

# Тексты

Как писать? Что писать?

# Схема построения текста для поста

1. Заголовок

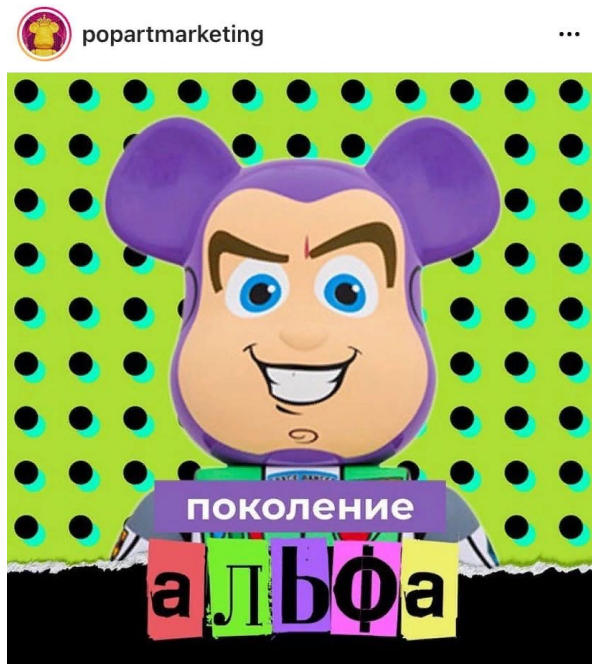
2. Вступление

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 фотомоделль!"

"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.



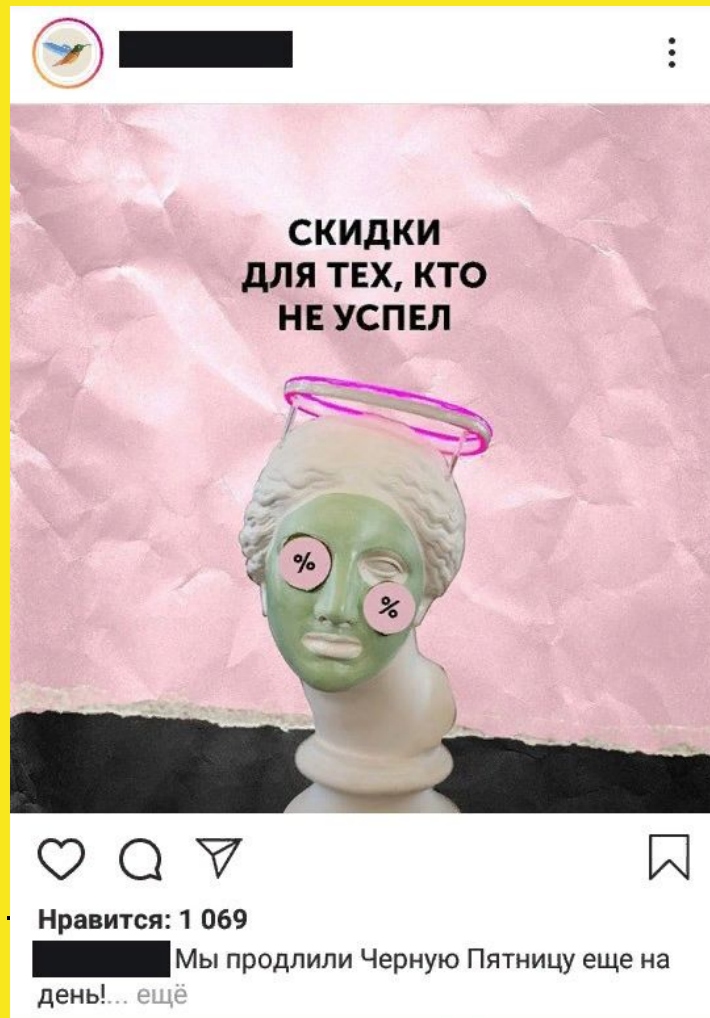
Шаблоны для постов помогают выделить главное – изображение или надпись. Часто для этого используют рамки - они фокусируют внимание на чем-то конкретном.

