

TEXT^{UP}

Елена
Рыжкова

Текст за текстом

Текст за

Текстом

Текст за

Как создавать контент
системно, быстро и легко



Елена Владимировна Рыжкова
Текст за текстом. Как
создавать контент
системно, быстро и легко
Серия «TEXT UP.
Копирайтинг нового уровня»

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=66395490

*Текст за текстом : как создавать контент системно, быстро и
легко / Елена Рыжков: Эксмо; Москва; 2021
ISBN 978-5-04-158931-8*

Аннотация

Текстовый блокчейн – это авторская технология создания контента, с которой каждый текст становится звеном цепочки и ведет читателя туда, куда вам нужно. Блокчейн продает, формирует бренд и решает даже самые сложные коммуникационные задачи.

Эта книга расскажет, как с помощью текстового блокчейна: системно создавать контент; увеличивать продажи; повышать лояльность аудитории; с легкостью находить темы для новых публикаций; понятно и увлекательно доносить до читателей

даже самые сложные мысли; управлять репутацией и успешно выходить из коммуникационных кризисов.

В формате PDF A4 сохранен издательский макет.

Содержание

Предисловие	6
Глава 1	13
Глава 2	20
Конец ознакомительного фрагмента.	23

Елена Рыжкова
Текст за текстом. Как
создавать контент
системно, быстро и легко



© Рыжкова Е.В., текст, 2021

© Иллюстрация на обложке. Александр Куканов, 2021

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2021

Предисловие

При чем тут блокчейн?

Вы открыли книгу о текстах, а тут какой-то блокчейн. Позорительно? Нелогично? Слишком сложно?

Все в порядке.

Текстовый блокчейн – это выстроенные в определенном порядке блоки с информацией, цепочка, в каждом звене которой содержатся новые данные с отсылкой на старые – из предыдущего звена. Вместе эти блоки складываются в информационный пазл, а тот, кто использует блокчейн, достигает нужного результата.

На основе блокчейна работает криптовалюта, и для майнеров, которые за ней охотятся в сети, результатом цепочки будет, например, биткойн. А для вас... Все, что захотите. Потому что ваши тексты – статьи, посты в соцсетях, рассылки – это те же звенья цепочки, только информационной.

Представьте, что вы играете детскими кубиками с буквами. Можно разбрасывать их по полу без всякой системы. Так же и с текстами – вы можете бессистемно писать о чем угодно. Сегодня про одно, завтра про другое или каждый день про одно и то же.

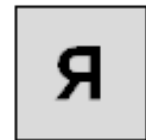


Можно ставить кубики друг за другом, но без разбора – какой под руку попался, тот и будет следующим.



Поймет ли что-то ваш читатель? Сможет из этого составить слово? Как повезет.

Но если осмысленно добавлять кубики – сейчас И, потом Д, а затем Е... – слово точно составит. И всем будет понятно, что вы имели в виду.



Вот так работает и блокчейн в текстах. Вы не просто пи-

жете о том, о сем, а превращаете каждый текст в информационный блок и выстраиваете их этих блоков цепочку. Новый блок цепляется к предыдущему, добавляет смыслы и, как за ручку, ведет читателя туда, куда вам нужно. В итоге вы быстрее продаете, продвигаетесь и зарабатываете. А ваша аудитория получает больше пользы и удовольствия от чтения, чем если бы каждый текст был сам по себе. Увидите – я во всех главах книги буду приводить примеры.

Я расскажу:

- как создавать тексты-блоки;
- какую информацию вкладывать в каждый;
- в каком порядке прикреплять блоки друг к другу, чтобы точно получился блокчейн и привел вас к нужному результату.

В конце каждой главы будет простая практика, которая поможет вам создать результативную цепочку.

Для кого книга?

Для копирайтеров, маркетологов, специалистов по SMM и PR и всех, кто ведет коммуникацию с аудиторией: текстовый блокчейн – это новый рабочий инструмент в вашу копилку.

Для экспертов, которые хотят делиться своим опытом в блоге и видеть отдачу – признание, известность, аудиторию, клиентов.

Для предпринимателей, которые хотят продвигать свой продукт, увеличивать продажи и развивать свой бренд.

Эта книга для вас.

А что, если у вас сложные отношения с текстами? Ничего. Вам не обязательно иметь отточенное перо и авторский талант. Писать по блокчейну проще, чем утрамбовывать все свои идеи и продающие компоненты в один текст. И я здесь как раз для того, чтобы у вас получилось.

