грамотные вычеркивание и замена повторов никак не влияют на смысл текста.

## Перенасыщение текста деепричастными и причастными оборотами

Сложные конструкции – не лучший инструмент для продающего текста. Но парочку оборотов посетитель еще стерпит. Другое дело, когда автор злоупотребляет ими. Запутаться в таком тексте проще простого.

| Сравните   |   |
|--|---|
| <p><b>Сотрудничая с нашей компанией, вы сможете увеличить прибыль вдвое. И все потому, что, получая своевременную доставку запчастей для компьютеров, сможете оказывать услуги ремонта и обслуживания быстрее.</b></p> <p><b>Используя собственный транспорт и продуманные логистические схемы, мы добиваемся для вас лучших результатов. Все это позволяет оставаться компанией, продающей качественные товары, доставляемые с СНГ.</b></p> | <p>Сотрудничество с компанией «XXX» поможет увеличить прибыль вдвое. Своевременная доставка запчастей для компьютеров позволит ремонтировать и обслуживать оборудование быстрее. Мы используем свой транспорт и продумываем заранее логистические схемы, чтобы вы получили товар из любой точки СНГ в срок.</p> |

## Ориентиры для заказчика при выборе исполнителя

Итог один: всегда нужно просить автора написать кусочек текста в качестве теста или показать примеры работ. Это позволит понять, будет ли работа:

- **Простой.** В идеале текст, в котором просто и понятно излагается суть товара, услуги, компании, – общая цель автора и заказчика.
- **Полезной.** Текст, который дает нужную информацию, – полезный текст. И тут нужно понимать следующее: если человек уже оказался в каталоге интернет-магазина, продающего кондиционеры, ему не нужна информация о пользе кондиционирования и важности нормального микроклимата в помещении. Его задача – выбрать технику и приобрести ее.
- **Грамотной.** Ошибки делают нас сильнее. Но только если это не ошибки русского правописания.
- **Уникальной.** Скопированный текст сводит на нет ранжирование и подогнан под другую компанию с другими преимуществами. И потому использовать его – как предлагать человеку одежду не по размеру и делать вид, что она ему подходит.

## Выпуск 4. Иллюстрирование текста: заимствовать или создавать?

Текст обрастает иллюстрациями и сокращается в объемах. Остается открытым вопрос, где брать эти самые визуалы, которые сделают информационный продукт цепляющим: в Google Фото и Яндекс. Картинки, на фотостоках, у профессиональных фотографов / видеооператоров — или отказаться от них вовсе. Разберемся в пользе, способах поиска / создания / применения визуальной составляющей текста.

### Формула «Текст+»

Как мы покупаем диван: сначала смотрим, потом трогаем и садимся, чтобы оценить мягкость, упругость. Едва ли текст заменит тактильные ощущения. Потому что описание «удобный диван с мягкой и упругой поверхностью» не передаст, насколько приятно человеку со сколиозом расслабиться на его ортопедической поверхности.

Передать ощущения полностью может визит в магазин. Заменить частично — визуал. Макросъемка позволяет ощутить мягкость текстуры, оценить качество швов и материалов. Видеоролик, на котором человек садится, ложится или прыгает на диване, позволит понять, прочная, мягкая и подходящая ли это мебель.

---

**Вывод.** Если клиент покупает товар глазами, намного эффективнее дать ему вкусный визуал, используя текст в качестве дополнения. Но где его взять?

---

### Фотобанки, фотостоки, картинки из поиска

Где-то можно получить фото бесплатно, где-то их нужно купить. Но суть у источников одинаковая: выбор из массы готовых вариантов. Минус в том, что пользователей много, и вероятность встретить точно такие же картинки на других сайтах огромная. Это не делает текст некачественным или плохим, если изображение подобрано умело. Но картинка ради картинки выглядит примерно так и не передает сути текста:



Текст о способах подкормки роз, которые никогда не будут такими, как на картинке



Завидуй, офисный планктон, или Прелести фриланса



Очередная статья о том, как построить отношения с Рыбами/Девами/Овнами

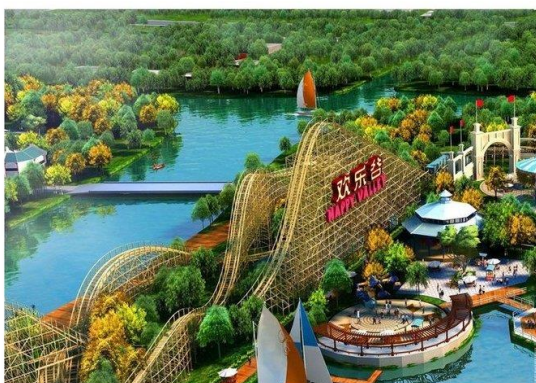
Пользоваться фотобанками / фотостоками / картинками из поиска все-таки можно при условии, что иллюстрации выбираются четко по теме. Например:

- *Пейзажи конкретных мест, о которых ведется речь*

Автор пишет о [прелестях путешествия в Пекин](#), подкрепляя текстовую информацию соблазнительными картинками описываемых мест. И в этом случае сочные стоковые фотографии вызывают острое желание собственными глазами увидеть все эти экзотические красоты.

#### Парк развлечений Счастливая долина (Happy Valley)

Его еще называют китайский Диснейленд. Прекрасное место отдыха для всей семьи. Состоит из нескольких локаций: Тибетская, Античная, Империя Майя и др. Все они оформлены в соответствующем стиле.



На территории долины расположено огромное количество аттракционов. Очень популярны среди подростков и взрослых здешние американские горы. Для самых маленьких посетителей открыт чудный "Город муравьев". С детьми постарше можно сходить в Театр масок, на сцене которого проводятся разнообразные представления.

#### Парк Мира (Beijing World Park)

В парке представлены миниатюрные модели (меньше оригиналов в 8-10 раз) всемирно известных архитектурных шедевров: Эйфелева башня, Тауэрский мост, Тадж-Махал и др. Прекрасное дополнение к ним - песни, танцы, кулинарные блюда из разных стран мира. Всего за один день можно совершить "кругосветное путешествие", побывав здесь.



- *Прямые иллюстрации того, о чем говорится*

Текст о возможностях применения [натурального камня в интерьере](#). Потому снимки столешниц, полов, лестниц из камня иллюстрируют, как дорого и стильно выглядит материал.

#### Отделка стен и пола

Если вы затеяете ремонт и намереваетесь делать его в современном стиле, обратите внимание на сланец. Этот фактурный материал с необычной слоистой структурой словно создан для лаконичных направлений вроде лофта, индастриала и минимализма. Особенно органично плитка из сланца будет смотреться в уборной и ванной.

**Фактчекинг: радиация?** Натуральный камень периодически обвиняют в том, что он «фонит». В граните радиации действительно чуть больше, чем в других породах. Впрочем, на самом деле его излучение ничтожно мало – 0,00000075 пКи/л, или в 275 000 раз меньше, чем излучение воздуха. Для наглядности: даже если провести год, ночуя на гранитной столешнице, можно получить только сотую долю стандартного годового облучения организма. Компания-производитель ежегодно проводит исследования камня на содержание естественных радионуклидов. Порода 1 класса допускается использовать внутри помещений – этому стандарту соответствует весь камень от [«Сварок-мастер»](#).



**Когда это уместно?** Информационные статьи, тексты в блогах (честное фото продукта / процесса / вида — альтернатива). Но только в том случае, если в подобранных снимках есть правда жизни, интересная информация к тексту. То есть конкретная польза.

#### Фото с ресурсов производителей

Снимки производителей чаще всего качественные, интересные и полезные. Но использовать их можно далеко не всем и не всегда. Помним о [Законе РБ «Об авторском праве и смежных правах»](#).



Если фотографии нужны для иллюстрации статей, написанных в образовательных или исследовательских целях, нужно указать ссылку на автора и источник заимствования. Во всех остальных случаях разрешение

придется получить. Например, белорусские товары, работы и услуги можно рекламировать только с использованием образов белорусских граждан и только после наличия такого согласия.

**Когда это уместно?** Неплохой вариант для официальных представителей, дилеров или [магазинов](#), которые реализуют продукцию конкретного производителя.

Коллекция Felicity Groundy в формате 200×600 мм. Основой коллекции является растительный декор Felicity Groundy, выполненный в столь популярном в наши дни стиле эко. Также в коллекцию входят декор Mosaic Glossy и бордюр Felicity Groundy.



## Свои фотосессии

Свои фотосессии — не только профессиональная съемка. Если вы пишете о поднятии командного духа / наличии общего дела или увлечения / использования [тренда на бег на благо бизнеса](#), что выиграет?

### Первая картинка в выдаче гугл по запросу «корпоративный спорт»

В команде были не только «новички» и «среднячки», но и опытные полумарафонцы. Новички начинали с тренировки на 1,5 км, позже 3, а потом на 5,5 и даже 7 км. «Старички» бегали по 8, 10, 21 километру, проводили для остальных разминку, заминку и сеты из упражнений, направленных на общую физическую подготовку.



Конечно, мы освещали начало тренировок на портале и в личных аккаунтах сотрудников в соцсетях (многие из нас обладают тысячами аудиториями подписчиков как представители сферы медиа).

### Фото из архива TUT.BY

В команде были не только «новички» и «среднячки», но и опытные полумарафонцы. Новички начинали с тренировки на 1,5 км, позже 3, а потом на 5,5 и даже 7 км. «Старички» бегали по 8, 10, 21 километру, проводили для остальных разминку, заминку и сеты из упражнений, направленных на общую физическую подготовку.

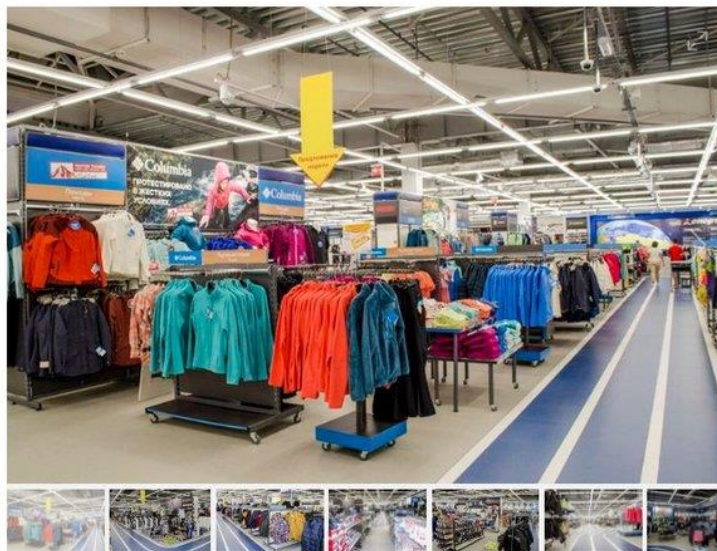


Конечно, мы освещали начало тренировок на портале и в личных аккаунтах сотрудников в соцсетях (многие из нас обладают тысячами аудиториями подписчиков как представители сферы медиа).



