

Секреты Успешных Блогов

Занятие 4



Ваш Ударный Файл
Заголовки
Лидер-абзацы
Волшебные Слова

О чем поговорим сегодня

- **Swap-file :Ударный файл – что это такое, и как и где его вести**
- **Заголовки и их модели**
- **7 смертных грехов и копирайтинг**
- **Волшебные слова**
- **Призывы**
- **Лидер-абзац**
- **Цитаты**
- **Ваши идеи**

Ударный файл

- **Что такое Ударный Файл**

Ударный файл (swipe file) – это подборка готовых работ, заготовок или идей других авторов, которую используют в своей деятельности копирайтеры, дизайнеры и представители других творческих профессий.

Зачем он нужен

- черпать вдохновение, которое редко возникает на пустом месте
- узнать о уже существующих методах и приемах, чтобы не изобретать велосипед
- проанализировать, чем привлекает внимание эта работа, и найти ключ к успеху
- подумать о возможных способах трансформации идей других авторов
- Сравнить уровень своих работ с достижениями признанных мастеров
- Часто считается лучшим способом обучения именно копирование произведений великих

Ударный файл

- Это не плагиат - это коллекция
- Мы все используем до некоторой степени одинаковый запас слов. И говорим на одном языке
- Весь прикол в сочетании и последовательности слов
- В гениальных продающих текстах нет незнакомых вам слов
- Поэтому то, что работает, есть смысл собирать, анализировать и применять.
 - Регулярное просматривание файла рождает новые идеи и мысли
 - Переформулировав и добавив свой слоган, рождается новый шедевр



Ударный файл

- **Из чего состоит**
- Интересные Заголовки
- Первые абзацы
- Призывы к действию
- Яркие Цитаты
- Метафоры
- Афоризмы
- Анекдоты
- Притчи
- Идеи рекламных ходов
- Объявления
- **Все, что Зацепило, Поразило, Вдохновило именно вас!**



Ударный файл

- Как им пользоваться
- Читать, Когда нужно написать заголовок.
- Просматривать, Когда нужно писать текст
- Просматривать, если не знаете с чего начать или как закончить
- Читать, если скучно и нечем заняться.
- **Пополнять регулярно**
 - Делайте это с удовольствием.
 - Наслаждайтесь интересными моментами в жизни
- **Как к нему относиться?**
- Это ваша интеллектуальная собственность!
 - Ими обычно не делятся
 - Или отдают, Когда они потеряли ценность
- Хоть это и вроде чужие мысли и идеи, но собрали их вы. И это то, что зацепило именно вас.
- Любить
 - Это то, что поможет вам легко и быстро писать ваши тексты

Как вести ударный файл

- Бумажки
- Карточки
- Салфетки
- В телефоне
- В блокнотике
- В Еверноте (видеоурок прилагается)
- **Сохранять регулярно**
- **ВАЖНО: ПОМНИТЬ ВСЕГДА**, что вы его собираете
 - Привычка!



Где брать информацию в ударный файл

- Смотреть рекламу осознанно
- Читать заголовки в метро, в магазинах
- Читать продающие страницы
- Читать объявления в Интернете, на столбах
- Смотреть на бигборды
- Смотреть на рекламу в магазинах
- Помнить, что это все вам нужно
- **Бонус:** Когда вы анализируете рекламу, вы совершаете покупки более осознанно
- Анализируйте свои действия
 - Почему вы купили ненужную вещь?
 - Что вас так зацепило?
 - На каких струнах вашей души сыграл продавец?

Как все это копить

- **Основные требования к накопителю**
 - Легко пользоваться
 - Всегда доступно
 - Всегда на виду
- Папочка на диске
 - Подпапки по видам материала
 - Подпапки по тематике
 - Подпапки по назначению
- Все в одном файле
- Папочка онлайн Гугл, Яндекс
- Папочка или файл на флешке или другом устройстве
- Блокнот или тетрадка
- Специальные программы
 - Евернот www.evernote.com

Заголовки

Не путать с немингом! Это не название (бренд) в 2-3 слова!

