

Твоя супер-продуктивная и интерактивная
тетрадь-тренажер по сторителлингу

“ОТМЕНЯЮ ЖИЛИ-БЫЛИ”

Научись создавать креативные продающие
истории с нуля и повысь продажи

Для копирайтеров, сценаристов,
начинающих сторителлеров и экспертов

Автор - Светлана Коляда

12+

Светлана Викторовна Коляда

Тетрадь-тренажёр

по сторителлингу

«Отменяю Жили-были»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68198549

SelfPub; 2023

Аннотация

Научись создавать продающие истории с нуля и повысить продажи. Давай поговорим о сторителлинге... Есть курсы по сторителлингу, которые длятся от 2-х месяцев, а тарифы без обратной связи стоят от 10 тыс. руб. Есть бесплатные текстовые марафоны, но на них дают поверхностную информацию. А есть интерактивная тетрадь-тренажёр, которая устроена в виде прописи. Она научит тебя легко вплетать истории в продажи без курсов и марафонов. Ведь сторителлинг будет актуален ещё долго... И сейчас – это настоящий тренд, который надо применять везде: Reels, Stories, посты, описание товаров, лендинги и т.д. Одну и ту же историю мы можем транслировать через разных героев. Например, через себя, клиента, продукт, ситуацию... Интерактивная тетрадь-тренажёр по сторителлингу «Отменяю жили-были» научит тебя жонглировать событиями, героями, диалогами. Ты увидишь, что весь контент можно делать

вовлекающим и продающим!Тетрадь можно распечатать или заниматься online, когда тебе удобно.

Содержание

Введение	5
Как пользоваться тетрадью	7
Об авторе тетради	8
Занятие 1. Что такое сторителлинг	11
Занятие 2. Что нужно для эффективного сторителлинга	16
Занятие 3. Учимся вплетать эмоции в текст	22
Конец ознакомительного фрагмента.	25

Светлана Коляда Тетрадь-тренажёр по сторителлингу "Отменяю Жили-были"

Введение

Привет! Меня зовут Светлана и я автор тетради-тренажёра по сторителлингу.

На самом деле сторителлинг – это то, что я люблю больше всего на свете! Именно этот текстовый жанр привёл меня в копирайтинг. Теперь я занимаюсь не только текстами, но ещё пишу сценарии для видеороликов.

Однажды мне пришла в голову замечательная идея... «Почему бы не начать делиться своими знаниями с другими...»

Ты же знаешь, что **СТОРИТЕЛЛИНГ** – это тренд 2022-2023 годов и сейчас его надо применять везде – Reels, Stories, посты, лендинги и т.д.

Эта тетрадь-тренажёр на практике тебе поможет усвоить всё, на что способен сторителлинг.

Мы вместе шаг за шагом будем изучать:
востребованные формулы сторителлинга;
сюжеты и поворотные события в истории;
диалоги;
типологию героев в 3D формате;
конфликты и проблемы в истории;
ошибки в сторителлинге.
+ БОНУС – юмор в текстах.

Как пользоваться тетрадью

Наша тетрадь распределена на занятия, которые выстроены в линейном формате. Поэтому я рекомендую не перескакивать с темы на тему, а усваивать всё по порядку.

Я на протяжении всех страниц буду поддерживать тебя: давать советы, хвалить, наставлять.

А чтобы было ещё веселей и интересней – скорее распечатай тетрадь-тренажёр и вперёд к знаниям!

Забегая вперёд и отвечаю сразу на вопрос, который волнует многих. Почему «Отменяю жили-были?» Да потому что с этих слов начинается сказка. А сказка – это выдумка. Подсознательно человек уже воспринимает рассказ, который начинается слов «Жили-Были», за сказку. Люди хотят РЕАЛЬНЫХ историй и отождествляют себя с РЕАЛЬНЫМИ героями. Именно такие истории попадают в самое сердце и помогают ПРОДАВАТЬ.

Об авторе тетради

Позволь, я расскажу немного о себе, чтобы ты на 100% убедился(ась), что я имею право рассказывать про сторителлинг.