Если в материале идет речь о [конкретном магазине](#), то искать для него стоковые иллюстрации не имеет смысла. Потому что читателю будет интересно, как обустроена торговая точка, какой у нее интерьер, ассортимент. И даже качественные фотографии товаров от производителя не будут котироваться, поскольку тема статьи — новый магазин, а не мировые спортивные бренды. И тут без фотосессии не обойтись.

**16 сентября всех поклонников активного образа жизни ждёт торжественное открытие самого крупного магазина сети спортивных товаров «Спортмастер»!**



1 из 8

Этот рай для любителей спорта расположился на втором этаже в красной зоне ТЦ «МОМО» на площади более 2000 кв.м!

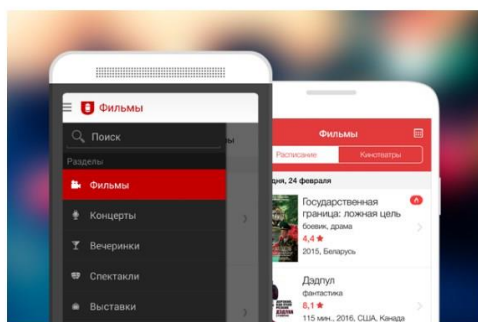
«Спортмастер» на Партизанском проспекте, 150А стал седьмым по счёту и самым большим магазином сети. Сегодня это признанное «место силы» для тех, кто любит активный отдых, увлекается спортом на любительском уровне и занимается им профессионально.

**Когда это уместно?** Фотосессия — универсальное решение, которое подойдет и инфоресурсу, и компании-дилеру, и изготовителю товаров. Более всего она актуальна, конечно, для производителей. Поскольку инфоресурс может обойтись стоковыми снимками, дилер — иллюстрациями производителя.

А вот, например, в тексте о [запуске мобильного приложения](#) неуместно ставить сторонние изображения. Вариант — создание авторских визуалов.

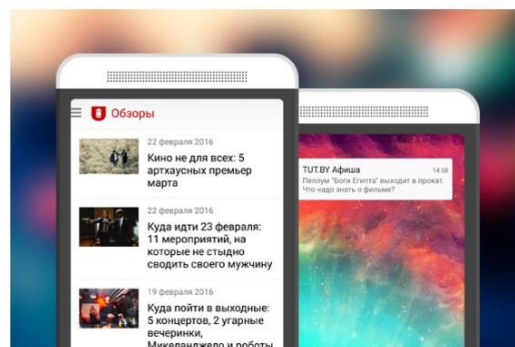
#### Отдых на любой вкус

События в приложении делятся на тематические разделы (в Android-версии их 8, в iOS — немного меньше — 6). Для тех, кто любит драйв — «Вечеринки», «Концерты», «Активный отдых». Для ценителей классики — «Фильмы», «Спектакли» и «Выставки». Для семейного отдыха — «Детское» (раздел доступен пока только в Android-версии) и «Цирк». В разделе «Другое» можно найти что-то особенное: от ближайшей игры в мафию до мастер-класса по рисованию акварелью. Полная карта событий доступна для жителей всех областных центров Беларуси.



#### Культурный анонс

Вы больше ни за что не пропустите интересные мероприятия! Android-версия приложения отправит вам анонс-обзор предстоящих событий. Минчанам обзоры «Куда сходить в выходные» приходят еженедельно. Жителям областных центров такие напоминания приходят, как только сформируется интересная афиша локальных событий. Анонс открывается в приложении в разделе «Обзоры» в виде подробной новости.



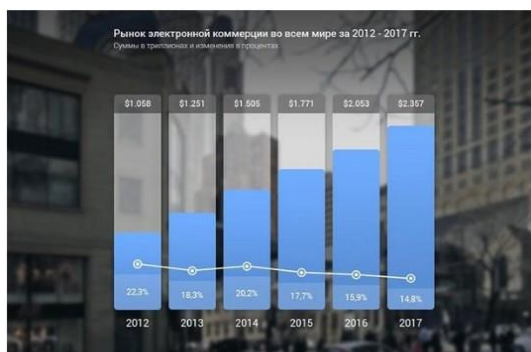
## Иллюстрации без фото

Визуальный контент — это в том числе графики, схемы, таблицы, диаграммы, просто взятый в рамочку текст. Отличный способ иллюстрирования текста, где фото не имеет никакого смысла.

К нему прибегают, когда нужно выделить информацию, которую обычным способом визуализировать не получается. Например, чтобы показать [изменения на рынке электронной коммерции](#), произошедшие в период с 2012 по 2017 год.

### Мировой и европейский опыт

В мировом масштабе рынок онлайн-коммерции продолжает расти: на 17,7% в 2015, на 15,9% — в 2016, прогноз на 2017 — 14,8%.



Источник: news.unilead.net

По сравнению с предыдущими периодами темп роста сокращается, но не собирается откатываться к нулю и уж тем более — показывать отрицательные величины. Тенденция к замедлению объяснима: темпы роста рынка онлайн-коммерции сбавляют обороты в развитых странах, но набирают — в развивающихся — России, Беларуси, Китае, Бразилии. Электронная коммерция сейчас — это около 6% от общего рынка розничных продаж.

Или для наглядной демонстрации [преимущества программы кредитования](#). Выделенные в таблицу и коротко изложенные условия кредита на Фольксваген врезаются в память.

Новая программа финансовой поддержки «Пятёрочка» в белорусских рублях позволит сэкономить любой бюджет. Низкая ставка на первый год всего лишь 5%, а срок кредитования целых **5 лет!**

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Аванс</b>                  | 40%, максимальная сумма кредита 12 000 р.   |
| <b>Кредитная ставка</b>       | 5% на первый год, далее ставка – 18% (CP + 3 п.п.)  |
| <b>Ежемесячный платеж</b>     | В первый год – 245 р., со второго года средний – 274 р. при кредите в 12 000 BYN  |
| <b>Дополнительные условия</b> | Автокаско обязательно, оформляется на автоцентре, выбор страховой компании на усмотрение клиента, возможна поквартальная оплата |
| <b>Валюта</b>                 | Белорусские рубли   |
| <b>Досрочное погашение</b>    | Полный срок кредита – 60 месяцев, досрочное погашение в любой момент  |



**Выберите удобные для себя платежи**

[Узнать больше](#)

**Когда это уместно?** Инфографика часто встречается на страницах информационных ресурсов, блогов, компаний, которые продают разного рода услуги (например, финансы или продвижение сайтов).

## Видеоматериалы

Информации много. Времени мало. Поэтому интернет-пользователь выберет полуминутный ролик, а не текст, который будет читать 5–7 минут. Если будет.

Но где взять видеоматериалы? Можно использовать [промо-ролики производителей](#) или [снять собственный](#).

Преимущество видео в том, что оно лучше передает ощущения, чем картинка. Машина, замершая в движении на фотографии, и машина, мчащаяся на видео, — это два разных восприятия. С помощью видео можно сделать инструкцию по использованию товара, услуги, подтолкнув пользователя к покупке. Или хотя бы привлечь внимание и запомниться.

**Когда это уместно?** Всегда.

---

Заказывая «продающий текст», «крутую рекламную статью», «сильно оптимизированный копирайтинг», стоит думать о том, что в результате должен получиться не текст, а полезный информационный продукт. Поэтому важно уделить равное внимание всем составляющим этого продукта: и содержанию текста, и визуальному оформлению.

***p.s. Не забывайте о юморе, иронии и незлом стёбе. При умеренной концентрации они работают только в плюс.***

## Выпуск 5. Способы повышения кликабельности текста

Добротный текст есть, остается только его опубликовать. Но полезные статьи с реальными выгодами — финансовыми, информационными, халявными — читатель может пропустить, потому что в них нет нужной ссылки, кнопки, призыва. Разберемся, как «накликать» нужные целевые действия.

### Баннеры

Баннер — способ привлечь внимание, рассказать об акции, спецпредложении и перенаправить на нужную страницу.

Исследования западного агентства «Зазл» показали, что баннер (показатель кликов — 17%) проигрывает гиперссылкам (34%) и кнопкам (43%). Но если его убрать из текста, то общая эффективность оставшихся инструментов падает. Такой парадокс: без баннера никуда.

Чтобы баннер сработал, желательно снабдить его ярко выделенной кнопкой перехода, уменьшить площадь под брендинг, ограничиться одним предложением.

#### Без первого взноса и переплат – рассрочка на телевизоры Sony BRAVIA

Модель Sony BRAVIA KDL-49WE754 BR с диагональю 49 дюймов подарит вам массу ярких эмоций и впечатлений! С помощью дисплея TRILUMINOS™ цвета картинки выглядят максимально естественно, без искажений. Окунитесь в широкую гамму живых цветов и реалистичных оттенков в каждой сцене! Динамичные и быстрые кадры будут четкими и детализированными благодаря инновационной технологии Motionflow™ XR. Кнопка перехода на YouTube в один клик, встроенный Wi-Fi и USB-медиаплеер с функцией записи USB HDD REC делают этот телевизор еще более универсальным и многофункциональным.



### Гиперссылки

Пользователи часто кликают по гиперссылкам в тексте, потому что доверяют им больше, чем баннерам. Но кликабельность ссылок бывает разной и зависит от актуальности размещения.

Например, ссылка [«Рассрочка до 7 лет с нулевой ставкой в первый год»](#) даст больше целевых переходов, чем варианты «Рассрочка до 7 лет» и «Рассрочка на покупку Hyundai». Эффективность первой ссылки оказывается выше в силу подробного описания УТП. Чем больше ключевых деталей в тексте, тем выше доверие и тем больше переходов.