- Важность заголовка
- Основное внимание! (2-5 секунд и ушел)
- Это право на жизнь вашего текста
- Должен быть емким, притягательным, интригующим, интересным.
- Не интересно - дальше читать предложение не будут вообще
- Зацепил - не факт, что купит , но таки прочитал (первый абзац)
- Длина – 7 – 20 слов. Исследования 9-12
- 80% важности вашего текста
- 60% людей читают только заголовки



Модели заголовков

- **Заголовок – приказ**
- Главная особенность- приказ воспользоваться, применяются глаголы в повелительном наклонении.
 - Получите со скидкой пачку подгузников
 - Станьте обладателем супер-велосипеда
 - Сделайте вашу жизнь сладкой
- Это **пинательные** глаголы + подчеркивание основного преимущества.
- **Заголовок - вопрос**
- Исследования - Опрос в уголке странички = 90% посетителей участвуют (*Мы любим выразить свое мнение*)
- **Важно** - читатель не должен мысленно сразу сказать "нет" и закрыть страницу
 - Хотите ли вы принять участие в сборе средств для бедных банкиров
 - Вы хотите стать богатым? - ДА. ИНТРИГА
- Хорошо подходит для заголовков абзацев (подзаголовков)
 - А что думаете вы? Как вы считаете?
- **Заголовок с фактами**
- Работает для занятой ЦА – у них нет времени на интриги и переговоры
- Должен бить не в бровь, а в глаз
 - Этот курс свел меня с ума
 - Тимошенко подала на развод

Модели заголовков

- **Заголовок-какашка**
- Как? и ответ на данный вопрос в статье
 - Как выжить в зимнее время кошке
 - Как создать свой инфопродукт за 21 день
- **Заголовок - гарантия**
 - Гарантировано - вы бросите курить
 - 100% прибыли
- Наш славянский менталитет
- **7 причин ставить цифры**
- Цифра - это факт, конкретика
 - 5 причин бросить курить (0 – целых 5!)
 - 7 способов сбросить вес (есть выбор)
 - 3 самые страшные тайны Медведева (фамилия известного человека)
- **Провокация**



Заголовки

- Не ставьте точку или знак вопроса - ставьте многоточие
 - Распродажи начались...
 - Вы этого не знали...
- Пишите как минимум **10 заголовков** (для продающего текста)
- Можно думать долго
- Проверяйте, тестируйте заголовки!!!
 - читайте вслух
 - Читайте знакомым
 - Проводите опросы
- Используйте волшебные слова
- Заглавные буквы - Все Слова с Заглавных Букв
 - Это выделение, человек спотыкается
 - НЕ ОРАТЬ - признак дурного тона!
- Играйте на людских страстях и слабостях
Если это противоречит вашим принципам, вы можете это не использовать. Но в копирайтинге и маркетинге это есть, и оно самое эффективное, поэтому ...

7 смертных грехов

- *Если это противоречит вашим принципам, вы можете это не использовать. Но в копирайтинге и маркетинге это есть, и оно самое эффективное, потому что даже у самых безгрешных есть какие-то желания*
- Алчность, Лень, Гордыня, Похоть, Зависть, Гнев, Чревоугодие



Человеческие слабости: демоны ада

*Согласно библии, этих демонов, т.е. пороков, нужно избегать.
Но все маркетологи так или иначе ими оперируют.*

- **Сатана: Гнев**
- Используется реже, чаще всего в социальной рекламе
- Вызывает возмущение, гнев.
- Следует использовать осторожно.
- **Люцифер: Гордыня**
- Человеку часто не вещи нужны, А он хочет казаться лучше, Чем его сосед. Вызывать зависть.
- Продаем не товар - продаем гордыню
 - Предметы роскоша, украшения, дома, Машины. Огромный сегмент рынка. Ментальность наша!!! Это факт!
- **Маммон: скупость, алчность**
- Скидки, Подарки, акции.
- У нас это действует особо хорошо. Это 50% сегмента рынка
 - Нам не нужно, но мы купим 3 помады, чтоб получить бесплатно чехольчик.
- Это наша психология - это не хорошо и не плохо... это есть.
- **Асмодей: Прелюбоденяние, Распутство**
- Секс-индустрия
- Секс-символы в рекламе и супермодели
 - Диеты и продукты для похудения
 - Одежда
 - Стремление быть привлекательной, обладать привлекательным, дополнительные плотские утехы

