

социального доказательства — человек думает, что уже кто-то сделал это, и, значит, может сделать и он.

19. Слово «это». «А ты совершаешь ЭТИ дурацкие ошибки в русском языке?».

20. Слова «требуется» и «ищем». «Ищем маркетолога!», «Требуется репетитор по физике!».

21. Устойчивые выражения и популярные фразы. «Буду бить аккуратно, но сильно. Или как я победил Оксимирона в рэп-баттле», «Я запрещаю мне запрещать. Или 13+ причин не читать книги».

22. Слово «советы». Лучше всего использовать в связке с цифрами и словом «ТОП». «ТОП-15 советов молодым предпринимателям от Ричарда Брэнсона».

23. Слово «тест». Тест — это своеобразный вызов. «Лишь 2 человека из 100 успешно проходят этот ТЕСТ».

24. Отрицание. Чистой воды провокация, которая вызывает злость у читателя и желание доказать обратное. «Вряд ли вы сможете найти ошибки в этом тексте». «5 причин ничего не

заказывать в нашем интернет-магазине».

25. Адресацию. «Писателям: чему учиться у Людвига».

26. Слова «гарантия» и «гарантируем». «Итальянскую визу гарантируем», «Продаём кроссовки Nike по скидке 50%. С гарантией».

27. Слово «представьте». «Представьте, что вы выходите на сцену, и вам рукоплещут, рукоплещут...»

28. Провокацию. «Спорим, что вы не найдёте 10 отличий на картинках?»

29. Сравнения. «CS:GO или Warface — что выберут настоящие геймеры», «Быстрее, чем спорткар, дешевле, чем «шестёрка» — новый автомобиль компании X».

Составитель: Маркелова О.С.

Источник : www.topthinkblog.ru

ММБУК ЦБС Лукояновского
муниципального района
Центральная детская библиотека

Заголовок текста и его привлекательность

Информбуклет

Лукоянов

2021

Чтобы повысить привлекательность заголовка, используйте:

1. Цифры. Например, «7 навыков высокоэффективных людей», «ТОП-23 лучших книги для саморазвития», «Как писать продающие тексты в 2 раза быстрее». Они дают человеку ощущение того, что текст упорядочен. Что ему не придётся прорываться сквозь словесную толщу, ведь всё уже разложено по полочкам. Исследование компании Conductor показало, что люди на 15% чаще кликают на заголовки с цифрой.

2. Скобки. Например, «Как выбрать автомобиль (личный опыт)», «Упражнения для развития креативности (отобраны с любовью)», «Как испечь блины (советы бабы Маши)». По данным HubSpot заголовки со скобками увеличивают CTR на 38%.

3. Эмоциональные слова и эмодзи 📌. Такие, как лучший, классный, интересный, полезный, дурацкий, секретный и т. д. Эмодзи можно вводить, нажав значок Windows + букву Ж.

4. Усилители. «От А до Я», «ТОП», «Проверенный способ» и другие. Список усилителей (от Дмитрия Новосёлова) можешь скачать здесь.

5. Тире и двоеточие. Пример заголовка: «Мифы о SEO: 5 заблуждений, которые тоннами воруют ваш трафик». Компания LPgenerator ссылается на исследование HubSpot и OutBrain, в котором сказано, что эти знаки препинания повышают кликабельность тайтла на 9%.

6. Вопросительные знаки и предложения. Что-то наподобие: «А вы совершаете эти 9 ошибок в копирайтинге?». Такие заголовки вызывают желание узнать ответ на вопрос.

7. Информационные пробелы. «Я удивился, как много повидал этот 5-летний малыш, но больше всего меня поразило...». Пресловутые многоточия, которые обрывают информацию на самом интересном месте.

8. Прямые императивы. Глаголы а-ля «получите», «купите», «успейте» и т. д.

9. Представления. «Представляем новый лак для ногтей!». «Представляем новое поколение небьющейся посуды!».

10. Слова «теперь» и «наконец-то». «Теперь вы можете не бояться тараканов в квартире». «Учёные наконец-то обнаружили способ дышать под водой».

11. Истории. «Они смеялись надо мной, когда я взял гитару. Но когда я начал играть...»

12. Убойные факты. «Порнография увеличивает эффективность тренировок в спортзале».

13. Новости. «Малыш выжил, несмотря на падение с 10-го этажа».

14. Лёгкость и простоту. «Научитесь зарабатывать 50 000 рублей, тратя на это всего лишь 2-3 часа в день».

15. Бесплатность. «Бесплатная книга — квинтэссенция 10 лет работы веб-дизайнером».

16. «Как (сделать)», «Как я (сделал)». «Как сдать ЕГЭ на 100 баллов», «Как я поступил в Оксфорд, несмотря на то, что родился в Мухомосранске».

17. Слова «почему», «какой», «кто ещё». «Почему современная система образования устарела к чертям», «Какие платья надевают российские бизнесвумен», «Кто ещё хочет научиться играть на рояле?».

18. Слово «тоже». «А вы не хотите ТОЖЕ уйти с наёмной работы и открыть бизнес?». Работает принцип

социального доказательства — человек думает, что уже кто-то сделал это, и, значит, может сделать и он.

19. Слово «это». «А ты совершаешь ЭТИ дурацкие ошибки в русском языке?».

20. Слова «требуется» и «ищем». «Ищем маркетолога!», «Требуется репетитор по физике!».

21. Устойчивые выражения и популярные фразы. «Буду бить аккуратно, но сильно. Или как я победил Оксимирона в рэп-баттле», «Я запрещаю мне запрещать. Или 13+ причин не читать книги».

22. Слово «советы». Лучше всего использовать в связке с цифрами и словом «ТОП». «ТОП-15 советов молодым предпринимателям от Ричарда Брэнсона».

23. Слово «тест». Тест — это своеобразный вызов. «Лишь 2 человека из 100 успешно проходят этот ТЕСТ».

24. Отрицание. Чистой воды провокация, которая вызывает злость у читателя и желание доказать обратное. «Вряд ли вы сможете найти ошибки в этом тексте». «5 причин ничего не

заказывать в нашем интернет-магазине».

25. Адресацию. «Писателям: чему учиться у Людвига».

26. Слова «гарантия» и «гарантируем». «Итальянскую визу гарантируем», «Продаём кроссовки Nike по скидке 50%. С гарантией».

27. Слово «представьте». «Представьте, что вы выходите на сцену, и вам рукоплещут, рукоплещут...»

28. Провокацию. «Спорим, что вы не найдёте 10 отличий на картинках?»

29. Сравнения. «CS:GO или Warface — что выберут настоящие геймеры», «Быстрее, чем спорткар, дешевле, чем «шестёрка» — новый автомобиль компании X».

Составитель: Маркелова О.С.

Источник : www.topthinkblog.ru

ММБУК ЦБС Лукояновского
муниципального района
Центральная детская библиотека

Заголовок текста и его привлекательность

Информбуклет

Лукоянов

2021