#### Изучи рынок и возвращайся! Рассрочка 0,01% для покупки Hyundai

12 октября 2017 в 9:00  
\*На правах рекламы



Невероятная мощь и эстетическое совершенство! Устойчивый и маневренный, [Hyundai Tucson](#) станет участником Ваших захватывающих городских приключений. Надо только позволить ему это!

Сегодня [Hyundai Tucson](#) доступен со скидкой 2000 рублей.



Этот автомобиль уже сегодня может стать вашим, даже если вы не располагаете всей суммой. Выгодные предложения на покупку автомобилей Hyundai в автоцентрах «Хенда АвтоГрад» и «Хенда Центр Уручье»!

[Рассрочка сроком до 7-ми лет с нулевой ставкой в первый год](#)



## Контактные данные

Оставить контакты — простой способ повысить доверие и конверсию. И нелишний раз «расшарить» адреса, телефоны, email. Возможно, пользователь не позвонит в момент прочтения. Но подробная информация о продавце повысит доверие, покажет, что это реально существующий производитель / продавец, а не подпольный киоск. Плюс это удобно: вот вам текст, вот и ссылка на раздел, вот и телефон.

### Хотите быстро продавать в интернете? Приходите на КУПИ.TUT.BY

Размещение ваших товарных предложений в [каталоге КУПИ.TUT.BY](#) — это не только постоянные покупатели самой площадки, но и внушительная аудитория портала TUT.BY.

Также, благодаря нашему российскому партнеру, при размещении на площадке ваши товарные предложения будут доступны и аудитории "Яндекс.Маркета".

### Почему же выгодно размещение на КУПИ.TUT.BY?



**Никакой абонентской платы.** Оплата только за результат – переход покупателя с площадки на ваш сайт. При этом клиент приходит за покупкой, уже зная, чего хочет: он сравнил товары, почитал характеристики, обзоры и отзывы, выбрал приемлемую цену.



**Выгрузка неограниченного количества товаров.** Остается только выбрать подходящие разделы!

\* Для эффективных продаж мы рекомендуем выгружать от 20 товаров и больше.



**Сопровождение и помощь клиенту** на всех этапах размещения магазина на площадке. Наши менеджеры давно работают с интернет-магазинами и знают особенности их прайсов.



**Эффективная реклама на площадке.** Брендинг разделов, баннерная реклама, спецпредложения – привлекайте внимание потенциальных покупателей.



**Проверенный и надежный партнер.** С февраля 2016 года агентство «ТУТ БАЙ МЕДИА», которое развивает интернет-сервис КУПИ.TUT.BY, получило статус первого [сертифицированного агентства](#) в Беларуси.



[Оставить заявку на размещение>>](#)

Или позвоните **аккаунт-менеджерам**: +375 (44) 562-57-10, +375 (29) 712-57-10.

Дождать пользователя, если со стороннего ресурса он перешел на сайт, можно с помощью сервисов обратного звонка и виджетов (без фанатизма!):

- Сервисы обратного звонка. Не нужно искать мобильный телефон, набирать номер, ожидать связи. Все, что требуется, — ввести собственный номер в форму заказа.
- Виджеты — еще один формат предложения созвониться с клиентом. Если пользователь долгое время изучает материал на сайте, будет логично предложить ему консультацию, чтобы разобраться с непонятными моментами, подарить скидку, предложить участие в акции и т.д.

Одно из преимуществ виджета и сервиса обратного звонка — возможность сегментировать аудиторию, собрать базу контактов, получить отчеты по конверсии, внедрить геотаргетинг и прочее.

## Телефоны под конкретный канал рекламы

В любой рекламе важно посчитать конверсию, чтобы не тратить деньги впустую. Для этого под конкретный канал (например, статьи и баннеры на одном и том же ресурсе) выделяется уникальный номер. Количество звонков на этот телефон позволит точно посчитать конверсию.

### Кухни года. 12 лучших вариантов и 2 подарка

12 декабря 2016 в 9:00  
\*На правах рекламы



За прошедший год дизайнеры компании «Мастер Мебель» создали немало превосходных кухонь. Несколько тысяч кухонных гарнитуров радуют тысячи семей, а мы выбрали 12 самых интересных проектов кухонь, которые отличаются своей красотой и удобством? При этом у всех заказчиков стоял вопрос, как получить красивую кухню и при этом сэкономить.

Накануне предстоящих праздников «Мастер Мебель» радует своих покупателей подарками. Подарок можно выбрать: фабричные кухни ЗОВ и Мастер Мебель со скидкой 35% и столешница бесплатно.



или возможность оформить беспроцентную рассрочку на кухню с сохранением максимальной скидки 35% на 3 и 6 месяцев!



Любуйтесь кухнями и заказывайте выезд дизайнера на дом, позвонив по номеру **8 (029) 109 05 09** или оставьте заявку [на сайте!](#)

## Форма заказа

Кнопка или форма, предлагающие [записаться на обслуживание](#), [подобрать проект](#) и [узнать цену](#), позволяют понять, что конкретно интересует посетителя. Плюс дают право на коммуникацию сразу же (хотя бы ради интереса) или в перспективе.

Если прикрепить к форме utm-метку, система аналитики будет обрабатывать и сохранять сведения о том, откуда и по какому запросу перешел посетитель.

### Горячая распродажа на Боровой! Только 3 дня скидки на Ford и Mazda до 5 000 рублей!

**В рамках «Горячей распродажи» Вас ждут специальные условия от фирменного сервиса двух брендов!**

#### Mazda

С 22 по 24 сентября всем владельцам автомобилей Mazda, кто ранее не обслуживался на сервисе «Атлант-М Холпи», предоставляются:

- скидка 20% на сервис;
- скидка 15% на запасные части.

[Записаться на обслуживание](#) Вашей Mazda Вы можете уже сейчас!

Также для клиентов «Атлант-М Холпи» действует **специальная цена** на ограниченный перечень оригинальных аксессуаров и оборудования.

Свой дом от 480 бел. руб. за кв. м. без обмана

Скачайте популярные проекты 2017 года с ценами от МаланСтрой.

Ваше имя: \*

Номер телефона: \*

Скачать каталог

Компания «МаланСтрой» основанная в 2009 году, за это время успела построить уже более 400 домов в Беларуси и Европе что составляет более 80 000 кв.м. жилой площади.

[Тут](#) наш сайт, а [здесь](#) наши красивые проекты домов.

Узнайте, сколько будет стоить дом Вашей мечты, заполните форму

Построить: Каркасный дом

Желаемая площадь м2: \*

Фундамент: Ленточный фундамент

Кровля: Металлочерепица

Номер телефона: \*

Проверьте указанный Вами номер, к нему будет привязана персональная скидка

Внешняя отделка: Имитация бруса

Внутренняя отделка:  Да

Подобрать проект и узнать цену

И не стоит забывать о том, что число полей в форме должно быть минимальным. Например, компания «Имеджин Спейс» нарастила кликабельность страниц на 120%, оставив из 11 полей всего 4. Спрашивайте только то, что нужно для оформления заказа. Подробности уточняйте по телефону.

## Кнопки и плагины соцсетей

Кнопки и плагины переводят посетителя на группу в соцсети всего за 1 клик. В результате база подписчиков растет (если соцсети не напоминают пережаты-поле в степном или пустынном районе), что позволит вам строить общение с аудиторией на другом уровне, изучая аудиторию: пол, возраст, язык, страны, интересы.

## Бархатный сезон в Анталии: тепло, вкусно, выгодно

Следите за новостями компании TEZ TOUR в социальных сетях:



## Цена товара / услуги

Если компания сразу не называет стоимость продукта, она слишком высокая. Примерно так интернет-пользователь понимает схему замалчивания цены. И уж точно не всем нравится, что узнать ее можно только по телефону. Поэтому если вы сразу указываете конкретные цифры, то даете ответ на главный вопрос посетителя, повышая общую кликабельность текста и получая только заинтересованных потенциальных покупателей.

14 июля началась Распродажа немецкой обуви со скидками до 70%

Пять причин заглянуть на [Распродажу](#) в магазины CAPRICE и «Европейская обувь»:

1. На Распродаже со скидками до 70% представлена Вся немецкая обувь. Это более 400 моделей [мужской](#) и [женской](#) обуви. Модели и цены можно посмотреть [здесь](#).



31 | 103 руб.



86 | 172 руб.



31 | 103 руб.



53 | 177 руб.



63 | 125 руб.



89 | 177 руб.

[Выбрать Обувь на Акции](#)

2. Удивительно [низкие цены](#). От 31 руб. на обувь из текстиля и от 51 руб. на кожаную обувь. Предложение ограничено товарными запасами. Успейте посетить [Распродажу!](#)



86 | 172 руб.



69 | 138 руб.



82 | 163 руб.



51 | 170 руб.



116 | 193 руб.



87 | 174 руб.

Заметим, что не всё должно быть заточено только под совершение пользователем покупки. Инструменты на сайте, ориентированные на развлечение / информирование, работают не так явно, но крайне эффективно.



- **Подсказки для пользователя** могут носить навигационный и разъясняющий характер, а реализуются через технологию всплывающих окон. Вы наводите мышку на интересующий товар или действие и получаете разъяснение. Задача таких окон: сориентировать, указать нужные разделы, что-то пояснить.
- **Квизы.** Людям нравится проходить всевозможные тесты и опросы. И потому квизы — отличная возможность повысить кликабельность. Главное, нужно продумать содержание, чтобы аудитория не осталась разочарованной, а захотела поделиться «прикольным, неожиданным, красочным» результатом квиза со своими друзьями в соцсетях.
- **Видеоролики.** Небольшое видео, отснятое специально для товара / услуги / компании, способно накликать нужные целевые действия. Посетитель не применит взглянуть на ролик, если он короткий, быстро загружается, привлекает своей идеей.

Размещая статью на своем или любом другом сайте, нужно помнить о том, что основная задача — предложить реальную выгоду. Если под красивым баннером, заманчивой гиперссылкой и сочным видео пользователь не найдет нужного ему уникального торгового предложения, даже клик-гипноз будет бессилён. Поэтому первоочередная задача — придумать выгоду, а уже затем, красиво ее выделить.

## Выпуск 6. В ритме текста: правила типографики

Расскажем о тонкостях оформления текстов. Читиво не из простых, советов много. Поэтому приготовьтесь. Надеемся, копирайтеры смогут пользоваться статьей как шпаргалкой при подготовке новых текстов.