В 2012 году я работала продавцом-консультантом в салоне входных металлических дверей. Мои коллеги разговаривали с клиентами по заученному скрипту. Я его до сих пор помню, так как мы все его зубрили...

«Дверь входная, утеплённая, металлическая. 3 листа металла, внутри находятся рёбра жесткости, к ним крепится базальтовая минеральная плита. Замки системы «краб» ..., и я уже в глазах 70-ти летней бабушки вижу мольбу «Деточка, отпусти меня домой... я больше не хочу покупать дверь!»

Но в 2012 году не особо было распространено изучать сторителлинг, его основные формулы и т.д., поэтому я стала действовать по наитию, как подскажет сердце. Стала экспериментировать с подачей информации. Пока мои коллеги рассказывали про «базальтовую минплиту», я выявляла потребности у своих клиентов и *«рисовала картинки в голове»*.

Бабушкам рассказывала, как *моя соседка тётя Дуся по четвергам мойву жарит. Привыкла ещё со времён СССР и до*

сих пор традиции соблюдает. Захожу в подъезд – запах стоит невозможный. Затыкаю нос и бегом на 5 этаж в квартиру. Надоело терпеть. Получила зарплату – поставила себе дверь входную – новую, которая запахов и сквозняков не пропускает. Теперь не мучаюсь.

Мамочкам я рассказывала истории о том, что моя сестра переживала, что сынуля часто болеет. И всё из-за того, что во входной двери есть огромные щели. Сквозняк «гуляет» днём и ночью. Ребёнок по полу босыми ногами бежит и простывает. Дверь новую поставили с утеплителем и плотными резинками – никаких проблем не знают.

Новосёлы искали мощную дверь, и я им рассказывала про то, что новостройки часто становятся добычей воришек. Двери застройщик ненадёжные ставит, тонкие. Их легко даже консервным ножом вскрыть.

Солидные мужчины интересовались про надёжность замков и пришлось подучить классы защиты и изучить истории про то, как воры вскрывают замки.

Статусным женщинам, я рассказывала истории про то, что у моей мамы сосед постоянно курить выходит на лестничную площадку и никакой закон ему не писан. А тут назло ещё лифт гроыхает. Дом то старый. Иногда даже до 3-х ночи уснуть невозможно. Дверь поставили, а она шум поглощает и запахи из подъезда не пропускает.

С дверью в коттедж было посложнее, пришлось подучить про факты промерзания и точку росы. Но истории всё равно

рассказывала.

Почему я рассказывала истории?

Потому что знала, что товар, который я предлагаю – был супер и я в нём уверена на 100%. Я знала, что дверь не пропускает сквозняки, запахи, глушит шум и т.д. И уже тогда понимала, что хорошая история должна быть правдивой, эмоциональной, с захватывающим конфликтом и его разрешением. И в моих историях клиенты всегда находили себя и поэтому так сопереживали герою.

В 2012 году я не знала, что эти истории называются сторителлингом. И лишь в 2016 году, когда я поступила в ВУЗ на второе высшее образование по специальности «Реклама и Связи с Общественностью», только тогда узнала про сторителлинг...

Ну вот! Теперь ты вкратце знаешь мою историю. Однако самое время приступить к 1 занятию.

Занятие 1. Что такое сторителлинг

Сторителлинг – гениальный инструмент, который помогает доносить идеи и придавать ценность вещам с помощью историй.

Мы же постоянно рассказываем истории, приводим примеры, чтобы убедить друг друга в чём-то. Например, *весной 2013 года мы с подругой пошли выбирать мне весенние сапоги. Я перемерила многие модели, но мне ничего не понравилось. Подруга притащила туфли, каблук которых была 18 см. Её размера не нашлось, поэтому она решила посмотреть, как эти туфли будут смотреться на другом. Мне было всё равно, и я примерила. Подруга ахнула и говорит: «Блиин... офигеть! Ты вот если выйдешь в них, то все парни твои будут». И я в голове представила себя в коротенькой юбочке, в нежного цвета кофточке. Иду по цветущей аллее, и все парни шеи сворачивают, глядя мне в след. В тот момент я видела в глазах подруги искренность. Т.е. она мне ненавязчиво посоветовала, и я осталась без весенних сапог, зато с тУфлями.*

Это работает и в рекламе: чтобы склонить клиента к покупке, нужно рассказать ему убедительную историю о том, как полезен продукт или услуга.