Человеческие слабости: демоны ада

- **Вельзевул: Чревоугодие**
- Практически вся реклама продуктов питания! (кроме полезных йогуртов.
- Макдональд - образец, еда крупным планом, акцент на вкус, наслаждение. Чтоб слюнки потекли.
- Картинка, эмоции, ярко, красивые фото - глянец!!!
- **Левиафан: Зависть**
- Менталитет наш такой! Перекликается с гордыней.
- Не столько качество, Сколько отношение окружающих. Преимущества перед другими
 - Мы покупаем шубы из натурального меха
- **Бельфегор: Лень**
- Все, что облегчает нам жизнь
- Большинство сегодняшнего маркетинга.
 - Бытовая техника (Некоторая не понятно, для чего нужно - агрегат для варки яиц)
 - Полуфабрикаты
 - Службы уборки
 - Няни, шоферы
 - Супермаркеты - все сразу найти, и все готовое (Потертая морковка)
- В принципе, это правильно - экономит время и силы

Волшебные слова

стоп-слова, слова-магниты

Подсознательные продажи (НЛП)

- **10, 20, 5 лет исследований** (Ого, как долго трудились)
- **100% качества**
- **100% -я гарантия**
- **Безопасность**
- **Бестселлер!** (с чего бестселлер, непонятно, если только вышло. Но работает. Мол, все читали, и мне надо)
- **В любое время** (онлайн сервисы, интернет-магазины)
- **Немедленно**
- **Прямо сейчас**
- **Прямо здесь**
- **Высшее качество** (высшее – статусность)

Лень

- **Легко**
- **Без усилий**
- **Быстро**
- **Просто**
- **Два простых шага** (простые шаги, хотим легко сделать + конкретика – цифра)

Волшебные слова

Жадность

- **Всего X рублей** (Ой, надо же - а нам предложили дешевле)
- **Богатство**
- **Выгода** (Все хотят выгоду)
- **Гибкие цены**
- **Бесплатно**
- **Экономия**
- **Драгоценный**
- **Бонусы** (Купим что угодно ради бонуса - это мы такие вот ненасытные)
- **Цены снижены**
- **Скидка** (Нам вообще не надо, но возьмем 3, потому что со скидкой)
- **В комплект входят** (Почему-то очень хорошо работает . И даже если все нарисовано - нужно прочитать и убедиться. Магия)



Волшебные слова

Вечные ценности

- **Любовь**
- **Свобода**
- **Секс**
- **Новый**
- **Тайна** (хотим разгадать)
- **Магия**
- **Чудо**
- **Богатство**
- **Лично для вас** (Персонифицированное отношение – человек любит, когда обращаются к нему персонально)
- **Официальный** (У нас очень хорошо действует)
- **Супер**
 - Супермен
 - Суперкола
- **Эксперты рекомендуют** (Авторитетное мнение)



Волшебные слова

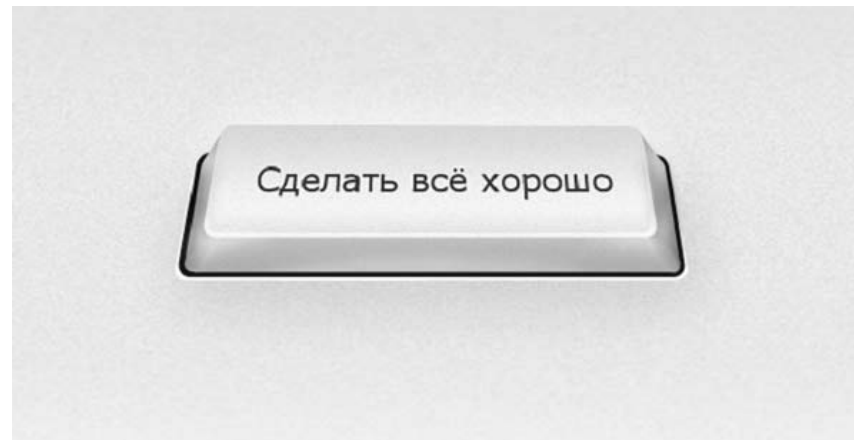
- **Сенсации**
- **Невероятный**
- **Революционный**
- **Первый**
- **Особенный**
- **Уникальный**
- **Внимание**
- **Главный**
- **Откровения**
- **Новинка**
- **Фантастический**
- **Замечательный**
- **Удивительный**
- **Чудесный**
- **Сильный**
- **Прорыв**
- **Срочный**
- **Успешный**
- **Ужас**
- **Жесть**



