

**Как писать
увлекательные
рекламные тексты
и посты.**

**Девять практических
методов**

ГАЙД

Юлия Диброва
12 лет в маркетинге

Юлия Диброва
Гайд «Как писать
увлекательные рекламные
тексты и посты. Девять
практических методов»

Серия «Маркетинг и
копирайтинг», книга 2
Серия «Полезные Гайды
по продвижению», книга 2

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68931189
SelfPub; 2023

Аннотация

Гайд будет полезен начинающим копирайтерам, экспертам, которые ведут блоги, а также SMM-специалистам. Информация собрана за 12 лет опыта автора в маркетинге и копирайтинге. Здесь вы найдете не только техники, но и примеры, как применить их на практике. Краткое содержание гайда:– Где брать идеи для блога- 4 приема, чтобы оживить текст- 4 фишки, которые стоит использовать в каждом посте- Что важно учесть при

редактировании текста- И на десерт список книг, чтобы прокачать творческое мышление, улучшить стиль письма и понять, как найти уникальность рекламируемого продукта.

Содержание

Кому будет полезен гайд	5
Самопрезентация автора	6
Где брать идеи для постов	8
Когда лучше редактировать текст: в конце или по ходу написания	11
Конец ознакомительного фрагмента.	12

Юлия Диброва

Гайд «Как писать увлекательные рекламные тексты и посты. Девять практических методов»

Кому будет полезен гайд

Гайд будет полезен начинающим копирайтерам, а также экспертам различного профиля, которые либо продвигают товары и услуги самостоятельно, либо передают эти функции помощнику. Во втором случае, гайд будет интересен именно помощникам блогеров.

Самопрезентация автора

Как автор, хочу сразу развеять сомнения, стоит ли доверять изложенной далее информации. Я смело делюсь с вами, дорогие читатели, своей методологией по написанию коммерческих текстов, потому что двенадцать лет посвятила работе в сфере маркетинга, рекламы и копирайтинга. В полной мере я подтвердила знания, которые получила в университете на специальности «Реклама». Мне довелось поработать в совершенно отличных друг от друга компаниях, продвигать отечественные и зарубежные брэнды, в том числе с мировой известностью. Я запускала рекламу товаров для дома, медицинских услуг, автомобилей, служб перевозок, диагностики генераторов, распоряжаясь и минимальными бюджетами, и многомиллионными.

Копирайтинг всегда был моим дополнительным занятием и являлся больше не источником дохода, а хобби. Я писала и пишу для души. Вот и этот гайд родился в ответ на внутренний порыв делиться полезной информацией, помочь вам продвигать услуги и товары путем создания качественных текстов, увлекательных постов, рекламных призывов, выстроенных не только на интуиции, но на реально проверенных и работающих методах маркетинга. За двенадцать лет работы с моими текстами напечатано более трехсотпятидесяти рекламно-информационных материалов, в том числе,

листовок, лифлетов, баннеров для наружной рекламы и пр. Я писала тексты для радио роликов, статьи для сайтов и даже песни для корпоративного мероприятия. В онлайн-продвижении я с 2018 года, а в 2021 году прошла курс повышения квалификации по копирайтингу.

Итак, приглашаю вас к следующему абзацу, не терпится начать уже делиться не волшебством, а навыками и приемами, которые я нарабатывала годами, чтобы и вы могли благодаря текстам привлекать внимание, разжигать интерес аудитории и рассказывать истории так, чтобы развивать сюжет вашего блога со вкусом.

Где брать идеи для постов

Самый частый вопрос, который слышу от экспертов, которые ведут блог или канал: «Где брать идеи, о чем писать посты?». Поделюсь с вами методом, который поможет не просто найти идеи, но и свяжет каждый новый пост воедино с темой блога. В первую очередь удостоверьтесь, что тема блога у вас определена. Если трудно выбрать, наметьте основную одну тематику и несколько смежных.

Например, если вы развиваете блог психолога, пишите о техниках, которые помогают услышать себя, свои желания и понять лучше внутренние блоки и страхи. Такие полезные посты могут составлять 60-80% всего контента, но оставшееся пространство оставляйте, чтобы презентовать свои услуги, открывать записи на консультации, а также писать о личном пути и духовном росте, не забывая по пятницам между делом делиться рецептом любимых блинчиков, чтобы стать ближе к аудитории и повысить лояльность.

Наполнение такого блога может выглядеть так:

- 1) «Психотерапевтические методы работы с собой» – основная тема блога, 60-80% от всего контента;
- 2) «Реклама услуг, запись на консультации, отзывы клиентов» – дополнительные темы, 15-35% контента;
- 3) «О личном духовном росте, пути в профессию» – дополнительная тема, 5-10% контента;

4) «Развлекательный контент» (рецепты, фото путешествий, юмор) – периодическая тема для повышения лояльности аудитории и снижения напряжения от обилия полезных постов, 1-3%.

Итак, с темой определились. А теперь присядьте, подышите спокойно минуту, настройтесь, почувствуйте свои глаза и внимательно оглядитесь. Что вы видите вокруг? Да-да, в той самой комнате или там, где вы находитесь сейчас. Когда я писала эти строки, передо мной висела настенная лампа. Если я веду блог про копирайтинг, нумерологию или продаю вязанные сумки, то конечно, не стану затрагивать тему осветительных приборов. Но могу раскрутить идею предмета и выжать полезный, вкусный пост, как сок из грейпфрута. Для этого продолжайте искать идеи. С чем у меня ассоциируется лампа? Свет, огонь, огонь в дороге, освещение пути...

Активируйте воображение! Применяйте мозговой штурм внутри себя, пока не появится то вдохновляющее чувство, которое я называю «озарением». У меня оно появилось, когда я поняла, освещение пути – вполне подходящая тема. Даже если я продаю вязанные сумки ручной работы, то могу рассказать, почему выбрала именно этот путь, долго ли училась вязать и насколько легко мне дается придумывать новые модели изделий. Можно упомянуть в посте, что сначала боялась искать покупателей, но осмелившись завести блог, продолжала просто размещать фотографии все тех

же разноцветных сумок, а параллельно много вязала и даже устроилась работать швеей в небольшое предприятие, продолжая заниматься любимым делом по выходным. И вот я расскажу, как появились первые покупатели и это стало для меня как лампочка в ночи, которая осветила дорогу, не позволяя свернуть. Вот так, у меня получится вдохновляющий пятничный пост или даже серия постов.

Основная идея этого приема заключается в том, чтобы просто раскрутить ассоциации из того, что вы видите вокруг и в легкой метафорической форме донести до ваших подписчиков ценность того, что вы продаете.

Когда лучше редактировать текст: в конце или по ходу написания

Самая распространенная причина того, почему одни авторы размещают статью за статьей, а другие так и не дописывают начатое, даже имея в голове множество идей – это редактирование текста в процессе написания. Возвращаясь всякий раз обратно, обязательно хочется что-то улучшить, исправить, подобрать синоним, скорректировать то и это... В итоге, блогер или копирайтер, чаще всего, начинающий, попадает в ловушку, «черную дыру», из которой может выбрется, а может – нет. В этом случае еще добавляется риск, что вам настолько надоест править текст в начале или середине, что вы решите закончить его поскорее. Да, пост вы получите, но из-за спешки финал окажется смазанным или так и не убедит человека перейти на вебсайт, например. В итоге текст будет пустым, а не рекламным или продающим. Окончание текста, как ягодки на десерте, поэтому, позаботьтесь сделать их особенно сочными!

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.