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



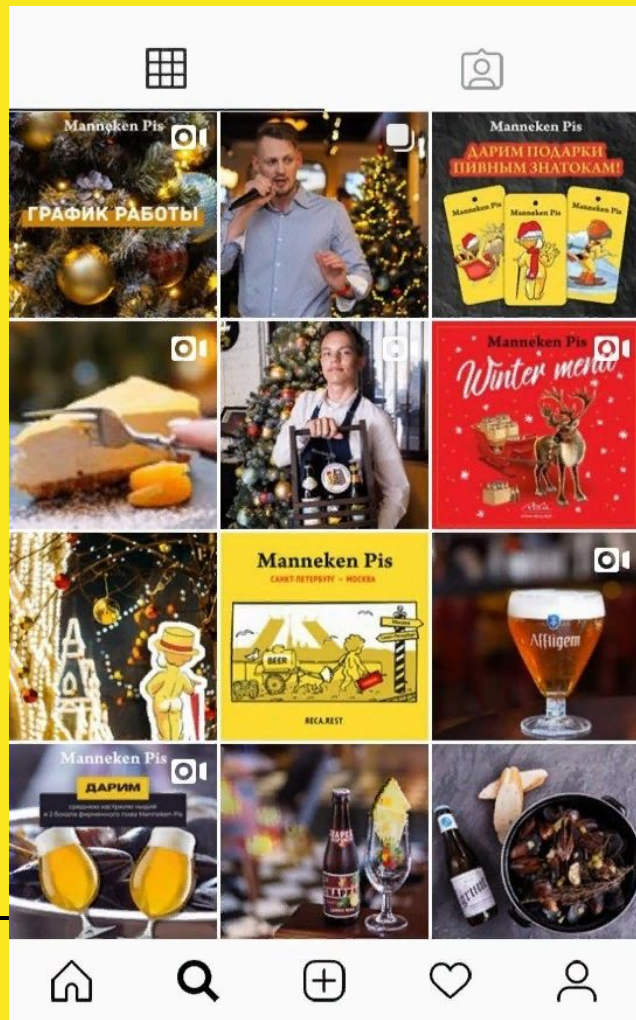
Наконец, в моде всевозможные иллюстрации или шрифтовые композиции. Их часто используют, если текст для поста есть, а подходящей фотографии нет. И вместо того, чтобы брать случайное изображение, можно сделать вот так:

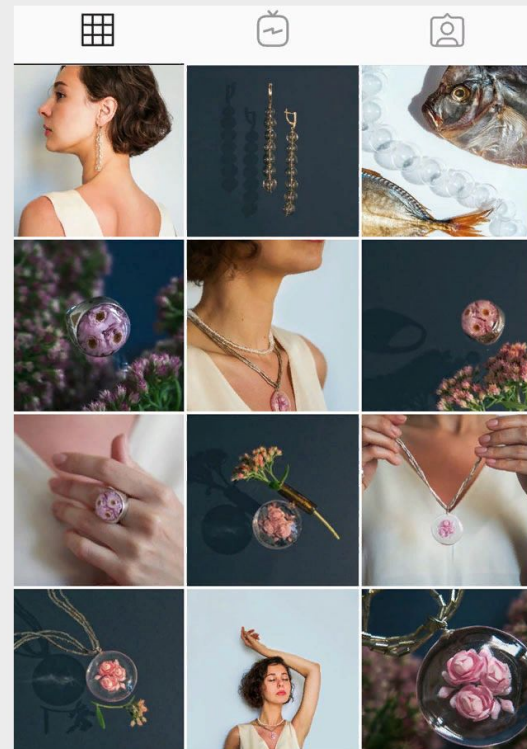
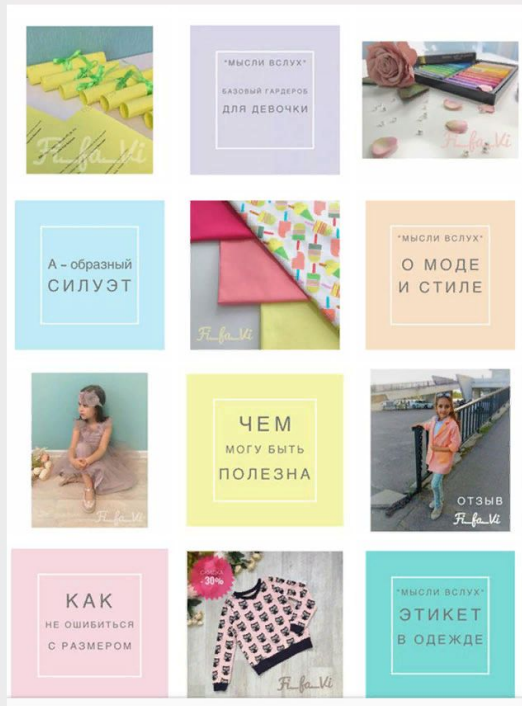
Конечно, ради одного поста никакой SMM-щик не станет покорять графический планшет. Но если у вас есть фирменные паттерны или готовые иллюстрации, проблема решится. Одни и те же картинки можно использовать повторно, получатся своеобразные рубрики