Даже проводились такие исследования. 2 предпринимателя купили 100 мелких вещей на Ebay на общую сумму в 100 долларов. Наняли копирайтеров и попросили их написать к каждой вещи короткие истории. Затем снова разместили эти товары со сторителлингом обратно на Ebay. Итоговая выручка перевалила за 8 тысяч долларов.

Я думаю, что дальше убеждать тебя, что сторителлинг – это круто, не стоит! И так всё понятно! Окей... давай-ка теперь ты попробуй придумать любую продающую историю самостоятельно. Да! Прямо сейчас, без формул, без специальных навыков и знаний, которые ты получишь позже. Возьми и напиши!

Почему сейчас? Чтобы, когда ты закончил(а) писать итоговый сторителлинг, вернулся(ась) сюда и понял(а) какой путь был проделан. Ведь всё познаётся в сравнении!

И я знаю о чём ты сейчас думаешь...

В голове мысли: *о чём писать? что делать? где подсмотреть?*

Отвечаю на всё и сразу – надо быть честным, если хочешь достичь высот. Никуда не подглядывай и не забегай вперёд. Пиши, о чем угодно: как ты выбирал(а) подарок и почему выбор пал именно на этот товар? Почему ты ходишь именно в это кафе или воон в ту кофейню? Как что-то изменило твою жизнь... и т.д.

Я уверена, что у тебя всё получилось! Теперь давай взглянем на сам сторителлинг и увидим на что он способен:

Сторителлинг сближает. История, которая находит отклик у аудитории, делает вас ближе. У читателей / зрителей те же проблемы, возможно, одинаковый опыт или эмоции. Всё это переводит вас из категории «чужой» в категорию «свой», который понимает.

Сторителлинг повышает авторитет. Здесь можно вспомнить историю или даже биологию, когда нам говорили, что человек – это социальное создание, которое создаёт группы. В такой группе должен быть лидер, который поведет остальных за собой. А лидер это кто? Это тот, кто умеет и знает больше остальных. Поэтому история, особенно история успеха, – это отличный способ показать свою экспертность и авторитетность.

Сторителлинг повышает эффективность обуче-

ния. Приёмом сторителлинга активно пользуются коучи и тренеры в своей профессиональной деятельности. С помощью истории человек сможет запомнить намного больше информации, чем на научной лекции, так как она несёт в себе эмоциональный посыл.

Сторителлинг – это продажа без продаж. Ненавязчиво, но эффективно модно продвигать свой товар или услугу. Через историю мы мягко подводим к нужному действию без громких лозунгов «купи, купи, купи».

Сторителлинг привлекает внимание. В течение дня человек поглощает огромный пласт информации из разных источников. Почти к 99% всей этой информации он безразличен. В результате наше внимание сосредотачивается только на 1%. Что же привлекает наше внимание? Изменения. А история – это не просто рассказ о чем-то, а рассказ о событии, которое привело к приятным изменениям.

Сторителлинг показывает ценность. История всегда несёт в себе какую-то ценность, но не в классическом понимании «любовь», «дружба», «справедливость» и прочее, а ценностную пару «любовь/нелюбовь», «дружба/вражда», с помощью которой мы описываем ключевые события нашей жизни.

Сторителлинг внедряет нужные поведенческие факторы. Хорошие истории способны внедрять и закреплять в сознании модели поведения так, как будто мы сами пережили этот опыт. Такие модели создают матрицу буду-

щих действий и решений.

Теперь ты видишь, что сторителлинг – это не модный приём и очередная техника продаж, а самый действенный способ захватить и удержать внимание читателя / зрителя.