Призывы

Глаголы в повелительном наклонении

- *Купите*
- *Закажите*
- *Позвоните*
- *Зарегистрируйтесь*
- *Начните*
- *Вступите*
- *Купите сейчас*
- *Приходите* – слишком ненавязчиво)
- *Спешите*
- *Бегите*
- *Торопитесь*



Первый абзац

Лидер-абзац

Не менее важен, чем сам заголовок.

- **обязательно ИНТРИГА**
- Выписывайте интриги, чем зацепило? Чем заинтересовало?
- **Это наручники**, которые приковывают вашего читателя к тексту и заставляют читать до конца
- Мягки и пушистые
- Или инкрустированные драгоценными камнями
- **Продемонстрируйте читателю проблему**
- Не нужно навязывать несуществующую проблему
- Но наступить на больной мозоль

Первый абзац

5 типов лидер-абзацев

- **Вопрос**
- Заставляет задуматься
- Вызывает любопытство
- **Анекдот или цитата**
- Смех, расположение
- Заимствование авторитета
- **Обращение к воображению**
- Сильная вводная техника
- Вообразите, представьте себе, вспомните
- **Аналогии, метафоры и сравнения**
- Отличный способ привлечь внимание и разбудить воображение
- **Факты, если они уместны**
- Людям интересны факты.

Цитаты

- Цитаты великих людей
- Цитаты из Библии или Корана
- Лозунги
- Удачные метафоры
- Крылатые фразы
- Образы и сравнения
- Перлы
- Притчи
- Анекдоты
- **Где брать**
- Ссылки: anekdotov-mnogo.ru, tosign.ru, prevedko.org.ua, mindspace.ru, letter.com.ua, business-citation.ru
- Поиск «цитаты», «подписи», «статусы», «лозунги», «цитаты о...»
- **Как использовать**
- Первым абзацем
- В тексте
- В эпиграфе
- Наполнение твиттера

Идеи

- **То, что может быть в основе вашей рекламы!**
- Рекламные ходы
- **Креатив!**
- Прикольнo!
- Интересно!
- Оригинально!
- Нестандартно!
- **Цель - привлечь внимание - чтоб вас запомнили!!!**
- **Привлечение Детей и Животных**
- Мило
- Обаятельно

Домашнее Задание

- **Работать в Троицах!!!**
- Завести УФ и выписать в УФ волшебные слова!
- Найти и записать в УФ 20 заголовков, 10 лидер-абзацев, 5 идей, 30 афоризмов или цитат
- Находить и читать (**целиком!**) 1 продающую страницу каждый день: записать в УФ, кинуть в скайп-чат группы ссылку на страницу
- Завести аккаунт в Евернот
- Писать вопросы в скайп-чат группы!
- Написать 2 статьи

Опубликовать, похвастаться в ФБ, похвалить и поздравить себя

Все-все-все делать с удовольствием!

НАСЛАЖДАЙТЕСЬ!

Спасибо За Внимание



С любовью, Вебмастер и Коуч Ирина Першина

<http://marjari.com.ua>

Я на ФейсБуке <http://www.facebook.com/kicaca>

Группа вКонтакте http://vk.com/sekrety_ushpeshnykh_blogov

Я в Твиттере <https://twitter.com/IPershyna>