

Тексты

Как писать? Что писать?

Схема построения текста для поста

1. Заголовок

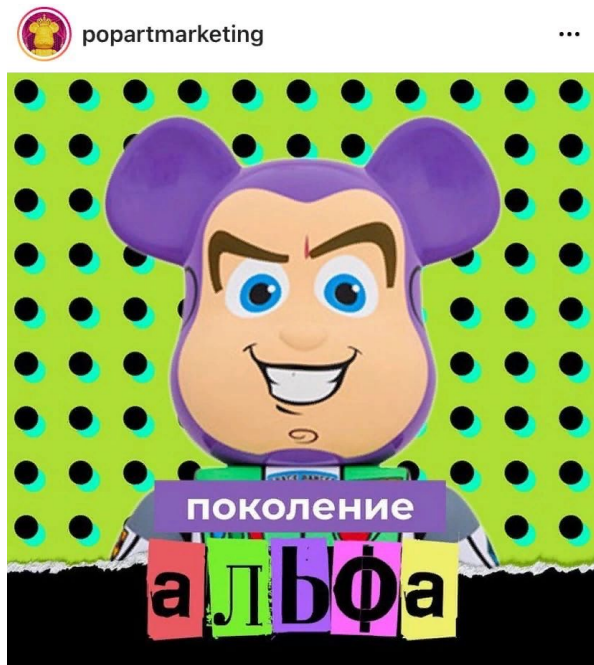
2. Вступление

3. Основная часть

4. Заключение

5. Призыв к фидбеку

Пример:



Нравится: 6 458

popartmarketing Поколение Альфа: те, кто родился после 2010 года. Какими клиентами они будут?

Практически у каждого второго ребёнка в возрасте 4-7 лет уже есть телефон мамы или свой планшет. Многие из вас, как родители Альф, это знают лучше меня.



Заголовок



Вступление

Основная часть:

В виду такого образа жизни, можно делать предположения об их потребительском поведении:

1. Альфы будут легко покупать «бессмысленные, но прикольные» вещи, потому что растут на распаковках всяких бессмысленных игрушек и на шутках без глубокого подтекста (бессмысленные — с точки зрения миллениала и икса)
2. Альфы будут в 100 раз толерантнее ко всем, потому что они с самого раннего детства растут на интернациональном контенте. И в целом, это поколение, растущее на пранках и челленджах, будет меньше заморачиваться над архаичными институтами семьи, рода, племени, народа и тд.
3. Альфы будут много играть и жить в «виртуальном» мире. Если для миллениала уже не так страшно купить игровую шмотку для персонажа, для зумера тем более, а для Альфы, растущего на гаджетах — купить «виртуальную» вещь будет так же нормально, как купить батон хлеба.
4. Альфы будут легко знакомиться друг с другом и будут более лояльны к случайным связям. Так как архаичные традиции «свадьбы» и «невинности» останутся в прошлом, Альфам будет в разы легче знакомиться и «ночевать» друг с другом. Никто не будет ломаться. А это поле для всяких приложений знакомств.

Заключение + вопрос к аудитории:

Что вы думаете о поколении Альфа? Многие из вас — их родители. Что интересного замечаете? Что замечали необычного для нас, миллениалов и иксов?

ЗАГОЛОВКИ

ПОЧЕМУ ЗАГОЛОВКИ ВАЖНЫ?

Хотите, чтобы ваш пост был прочитан. Ведь если человек не прочитает, то не подпишется, не оставит комментарий и «пройдет мимо».

Заголовок – первое, после изображение, что видит пользователь. И очень важно в нескольких строчках попасть в его проблему или заинтриговать продолжением.

10 ВИДОВ

ЗАГОЛОВКОВ

Решение проблемы

Люди - крайне ленивые жопки! И все идут по пути наименьшего сопротивления!
Если есть возможность получить готовое решение - то они им воспользуются, вместо того, что бы самому что-то искать и вникать.

ПРИМЕРЫ:

"Быстрый способ
заработать"

"Простая механика
написания текстов"

"Как навсегда избавиться от
боли в спине!"

Вопрос

Вопрос в заголовке – заставляет читателя отвечать на него. Подсознательно. Но сперва вопрос нужно осмыслить, а для этого – прочитать текст. Вопросы могут быть риторическими, конкретными или вызывающими.

ПРИМЕРЫ:

"Почему ты еще не на Бали?"

"Почему у вас болит голова?"

"Как заработать на своем таланте?"

Личный опыт

Сейчас кто попало хочет научить тебя чему попало. И в большинстве случаев они просто пересказывают то, что можно просто прочесть в интернете.

Другое дело - личный опыт!

Просто прочитайте оба предложения и внимательно вслушайтесь в свои ощущения.

1. Как заработать 100000 рублей.
2. Как я заработал 100000 рублей.

Почувствовали?)

ПРИМЕРЫ:

"Как я похудела на 30 кг за неделю"

"Как я поменял колесо на ходу"

"Как я случайно выиграл миллион"

Тайна

Ох, как же люди любят
секреты!

Даже не важно, относится это
к ним или нет. А уж если это
позволит получить какое-то
преимущественно...

ПРИМЕРЫ:

"Секретная техника в
таргетированной рекламе"

"Деньги, по которым вы ходите,
не замечая"

"Прием, который знают лишь
единицы!"

Цифра

Эффективность цифр уже давно доказана маркетологами. Цифры дают читателю понять, какое количество пользы он вынесет из данного текста и на сколько легкой она будет.

