

A photograph of a woman's hands typing on a silver laptop keyboard. She is wearing a white long-sleeved shirt with black polka dots, a gold watch, and several rings. To her left is a white mug of coffee with a sun icon. In the foreground, a smartphone is resting on a pink notebook. In the background, there are pink peonies in a white vase. The scene is set on a dark desk against a light-colored wall.

АЛЕКСАНДРА ЛЬВОВА

ГАЙД ПО НАПИСАНИЮ ТЕКСТОВ

Александра Львова

Гайд по написанию текстов

«Издательские решения»

Львова А.

Гайд по написанию текстов / А. Львова — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-591936-6

Как научиться писать продающие сценарии для своего блога? В гайде автор подробно рассказывает про целевое назначение текста, что нужно написать, как нужно написать. Есть шаблоны, ключевые связки и рекомендации по маркетинговой стратегии.

ISBN 978-5-00-591936-6

© Львова А.
© Издательские решения

Содержание

Для личных брендов и компаний	6
С чего начать постинг?	8
Знакомство	9
Конец ознакомительного фрагмента.	12

Гайд по написанию текстов

Александра Львова

© Александра Львова, 2024

ISBN 978-5-0059-1936-6

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero



Для личных брендов и компаний

Публикации подойдут для соцсетей (группа VK, личная страница VK, Telegram-канал и др.)

или

Для написания сценария для видеоконтента (сторисы, клипы, эфиры, видеоролики на YouTube)

**Стратегию можно адаптировать под любую интернет площадку*

Что будем делать:

- Разбираем топ 5 постов, чтобы запустить свой блог
- Знакомство
- Сторителлинг
- Закрытие болей
- Ответы на вопросы
- Пост польза
- Провокация
- Варианты, примеры, ключевые связки
- Оформление аккаунта
- Постинг
- Реклама

Итак, вы скачали этот гайд для того, чтобы научиться вести блог самостоятельно.

И хорошая новость, что данная информация подойдёт как для уже существующего аккаунта, так и для нового.

Стратегия простая, но надо будет попрактиковаться именно с написанием текста. И может быть сначала обратиться за корректировкой статьи к профессионалу. Можете обратиться ко мне, я проверю все тексты перед публикацией. А потом, после полученной обратной связи, вы будете **вести блог самостоятельно и уверенно**. Но учтите, на это требуется время и энергия.

Мой гайд также подойдёт для предпринимателя, который хочет обучить специалиста в своей компании. Например менеджера, который повысит свои знания и применит все указанные рекомендации из данного гайда для продвижения компании. Я тоже могу сопроводить вашего специалиста на первом периоде.

Не важно, какой вариант вы для себя выберете из вышеперечисленных, важно, что после изучения этого гайда вы научитесь писать тексты, узнаете маркетинговые фишки, как правильно продавать через контент и наконец-то запустите свой блог.

После того, как вы сделаете всё, что указано в данном гайде, вам не будет стыдно показать свой аккаунт клиентам, предпринимателям, коллегам. А если, будете придерживаться определённой стратегии и не будете забрасывать блог время от времени, то он вам принесёт новых подписчиков. Ваша аудитория будет увеличиваться. Так вы создадите своё «комью-

нити», в котором сможете разговаривать на «ты» и помогать своим продуктом тысячам людям, которые у вас купят.

Главное заблуждение личного бренда: Если вы думаете, что все знают, чем вы занимаетесь – это не так.

По статистике, личный бренд не продаёт, потому что не старается понять своего клиента. В особенности нового клиента. Личный бренд настолько весь в себе, что он забывает о том, что не все вокруг знают про его деятельность. А порой даже не знают, что такое есть и зачем оно нужно.

Иногда полезно посмотреть на свой бренд со стороны. Проанализировать, какую реакцию вызывает продукт у аудитории, которая ещё этим не пользовалась. Обычно это делает маркетолог, поэтому полезно нанимать человека со стороны, который посмотрит новым взглядом на ваш бренд и чётко укажет преимущества. Но, этот гайд создан для самостоятельной работы, поэтому вам придётся сделать анализ своего продукта самому. Помните, вы только учитесь, не бойтесь делать ошибки. Примерять на себя другую роль всегда сложно.

Итак, если вы решили сделать апгрейт аккаунта или только что создали новый, вам нужно его наполнить. Во-первых, для респектабельности, во-вторых, для алгоритмов соцсети. Начать постинг так, чтобы алгоритмы новостной ленты сработали на вас уже в первые дни.

С чего начать постинг?

Контент-план на первых порах создать можно, но для более продуктивной работы нужно начать с тестирования. Здесь я предлагаю затронуть 5 главных тем, которые должны быть в блоге у любого личного бренда, вне зависимости от ниши. После написания этих тем, пойдёт работа с аудиторией, где надо будет тестировать более кликабельные темы и дальнейшую стратегию продвижения. Но это уже в другом гайде или лично со мной на консультации.

Сейчас идём к результату маленькими шагами, так как вы только учитесь общению с аудиторией. Создаём **5 ключевых тем** для запуска блога:

- Знакомство
- Сторителлинг
- Закрытие болей
- Ответы на вопросы
- Пост польза

Выглядит очень просто, но на самом деле в этом и есть загвоздка любого личного бренда, что бренд забывает рассказать самые обычные, но интересные потенциальному клиенту, вещи. И разберём каждый пункт в отдельности: **из чего должен состоять пост, как писать и зачем** это нужно.

