

ПРАВИЛЬНАЯ УПАКОВКА





**НОВОСТИ! НОВОСТИ!
СВЕЖИЕ НОВОСТИ!**

НОВОСТИ

Анонс грядущего события или отчёт о прошедшем

Проверяем факты!

дата, время, участники, должности, что, кто, где, с кем,
зачем, что теперь

Пишем с учётом пользы, а не просто констатируем факт

(зачем читателю об этом знать?)





СТОРИТЕЛИНГ

СТОРИТЕЛИНГ

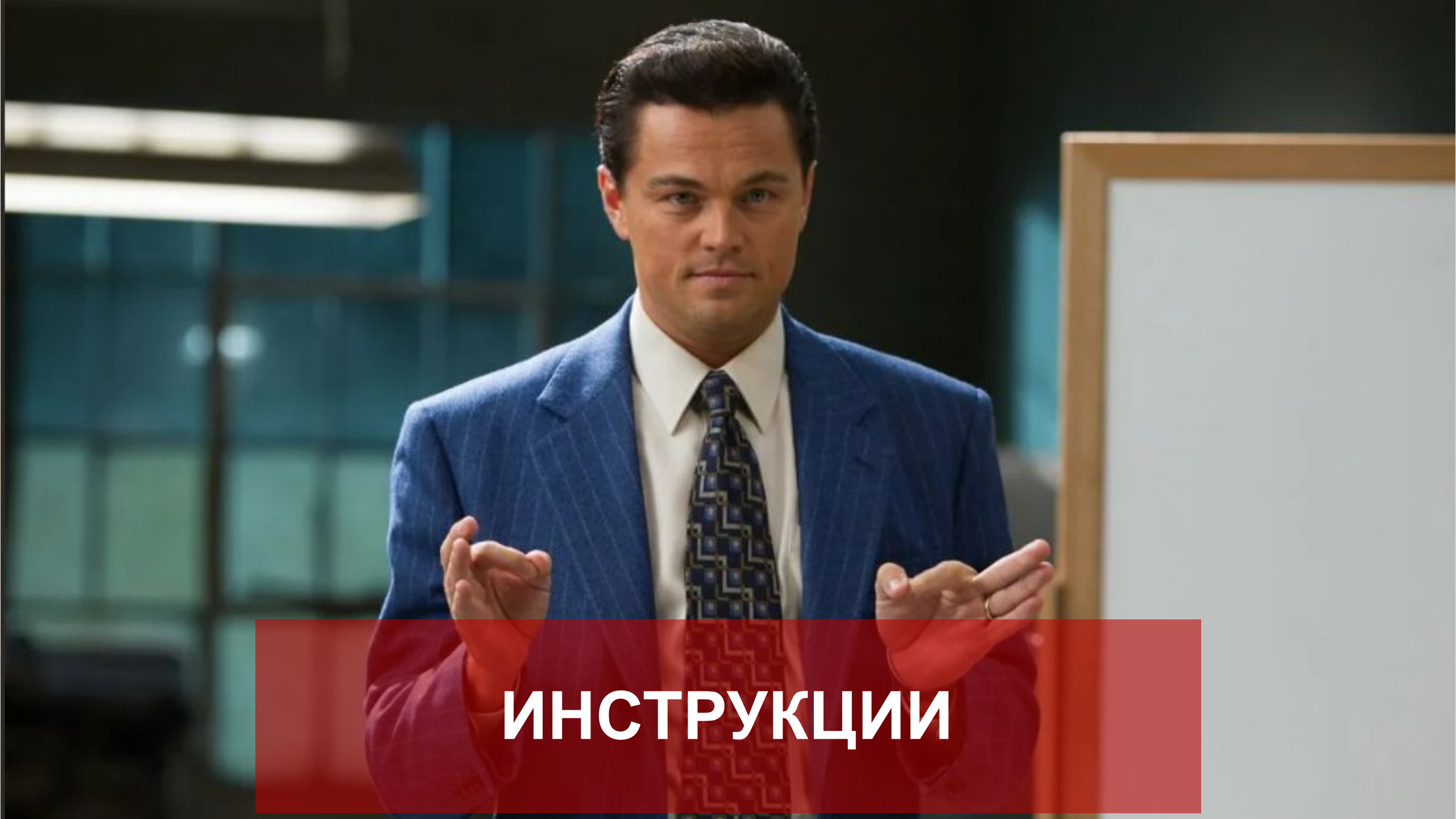
История с реальными или вымышленными персонажами, с помощью которой можно донести важную информацию

Важно увлечь читателя с первого предложения

- Яркий и интересный аудитории герой.
- Своё мнение не навязываем, читатель сам должен прийти к выводу «Хочу!», «Круто!», «Сейчас займусь!» и т.д.
- Не должно быть открытого конца или скрытого подтекста: читатель должен получить конкретный ответ на свой вопрос.
- Пишем эмоционально, не оставляем равнодушным.
- Выстраиваем доверительные отношения с аудиторией, не противопоставляем себя ей.
- Активно используем визуальный ряд.