Например чем больше цифра, тем более насыщенный материал – это привлекает объемом, а меньше – значит проще и практичнее, и привлекает легкостью и прозрачностью.

ПРИМЕРЫ:

"5 минут, которые изменят твою жизнь"

"30 идей для сторис"

"12 грубых ошибок начинающего визажиста"

Акцент

Это больше как дополнительная функция к любому методу. Сами по себе это обычные слова, но в связке с заголовком усиливают его эффект.

Отличительная особенность акцента в том, что он обязательно на что то указывает.

ПРИМЕРЫ:

"ЭТИ 3 вещи сделают из вас фотомодель!"

"Вы сможете зарабатывать 50 000/мес, зная ЭТОТ закон!"

"СЕЙЧАС ты узнаешь правду о инстаграм!"

Страх

Одна из самых потаенных и сильных эмоций! Все чего то боятся.

Девушки - остаться одной, парни - показаться слабым, глава семьи - остаться без возможности кормить семью, жена - перестать нравиться своей половинке. Зачастую именно за страхами кроются наши желания и действия.

Если вы попадете в страх человека - он с запоем прочитает ваш пост или купит предложенное решение.

ПРИМЕРЫ:

"Смешивание этих продуктов выжигает желудок за сутки!"

"Всего одно слово может разрушить ваши отношения"

"Вы теряете 200 000 в год просто потому что..."

Гарантия

Жизнь вообще не дает никаких гарантий, сегодня ты выплатил ипотеку, а завтра смотришь, как пожарные выносят твоего охреневшего кота из того, что осталось от твоей квартиры после пожара...

Гарантия - производная от страха, получая ее - они относятся более лояльно к вашему тексту.

ПРИМЕРЫ:

"24 часа и ваша кожа сияет, иначе мы вернем вам деньги!"

"Вы забудете о головной боли навсегда!"

"Ты никогда не будешь больше курить!"

Нестандарт

Есть люди, которые знают все лучше всех и на многие заголовки у них стоят фильтры.

Нестандартные или противоречивые решения позволяют пробивать такие фильтры.

ПРИМЕРЫ:

"Слабонервным и беременным это лучше не читать!"

"Да забери ты уже свои деньги!"

"Я беременна!"

Боль

Самые сильные заголовки – те, что точно бьют по самым больным местам.

Для этого нужно хорошо знать и изучить свою целевую аудиторию. В таком случае успех заголовка превышает 90%.

ПРИМЕРЫ:

"И долго ты еще будешь работать на дядю?"

"Никто не читает твои посты?"
(привет заголовкам)

"Надоело бороться с тараканами?!"

?

Секретная техника в таргетированной
рекламе

?

Ты никогда не будешь больше курить!

Я беременна!

Почему у вас болит голова?

ЭТИ 3 вещи сделают из вас фотомоделерь!

?

Как я похудела на 30 кг за неделю

5 минут, которые изменят твою жизнь

Визуал

Для постов

Что должно быть в посте

Дизайн постов зависит от конкретных целей и задач. Иногда жизненно важно разместить на картинке текст, изображение товара или рамку для бесконечной ленты в Instagram. Но все хорошие посты объединяет одно – в них есть композиционный центр.

Хороший пост начинается с ответа на вопрос, что вы хотите показать подписчикам. Все остальное на картинке – второстепенно, и служит для привлечения внимания к главному.

Тут главное – название программы: его выделили большими жирными буквами



Здесь главное – перевернутая разноцветная девочка, жующая пиццу. Она привлекает внимание, а уже потом мы читаем слоган и текст в посте

**ЗАКАЗАЛ
ДИЗАЙНЕРА -
СЫТ ВСЮ
ЖИЗНЬ!**



Итак, в любом посте нужно выделять то, на что человек сразу же обратит внимание. Для этого существуют разные приемы:

- . Сделать главный объект самым ярким.
- . Разместить его по центру.
- . Разместить крупный объект среди мелких.
- . Выделить его дополнительными графическими элементами.

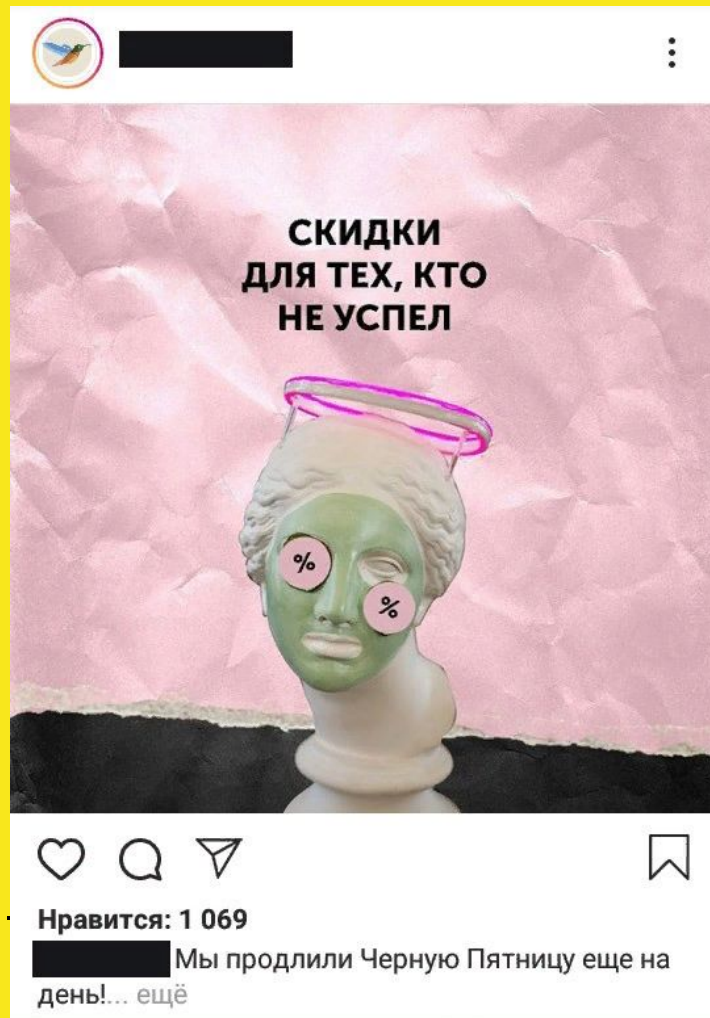
Шаблоны для постов помогают выделить главное – изображение или надпись. Часто для этого используют рамки - они фокусируют внимание на чем-то конкретном.