А текстовый блокчейн – это только для текстов?

Нет, технология универсальна. В книге мы будем говорить в основном о текстах, а в жизни цепочки работают на разных уровнях коммуникации с внешним миром.

Вот минимум 10 вариантов использования текстового блокчейна:

1. Блог на сайте;
2. Посты в соцсетях;
3. сторис в Instagram и ВКонтакте;
4. Видео в соцсетях, на YouTube, в TikTok;
5. Вебинары, прямые эфиры, подкасты, ClubHouse;
6. Email-рассылка;
7. Каналы в Telegram, чаты в Whatsapp, Viber;
8. Чат-боты;
9. Сайты и лендинги;
10. Чек-листы, гайды и другие инфопродукты;

Каждый публичный шаг несет смысл: после него аудитория что-то про вас понимает. Возьмите на себя управление этим пониманием. Зашифруйте правильные смыслы в то, что о вас читают и видят, и вы сами удивитесь результату.

Текстовый блокчейн – это то же, что воронка продаж?

Нет – технология больше и шире.

Цепочки контента продают (как и воронка), а кроме этого:

- формируют бренд;
- решают конкретные коммуникационные задачи, которые возникают у вас или вашей компании;
- спасают репутацию;
- создают фанатов и адвокатов бренда;
- убеждают и ПЕРЕубеждают.

Текстовый блокчейн – это прежде всего технология создания прочных отношений с аудиторией.

И вот теперь мы подошли к самому главному.

Что будет, когда вы дочитаете книгу?

1. Вы получите универсальный инструмент генерации контента. Что писать в блог? Чем наполнять рассылку для клиентов? Регулярный контент больше не будет проблемой.

С цепочками тема для нового текста подтягивается сама собой, и вам всегда есть о чем писать.

2. Контент станет эффективнее и точнее. Цепочки не просто «генерят контент», а направляют интерес аудитории на достижение конкретных целей. Вы начнете больше продавать, захватываяще рассказывать о себе, бренде, продукте. И даже сможете менять позиционирование, нишу и тему блога с минимальной потерей аудитории.

3. У вашей коммуникации появится четкая стратегия. Текстовый блокчейн позволяет посмотреть на контент сверху, с высоты птичьего полета. А значит – выстроить полноценную стратегию, распределить ресурсы на написание текстов, продумать направление движения вашей коммуникации.

4. Ваша работа с аудиторией станет комфортнее и проще. Можно не ставить перед собой сверхцелей и не сражать всех наповал с одного текста. Благодаря цепочкам появляется время и возможность спокойно донести идеи и смыслы, «дообъяснить», провести работу над ошибками, если в прошлых текстах что-то пошло не так.

5. Контент-план станет вашим союзником. Да, тот самый контент-план, который требуют от smm-щиков, о котором твердят бизнесменам и блогерам, перестанет быть громоздкой, пожирающей время таблицей, а станет прозрачным работающим механизмом.

6. У вас будет 100 % мотивация писать. Если вы не ре-

шаетесь начать работу с аудиторией либо застряли и потеряли мотивацию – вы ее вернете и выведете из ступора блог, рассылку, сайт и всю свою коммуникацию.

А лучшим результатом прочтения книги станет ваша готовая цепочка текстов, которую останется только взять и опубликовать. Вооружитесь блокнотом и ручкой и вместе со мной выполняйте задания после каждой главы.

В книге 14 глав и 14 практик на отработку навыка. Все вместе они сложатся в умение, которое сразу можно применять на практике.

Давайте же начнем!

Глава 1

Как блокчейн делает миллиардную выручку

В середине прошлого века компания Херох захватила американский рынок и заработала миллиарды долларов – и все это благодаря технологии текстового блокчейна. Вам точно стоит узнать эту историю.

В 1949 году Xerox (тогда еще The Haloid Photographic Company) выпустила Xerox Model A – первое устройство для ксерографической печати. Технология была революционной, размеры самого копира компактными, но все портила одна маленькая проблема – устройство не работало в автоматическом режиме. Прежде чем получить копию, пользователю нужно было вручную сделать тридцать девять действий.

Тридцать девять! Сегодня это страшно представить. А тогда в потребительском сознании закрепилось убеждение: «Копирование – это сложно».

Через десять лет, в 1959 году, появился Xerox 914. Он был значительно больше, чем Model A, но объективно лучше по всем остальным параметрам. И компания могла бы заполнить телевидение, газеты, журналы рекламой с описанием всех инноваций и преимуществ. Но она поступила иначе.