### Слово авторов

Текст, набранный небрежно, трудно читается, выглядит непривлекательно, изнуряет читателя. Работает магия первого впечатления: сначала видим, а потом погружаемся. Типографика призвана распределить материал так, чтобы предельно облегчить смысл. Не обязательно быть графическим дизайнером, чтобы стильно одеть текст. О самых частых проблемах и сложностях типографики расскажем в статье.

### Длина строки

Читатель, дойдя до конца строки, не сразу ориентируется, где начало следующей. Не стоит затруднять ему этот переход. В то же время слишком короткая строка заставляет глаз «метаться» по странице, снижая восприятие. Однако намеренно приводить длинное предложение к ширине страницы или же увеличивать его не стоит. Во главе угла стоит правило: при написании текста вы должны знать, **зачем** в предложении каждое слово, предлог и союз.

**Если вы не можете объяснить, зачем в предложении слово, значит, оно не нужно**

### Заголовки и подзаголовки

Первое слово в заголовочной надписи пишется с прописной буквы. В конце заголовка / подзаголовка точка не ставится. Но только точка! Другой знак (вопросительный, восклицательный, многоточие) ставится. Если заголовков / подзаголовков состоит из нескольких предложений, между ними точка необходима.

#### ОФОРМЛЯЕМ ЗАГОЛОВКИ ТАК

**Немного о внешнем виде заголовков**  
**Немного о внешнем виде заголовков...**  
**А вы знаете, как должны выглядеть заголовки?**  
**Оформляем заголовки правильно!**  
**Заголовки. Оформление**

### Оформление списка

Есть два основных вида списков: маркированный и нумерованный. Маркированный выбирают, когда порядок пунктов не имеет значения. В конце пунктов ставится или точка с запятой, если продолжается мысль, начатая до списка, или точка, если каждая строка – новое полное предложение.

Дожать пользователя, если со стороннего ресурса он перешел на сайт, можно с помощью сервисов обратного звонка и виджетов (без фанатизма!):

- Сервисы обратного звонка. Не нужно искать мобильный телефон, набирать номер, ожидать связи. Все, что требуется, — ввести собственный номер в форму заказа.
- Виджеты — еще один формат предложения созвониться с клиентом. Если пользователь долгое время изучает материал на сайте, будет логично предложить ему консультацию, чтобы разобраться с непонятными моментами, подарить скидку, предложить участие в акции и т.д.

Чаще всего в качестве списочных маркеров применяются буллиты (то же буллеты), как в примере выше, а не птички, крестики и так далее.

Нумерованный список используется, если важен порядок. Оформляется всегда с прописной буквы и с точкой в конце.

#### Из чего состоит процесс trade-in в Активлизинг, что нужно делать?

1. Вы выбираете автомобиль. Можете [купить в лизинг](#) как **новый автомобиль, так и с пробегом**, у юридического лица (в автохаусе, автосалоне) или у физического (находите приглянувшуюся машину на рынке либо автомобильных сайтах).
2. Обращаетесь в лизинговую компанию. Специалисты компании оценивают ваш автомобиль, стоимость которого идет в зачет первоначального взноса. Менеджер рассчитывает удобный для вас график платежей, вместе вы обсуждаете условия. Выбор и решение за вами: можете взять тот автомобиль, который присмотрели, а можете взять и автомобиль классом выше (или, например, новый вместо запланированного б/у), менеджер предложит вам альтернативный вариант.
3. Подписываете договор, и [Активлизинг](#) приобретает и передает вам понравившийся автомобиль. Ваш авто вы отдаете компании только в день получения нового автомобиля.

*\*Trade-in — торговля, сделка по купле-продаже, при которой продавец в качестве частичной оплаты товара принимает старый товар аналогичного назначения.*

## Дефис и тире

Это бич всей интернет-сферы. Так как есть три подобных знака, имеющих принципиальное различие.

| ДЕФИС<br>-  | ТИРЕ<br>—  | ДЛИННОЕ ТИРЕ<br>——  |
|---|--|---|
| Используется при соединении частей сложных слов, а также в качестве знака переноса. Употребляется при сочетании с помощью союзов «и» и «или» нескольких сложных слов с одинаковой второй частью. Не отделяется пробелами от тех частей слова, которые он соединяет. Используется в номерах телефонов. | Ставится комбинацией клавиш Alt + 0150:<br><ul style="list-style-type: none"> <li>• при обозначении временных, пространственных, количественных пределов;</li> <li>• в названиях физических законов, открытых несколькими учеными.</li> </ul> <b>Внимание!</b> Не отбивается пробелами, если с обеих сторон от него стоят цифры. | Ставится комбинацией клавиш Alt + 0151.<br>Используется во всех остальных случаях, где правила русского языка предписывают использовать тире. Знак всегда отделяется пробелами с обеих сторон.<br><br><b>Внимание!</b> Некоторые админки сайтов этот знак не понимают, в таких случаях используем обычное тире. |
| <i>Черно-белый<br/>Двух-, трех-<br/>четырёхкомнатные<br/>квартиры<br/>990-00-00</i>   | <i>1996–2003<br/>и поезд Минск – Москва<br/>5–6 кг<br/>закон Ломоносова – Лавуазье</i>   | <i>Типографика — наука о...<br/>Виджеты — еще один<br/>формат...</i>  |

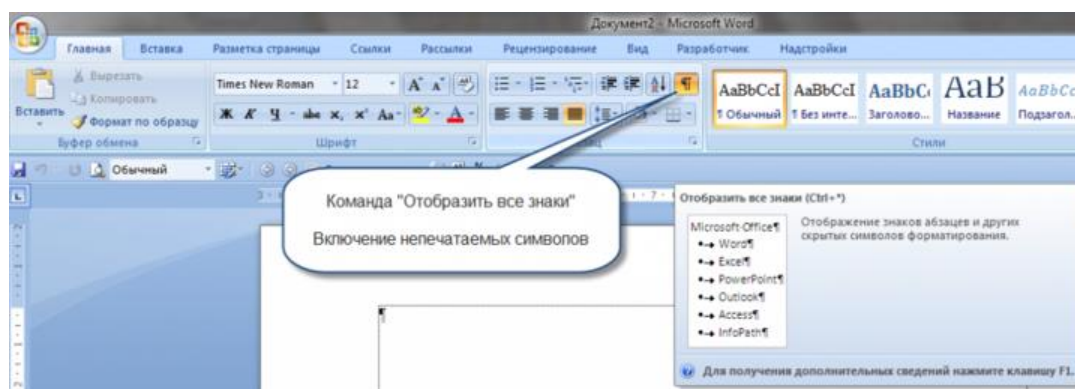
## Кавычки

| ЕЛОЧКИ<br>«...»   | ЛАПКИ<br>„...“   | МАРРОВСКИЕ<br>‘...’   | КОМПЬЮТЕРНЫЕ<br>КАВЫЧКИ<br>"..."          |
|---|--|---|---|
| Открываем комбинацией Alt + 0171 и закрываем – Alt + 0187 | Сначала Alt + 0132, в конце слова/фразы – Alt + 0147                               | Открываем Alt + 0145, закрываем сочетанием Alt + 0146                         |   |
| Предпочтительнее на страницах в интернете                 | Используются, как правило, в рукописных шрифтах, а также в случаях цитаты в цитате | Употребляются для описания значения слова и при переводе с иностранного языка | Недопустимы, это проявление неграмотности |
| <i>Компания «Олврайт»</i>                                 | <i>ОДО «Компания „Типографика“ и партнеры»</i>                                     | <i>Лингвистика, от лат. lingua — ‘язык’</i>                                   |   |

Русские названия мы обязательно берем в кавычки. А вот их английские аналоги нет. Например: компания «Олврайт» и компания AllWrite.

## Пробел

Чтобы при подготовке материала видеть, какой знак — обычный пробел или неразрывный — стоит в текстах, рекомендуем включить отображение непечатаемых знаков.



Тогда вы будете видеть следующее:

|                           |          |   |  |
|---------------------------|----------|---|--|
| <b>Обычный пробел</b>     | Привет·¶ | Пробел – признак нового слова. Это правило действует независимо от того, сокращены слова или нет            | <i>признак·нового·слова·</i>   |
| <b>Неразрывный пробел</b> | Привет°¶ | Этот знак не дает слову отваливаться при формировании строки. Комбинация клавиш – Ctrl+Shift+Space (пробел) | <i>А.°С.°Пушкин°<br/>и·т.°д.°¶<br/>у.°е¶<br/>в·т.°ч.°¶<br/>100°кз°¶<br/>№°1¶</i> |



Рекомендуем в копирайтинге использовать полные слова, а не их сокращения, так как сокращения характерны в большей степени официально-деловому стилю. Хотя тут все зависит от специфики вашего бизнеса. Ну а если уж сокращать, то делать это правильно. Как именно, смотрите [здесь](#).

Не отбиваются пробелами:

|   |  |
|---|--|
| Простые и десятичные дроби / знаки положительности или отрицательности значения / обозначения степени   | 0,5<br>+17 <i>градусов Цельсия</i><br>м <sup>2</sup><br>1 <sup>1/2</sup> |
| Знаки валют (€, \$, £). Кстати, хороший тон, когда знак валюты предшествует числу   | €200<br>\$150<br>£2400   |
| Скобки и кавычки от заключенного в них текста   | (в том числе)<br>ООО «Кайман»  |
| Не ставится пробел после точки, если она разделяет уровни нумерации   | 3.1.1. <i>Обязанности сторон</i>   |
| Пробел не ставится перед знаками препинания (точка, запятая, двоеточие, точка с запятой, вопросительный и восклицательный знаки), знаком процента, градуса, минуты, секунды | 90°<br>10%   |

## Буква «ё»

Эта буква обязательна только в:

- именах и фамилиях: *Королёв Пётр*;
- географических названиях: *река Олёкма*;
- словах, требующих однозначного прочтения: *ё-моё*;
- на сайтах для детей дошкольного и младшего школьного возраста;
- если необходимо предупредить неверное чтение и понимание слова: *совершённый и совершенный, нёбо и небо, слёз и слез и так далее*.

