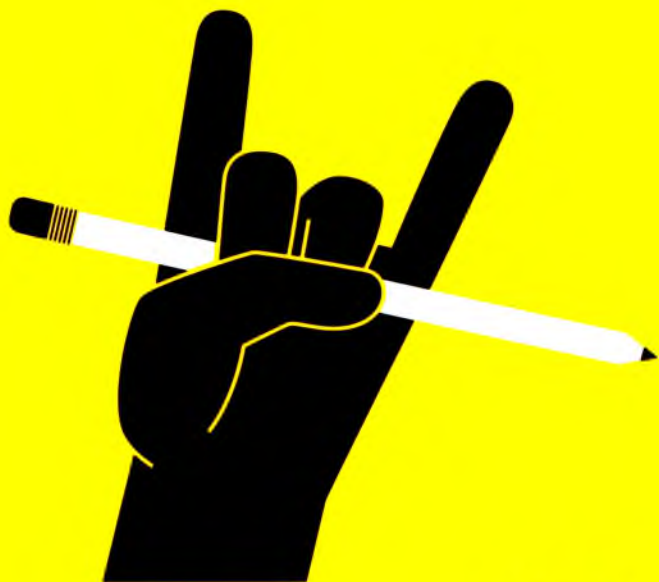


Денис
Каплунов



КОНТЕНТ, МАРКЕТИНГ И РОК-Н-РОЛЛ

**КНИГА-МУЗА
ДЛЯ ПОКОРЕНИЯ
КЛИЕНТОВ
В ИНТЕРНЕТЕ**

Оглавление

Введение	15
Глава 1. Контент всемогущий	18
Кто сказал, что контент — это реклама?	19
Ускорение роста посещаемости	20
Укрепление лояльности к бренду	22
Создание статуса эксперта	23
Привлечение клиентов	24
Рост аудитории сторонников и последователей	26
Новые полезные знакомства	27
Ваш продукт — хит!	28
11 возможностей контента для компаний	29
Что думает о контенте Wall Street Journal?	33
Не заставляйте читателей скучать!	34
Карта информационных потребностей	35
20 признаков ценного контента	37
Сайт + социальные сети = любовь	40
Что такое «контентная стратегия»?	41
Глава 2. Личное дело онлайн-текста	45
Обои или текст?	45
Правило 5 секунд	47
Читают ли тексты на сайтах?	48
В интернете читают быстро	51
23 совета по улучшению читабельности текста	52

Пара слов об уникальности текста	53
Портрет идеального читателя	54
Клятва заботливого автора	55
Классическая структура статьи	57
Чем доказывать свое мнение?	58
Ключевые слова — враги или друзья?	60
Сказка про «жирные» ключевые слова	62
17 секретов использования ключевых слов	64
Виды вхождений ключевых слов	66
Глава 3. Писательское мастерство	72
Пишите о том, в чем разбираетесь	73
Контент по системе Парето	75
Что общего у текста и женской юбки?	76
Как часто нужно публиковать свои статьи и посты?	77
Прописные истины — для слабаков	78
Сладкая парочка «ЧТО?» и «КАК?»	80
11 поцелуев за краткость	85
Полцарства за доступность!	87
14 редакторских советов по написанию текстов	89
22 правила написания цифр, чисел и номеров	90
Как писать быстрее, чем вы это делаете сейчас?	92
Заведите свою фирменную фишку	94
Глава 4. Охота на идеи	97
Я спросил у «Яндекса»...	97
Google сигналиит	99
Twitter знает, где тебя искать...	100
Тематические новости	101
Здравствуй, форум, дорогой!	102
Разведка боем на вебинарах	102

Другие тематические ресурсы	103
Комментарии под микроскопом	104
Письма читателей	105
Читайте тематические книги	105
История в помощь	106
Изучайте и вспоминайте проблемы	108
Полистайте-ка Playboy, и не только... ..	108
Задавайте вопросы своим читателям	110
Изучайте тематические FAQ-статьи	110
Покорите сообщества в социальных сетях	112
«Правило Гагарина»	113
Самый важный совет	114
Глава 5. Идеи для публикаций	115
Напишите информационную статью	115
Поделитесь с аудиторией пошаговым руководством	116
Создайте классификацию	117
Организуйте хит-парад!	118
Соберите коллекцию!	119
Создайте тематический словарь	120
Сделайте подборку полезных статей	122
Напишите рецензию или обзор	124
Сообщите о вероятных ошибках	125
Предложите подборку фактов, исследований и цитат	127
Проведите сравнение	129
Возьмите интервью у эксперта	131
12 советов о том, как подготовить интервью	132
Возьмите комментарии сразу у нескольких экспертов	134
Развейте тематические мифы	135
Напишите статью-оппозицию	136
Расскажите интересную историю	137