Модель 914 вышла на рынок всего с одним преимуществом, и первая ее масштабная рекламная кампания на телевидении несла одну мысль: печатать ПРОСТО.

В видеоролике за офисным столом сидит мужчина и просит свою маленькую дочку сделать копию документа. Она бежит к копировальной машине, нажимает 2 кнопочки – и готово! То есть ребенок двумя движениями пальца справляется с тем, на что взрослым раньше требовалось 39 действий! И прошлый стереотип, шлейф от Model A закрыт.

В следующем ролике место девочки занял шимпанзе – видео покaдpовo пересняли, но уже с новым главным героем:

Посыл был кристально ясен: даже ребенок может управлять Xerox 914. Но на следующий день после выхода ролика компания A.B. Dick (главный американский производитель копимашин и офисных принадлежностей конца XIX – начала XX веков) стала настаивать, что наша демонстрация подставная, что это мошенничество. Федеральная торговая комиссия (FTC) потребовала от нас доказательств.

Мы тут же назначили пересъемку и пригласили на нее представителей FTC. Но только в этот раз в главной роли был шимпанзе, который, кстати, научился делать копии гораздо быстрее, чем девочка. Шимпанзе поднимал крышку копимашины, клал оригинал на нужное место, нажимал правильные кнопки и стоял, почесывая подмышки, пока Xerox 914

*делал копию*¹.

После рекламных кампаний с девочкой и шимпанзе Америка сошла с ума по ксероксу. По словам Джорджа Лоиса, *десятилетняя цель по выручке компании была достигнута за полгода*.

Ребенок и обезьяна заменили убеждение «печатать сложно» на «печатать просто». Однако более и потребностей у потенциальной аудитории было больше – например, некоторые копимашины пачкали документы краской. Поэтому появился следующий ролик.

Главная роль в новой рекламе досталась девушке: глупенькая секретарша рассказывает, что ничего не умеет – ни печатать, ни записывать под диктовку. В общем, бесполезный сотрудник. Затем босс просит ее сделать копию документа. Девушка подходит к Хегох 914, нажимает 2 кнопки и получает копию. Ролик закрепляет посыл «все просто»... и добавляет новые смыслы! Пока ксерокс печатает, героиня говорит, что он может делать семь копий в минуту, при этом не пачкая руки и бумагу – ведь используется технология сухой печати. В качестве доказательства девушка вынимает копии рукой в белой перчатке.

¹ Воспоминания Джорджа Лоиса, сооснователя нью-йоркского рекламного агентства Papert Koenig Lois. Именно он разработал эту кампанию для Хегох. Цитата приведена в переводе автора. Оригинал на английском языке можно прочитать здесь: <http://www.georgelois.com/xerox.html>. – *Прим. ред.*



В этой рекламе блокчейн считывается идеально. Если интересно посмотреть ролики – переходите на сайт книги по QR-коду.

Так к 1960 году у Хероx получилась цепочка:

1 звено: ксерокс – это просто и быстро;

2 звено: ксерокс – это просто, быстро + чисто.

Дальше – больше. Хегох подключает печатную рекламу, и в 1961 году в журналах появляется картинка с еще одним смыслом: «Ксерокс – это доступно». Реклама говорила, что печатать можно на дешевой бумаге, а сам аппарат – взять в аренду, и вместе со всеми дополнительными материалами это будет стоить бизнесу всего 50 долларов в месяц. Вжух – и третье звено встало в цепочку!

С помощью блокчейна компания Хегох двигалась к абсолютному лидерству на рынке печати 1960-80-х, и до сих пор название компании остается нарицательным – ксероксами называют копиры любых фирм, в русском языке даже есть глагол «отксерить».

И у вас, у вашего бренда и бизнеса может сложиться такая же история успеха.

Более того – мы с вами находимся в более выгодных условиях, чем корпорации 60, 40 и 20 лет назад. Нам не нужны рекламные агентства, телевидение, журналы и огромные бюджеты на рекламу. Выстраивать блокчейн и добавлять смыслы может любой бизнес или человек – своими силами, в собственном блоге, вообще бесплатно. И он тоже может получить результат!

А если...

- вам кажется, что блокчейн – это блогерские игры;
- в глубине души вы думаете, что большой успех достигается только мощной рекламой про все плюсы продукта сразу;
- или вам неуютно от мысли, что надо рассказывать о себе,

бренде и продукте постепенно...

...Вспомните Xerox.