### ИНТЕРЕСНО, ЧТО ИМЕЕТ В ВИДУ АВТОР?

**«В ближайшие дни страна передохнет от холода!»**

## Наращения в числительных

В порядковых числительных (который? какой?) надо добавлять буквенное окончание: **5-й класс**, при этом наращение должно быть однобуквенным. Однако если последней букве числительного предшествует согласный, то двубуквенным: **из 14-го ряда**.

В количественных (сколько?) наращений быть не может вовсе: **серия из 12 упражнений**.

В календарных числах их также не может быть: **17 ноября**.

Если два порядковых числительных пишутся через тире, то наращение нужно только в последнем: **80–90-е годы**.

Слова, начинающиеся числом, пишутся без наращений: **2-симочный телефон (НЕ 2-х симочный)**

### Числа и математические знаки

|  |  |
|--|--|
| Обычно числа до десяти пишутся словами, а последующие – цифрами  | <i>Три пункта<br/>11 человек</i>       |
| Целые числа в цифровой форме, в которых больше четырех разрядов, следует разбивать пробелами на группы по три цифры справа налево.<br>Не разбиваются числа, стоящие после знака номера, в обозначениях марок машин, в номерах документов | <i>1 234 567<br/>6789<br/>№ 101312</i> |
| В десятичных дробях между целой и дробной частью ставится запятая, после которой не должно быть пробела  | <i>2,5 части</i>                       |
| В английском языке многоразрядные числа разделяются не пробелом, а запятой (без пробела после нее). В десятичных дробях, наоборот, целую часть от дробной отбивают точкой  | <i>1,234,567<br/>12.34</i>             |
| Знаки математических операций и соотношений снабжаются пробелами с двух сторон   | <i>2 + 2 = 4<br/>x = 10</i>            |
| В текстах допустима и предпочтительна форма представления даты и времени, как DD-MM-YYYY   | <i>15.08.2003</i>                      |
| Время записывается по две цифры.<br>Причем полночь обозначается 00:00:00, а не 24:00:00  | <i>Не 5:40, а 05:40</i>                |

### Знак копирайта ©

Ставить знак охраны авторских прав – право, а не обязанность. Отсутствие знака не означает, что права на произведение никому не принадлежат.

| Неправильно (суррогат)        | Правильно   |
|-------------------------------|---|
| <i>(с) А. С. Пушкин, 1825</i> | <i>© А. С. Пушкин, 1825<br/>Ставится комбинацией клавиш<br/>Alt + 016</i> |

## Выпуск 7. Информировать, интриговать или креативить?

### О заголовках

Мы не станем рассказывать, как писать бульварные заголовки в стиле «Загадка, почему уходят мужчины, раскрыта!». Такие заголовки, возможно, и привлекают внимание, но не подразумевают целевых действий (кроме клика). Мы будем говорить о полезных заголовках, привлекающих конкретную аудиторию, попробуем разобраться, как написать хороший заголовок к хорошему тексту. Наши рекомендации можно использовать для написания заголовков коммерческих статей и информационных материалов.

#### И снова о пользе в заголовке

У бизнесмена есть выгодное уникальное предложение и проработанный текст. Дело за малым: сделать работающий заголовок. Элементарный лайфхак: берете УТП и выносите его в заголовок. Это честно, просто, а вы избавлены от нецелевых читателей.

Если неочевидно, что нужно вынести в заголовок, или же хочется вынести сразу 10 строк, то стоит поработать с текстом и выгодами для клиента. Например, перечитав наш [копирайтинговый цикл](#).

Вот как выглядит польза в двух примерах: реальных заголовках рекламных материалов TUT.BY, которые вошли в 10-ку самых просматриваемых в разделе «Новости компаний» по статистике рекламного отдела портала TUT.BY (топ-95 с 18.05.2017 по 25.08.2017).

### Автомобили Hyundai в рассрочку в белорусских рублях под 0%

15 августа 2017 в 9:00  
\*На правах рекламы



До конца лета осталось чуть больше двух недель, и вы еще можете воспользоваться горячими предложениями сезона «Лето 2017»:

- [Рассрочка в белорусских рублях под 0% на срок до полутора лет;](#)
- [Кредит в белорусских рублях на 5 лет под 5,99% в первый год.](#)

На заголовок кликнули те, кто думал о новом авто. Почему? Не нужно копить. Не нужно переплачивать. Читатель может получить желаемое прямо сейчас. И все это манит уже в заголовке.

### 5 основных ошибок при выборе стеклопакетов. Проверьте себя!

30 июня 2017 в 9:00  
\*На правах рекламы



Как показывает статистика, при выборе **окна**, как ни странно, большинство потребителей руководствуются их внешним видом. Более того, современные окна принято называть «пластиковыми», хотя они в основном состоят из стеклопакета, занимающего 85-90% площади окна. О мифах, которые существуют в массовом сознании и ошибках, к которым эти заблуждения ведут, пойдёт речь ниже.

*Миф № 1. Качество готового окна зависит от марки профиля. Чем больше в профиле камер – тем лучше окно.*

Распространенное заблуждение, поддерживаемое почти всеми производителями профильных систем. Действительно, от характеристик оконного профиля зависит многое, но далеко не всё. Наличие надёжного уплотнения, действительно, может помочь избежать продувания. Если рецептура ПВХ составлена корректно и выдерживается производителем, то окно надолго сохранит свой внешний вид и первоначальный цвет. Но вот основным элементом, обеспечивающим конструкционную жесткость створки, как ни удивительно, является не профиль, а **стеклопакет**! И если он склеен с нарушениями технологии, то вероятность его разрушения в процессе эксплуатации весьма значительна. При этом сколько бы камер ни было в профиле, если сам стеклопакет не обеспечивает нужный уровень сопротивления теплопередаче – то зимой у окна всё равно будет холодно, а летом - жарко.

На заголовок кликнули те, кто находился в поисках продукта или только задумывался о необходимости сменить окно. Благодаря максимуму пользы и минимуму криков / призывов / рекламных лозунгов читатели запоминают компанию как эксперта в своей нише. А это уже работа с долгосрочным результатом.

## Как понять, сработает заголовок или нет?

Много заголовков лучше, чем один. Можно отправить в ротацию сразу несколько вариантов, сравнить процент открытий и вычислить наиболее эффективное решение. Написать сразу универсально продуктивный заголовок невозможно. Одни и те же приемы срабатывают / не срабатывают в зависимости от бизнеса, покупательской аудитории, поры года, магнитных бурь...

| Как работает тестирование заголовков на TUT.BY? |              |                            |                       |
|---|--------------|----------------------------|-----------------------|
| № заголовка                                     | Время показа | Какому количеству показано | Кликнули на заголовок |
| Заголовок 1                                     | 24 ч         | 1000                       | 95                    |
| Заголовок 2                                     | 24 ч         | 1000                       | 208                   |
| Заголовок 3                                     | 24 ч         | 1000                       | 789                   |

В результате первые два заголовка с низкой кликабельностью будут убраны из ротации, а заголовок № 3 будут видеть все читатели портала.

## Подходы к написанию заголовков

Мы рекомендуем пробовать варианты от сугубо информационных до интригующих. Однако не нарушайте адекватный баланс между пользой для читателя и рекламными фишками.

- **Информативно и интригующе**

В большинстве случаев для рекламного текста заголовок, основанный на фактах, дает больше эффекта, чем, например, креативный. Потому что в нем — голая польза. Но никто не запрещает немного интриговать читателя. Тем более если интрига заманчива настолько, насколько правдива.

## Как построить теплый дом за 2 месяца в рассрочку на 2 года?

20 июня 2017 в 9:00  
\*На правах рекламы



Мы не будем рассказывать Вам о том, какие мы молодцы, как долго работаем на рынке, насколько теплые и надежные дома мы строим.

Мы просто сообщаем о том, что в **МаланСтрой** появилась возможность построить дом в рассрочку на 2 года, и приглашаем Вас на экскурсию по построенным нами домам.

Вы сами убедитесь в качестве наших работ и в том, что свой дом это — доступно и быстро!

**МаланСтрой** - строим дома от 50 м<sup>2</sup> за 2–3 месяца с гарантией 10 лет.

Тут наши [проекты](#), а тут наш [сайт](#).



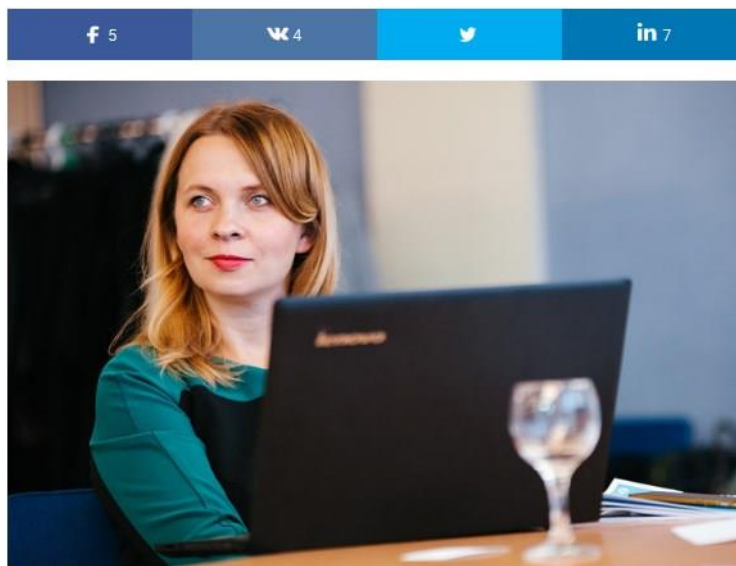
**Рекомендация по написанию:** берем самые выгодные цифры в УТП и стараемся удивить читателя, заставить его сомневаться, но непременно хотеть узнать правду. Например:

| Описание бизнеса  | Заголовок  |
|---|--|
| Кухни. Диапазон цен – около 2000 рублей. Рассрочка – по 200 рублей в месяц. | Кухня за 200 рублей: это возможно прямо сейчас<br>Где купить кухню за 200 рублей?<br>Новая кухня уже завтра: всего за 200 рублей в месяц |

- **Цифры и отсылка к природному любопытству**

Цифры придают материалу вес, а еще упорядочивают факты. Плюс всегда хочется подсмотреть, как живут другие. И самому жить не хуже.