Рамки могут располагаться на границах изображения или внутри него



В последнее время часто встречаются коллажи из фото в постах. Их тоже можно делать по шаблону, чтобы упростить работу – какие-то элементы коллажа будут меняться, а какие-то оставаться неизменными. Неожиданное сочетание разных картинок может привлекать внимание и даже шокировать.

Каждый день такие сюрреалистичные посты лучше не выкладывать. Но периодически они вполне имеют право на жизнь



Наконец, в моде всевозможные иллюстрации или шрифтовые композиции. Их часто используют, если текст для поста есть, а подходящей фотографии нет. И вместо того, чтобы брать случайное изображение, можно сделать вот так:

Конечно, ради одного поста никакой SMM-щик не станет покорять графический планшет. Но если у вас есть фирменные паттерны или готовые иллюстрации, проблема решится. Одни и те же картинки можно использовать повторно, получатся своеобразные рубрики



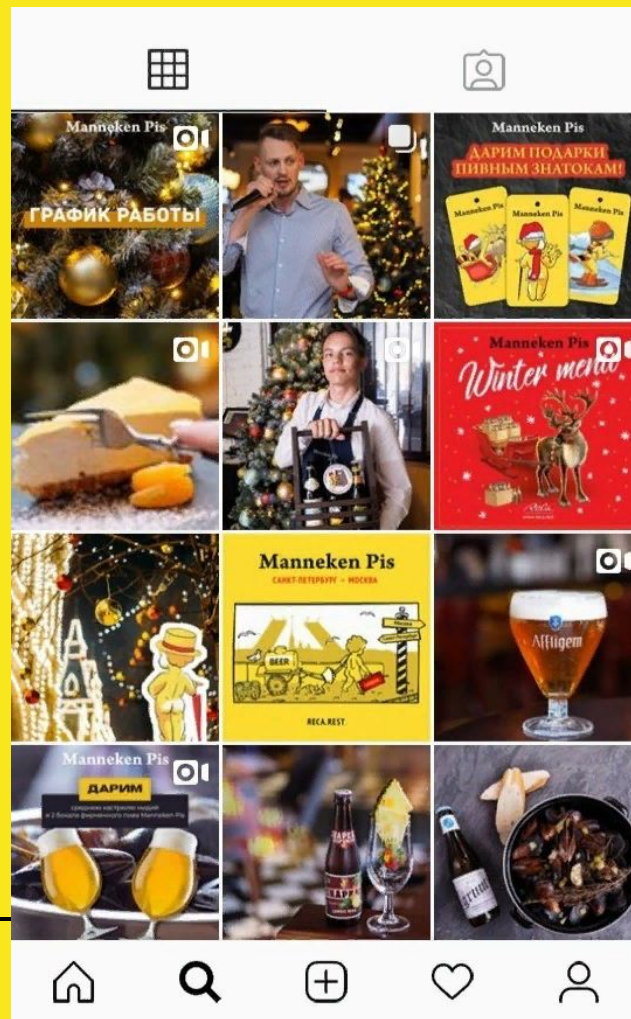
Наконец, в моде всевозможные иллюстрации или шрифтовые композиции. Их часто используют, если текст для поста есть, а подходящей фотографии нет. И вместо того, чтобы брать случайное изображение, можно сделать вот так:

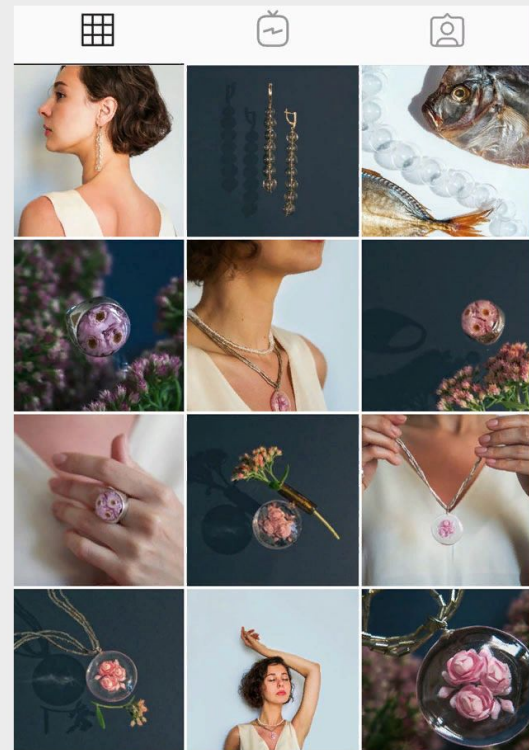
Конечно, ради одного поста никакой SMM-щик не станет покорять графический планшет. Но если у вас есть фирменные паттерны или готовые иллюстрации, проблема решится. Одни и те же картинки можно использовать повторно, получатся своеобразные рубрики