Должна чётко прослеживаться главная мысль, способная мотивировать читателя к действию.





ИНСТРУКЦИИ

ИНСТРУКЦИИ

ЧТО? ГДЕ? А ГЛАВНОЕ — КАК?

Читатели часто ищут быстрые ответов на вопросы — как что-то сделать, как что-то работает или как решить проблему.

Пошаговая статья–инструкция даёт чёткое, ясное и легко выполнимое руководство к действию.

- Используем подзаголовки и списки.
- Нумеруем этапы.
- Пишем просто и доходчиво.
- Даём подробное и детальное описание (чётко и последовательно).
- Дополняем пошаговыми фото, скриншотами, схемами, видео.

Хорошая статья–инструкция формирует лояльность к источнику и автору. В дальнейшем читатель будет охотнее обращаться за информацией на корпоративный портал.





ОБЗОР

ОБЗОР

Максимально полные и проверенные данные

Даём детальное описание чего-либо + всю необходимую информацию. Необходимо отличное знание тематики.

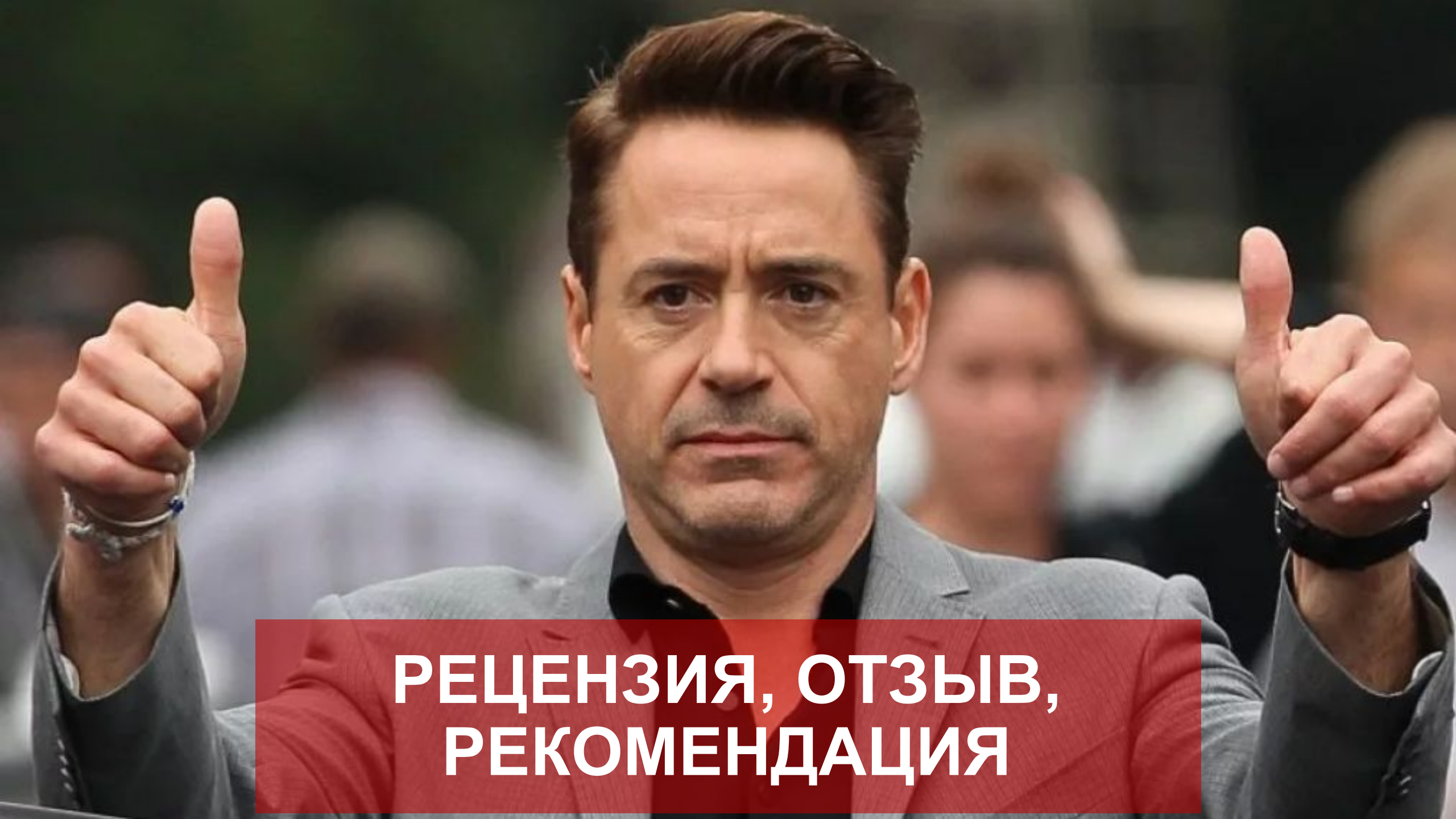
Правильная обзорная статья поможет читателю принять обдуманное решение о чём-либо (начать изучать ту или иную тему, открыть проект, сделать выбор в пользу чего-то конкретного).