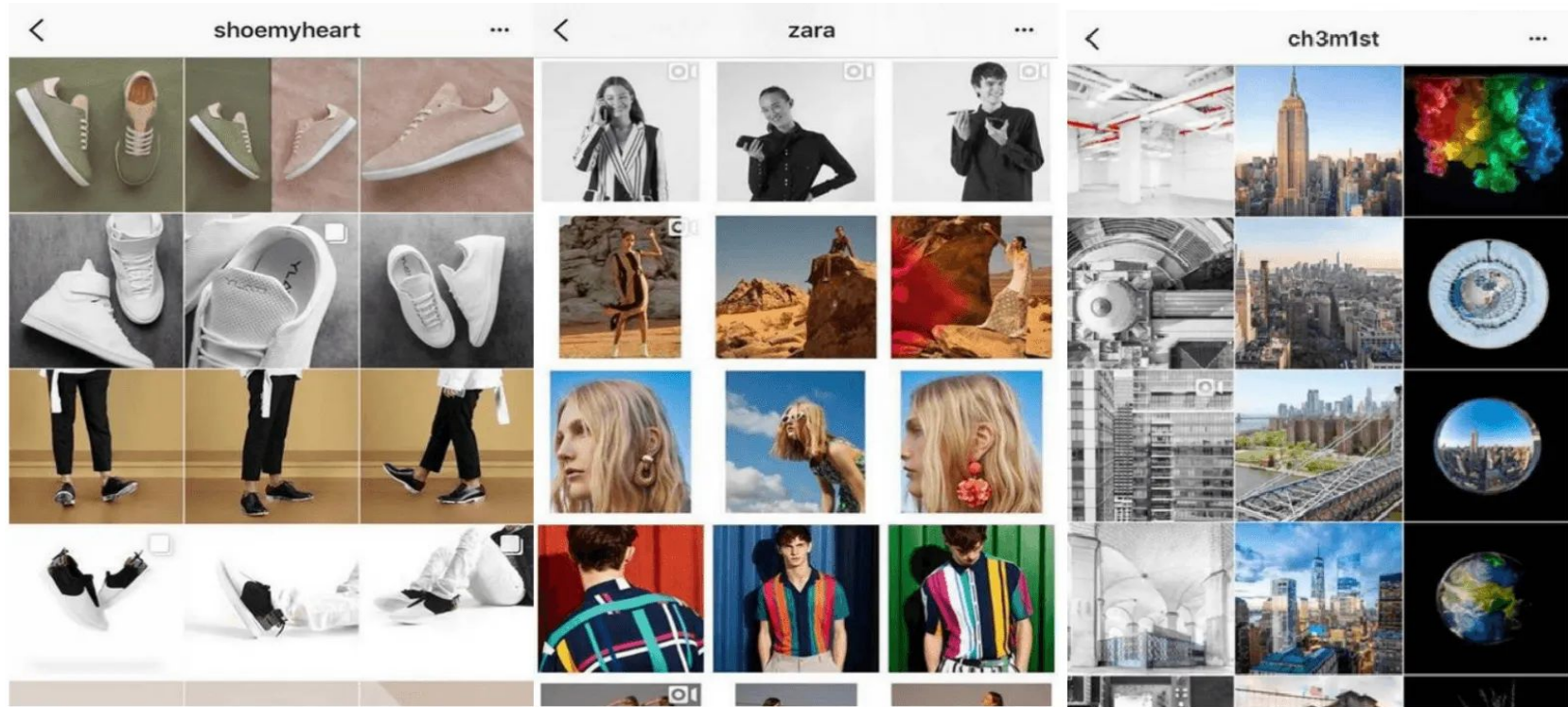
У шаблонов есть еще одна важная функция. Они обеспечивают единообразие оформления аккаунта и соблюдение корпоративного стиля: чтобы у подписчика сложился определенный визуальный образ, ассоциирующийся с вами. Это важно в VK и особенно в Instagram – ведь там пользователь может охватить взглядом сразу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