### 3000 обедов в день. Как устроена служба питания, которая кормит МТС, Henkel, айтишников



Олеся Крумквч. Фото из личного архива

В столовых или с доставкой обеды службы питания **Bono** ежедневно покупает около 3000 сотрудников белорусских компаний. А основала эту службу семейная пара — Олеся Крумквч и Денис Внучко. Шесть лет назад, попробовав себя в ресторанном бизнесе, изысканным блюдам они предпочли «домашние» котлеты, и стали готовить только обеды для офисов. О том, как устроен этот бизнес, Олеся рассказывает в своей истории.

**Рекомендация по написанию:** берем статистику, свидетельствующую об успехе бизнеса, и показываем, как она повлияла на жизнь, комфорт известных компаний или знаменитых людей. Так мы побуждаем читателя проникнуться неподдельным интересом и даже желанием жить и работать так же / иметь что-то / изменить что-то. Например:

| Описание бизнеса  | Заголовок   |
|---|---|
| Недвижимость. Строительство домов с внешней и внутренней отделкой, мебелью, всеми коммуникациями. | 300 минских семей уже живут как на Рублевке. Рассказываем, как у них получилось |

- **Инструкция и экспертность**

Определение формата повышает ценность материала. Если мы говорим, что в тексте кто-то компетентный собрал и упорядочил информацию, это априори вызывает доверие. Например, советы эксперта говорят о ценности материала и достоверности фактов.



На западе кредитные карточки давно стали привычным делом: редкий европеец не расплачивается кредиткой даже за ежедневные покупки. В Беларуси же кредитные карточки пока не столь популярны — в умах соотечественников этот банковский продукт окружает множество вопросов и предубеждений. TUT.BY вместе с Белорусским народным банком развенчивает их. Сегодня мы расскажем, что такое грейс-период, как он работает и как пользоваться кредиткой, чтобы она была выгодной для вас.

**1 Грейс-период — что это вообще такое?**

Любой кредит предполагает выплату процентов за пользование им. Кредитная карточка — порой приятное исключение из этого правила. При расчетах кредиткой многие банки предлагают грейс-период — проще говоря, льготный период кредитования. Это отрезок времени, в течение которого вам не начисляются проценты по кредиту.



- 1 Грейс-период — что это вообще такое?
- 2 Чем грейс-период может быть выгоден мне?

**Как одолжить у своей же компании, ничего не нарушив — советы юриста**

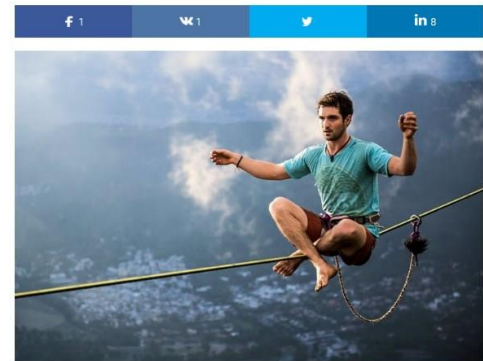


Фото с сайта denki.ru

Собственники и руководители довольно часто прибегают к займу средств у своей компании. Однако не всегда правильно оформляют эти «сделки» и не учитывают некоторых нюансов. О том, как взять в долг у компании, не нарушив при этом закон, рассказывает юрист Юлия Кудравец.

**Рекомендация по написанию:** если в заголовок вынести экспертное мнение, то надо быть готовым к тому, что от статьи будут ожидать актуальных и малоизвестных рекомендаций / данных, а не избитых формулировок. Например:

| Описание бизнеса | Заголовок   |
|------------------|---|
| Фитнес-клуб      | 50 советов от чемпиона мира по бодибилдингу и фитнесу про идеальный пресс<br>Мастер спорта по фитнес-бикини о способах сделать идеальное тело |

- **Срочность и ограниченность предложения**

Возможность купить что-то подешевле всегда привлекает. Особенно если большинство людей изначально знает, что товар стоит прилично. А ограниченность предложения и вероятность не успеть стимулируют торопиться с принятием решения.

**14 июля началась Распродажа немецкой обуви со скидками до 70%**

16 июля 2017 в 9:00  
\*На правах рекламы



С 14 июля в магазинах **CAPRICE** и «Европейская обувь» скидки от 30 до 70% на **всю летнюю обувь**. Пришло лучшее время обновить свой гардероб и сэкономить в цене.



**Рекомендация по написанию:** здесь важно не скатиться до бульварных формулировок, кричащих и нереальных дедлайнов, скидок 99%. Этому уже никто не верит. Когда последний раз вы кликали в выдаче поиска на заголовок в стиле «Акция! Сапоги за 2 рубля\*»? Не преувеличивайте. Покупатель будет разочарован и разгневан, что предложение нереальное или действует всего на 2 товара и при соблюдении 10 дополнительных условий.

| Описание бизнеса                  | Заголовок  |
|-----------------------------------|--|
| Школа изучения иностранных языков | Лето – самое время учиться: скидки 50% на все курсы до 31 августа<br>Английское лето: 3 месяца обучения по цене одного |

- **Честность и креатив**

Не пренебрегайте возможностью залихватски поюморить или покреативить с заголовками, поиграть с многозначностью слов или использовать другие литературные приемы. Главное, чтобы в этом не было ни капли вранья.

## Капитан "Ювентуса" снял трусы и подарил их болельщику после матча с "Барселоной" 15

23 ноября 2017 в 14:51  
SPORT.TUTBY



Капитан «Ювентуса» Джанлуиджи Буффон снял с себя футбольные трусы и бросил их болельщику после матча с «Барселоной» в 5-м туре Лиги чемпионов, сообщает [Daily Mail](#).



39-летний итальянский вратарь решил поблагодарить болельщиков за поддержку и отошел от традиции, когда футболисты после матчей дарят фанатам игровые майки.



Нет формулы идеального текста, равно как и нет формулы заголовка, работающего в 100% случаев. Эффективность зависит от того, что вкладывать в это понятие.

Информативность, юмор, срочность, экспертность и прочие подходы к созданию заголовков можно смело миксовать. Пока не попробуете всё, не узнаете, что кликабельно, привлекательно, цепко.



## Выпуск 8. TUT.BY исследовал свой рекламный контент: результаты для копирайтеров

Новые советы по созданию продающих текстов публикуются ежечасно. Но стоит ли пытаться сочинить новое ради нового, если по-прежнему в рекламе есть приемы, которые работают сегодня? TUT.BY провел медиаисследование своего рекламного контента. PR-служба TUT.BY и агентство «Олврайт» проанализировали топ-300 коммерческих материалов, опубликованных с марта по август 2017 года, и подготовили для всех копирайтеров работающую схему с примерами. В связи с конфиденциальностью предоставленной информации примеры рекламодателей в статье частично отсутствуют.

Хороший текст для автора, редактора, заказчика и читателя – это 4 разных текста. Участникам этой цепочки найти точки соприкосновения бывает сложно. Но во главе угла всегда и вопреки всему стоит читатель и его реакция на материал. Поэтому в новой статье [цикла по практическому копирайтингу](#) мы проанализируем ключевые параметры читательского интереса:

- Просмотрели страницу.
- Дочитали до конца.
- Перешли по ссылке.

Итак, не настраивайтесь на вычисления, схемы, пропорции. Мы все сделали за вас и предоставим приемы с примерами, которые сработали по одному или нескольким показателям.

### Просмотры страниц

Пользователь приходит на ресурс и видит огромное количество материалов. Главный критерий, заставляющий его перейти к чтению, – заголовок. В 300 анализируемых материалах выделяются следующие группы заголовков:

- **Любознательство, интрига – 142 заголовка из 300, из них 77 со средним показателем просмотров ≈ 18 000**

На такие заголовки кликают ввиду неочевидности и заманчивости. У читателя возникает желание утолить природное стремление к познанию нового. Это заголовки типа:

- «Как купить что-то, не потратив много денег»
- «Кто-то получил что-то раньше, чем вы»
- «Самое время сделать что-то»,
- «Как быстро приобрести что-то»
- «Нечто новое на рынке»
- «X стереотипов /тенденций / уловок чего-то»

Такой заголовок хорош, когда нужно привлечь внимание максимально возможного количества читателей, зафиксировать бренд в памяти, познакомить с новинками. Но учтите, что количество переходов к прочтению и количество кликов далеко не всегда находятся в прямо пропорциональной зависимости.

- **Польза, информативность – 86 заголовков из 300, из них 40 со средним показателем просмотров ≈ 21 000**

Такие заголовки несут пользу в виде выгодного УТП, предлагают заманчивые скидки или информируют о чем-либо. Это варианты типа:

- «Запуск новой программы кредитования на что-то»
- «Открытие новой торговой точки в...»
- «Где-то обвал цен на всю продукцию»

В большинстве таких заголовков фигурирует цифра вроде:

- «Особые условия на покупку чего-то: рассрочка от X рублей»
- «Кредит под X% на 3 года»
- «Что-то по специальным ценам от X рублей»

Аналитика позволила выявить прямую связь между количеством просмотров и дальнейшими кликами по ссылкам: высокий показатель переходов наблюдается именно у таких материалов.

Как это работает: читатель увидел выгоду для себя – открыл статью – после прочтения или просто скроллинга перешел по интересующим его ссылкам (конкретный товар / подробные условия покупки). Вероятность трансформации из читателя и потенциального покупателя в реального клиента увеличивается.

- **Срочность – 21 заголовок из 300, из них 8 со средним показателем просмотров ≈ 14 000**

Это заголовки-дедлайны типа:

- «Осталось всего X дней до конца распродажи»
- «Ну упустите последний шанс»
- «Успейте заказать что-то до конкретной даты»

- **Экспертность – 11 заголовков из 300, из них 7 со средним показателем просмотров ≈ 25 000**

Это заголовки-авторитетные мнения типа:

- «Кто-то добившийся успехов в своей отрасли: расскажем, как что-то сделать»
- «Что-то хочется / случилось: советы экспертов»
- «Цитата: комментарий кого-то по поводу чего-то»

Несмотря на редкое использование заголовков такого типа, мы увидели, что у таких материалов не только высокий средний показатель просмотров, но и процент прочтения до конца. Текст нацелен не на быструю продажу, а на закрепление в памяти читателя образа компании как эксперта в своей области.

- **Микс**

Оставшиеся 40 заголовков из топа – это микс вышеприведенных приемов: «Срочность + цифра + интрига», «Экспертность + интрига» и так далее.