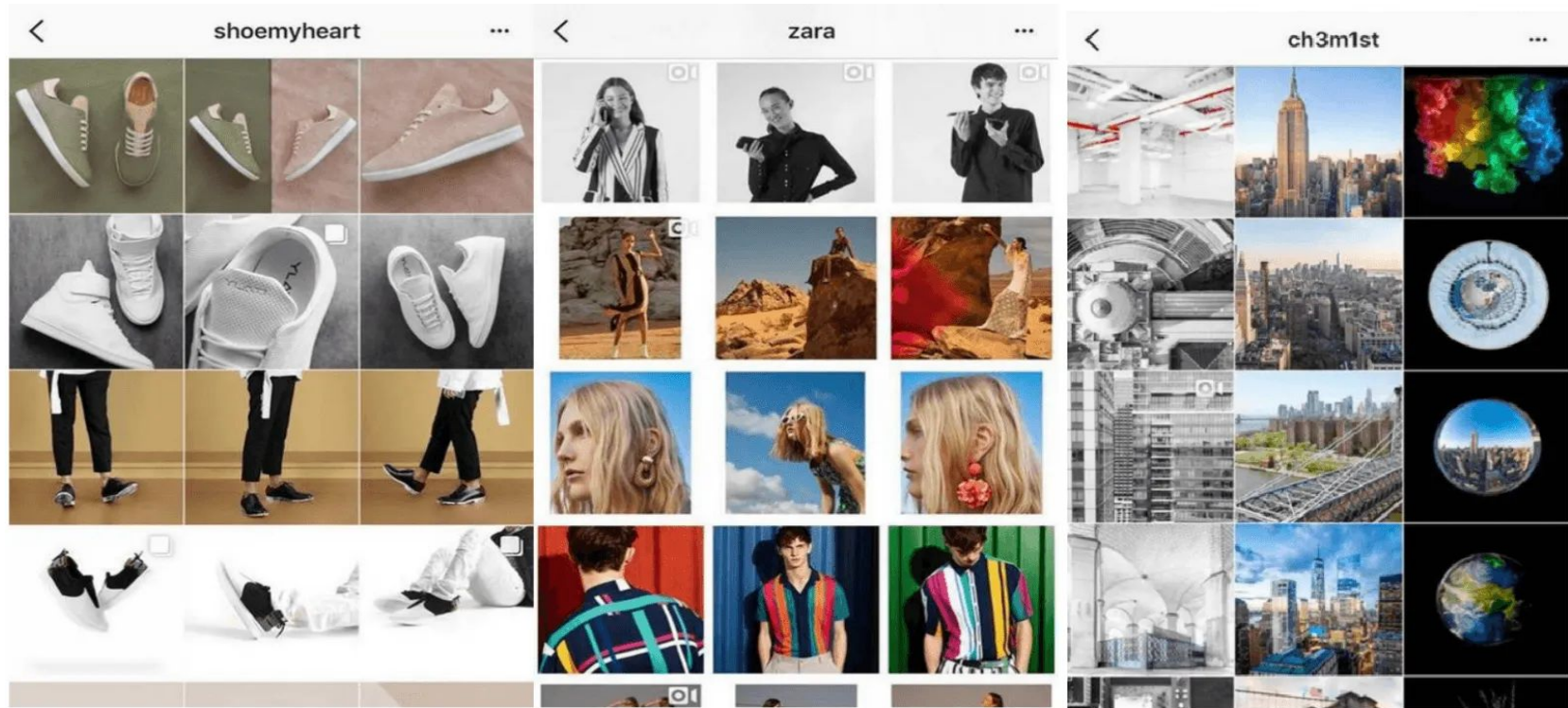
У шаблонов есть еще одна важная функция. Они обеспечивают единообразие оформления аккаунта и соблюдение корпоративного стиля: чтобы у подписчика сложился определенный визуальный образ, ассоциирующийся с вами. Это важно в VK и особенно в Instagram – ведь там пользователь может охватить взглядом сразу 12 картинок.

Повторяющиеся в шаблонах цвета или элементы иллюстраций образуют стилистическое единство