*Повторяющиеся в шаблонах цвета или элементы иллюстраций образуют стилистическое единство*





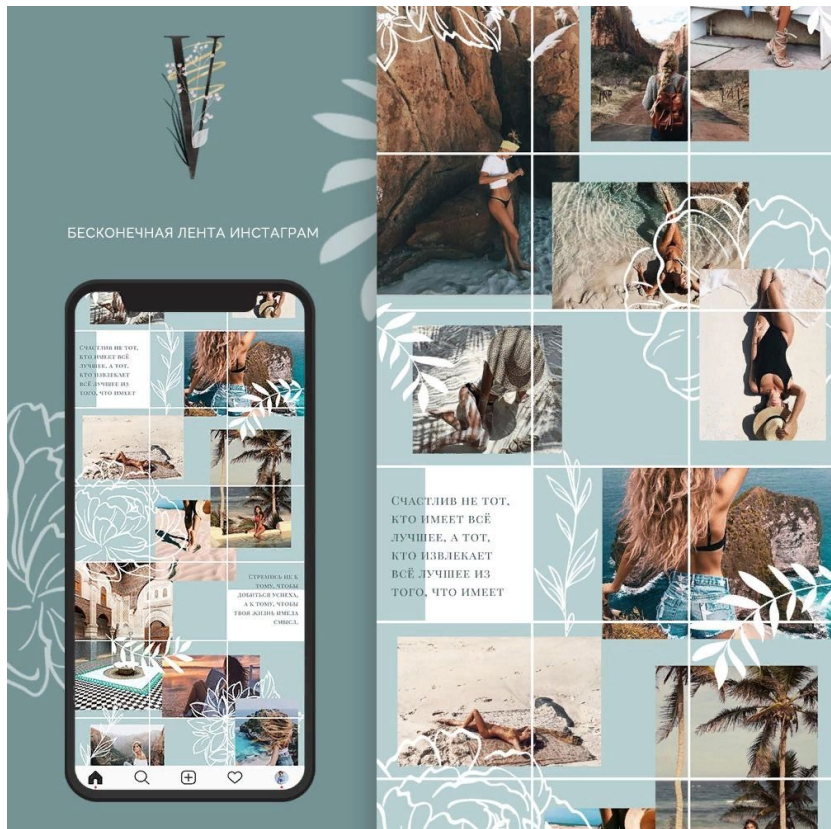
Шахматка



Дизайн горизонталь

Дизайн вертикаль

Линейка

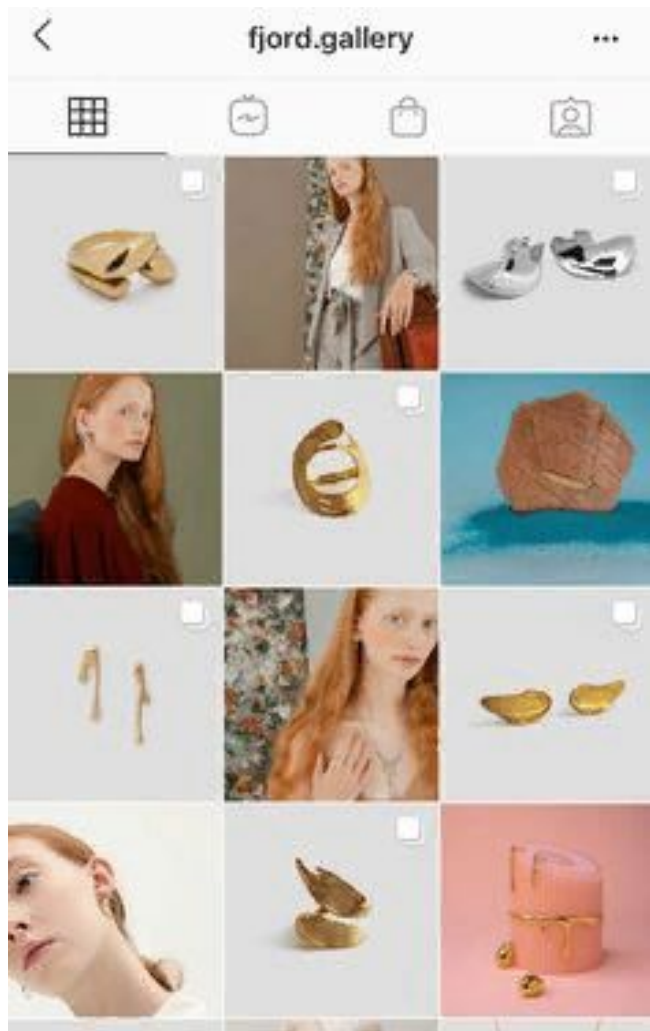


Бесконечная лента

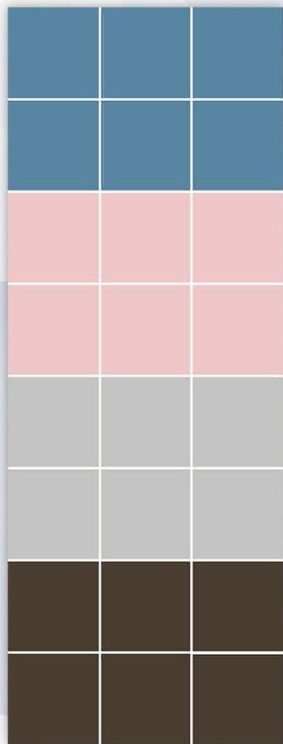
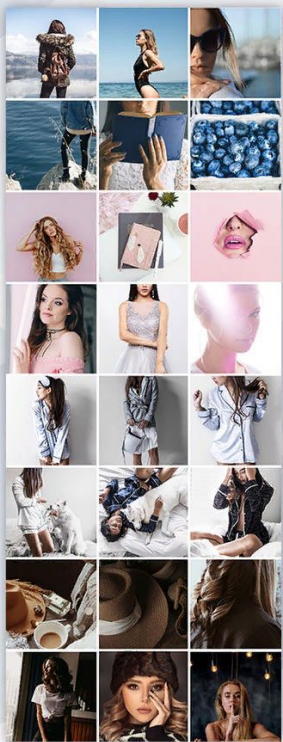




