

Статейное продвижение — это привлечение посетителей, потенциальных покупателей качественной информацией. При этом, чтобы написать продающую статью или пост нужно придерживаться простых правил. Они улучшат восприятие читателями материала и повысит их заинтересованность. Сама статья и её формат является шаблоном для создания любого контента.

«Читабельность»

Если статья имеет [продающий заголовок](#), то это ещё не значит, что ее дочитают до конца. Прежде всего текст

должен быть лёгким для чтения. Мозг среднего человека должен успевать усваивать информацию, в не

гнаться за строкой. **Нужно дать ему больше времени.** Поэтому, тексты, предназначенные

для стимулирования к действию должны быть более «прозрачными». То есть, иметь большую высоту

строки, чем обычно. Так, как это сделано в этой статье.

Короткие абзацы

Это тоже помогает людям легко воспринимать информацию. Когда человек видит текст, мозг предварительно

«сканирует» его. Длинные абзацы сразу вызывают скуку и **отбивают желание читать дальше.**

Подзаголовки внутри текста

Это делит весь текст на отдельные части и позволяет его воспринимать **одну историю, которая содержит**

в себе ещё несколько других. Это возбуждает интерес читателей к последующим частям текста, даже, если

начало оказалось не очень удачным. Подзаголовки, как бы, подкупают мозг возможностью узнать больше

историй и прочесть всю статью.



Инфографика: 6 правил написать продающую статью скачать бесплатно.

Бесплатно - Добавить в заказы

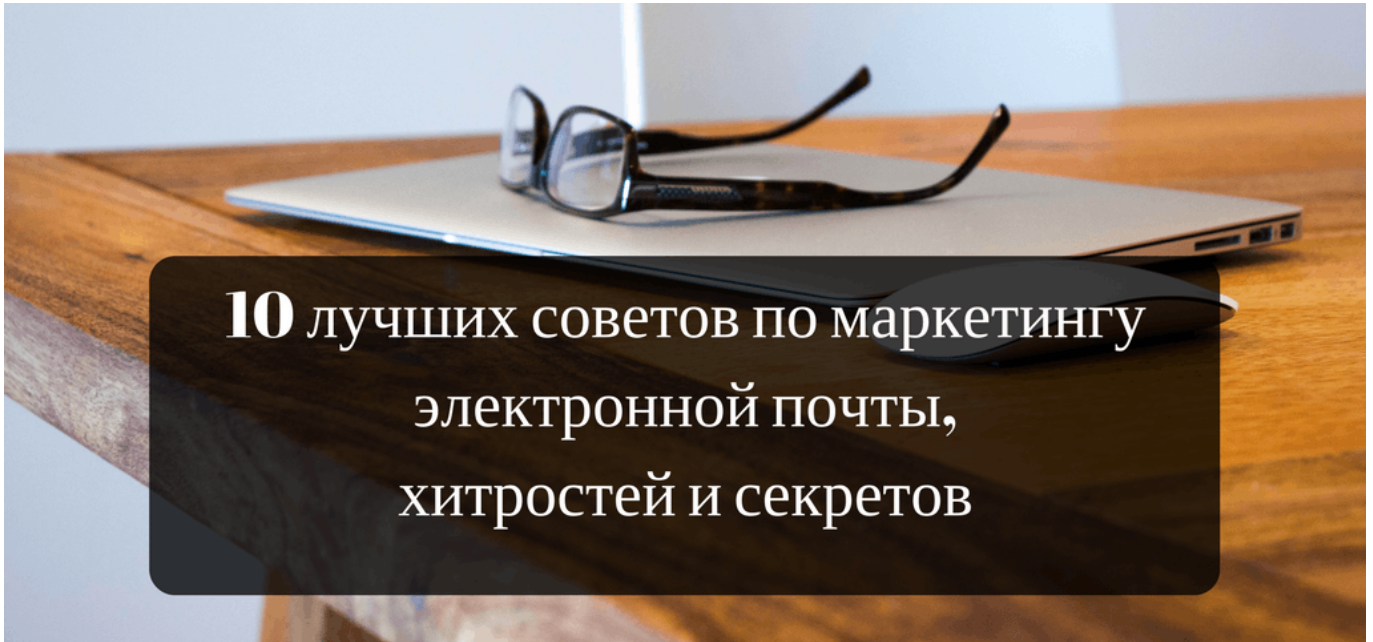
Бесплатно - Добавить в заказы



А теперь, 5 правил создания контента, которые повышают эффективность статейного продвижения в целом:

1. О ком заботится большинство людей? Только о них самих. Поэтому, всё, что вы пишете, должно быть только о читателях, только для читателей: что их волнует и что они хотят. В статье **всё должно быть направлено на то, чтобы им помочь.**
2. Ещё более важно, **показать результаты.** Нужно рассказывать не о результатах, которые вы достигли, **а результатах, которые хотят получить читатели.**
3. Используйте в тексте фразу **«чтобы вы смогли».** Все рассказывают, когда хотят что-либо продать о возможностях и преимуществах услуги или товара. Как правило их не слушают.
Если вы действительно хотите продать, нужно объяснить, **как преимущества товара напрямую связаны с результатами, которые ваши читатели хотят получить.** Есть известная в маркетинге фраза: «Продавайте отверстие, когда хотите продать сверло».
4. Предупреждайте скептицизм читателей фразами **«вы не поверите», «вы будете удивлены»** для описание возможных трудностей, с которыми может столкнуться покупатель в процессе решения проблемы.
5. Используйте классическую конструкцию для построения коммерческого предложения. **«Я знаю, что вы чувствуете, я сам это испытал, я нашел решение.»**
6. Чётко формулируйте в конце продающей статьи, **какой шаг должен в итоге сделать читатель.**

Всё приведенное выше увеличивает шансы, что текст будет прочитан до конца и повысит интерес посетителей. При этом конечно, не нужно забывать об [использовании ключевых слов и фраз](#) в статье.



[E-mail продажи: правила составления писем](#)

Опубликовано: 26 июня, 2017

Поделиться Facebook Twitter Pinterest LinkedIn Приветствуйте получателей индивидуально их именем. Часто вы будете использовать только имя, но для некоторых кампаний оно будет более подходящим. Это расположит к информации ваших потенциальных [Continue reading](#)

[нет комментариев](#)



Как снизить расходы на продвижении в Facebook

Опубликовано: 31 июля, 2017

Для того, чтобы уменьшить затраты на рекламу и продвижение в Facebook, нужно сделать следующее:

[нет комментариев](#)