«Перевари» всю информацию, а потом приходи за новой порцией полезности.

Занятие 2. Что нужно для эффективного сторителлинга

Люди любят темы, которые пересекаются с их жизнью. Бизнесмена или домохозяйку не тронет история о том, как построить карьеру в офисе. Отыявленный холостяк или ту-совщица не будут читать рассказы о проблемах родительства. *В крутых историях читатели должны узнавать себя.*

Ты уже знаешь, что сторителлинг – это история, которая помогает воздействовать на читателя помощью реальных героев и реального сюжета. Это не мифы и не легенды. Даже интуитивно мы считываем, что сторителлинг – это ПРО истории. Но не все истории, которые мы с вами читаем носят такой статус.

Объясню наглядно:

Какие бывают истории?

Бытописание

В них вы делитесь своими жизненными историями. Пишите о том, как летали на отдых или как отметили праздник. Тут будет много глаголов, будет сюжет, будут советы и

рекомендации. Но это будет *бытовая или описательная история*. Здесь нет продаж.

Предлагаю прямо сейчас перейти к практике и написать бытописание, чтобы запомнить, чем бытописание отличается от сторителлинга.

За идею можешь взять воспоминание из прошлого или из детства. А можешь даже пожаловаться на кого-нибудь: расскажи кто тебя обидел и как? Или можешь попросить совет. Фантазируй!

Бытописание – это история, которая создаётся, чтобы повеселить своих подписчиков. Ну или пожаловаться. Или попросить совет. Это тоже вывод на эмоции. **НО!** Здесь важны только **ТВОИ** эмоции и **ТВОЁ** мироощущение.

Разрывает от негативных эмоций, потому что на почте простоял(а) за маленькой посылкой 3 часа? Пишем пост, изливаем душу – заливаем в соцсеть, находим понимание в виде комментариев и лайков. Успокоились.

Подарили на день рождение щенка? Переполненные радостью, со слезами счастья на глазах и в обнимку с хвостатым (не факт!) пишем пост – заливаем в соцсеть и принимаем поздравления! Радуетесь ещё больше.

Не знаешь, как готовить форель в медово-сливочном соусе с конфитюром из кактуса? Не беда! Пишем пост – выкладываем в соцсеть и ловим советы да рецепты! Всё... романтический ужин спасён.

Сторителлинг – это уже другое. И здесь мы выводим на эмоции не себя, а **ЧИТАТЕЛЯ / ЗРИТЕЛЯ**. И теперь покажу, как трансформировать бытописание в сторителлинг:

Заказал(а) себе посылку с чем-то очень важным. Мало того, что простоял(а) в пункте выдачи 3 часа, так ещё и коробку всю помяли! Надо было заказывать доставку от Мигом.ру. Они-то точно бы всё в целости и сохранности доставили. И причём с курьером!

Подарили на день рождение щенка! Как же я мечтал(а) о таком друге... Он будет меня ждать с работы, мы будем гулять и засыпать вместе. Спасибо тёте и дяде за такой долгожданный подарок. А ещё большая благодарность заводчику «Мой хвостатый друг»: и справки от ветеринара уже все есть, и прививки поставлены, и команда «голос» уже выучена.

Гости вчера весь вечер нахваливали моё новое блюдо, которое я подсмотрела в одной передаче. Теперь я расскажу вам как сделать форель в медово-сливочном соусе с конфи-

тюрор из кактуса, чтобы это стало вашим коронным блюдом. Для начала идите в «Четвёрочку» и покупайте ... Совет да-ёшь уже ты!

Теперь попробуй своё бытописание превратить в сторителлинг. Что для этого необходимо? Научиться во всём видеть объект для продажи. Твоя история была про экскурсию – продай туроператора. Твоя история была про полёт к маме – продай билет в конкретной авиакомпании. Ты писал(а) про то, что шоколадка спасла тебя от голода или уныния – продай шоколадку.