Диагональ



# Цветовое сочетание



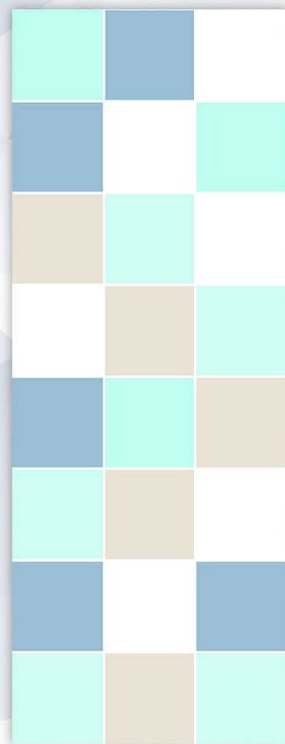
**ЧЕРЕДОВАНИЕ БЛОКАМИ**



**ЧЕРЕДОВАНИЕ ПО ЧЕТЫРЕ**



ЧЕРЕДОВАНИЕ ПО ТРИ



СВЕТЛОЕ-СВЕТЛЕЕ



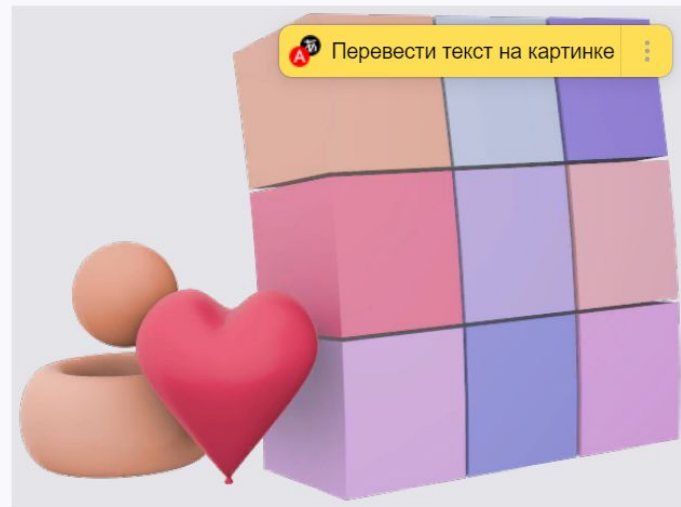
СВЕТЛОЕ-ТЁМНОЕ



# 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.

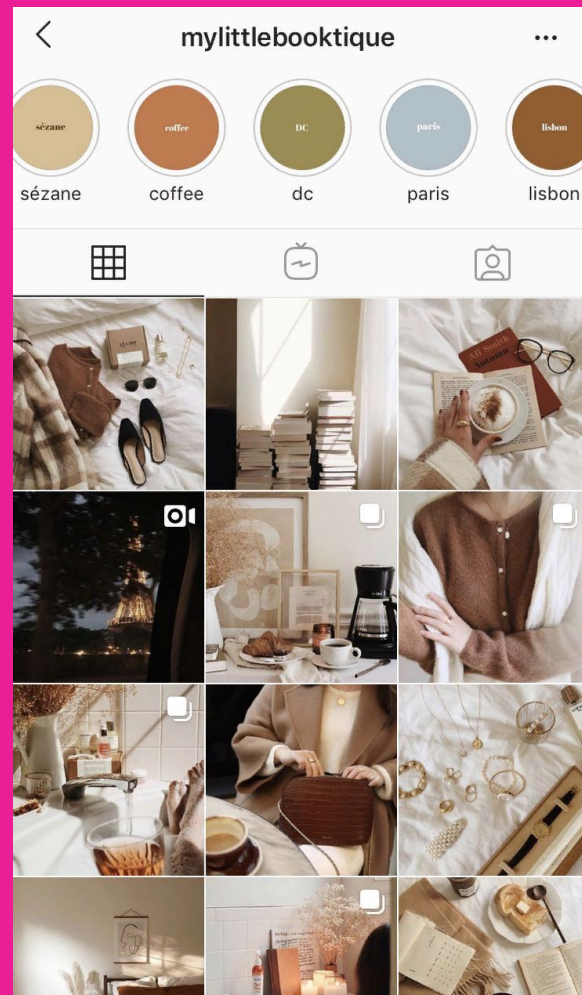
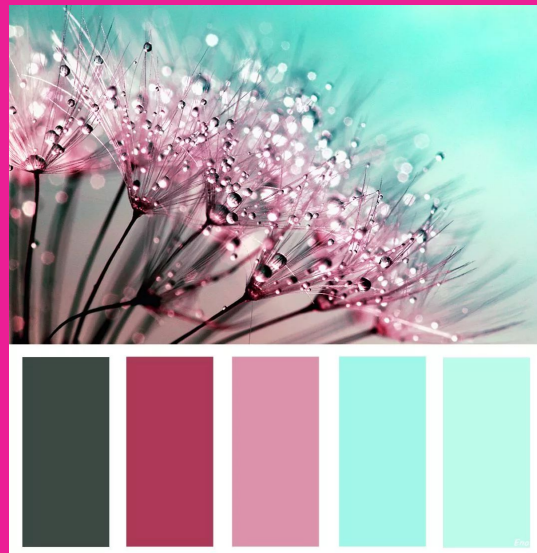