Шахматка



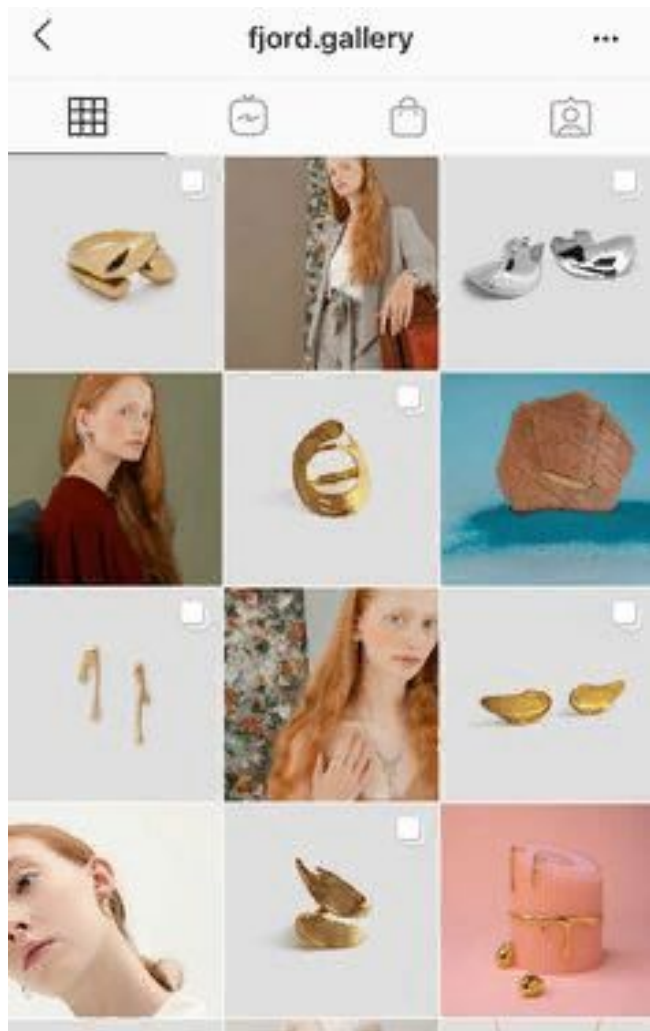
Дизайн горизонталь

Дизайн вертикаль

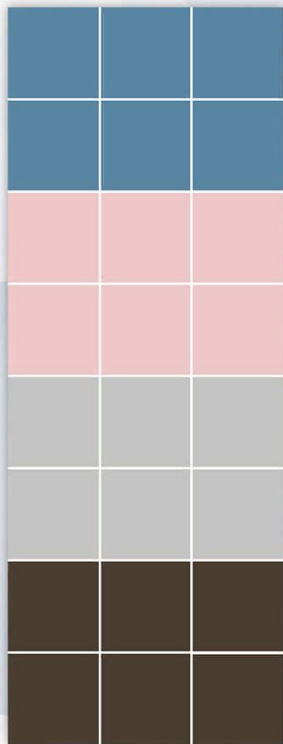
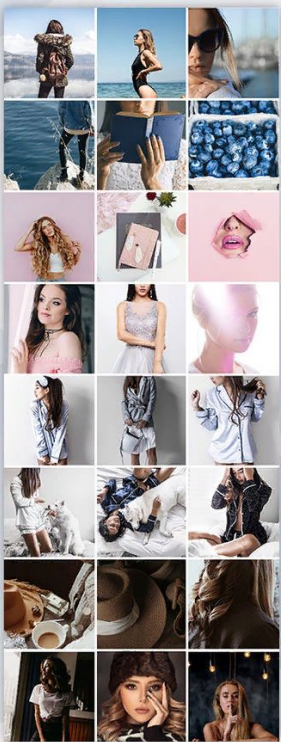
Линейка



Диагональ



Цветовое сочетание



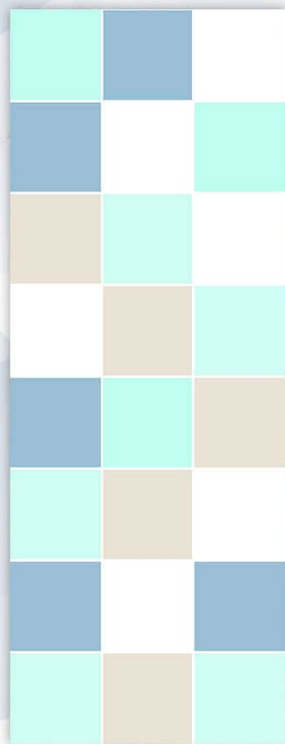
ЧЕРЕДОВАНИЕ БЛОКАМИ



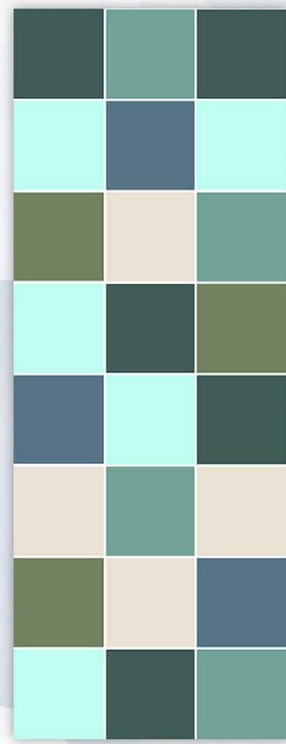
ЧЕРЕДОВАНИЕ ПО ЧЕТЫРЕ



ЧЕРЕДОВАНИЕ ПО ТРИ



СВЕТЛОЕ-СВЕТЛЕЕ



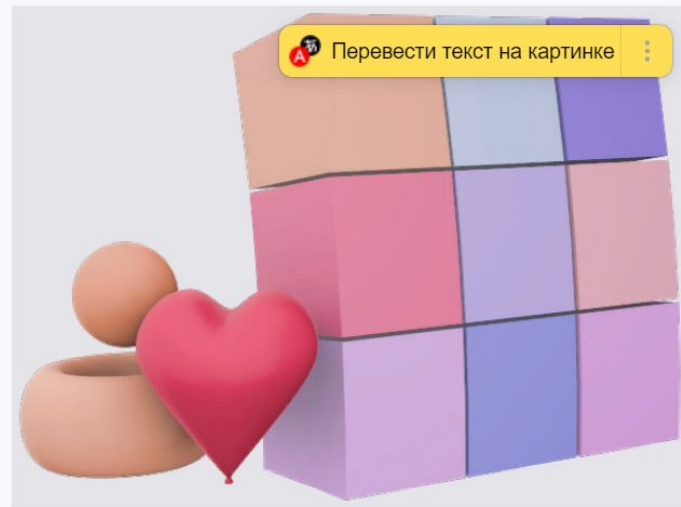
СВЕТЛОЕ-ТЁМНОЕ



Держите Свою Ленту Instagram Последовательной

Получите подробную цветовую палитру из своего профиля в Instagram

Сгенерируй Мою Палитру — \$2.99





Определить основные цвета картинка онлайн

Главное нужно указать фото или картинку на вашем компьютере или телефоне, нажать кнопку ОК внизу страницы и подождать пару секунд. Остальные настройки уже выставлены по умолчанию.