Добавьте фото, презентации, видео.

Поделитесь собственным опытом, выделите главные отличия от чего-то аналогичного.

Важно оставаться объективным и раскрыть как преимущества, так и недостатки.





**РЕЦЕНЗИЯ, ОТЗЫВ,
РЕКОМЕНДАЦИЯ**

РЕЦЕНЗИЯ, ОТЗЫВ, РЕКОМЕНДАЦИЯ

Личное мнение по теме

Помогаем читателю сформировать собственное мнение о предмете речи.

Отзыв пишем живо, эмоционально, возможно, даже без какой-либо аргументации. Одним словом — по-человечески).

Рецензия или критическая статья — это профессиональный взгляд на проблему или объект. Написать её может только эксперт в этом вопросе.

Добавляем максимум фактов, аргументов и логики.

Рекомендацию может написать любой. Но желательно быть авторитетом в определённых кругах, к мнению которого прислушиваются.

Чётко указываем причину, почему выбрали этот объект и можем его рекомендовать.

Рассказываем спокойно, без лишних эмоций, логично.





ИССЛЕДОВАНИЕ

ИССЛЕДОВАНИЕ

Изучаем, анализируем, обрабатываем

Сложный вид статьи, но при качественном исполнении может вызвать большой интерес.

Нужны конкретные факты, точные даты, цифры, свойства.

Включайте все собранные данные:

- мнения и рекомендации различных экспертов,
- исторические факты,
- статистические данные,
- прогнозы,
- таблицы, схемы, диаграммы.

Для лёгкого восприятия применяйте метафоры, эпитеты, а иногда и юмор.





ИНТЕРВЬЮ

ИНТЕРВЬЮ

Нужная информация из первых уст

Выявляем проблему, которую хотим подсветить, и находим того, кто поможет эту проблему решить.

Важен этап подготовки: тщательно формулируем вопросы, на которые хотим получить ответы.

Помогут:

- Открытые вопросы, на которые нельзя ответить «да» или «нет»: «Какую пользу вы получили?» «Что поможет решить эту задачу быстрее?»)
- Искренняя заинтересованность, естественность, юмор.
- Умение слушать (дайте человеку выговориться, не встревайте, показывая, что вы тоже разбираетесь в этой теме).
- Если ответ неоднозначен или не раскрывает тему — уточняйте, просите привести пример.

Интервью получится, если собеседник — интересный человек, лидер мнения, эксперт в том или ином вопросе.





КЕЙС

КЕЙС

История со счастливым концом

Показываем на конкретном примере, что было, как действовали и к каким результатам пришли.

Чтобы кейс имел отклик у аудитории, он должен быть:

- Настоящим, вызывающим неподдельный интерес и сопереживание.
- С говорящим заголовком, который содержит проблему или результат.
- Понятным, без незнакомых для пользователей терминов.
- С реальными цифрами, фактами и показателями эффективности.
- Красиво оформленным.
- С реальными отзывами или цитатами.

Конечная цель кейса — устранить страхи «клиента» и показать, что успешное решение той или иной задачи возможно.

Принцип восточной метафоры

1. Первая мысль
2. Продолжение первой мысли
3. Внезапно О_о: новая мысль
4. Объединение первой и второй мысли.



Принцип восточной метафоры

1. Первая мысль
2. Продолжение первой мысли
3. Внезапно О_о: новая мысль
4. Объединение первой и второй мысли.

У торговца шёлком в Киото было две дочери
Старшей было 20, младшей 18
Воин может сразить мечом
А эти девушки — своими глазами



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**