## "Черная пятница" на AFISHA.TUT.BY: покупай билеты со скидкой до 50% 14

27 октября 2017 в 9:00  
AFISHA.TUT.BY



За месяц до официальной «черной пятницы» AFISHA.TUT.BY решила подразнить своих читателей собственной распродажей. Только 27 октября. В течение одного дня мы предлагаем вам купить билеты на культурные и деловые мероприятия Беларуси со скидкой до 50%.

**Важно:** в течение дня в списке мероприятий, которые участвуют в «черной пятнице», возможны изменения. Могут добавляться новые мероприятия и сниматься те, на которые распроданы акционные билеты. Поэтому не откладывайте покупку билета на вечер и в течение дня не забывайте заглядывать в новость, возможно, в продаже появится именно то событие, на которое вы хотели бы сходить.

[Что же там за билеты?](#)

### Прочтения текста до конца

Пользователь переходит к чтению после клика на заголовок. Но где потеряет интерес – на первой строке текста, на середине или на последнем слове – зависит от качества контента. В 300 анализируемых материалах так или иначе есть хотя бы одна из приведенных ниже особенностей или попытка воплотить ее в жизнь.

- **Разговор о читателе и на стороне читателя**

Тексты, где компания забывает о своем любимом «Мы» и обращает его в сторону «ВАШИХ» выгод. Это решение проблемы (например, помощь в выборе или оформлении чего-то); удовлетворение интереса (формирование цен на что-то, разбор подводных камней, тенденции); новая информация в виде авторитетных советов (врачей, стилистов, дизайнеров, спортсменов); замена почему на что (вместо «Покупайте что-то» – полезный рассказ об этом же); краткое описание условий приобретения чего-то без лирических отступлений.

- **Оформление материала**

Чтобы упростить навигацию по странице, читателю нужно зацепиться за какие-то элементы материала и понять, стоит ли тратить время на него. Это подзаголовки, списки, выделение текста цветом.

- **Объем текста**

Мы взяли 20 материалов, выигрывающих по всем анализируемым позициям одновременно. Средний показатель прочтения до конца  $\approx 70\%$ , время взаимодействия со страницей  $\approx 2,5$  минуты. При средней скорости чтения за это время можно осилить 3000–4000 знаков. Поэтому уделяйте внимание и объему, чтобы вопреки полезности материала и отличной структуре не потерять читателя из-за неподъемных размеров. Оптимальный показатель, судя по анализируемым материалам, – около 3000–5000 знаков. Меньше писать можно, больше – настоятельно не рекомендуем.

- **Иллюстрации**

Как бы ни хотелось сэкономить, выигрывают реальные фото (не стоковые и не выдача Google), качественные видео, яркая инфографика, которые иногда красноречивее тысяч знаков текста. Кроме информативности, иллюстрации работают на легкость визуального восприятия текста.



Все в комплексе просто не позволит читателю уйти со страницы на первом предложении. То есть чем более полно и грамотно в тексте реализованы эти особенности, тем выше показатель прочтения до конца.

## Среда обитания: в каких квартирах советуют жить ученые и врачи?

2 мая 2017 в 9:00  
\*На правах рекламы



Сегодняшний рынок новостроек предлагает нам достаточно широкий выбор квартир, которые отличаются друг от друга множеством характеристик: площадью, типом планировки, высотой потолков, материалом перегородок и так далее. Казалось бы, эти характеристики имеют лишь техническое значение, но ученые из различных областей деятельности советуют не спешить с выводами. Как оказалось, мы — не только то, что мы едим. Согласно последним исследованиям, мы еще и то, где мы живем. От размера и конфигурации жилого пространства зависят самочувствие, работоспособность и даже продолжительность жизни людей. Итак, как же выбрать квартиру, которая будет не просто комфортной для вашего проживания, но еще и полезной для вашего физического и психологического здоровья?



Тесные квартиры делают детей замкнутыми, а красивый вид из окна продлевает жизнь до 5 лет

«После изучения самочувствия детей, проживающих в перенаселенных квартирах и квартирах эконом-класса мы пришли к выводу, что подобные условия развивают замкнутость», — говорит Сьюзен Сэгерт, профессор психологии Университета Нью-Йорка и директор группы по изучению жилой среды. Часто у детей, живущих в тесных и замкнутых условиях, появляются проблемы с обучением и концентрацией, твердят ученые.

[Посмотреть, как это работает в тексте](#)

Купи LADA сейчас – плати потом! Выгодный кредит в белорусских рублях

### Рассрочка

- Ставка 0% в белорусских рублях
- Первоначальный взнос 70% от стоимости LADA
- Без справки о доходах
- Срок рассрочки — 1 год

### Программа кредитования "9,9% годовых" на покупку LADA

- Процентная ставка 9,9% годовых в BYN
- Первоначальный взнос — не менее 10% от стоимости авто
- Без справки о доходах при первоначальном взносе не менее 45% от стоимости авто
- Срок кредитования — 1 год с возможностью досрочного погашения

### Программа кредитования "13,9% годовых" на покупку LADA

- Процентная ставка 13,9% годовых в BYN
- Первоначальный взнос — не менее 10% от стоимости авто
- Без справки о доходах при первоначальном взносе не менее 45% от стоимости авто
- Срок кредитования — 4 года с возможностью досрочного погашения

### Программа кредитования "14,5% годовых" на покупку LADA

- Процентная ставка 14,5% годовых в BYN
- Первоначальный взнос — не менее 10% от стоимости авто
- Без справки о доходах при первоначальном взносе не менее 45% от стоимости авто
- Срок кредитования — 5 лет с возможностью досрочного погашения

Лето — пора внегородской жизни. Леса, реки, озера, поездки на охоту и рыбалку — везде для Вас отличным спутником и надежным другом станет легендарный настоящий внедорожник LADA 4x4, 5-дверную версию которого сейчас можно приобрести с выгодой 800 BYN.



[Посмотреть, как это работает в тексте](#)

"Рассрочка для сына и для дочери": беспроцентная рассрочка на квартиры!



Жилый комплекс «Мегаполис»

1 из 5

**Беспроцентная рассрочка** на жилую недвижимость в ЖК «Мегаполис» — это отличная возможность купить собственную квартиру со свободной планировкой прямо возле метро даже в том случае, если на данный момент у вас есть только 50% от ее стоимости. В зависимости от размера первоначального взноса, оставшуюся сумму вы сможете «погашать» частями по индивидуальному графику в течение **18-24 месяцев!** При этом, речь идет о полноценной беспроцентной рассрочке без условий «мелким шрифтом», но с **гарантиями** от одного из крупнейших и опытнейших застройщиков в Минске. Акция «Беспроцентная рассрочка для сына и для дочери» действует по 30.06.2017: времени на покупку квартиры остается совсем не много.

| ЖК «МЕГАПОЛИС»<br>В ОЧЕРЕДИ СТРОИТЕЛЬСТВА<br>(СЕКЦИИ 5-7)  | 1 - КОМНАТНЫЕ<br>43 - 49 м <sup>2</sup> | 2 - КОМНАТНЫЕ<br>68 - 78 м <sup>2</sup> | 3 - КОМНАТНЫЕ<br>86 - 101 м <sup>2</sup> |
|--|---|---|--|
| ЦЕНА, м <sup>2</sup>   | 1815-2115 BYN<br>(975-1135)             | 1630-1845 BYN<br>(875-990)              | 1595-1680 BYN<br>(855-900)               |
| Первоначальный взнос от 50% – беспроцентная рассрочка до 18 месяцев.<br>Первоначальный взнос от 70% – беспроцентная рассрочка до 24 месяцев. |   |   |  |

[Посмотреть, как это работает в тексте](#)

## Переходы по ссылкам

Поскольку конечная (кратко- или долгосрочная) цель коммерческого текста – получение прибыли, то переход по ссылке будет означать заинтересованность в продукте, намерение узнать о нем больше, в идеальном варианте заказать. Посмотрим, какие приемы отличают материалы с высокими показателями переходов по ссылкам.

**Правильные гиперссылки.** Когда мы говорим о правильных гиперссылках, то имеем в виду не только их равномерное распределение по тексту и их количество на странице.

### Как это работает?

Читатель охотнее перейдет по ссылке и задержится на сайте, если будет уверен, что действие приведет:

- **к результату его потребности (подборка туров по критериям город отправления + даты заезда + система питания)**

### Бархатный сезон в Анталии: тепло, вкусно, выгодно

---

Большинство отелей Анталии работают по системе "все включено". Это позволит беззаботно провести каникулы у моря, наслаждаясь покоем, комфортом и прекрасной кухней. При этом сервис в отелях всегда поддерживается на самом высоком уровне – это всегда было приятной особенностью турецких курортов.

**Туроператор TEZ TOUR предлагает выгодные цены на отдых в Турции не только с вылетом из Минска, но из Бреста, Гродно, Витебска и Могилева.**

Вылеты из Минска с 20 августа по 29 октября от 7 ночей.

[Цены по системе "все включено" от 1 385 BYN на двоих.](#)

Вылеты из Бреста с 22 августа по 12 сентября на 10-11 ночей.

[Цены по системе "все включено" от 1 432 BYN на двоих.](#)

Вылеты из Гродно с 23 августа по 13 сентября на 10-11 ночей.

[Цены по системе "все включено" от 1 418 BYN на двоих.](#)

Вылеты из Витебска с 21 августа по 11 сентября на 10-11 ночей

[Цены по системе "все включено" от 1 446 BYN на двоих.](#)

Вылет из Могилева 25 августа на 11 ночей.

[Цены по системе "все включено" от 1 495 BYN на двоих.](#)

Все подробности по номеру колл-центра компании TEZ TOUR: +375 (17) 210-10-10  
Приобрести туры можно в агентствах вашего города или в [уполномоченных агентствах TEZ TOUR.](#)

Сайт: [teztour.by](http://teztour.by)

[Посмотреть, какие еще приемы есть в материале](#)

- к результату его любопытства (кредит или рассрочка + технические характеристики авто + обзор по каждому).

#### Автомобили Ravon в рассрочку под 0%

Благодаря новой кредитной программе, купить новый автомобиль сегодня легко и просто. Автомобили Ravon доступны в рассрочку под 0% в белорусских рублях.

Подать заявку на рассрочку и кредит **без справки о доходах** можно прямо в автосалоне Ravon.