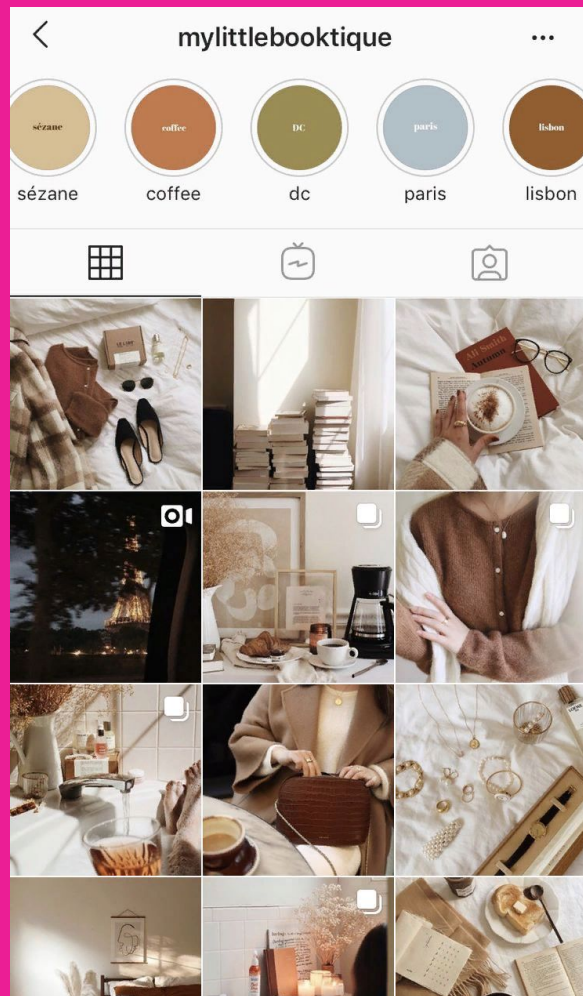
Примеры разных фотографий с автоматически определёнными основными цветами:



После обработки указанной вами картинка вы получите таблицу с основными цветами, их RGB и HEX значениями, например, для вставки в html-код или для использования в фотошопе, а также саму картинку с палитрой основных цветов (справа от неё), как показано в вышеуказанных примерах.

Исходное изображение никак не изменяется. Вам будет предоставлена другая картинка с палитрой цветов.

Что я получаю?



Тренды визуала

2021

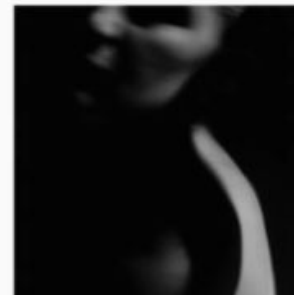
Технические тренды

Техническое «несовершенство»

Это мобильная съемка (съемка на iPhone), онлайн-съемка в Zoom / FaceTime (также есть приложение CLOS от российских разработчиков) и съемка на устройства, которые сами по себе являются средством самовыражения: пленка, старые фото- и видеокамеры («мыльницы»), старые телефоны и другое.

Натуральность

Максимально натуральные свет и цвет в сочетании с низким ключом экспозиции.



Где вдохновиться: [@saskiawilson](#),
[@albertopolojanez](#)

Технические тренды

Сложные съемки

Съемки со сложными визуальными эффектами, световой схемой и постобработкой.

Где вдохновиться: [@saharnaya](#),
[@elizavetaporodina](#)

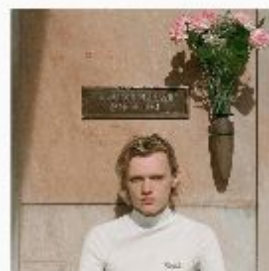


Эмоциональные тренды

Веб-панк не для всех

Съемка сюжетов и людей на грани здравого смысла: нестандартные типажи, безумный образ и/или стилизация, нестандартные позы. Вы могли заметить такое в последних кампейнах Gucci.