Найди это маленькое зернышко и вырасти из него огромное дерево.

Я знала, что у тебя всё получится!

Вот это маленькое зёрнышко, которое прорастает в деревце называется ЦЕЛЬ.

Ну а теперь давай подготовимся к 3 занятию и поговорим об эмоциях. Уже совсем скоро мы вместе будем составлять крутой сторителлинг! Поэтому запоминай!

Все люди делятся на 2 типа:

РАЦИОНАЛЬНЫЕ – воспринимают информацию рационально. С холодной головой всё взвешивают – цифры, факты, инструкции. Всё должно быть четко и по плану.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ – воспринимают информацию эмоционально. Они спонтанные и могут совершать незапланированные покупки.

Главная цель сторителлинга – захватить внимание читателя с первых секунд, вызвать на определенные эмоции, чтобы в конце поста донести до него основную мысль. Мысль – это направить человека совершить действие. В продающем тексте – это продажа.

Поговорим об эмоциях

У всех же есть любимые блокбастеры, которые НЕ начинаются со слов «Давным-давно, жил-был какой-то герой...» Нет! Хороший Голливудский фильм. Это важно! Потому что сторителлинг как жанр пришел к нам из сценариев голливудских фильмов. Включаешь этот фильм и проваливаешься в сюжет с первых секунд. Почему? Потому что там кто-то стреляет, кто-то бежит, кого-то ограбили и т.д. Ты не можешь отвести взгляд, потому что в напряженные моменты сжимается всё внутри. Но постоянно в напряжении держать

зрителя / читателя нельзя, ему надо передохнУть. Для этого создаются другие сцены с повествовательным сюжетом. А затем снова добавляется динамика. Расслабляем, напрягаем... Вот она эмоциональная раскачка.

В следующий раз – понаблюдай не за сюжетом, а за собой – как ты реагируешь на события, которые происходят в фильме. Я вот, например, как очень эмоциональный человек, могу просто встать и подойти ближе к телевизору... мне прям хочется попасть внутрь экрана и самой совершить какое-то действие.

Занятие 3. Учимся вплетать эмоции в текст

Сторителлинг – это всегда вывод на эмоции. Наше занятие посвящено встраиванию эмоций в текст. Приготовься, сейчас мы будем сочинять сторителлинг вместе. Только я свой, а ты свой.

Но в начале разберёмся с элементами, без которых сторителлинг не получится:

1. Герой – реальный персонаж.
2. Конфликт или проблема – всё должно быть связано с проблемами целевой аудитории.

Подумай – что волнует твоего целевого читателя.

3. Структура – это формула, по которой мы будем строить текст.

Сегодня мы создадим историю из 8 этапов:

Определение ЦА (целевой аудитории);

Наметить установки;

Завязка или инициирующее событие – с чего всё началось?

Объект желания – то, что хочет наш герой;

Первое действие – что предпринял герой?

Первая реакция – ПРОВАЛ!

Кризисный выбор + кульминация;

Развязка.

Готов(а) к волшебству? Тогда поехали.

В самом начале мы уже знаем, что будем продвигать через сторителлинг, какой продукт или услугу. Прописываем это:

«Я буду продавать – абонемент в тренажёрный зал «Гиря-гантеля».

Теперь ты.

Я буду продавать – _____

Отлично! Начало положено!

Теперь переходим к подготовительному этапу. Здесь мы продумываем:

Для кого мы пишем. Кто наша целевая аудитория.

Время, место и основная ценность, заряд которой будет смещаться то в положительную, то в отрицательную сторону.

Моя целевая аудитория: девушки от 18 до 35, которые мечтают похудеть. В своей истории я буду писать про Марусю, которая страдает от лишнего веса.

Время, место: она живёт в Москве. На дворе март.

Ценности: для неё похудеть – это иметь красивое и под-

тянутое тело, не переживать за здоровье. Не похудеть – стесняться раздеться на пляже, переживать из-за внешнего вида, не познакомиться с парнем своей мечты, иметь проблемы со здоровьем.

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.