- [Рассрочка в белорусских рублях под 0% на срок до одного года](#)
- [Кредит в белорусских рублях](#)

Автомобили Ravon нельзя назвать новичками на автомобильном рынке, так как они уже продавались в Беларуси под брендом Chevrolet. Ravon R2 — это Chevrolet Spark, Ravon R3 — это Chevrolet Aveo, Ravon R4 — это Chevrolet Cobalt. Производство налажено на заводе General Motors. Убедитесь сами в качестве автомобилей в автоцентре Мультимоторс по адресу: г. Минск, ул. Могилевская 43а.

#### RAVON R2



Современный, стильный, динамичный, практичный и надежный — именно такими характеристиками можно смело наградить этот автомобиль. Воплощая в себе лучшие технологии General Motors и современный дизайн, Ravon R2 уже успел обрести много поклонников.

Сердцем Ravon R2 служит бензиновый двигатель объемом 1,25 литра и мощностью 85 л.с., который работает в паре с 4-х ступенчатой автоматической коробкой передач.

- [Подробнее о Ravon R2 на сайте](#)
- [Читать обзор Ravon R2](#)

#### [Посмотреть, какие еще приемы есть в материале](#)

#### Как это не работает?

Например, интернет-магазин зубных щеток подготовил коммерческую статью-обзор «Как выбрать зубную щетку в зависимости от возраста?». На сайте есть карточки товаров, но вместо ссылок на них автор расставил гиперссылки на общий каталог или главную страницу сайта. Даже если их много, они не дают высоких переходов в сравнении с вышеизложенным вариантом, потому что работает схема «Кликнул 1–2 раза – не попал туда, куда обещали – ушел – больше не кликает».

#### Обратите внимание!

- Если изображение носит не просто иллюстративный характер, а дает еще какую-то рекламную или имиджевую информацию, речь о **баннерах**, которые обязательно должны быть кликабельными.



Лето LADится! Модельный ряд LADA от 13 000 руб.

|   |  |
|---|--|
|  <b>LADA</b> |  |
| <b>Импортер LADA<br/>Минск-Лада</b>   |  |
| <b>пн. - пт. с 8.00-20.00</b>   |  |
| <b>сб. с 9.00-17.00</b>   |  |
| <b>вс. выходной</b>   |  |

**Автосалон LADA на Серова,1**

+375 17 279 97 97

+375 29 675 85 67

[www.minsk-lada.by](http://www.minsk-lada.by)



[Посмотреть, какие еще приемы есть в материале](#)

- Если предусмотрена возможность оформить заказ через **социальные сети**, проставляйте на них ссылки, потому что они работают.

#### **Бархатный сезон в Анталии: тепло, вкусно, выгодно**

Все подробности по номеру колл-центра компании TEZ TOUR: +375 (17) 210-10-10  
Приобрести туры можно в агентствах вашего города или в [уполномоченных агентствах TEZ TOUR](#).  
Сайт: [teztour.by](http://teztour.by)

Следите за новостями компании TEZ TOUR в социальных сетях:



ООО "КОМПАНИЯ ТЕЗ ТУР",  
УНП 190685430

[Посмотреть, какие еще приемы есть в материале](#)

- Если услуга предусматривает предварительный расчет стоимости, подбор по определенным критериям, изготовление по нетипичным характеристикам, то можно попробовать максимально сократить путь до получения интереса в виде потенциального покупателя, поставив **форму** прямо в статью.



Как построить теплый дом за 2 месяца в рассрочку на 2 года?

Узнайте, сколько будет стоить дом Вашей мечты в рассрочку на 24 месяца?

Построить: Каркасный дом

Желаемая площадь м2: \*

Фундамент: Ленточный фундамент

Кровля: Металлочерепица

Номер телефона: \*

Проверьте указанный Вами номер, к нему будет привязана персональная скидка

Внешняя отделка: Имитация бруса

Внутренняя отделка:  Да

Подобрать проект и узнать цену

"Честная рассрочка" от МаланСтрой

Без банка! Без залога! Без процентов! Без переплат! На 24 месяца! Выплаты равными долями! Первый взнос от 50%! Любой индивидуальный проект!

Успеть забронировать рассрочку [можно тут](#).

[Посмотреть, какие еще приемы есть в материале](#)

## Рецепт копирайтингового счастья

Полезный заголовок, текст с реальными фотографиями, советами экспертов, лайфхаками в придачу, форма обратной связи, 7–10 гиперссылок, баннер / карта / соцсети. **Не переборщите!** Это работающее не только в случае с макияжем, но и с текстом правило. Нам, например, нравятся тексты такого вида и содержания:



Читателям портала, судя по аналитике, такие тексты нравятся тоже.

## Выпуск 9. Где взять текст: написать самому, доверить фрилансеру, нанять автора

Эффективный текст сегодня – это неоспоримый инструмент продаж. Но где его взять? Можно написать самостоятельно, нанять на работу фрилансера, делегировать проект подрядчику или создать свой отдел. Завершаем наш курс разбором полетов: кому, когда и почему стоит доверить писать тексты.

### Пишем самостоятельно

У многих бизнесменов есть масса идей контентного продвижения продукта. Никто не знает нюансы и тонкости работы лучше самого владельца. Рассказывать все третьим лицам и контролировать процесс написания не хочется, потому что бизнесмен может:

- изложить оригинальные мысли или идеи (основа – опыт, уникальность продукта, знание тончайших нюансов работы);
- продвигать себя и компанию как эксперта в конкретной области;
- сберечь бюджет, где самостоятельное написание (не так красиво, но полезно) против найма неопытного копирайтера (красиво, но бесполезно).

В любом случае основа текста будет практичной и уникальной, что сегодня так высоко ценят потенциальные покупатели. Окультурить текст – не менее важное дело. Но эту работу проще и дешевле доверить редактору, который приведет его в аккуратный читаемый вид, чем тратить время и деньги на услуги ничего не понимающего автора-студента-первокурсника.

| Плюсы   | Минусы   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Экспертность и полезность</li> <li>• Возможность представить свое видение</li> <li>• Минимальный бюджет</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Недостаток специализированных знаний в области эффективного копирайтинга. Результат: читатель легко может потеряться в тексте</li> <li>• Большие затраты времени на создание текста</li> <li>• При отсутствии оригинальных мыслей и идей можно скатиться в плагиат</li> </ul> |

### Обращаемся к фрилансеру

Рациональнее всего привлекать фрилансера и биржи копирайтинга к малым, разовым и не слишком срочным заказам. Например, когда нужно написать тексты для карточек в интернет-магазин или новость в блог. Но можно использовать такой труд и для решения более серьезных задач, например, для написания коммерческого текста:

- если у владельца нет времени писать тексты самостоятельно и посторонний исполнитель без проблем сможет вникнуть в специфику предложения (в чем проще разобраться: в товарах масс-маркета или в ремонте профессионального медицинского оборудования?);
- если бюджет на тексты есть, но небольшой;
- если есть рекомендованный опытный фрилансер.

| Плюсы   | Минусы   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Дешевле, чем услуги агентства и найм копирайтера в штат</li> <li>• Контакт с исполнителем напрямую</li> <li>• Проще решать вопросы способа оплаты</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Человеческий фактор (специалист может пропасть). Результат: срыв дедлайна, потерянные деньги и время</li> <li>• Отсутствие уверенности в качестве. Результат: трата времени на переработку</li> <li>• Сложность поиска подходящего специалиста (изучение отзывов и портфолио, обсуждение деталей сотрудничества и так далее)</li> </ul> |

## Начинаем работу с агентством

Агентства более ответственны за счет скрепления отношений «заказчик–исполнитель» договором. Поэтому подрядчик не пропадет без следа, не перестанет отвечать на звонки и будет сдавать тексты без нарушения дедлайнов. Имеет смысл заказать услугу в агентстве:

- если полное соответствие ТЗ, дедлайны, грамотность и понимание принципов написания конкретного текста приоритетнее рублевой экономии;
- если объемы заказа настолько большие или частые, что на поиск и общение с исполнителями, контроль уходит гораздо больше времени, чем на основной бизнес (всю эту работу агентства в основном берут на себя);
- если нужны сопутствующие услуги.

| Плюсы  | Минусы   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Юридические гарантии</li> <li>• Опыт сотрудников</li> <li>• Дополнительные услуги (например, подбор или создание инфографики / фото, полная подготовка текста к публикации и прочее)</li> <li>• Гарантия постоянной обратной связи, внесение изменений в текст</li> <li>• Возможность личной встречи автора и заказчика, интервью по скайпу / телефону</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Расценки выше, чем у фрилансеров</li> <li>• Связь через редактора / аккаунт-менеджера. Однако некоторые агентства обеспечивают прямое взаимодействие автора и заказчика</li> <li>• Вероятность отсутствия у автора специализированных знаний по теме бизнеса</li> </ul> |

## Создаем отдел копирайтинга

Такая трудо- и времязатратная задача целесообразна для бизнеса крупного масштаба, например, для интернет-гипермаркетов.

| Плюсы   | Минусы   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Набор специалистов со знанием специфики дела или возможность обучения сотрудников под свои задачи</li> <li>• Полный контроль над реализацией проекта</li> <li>• Исключение других звеньев цепочки «заказчик–исполнитель»</li> <li>• Отсутствие посторонних тем по копирайтингу у специалистов</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Дороже, чем услуги фрилансера или агентства за счет сопутствующих расходов (налоги, оснащение рабочего места, оплата больничных, отпусков)</li> <li>• Затраты времени и сил на поиск нужного специалиста, налаживание процессов в отделе</li> <li>• Сложность удержания высококвалифицированного кадра в штате</li> </ul> |

Что бы вы ни выбрали, специалиста в помощь нанимать придется, – будь то корректор, фрилансер, целое агентство или копирайтеры в штат. Поэтому не жалейте времени на общение с исполнителем: нам не дано читать мысли, а потому что-то хорошее может получиться только при двусторонней заинтересованности.

**Как сделать проект вместе с нами?**

Напишите или позвоните нам. Вместе мы обязательно придумаем что-нибудь интересное!



+375 (17) 239 57 01

ads@tutby.com

**Как написать эффективный текст**

оперативно и в соответствии со всеми рекомендациями? Напишите или позвоните нам!



+ 375 (17) 620 76 06

manager@allwritestudio.ru