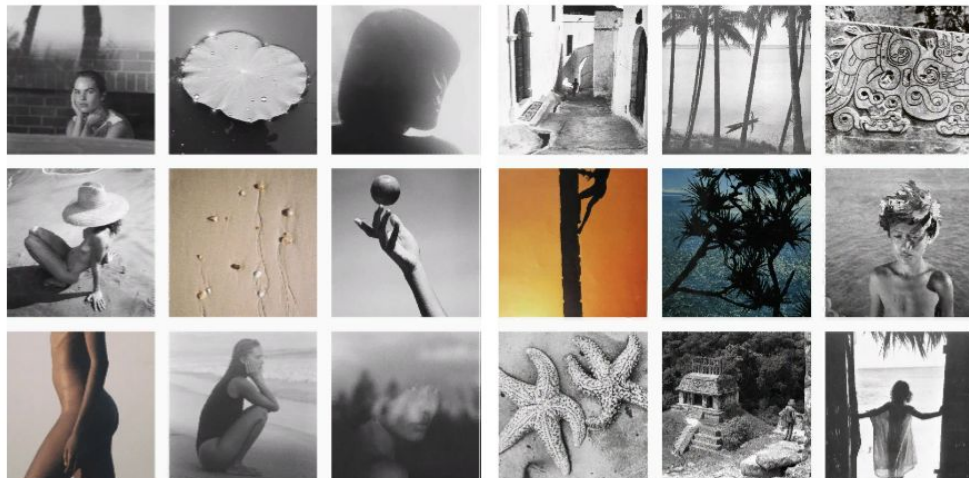
Где вдохновиться: [@steviemada](#),
[@jordan_hemingway](#), [@carlijnjacobs](#),
[@alexandravonfuerst](#)



Тренды в обработке

Низкий ключ экспозиции, сепия, не контрастный ч/б, зерно, обработка без обработки. Пример идеального референса: пленка + низкий уровень контраста.

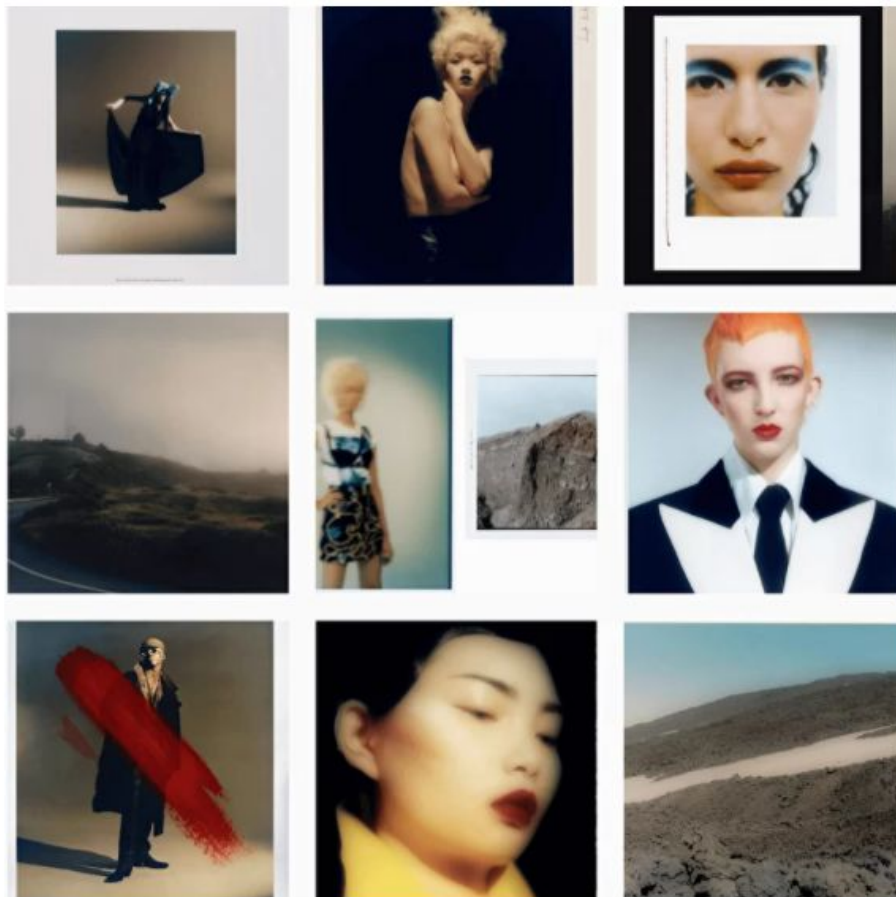
Где вдохновиться: [@pierott](#), [@equator](#)



Тренды в обработке

Заблюренность фото, художественная
неидеальность кадра.

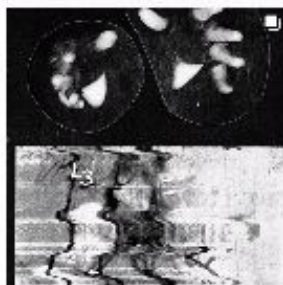
Где вдохновиться: [@trinityellis](#)



Тренды в обработке

Объединение цифрового и ручного творчества. Здесь возможны любые эксперименты: например, нетипичное коллажирование, множественное сканирование распечатанной цифровой или пленочной фотографии.