Знакомство

Пост знакомство должен быть в каждом аккаунте. Как я уже говорила – не все знают, чем вы занимаетесь. На ваш профиль будут переходить новые случайные люди, это во-первых. Во-вторых, люди имеют свойство забывать. Им нужно постоянно напоминать, кто вы, что вы и зачем.

Поэтому пишем **пост знакомство**.

Для того, что пост был всегда на виду, используют кнопку «закрепить». Подойдёт для телеграм-канала, вк группы и личной страницы. Также данный пост можно разместить в информации о себе, если мы говорим о Вконтакте. Есть ещё вариант, сделать сайт визитку, например, на конструкторе сайтов или телетайп и разместить информацию о себе там, а в соц-сетях приглашать перейти по ссылке.

С размещением данного поста разобрались. Теперь переходим к главной задаче, как написать пост знакомство.

Чтобы вы понимали технологию написания, сначала нужно разбить на подтемы и писать их по абзацам. Ниже буду указывать подтему и сразу пример. Вы пишете свой повторяя за мной. И в конце данного занятия вы совмещаете все свои абзацы и получаете готовый текст – пост знакомство.

1 подтема: Кто Вы такой? Личность, личный бренд/компания, сфера деятельности.

Здесь просто начните со своего имени, названия компании и кратко о деятельности.

Пример: Привет, меня зовут Саша, я контент-маркетолог, smm-редактор, работаю, как частный специалист на удалённой основе.

2 подтема: Что Вы продаёте?

В данной подтеме чётко распишите продукт/услугу прямо в лоб, не стесняйтесь.

Пример: Я предлагаю свои услуги создания контента для личных брендов и компаний. Пишу текстовые материалы для блога, соцсетей, публикаций онлайн и оффлайн, рекламные тексты для продвижения бизнеса. Помогаю вести блог и профили в социальных сетях для поддержания репутации бренда и привлечения внимания подписчиков, повышаю ваши продажи с помощью качественного контента.

3 подтема: Почему Вы это продаёте?

Если первые два пункта понятны, то про этот многие забывают или не знают о нём. Хотя он очень важный, именно этот момент закрывает вопрос доверия с потенциальным клиентом. Здесь можно добавить личные эмоции, чтобы расположить к себе клиента. И чтобы он увидел, что вы не просто продаёте, а действительно помогаете людям.

Пример: Решила стать контент-маркетологом, потому что я очень люблю писать, придумывать, улучшать. Начинала, как копирайтер, дальше проходила множество обучений и повысила свою квалификацию до коммерческого писателя. Мне нравится помогать личным брендам и компаниям, рассказывать про их дело на просторах интернета, тем самым улучшать их бизнес.

4 подтема: Чем Ваш товар/услуга отличается от Ваших коллег? (или конкурентов, кому как удобнее)

В данном вопросе нужно хорошенько подумать. Может даже сделать некий анализ рынка. Потому что то, как вы будете это описывать, уже будет отличительной чертой. Не нужно писать банальные слова, как в резюме – если вы про услуги. И не нужно употреблять такие слова как: «лучший», «качественный» – если вы про товар. Тем более не нужно писать со сравнением: «качественнее», «быстрее» и т. д. Хорошенько подумайте, что есть у вас, чего нет у других. И даже про банальные факты постарайтесь написать нестандартно. Подача информации здесь тоже важна. Добавьте харизмы бренда.

Пример: Специалистов много, но не все специалисты любят своё дело! А половина успеха в любой деятельности зависит именно от любви к своему делу. Я отношусь к тем, кто любит то, чем занимается. Я пишу не только для работы, но и для себя – это сопровождало меня всю жизнь. Я творческая личность, именно поэтому я могу придумывать креативные идеи. Любой талант надо подкреплять знаниями, именно поэтому постоянно повышаю свою квалификацию. И чтобы улучшать продвижение бизнеса моих клиентов.

5 подтема: Закрытие страхов и болей

Ключевой пункт, требующий внимания. Именно здесь человек решает, нужны вы ему или нет. Здесь надо разобрать эмоции, которые будущий клиент может переживать. Например о доставке, о качестве – про товар. О сроках, о результате – про услугу.

Пример: Знаю, что среди специалистов есть не очень ответственные, и этого боится каждый заказчик. При первом сотрудничестве всегда имеется риск, и причём с обеих сторон. Чтобы мы могли начать наше сотрудничество, я предлагаю посмотреть мои уже имеющиеся кейсы. Вы всегда можете найти меня по моим контактам. Если у вас особенное направление, или тема, на которую я не писала (таких мало)), предлагаю первый текст написать бесплатно. При заказе определённого вида текста при первом сотрудничестве делаю скидку 10%.

6 подтема: Преимущества бренда

В данном пункте просто можете описать свои плюсы. Не все, а самые ключевые. Например: «у нас официальный интернет-магазин», «доставка в течении часа по городу», «дарим бонусы после каждой покупки». Если товар – опишите качество. Если услуга – опишите квалификацию и т. д.

Пример: Работала с известными брендами, блогерами-миллионниками. Обучалась у лучших, делюсь с вами лучшим! Напишу стратегию для контент-плана под вашу нишу. Помогу вести блог с нуля. Приведу новых подписчиков через уникальный контент.

7 подтема: Call to action или Призыв к действию

После того, как вы познакомились с аудиторией, скажите, что она должна сделать, чтобы остаться с вами. На такой пост придёт подписчик, который сконвертируется сразу в теплого лида. Это не значит, что он сразу купит (возможно и такое), но он уже будет иметь вас в виду при необходимости. А это уже достижение маленького результата в проделанной работе.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.