Примеры разных фотографий с автоматически определёнными основными цветами:



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



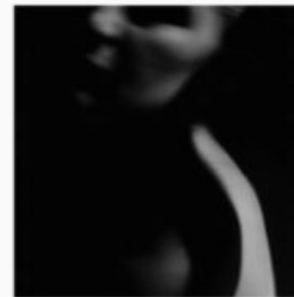
# Технические тренды

## 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.

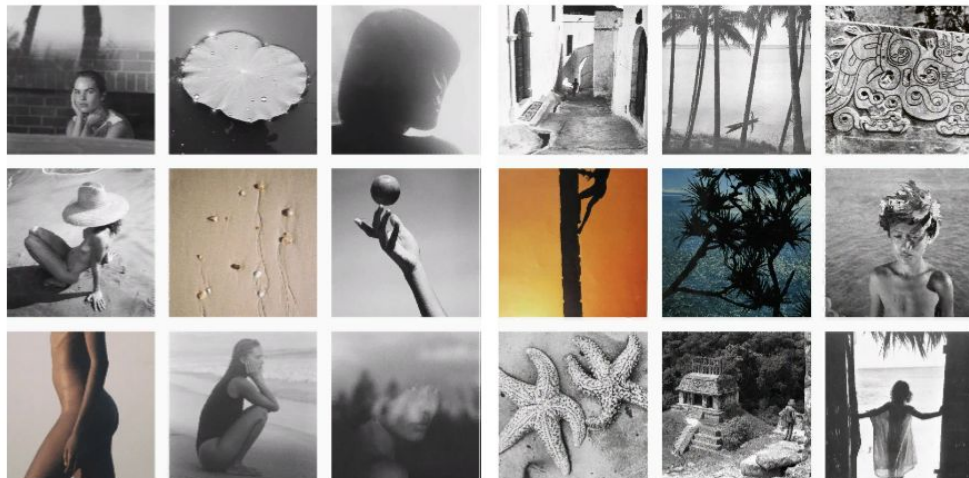
Где вдохновиться: [@steviemada](#),  
[@jordan\\_hemingway](#), [@carlijnjacobs](#),  
[@alexandravonfuerst](#)