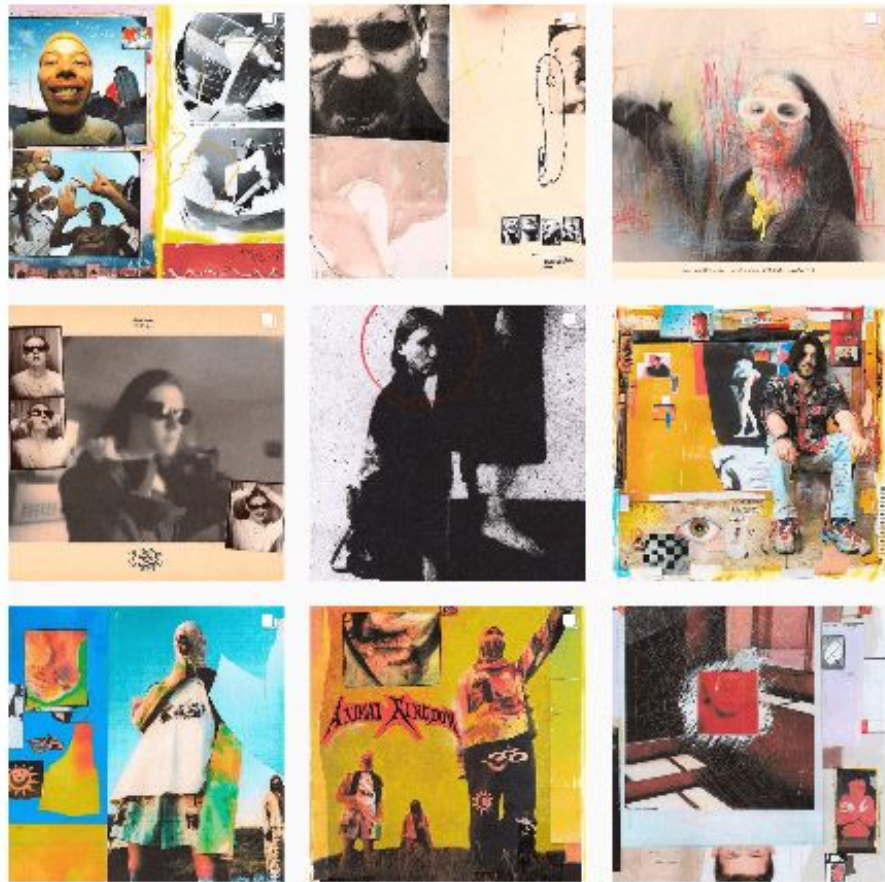
Где вдохновиться: [@leacolombo](#),
[@jessedraxler](#)



Тренды в обработке

Использование реальных художественных инструментов. Мазки кисти и краски, маркеры, пастель, восковые мелки, бумажный скотч, вышивка и т. д. — все это поверх фотографий и для последующего сканирования. Особенно хорошо подходит для спецпроектов.

Где вдохновиться: [@savetymind](#)



Canva - самый удобный сервис



Главная

Шаблоны ▾

Возможности ▾

Обучение ▾ ...

🔍 Поиск в Canva



Создать дизайн



🏠 Рекомендации для в...

🗄 Все дизайны

🕒 Последние дизайны

👤 Общие материалы

🏢 Фирменный стиль

📅 Планировщик контента

📁 Все папки

🗑 Корзина

Создавайте дизайны

Настраиваемый размер



Для вас



Презентации



Соцсети



Видео



Заказ печати



Маркетинг



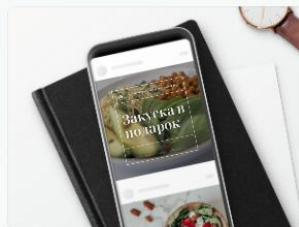
Офис



Еще



Презентация



Публикация в Instagram



Логотип



Плакат

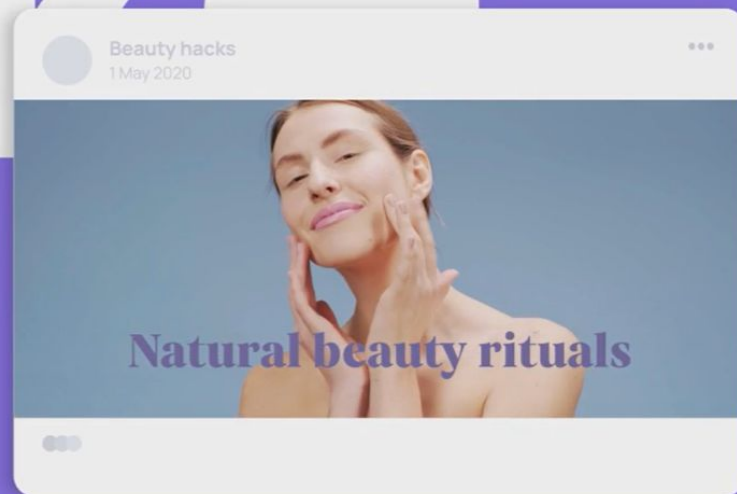


Instories - самый удобный сервис для создания сторис

Instories

Начало работы

make video



Supa - сервис для создания видеомaketов



SUPA
ВИДЕОКОНСТРУКТОР

[СОЗДАТЬ](#) ▾

[ЦЕНЫ](#)

[ШАБЛОНЫ](#)

[БЛОГ](#)

[ВХОД](#)

[РЕГИСТРАЦИЯ](#)

СОЗДАВАЙТЕ
ВИДЕО
ДЛЯ СОЦСЕТЕЙ



PicsArt - редактор фото, статичных сторис

PicsArt

Создать

Продукты ▾

Исследовать ▾

Учиться ▾

Цены

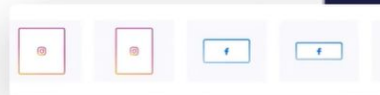
Войти

зарегистрироваться

Создавайте Удивительные Фото-И Видеоредакторы С Помощью Онлайн- Инструментов Дизайна

Поднимите свой контент на новый уровень с помощью шаблонов, шрифтов, наклеек и многого другого!

Начать Редактирование



Grids - ваш помощник с бесконечной лентой



Сетки

Опыт Instagram в красивом виде
на рабочем столе

Доступно в Windows и Mac OS X



Download Now

See all available downloads

Задание

Сделать 5 постов в цветовой стилистике
своего профиля Инстаграм