Проводите эксперименты и делитесь результатами	139
Переведите хорошую зарубежную статью	141
Культура гостевого поста	142
Предложите интересную эстафету	144
Еще 22 идеи для публикаций	146
15 рекламных идей для публикаций в корпоративных блогах	147
Глава 6. Заголовки, соблазны и рок-н-ролл	150
Первое свидание с заголовком	151
Заголовки-ужастики	152
Составление заголовков по жанру и смыслу	154
«Волшебные слова» для заголовков	156
Сила актуальности в заголовке	158
Как поисковый запрос превратить в суперзаголовок?	159
Секс, наркотики и рок-н-ролл, детка... ..	162
Русские народные заголовки	164
Сексуальные заголовки журнала Cosmopolitan	166
Бизнес-заголовки журнала Forbes	168
Рок-н-рольные заголовки журнала Rolling Stone	169
Некомсомольские заголовки «Комсомольской правды»	170
Глава 7. Новости правят бал	172
11 популярных новостных поводов	173
Что такое значимость новостного повода?	175
12 требований к написанию новости	177
Особенности составления новостных заголовков	178
20 примеров новостных бизнес-заголовков	179
Как подготовить «лид» (вводный абзац новости)	181
Анатомия основного текста новости	183
Важна ли цитата в новости?	185
А напоследок я скажу... ..	187

Глава 8. Фотоконтент	189
Одна картинка или тысяча слов?	189
Фотография или аватар?	191
Станьте фотомodelью!	193
Кому нужна информация о товаре без фото?	196
Покажите возможности своего товара	196
Доказывайте результат с помощью фотографий	199
Показывайте примеры своих работ	199
Скриншот как аргумент	201
Делитесь фотографиями со знаменитостями	202
16 идей для фотографий, которые используют бренды	203
Обучайте свою аудиторию с помощью изображений	204
Нарисуйте текстовую статью	205
Повеселите читателей комиксами	208
Что такое изображения-мемы?	212
«Цитаты мертвых людей»	214
Царевна-фотожаба	217
Дайте возможность читателям поломать голову	219
Проведите фотоголосование!	221
Глава 9. Viva, инфографика и слайд-шоу!	223
Что такое инфографика?	223
Зачем нужна инфографика?	225
12 принципов качественной инфографики	227
15 беспроектных сценариев	229
Пошаговое создание инфографики	231
Символика мира инфографики	233
Социальная инфографика — сделаем мир лучше	234
Кому нужны слайд-презентации?	235
21 совет по созданию эффектных слайдов	237
Слайд-шоу must go on!	239

Глава 10. Видео & аудио — смотри и слушай	243
Когда аудио предпочтительней видео?	243
Приветствуйте и приглашайте лично	245
Не бойтесь камеры, она не кусается	248
Запишите обучающий ролик	250
Поделитесь с читателями видеоподкастом	252
Представьте видеопрезентацию своего продукта	254
Формула эффективного видеоподкаста	256
Новое явление народу: «видеоподкастинг»	258
Все на вебинары!	259
Как подготовиться к проведению вебинара?	261
«Эффект шуршащей купюры» и другие причиндалы	263
Нужен ли вебинару продуманный сценарий?	264
Глава 11. E-mail-newsletter по-русски	267
Вас ист дас e-mail-newsletter?	267
E-mail-newsletter — шикарное конкурентное отличие	269
18 контент-идей для электронного бюллетеня	272
Как рассылку назовете...	274
20+ примеров названий для e-newsletter	276
Подружитесь с почтовым сервисом!	278
Создаем и оформляем newsletter по правилам	279
30 способов быстро создать подписной лист	282
Лучший день для рассылки	285
Как часто следует отправлять e-newsletter?	287
Как не превратить свой бюллетень в скучное чтиво?	289
25 законов подлости в работе с информационной рассылкой	290
Глава 12. Электронная книга — тоже книга	293
Отличный способ «пробы клавиатуры»	294
19 контент-идей для электронных книг	296
Имеет ли размер значение?	297

10 сценариев отличных названий для электронных книг	298
Личный совет Дениса Каплунова по неймингу	304
Руководство по быстрому написанию электронных книг	305
18 правил тайм-менеджмента для авторов	308
«Стероиды» для электронных книг	311
15 советов известных писателей	312
Визуальный маркетинг обложки	314
Как распространять свой будущий «бестридер»?	315
Глава 13. Контент многоликий	318
White paper, или «белая книга»	318
Главная задача white paper	320
Сценарий написания white paper	322
Что такое чек-лист?	323
Как составить чек-лист?	325
Чек-лист как источник контент-идей	326
Интеллектуальная карта сокровищ	328
15 советов по созданию интеллект-карт	329
Создавайте сборники интеллект-карт	330
Готовые решения и благотворительность	331
Отзывы клиентов — это тоже контент, и еще какой!	333
7 секретов создания эффективных отзывов	335
Case study, или История успеха	336
Кейсы как материал для портфолио	338
Предложите читателям пройти тест	340
Сочините тематический кроссворд	341
Глава 14. Всё это рок-н-ролл!	345
30 правил поведения с потребителями контента	345
Вы — не служба поддержки!	348
Покажи личико, комментатор!	350
Заведите свою рок-н-рольную банду!	352

11 + 7 советов по увеличению количества комментариев	353
Поддерживайте начинающих рок-н-ролльщикиков!	356
Как уклониться от летящих помидоров?	359
10 способов превратить скучную мелодию в суперхит	361
Запишите cover-версию	365
Что такое sequel-content?	368
Хит не создается одним инструментом	370
Content placement в ваших публикациях	372
Запишите целый альбом из хитов	374
Обзаведитесь противоядием от звездной болезни	376
Заключение	379