# Тренды в обработке

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

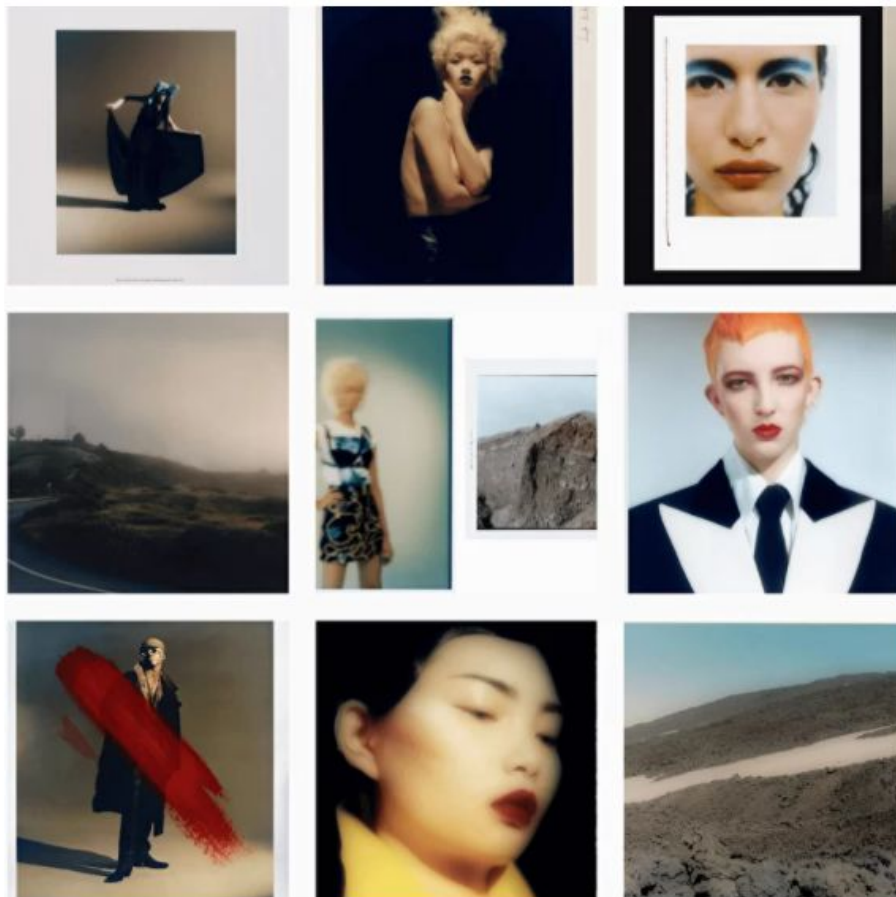
Где вдохновиться: [@pierott](#), [@equator](#)



# Тренды в обработке

Заблюренность фото, художественная  
неидеальность кадра.

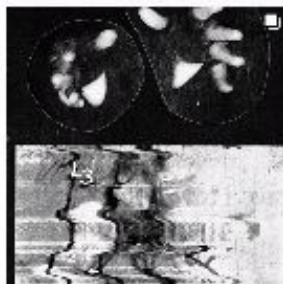
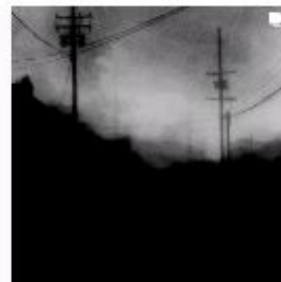
Где вдохновиться: [@trinityellis](#)