Технология раскроется и начнет гореть в ваших руках, как только вы осознаете, что блокчейн – это мощный инструмент, с которым реально добиться маркетинговых, профессиональных и финансовых целей.

Суть главы в трех пунктах

1 Блокчейн зарабатывает серьезные деньги и реализует большие цели.

2 По блокчейну реально вывести на рынок любой продукт или бренд. Так делают даже корпорации-гиганты.

3 Если вы будете понимать и воспринимать текстовый блокчейн серьезно, все получится.

Практика: «О чем я? Или делай как Xerox»

Выделите и прямо сейчас запишите одну главную мысль о своем бренде, продукте, или о себе как об эксперте: о чем вы (или ваш продукт)? Короткой фразой. А потом добавьте к этой мысли несколько дополнительных, чтобы они накладывались одна на другую, как в слоеном торте.

Вот, например, о чем блог копирайтера Лены Рыжковой – мой блог @textagent:

Корневой смысл: Писать может каждый, даже без таланта к текстам.

Второй слой: Писать может каждый, даже без таланта к

текстам.

+ *Экспертам и бизнесу это очень выгодно.*

Третий слой: Писать может каждый, даже без таланта к текстам, а экспертам и бизнесу это очень выгодно.

+ *Но чтобы контент работал, нужно освоить техники.*

Четвертый слой: Писать может каждый, даже без таланта к текстам, а экспертам и бизнесу это очень выгодно, но чтобы контент работал, нужно освоить техники.

+ *Я покажу, какие и как.*

И так далее. Создайте для себя такой «торт» из смыслов – пусть для начала у вас будет три, но это станет фундаментом для построения следующих цепочек.

Почему я прошу вас выделить главную мысль коротко, одной фразой? Потому что это один из главных законов работы с информацией: один текст – одна мысль. Об этом законе мы поговорим подробно в следующей главе.

Глава 2

Один текст – одна мысль

Уверена, на примере Хегох вы уже уловили суть текстового блокчейна: сначала создаем одну единицу информации, а затем по очереди прикрепляем к ней следующие. Чтобы все получилось, у каждого звена цепочки должна быть четкая идея.

Тексты с множеством конкурирующих мыслей воспринимаются примерно так: «Дайте воды попить, а то так есть хочется, что даже переночевать негде». Абракадабра какая-то!

Из этого блокчейн не построишь. Поэтому запомните: **«Один текст – одна мысль»**.

Человеческое внимание ограничено. Еще в 1956 году психолог Джордж Миллер экспериментально доказал, что в поле внимания может одновременно удерживаться 7 ± 2 элемента. Все сверх этого люди воспринимают с ошибками или фильтруют². Вы можете сходу воспринять число 17885, а вот 1876655496 уже нет – придется всматриваться, разбивать его на группы цифр, разделять пробелами, точками, дефисами.

И это касается кратковременной памяти. А более глубоко-

² Об этом можно подробнее прочитать в книге Д.Миллера «Магическое число «семь» плюс-минус два: о некоторых пределах наших способностей при обработке информации».

кие процессы осознания и принятия еще «скромнее» – по-настоящему запомнить возможно лишь одну большую единицу смысла за раз. Остальное мозг забросит на дальнюю полку или проигнорирует.

Президент США Эйзенхауэр не зря говорил своему спичрайтеру: *«Вы должны уметь впихнуть основную мысль своей речи в спичечный коробок – еще до того как сядете за пишущую машинку»*³.

Запомните эти слова. Потому что со времен Эйзенхауэра ничего не изменилось: *люди ищут главное*. И если в тексте сразу много равновесных идей, если психолог пишет сразу и про счастье, и про самооценку, и про жизненные роли, то читатель либо сбежит, либо выберет главное для себя. А у автора при этом не будет механизмов воздействия и прогнозирования действий аудитории.

Не готовы полагаться на случай? Хотите, чтобы ваши слова произвели нужный эффект? Значит, оставляйте одну мысль, а остальное выносите в другие тексты.

Вот простой пример. Прочитайте текст и попробуйте одной фразой сказать, о чем он:

Я верю в то, что люди могут учиться на чужих ошибках. И очень им завидую! Мне бы тоже так хотелось, но, к сожалению, получается только на своих. Собственные промахи запоминаются, чужие – нет,

³ Цитату Эйзенхауэра приводит Джеймс Хьюмс в книге «Секреты великих ораторов. Говори как Черчилль, держись как Линкольн».

поэтому ничему не учат.

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.