# Тренды в обработке

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

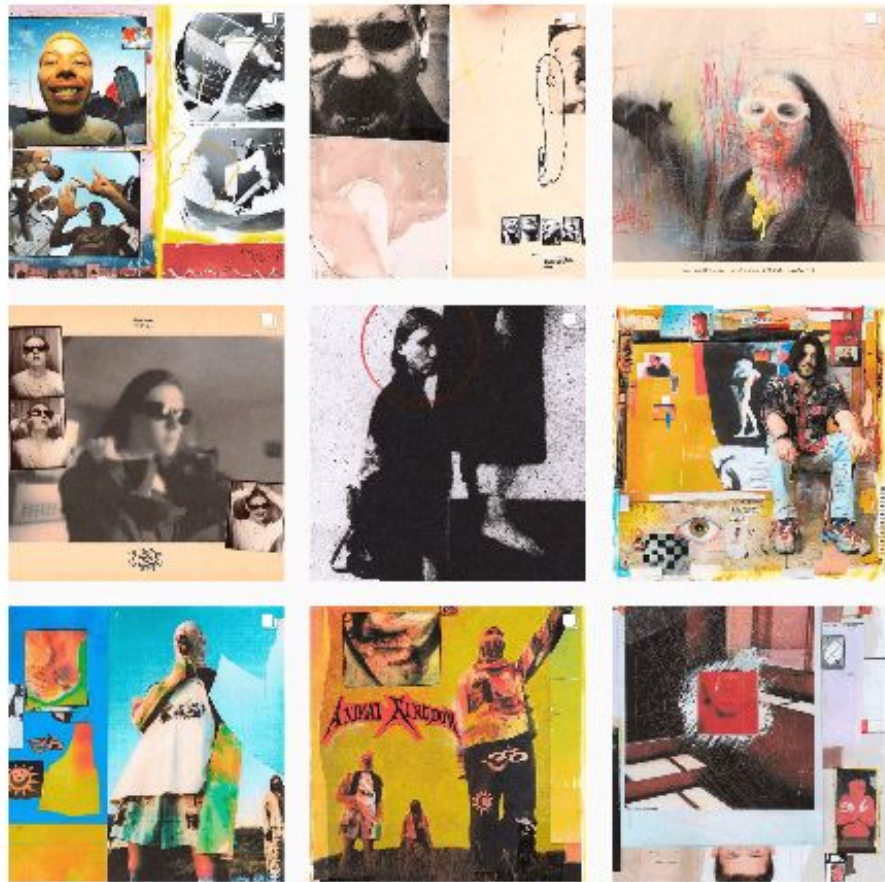
Где вдохновиться: [@leacolombo](#),  
[@jessedraxler](#)



# 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: [@savemymind](#)



# 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



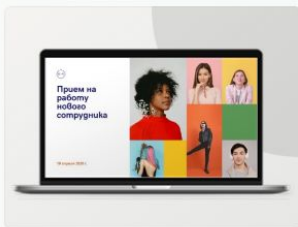
Маркетинг



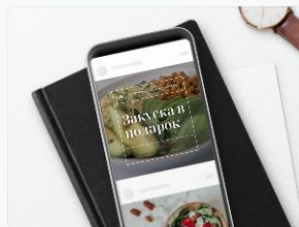
Офис



Еще



Презентация



Публикация в Instagram



Логотип



Плакат



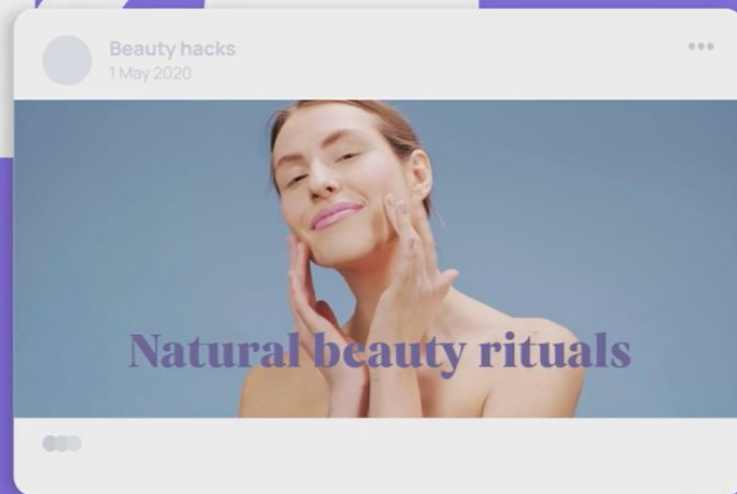


# Instories - самый удобный сервис для создания сторис

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

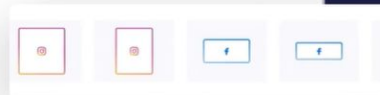
Войти

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