



Чек-лист: как написать статью



Любой текст или статью мы советуем писать по плану, а лучше — по хорошему плану с подробной информацией. Поэтому определившись, что вы хотите сказать и для кого, вы можете следовать нашему чек-листу. Он позволит создавать текст, который расхвоят на цитаты, закидают лайками и положительной кармой.

Пользуйтесь, сохраняйте и делитесь!



ШАГ 1

Выбираем тему для статьи и формулируем заголовки



Существует несколько простых способов быстро определить и сформулировать тему:

1 вариант

Формула создания идеальной темы выглядит так: «Идея + Аудитория = Тема»



Раскроем на примере. Тема «Как не замерзнуть зимой?» звучит довольно скучно. А вот тема «Как не замерзнуть зимой, если вы ходите в летних кроссовках?» сразу фокусируется на определенной аудитории, и становится ясно, кого она точно заинтересует.

2 вариант

Воспользуйтесь подсказками из поисковиков Яндекс и Google.

Составьте список популярных запросов по вашей теме, добавьте к ним слова «кто», «что», «где», «когда», «как» и «почему» и посмотрите, какие подсказки предложит поисковик. Чтобы быть уверенным, что тема окажется популярной, проверьте ее в Вордстат.

3 вариант

Заголовок формата «Как что-то сделать?».

У людей всегда есть спрос на обучение, а особенно на быстрое и легкое обучение. Когда можно чему-то научиться, всего лишь прочитав статью, многие этим воспользуются.



ШАГ 2

Определяем формат подачи темы



Можно выбрать один формат, либо смешивать и дополнять разные:

- Описание услуги или товара.
- Обзор — сравнение двух или несколько аналогичных товаров или услуг.
- Пошаговая инструкция, чек-лист по использованию, созданию, внедрению товаров или услуг.
- Кейс или история успешного проекта. Можно продемонстрировать подход к работе, показать результаты,



на примерах объяснить, что вы делаете лучше других и с какими компаниями сотрудничаете. Хорошо читают статьи, где вы делитесь и неудачным опытом, рассказываете об ошибках, проблемах, которые возникали и как в дальнейшем их устраняли.

- Отзыв. Отзыв помогает убедить читателя в качестве услуг и товаров, а также показать как сильные, так и слабые стороны сервиса или продукта.

ШАГ 3

Собираем фактуру для статьи





Фактура — это фундамент, на котором мы построим текст и наши источники информации. Всегда сохраняйте и указывайте источники, так ваши аргументы будут весомее.

К фактуре можно отнести:

- Реальные или исторические факты, публикации, новости в СМИ.
- Экспертные комментарии на официальных сайтах, в СМИ.
- Статистика, отраслевые отчеты, исследования.
- Личный опыт и наблюдения.

Что не будет являться фактурой?

- Идеи, выводы, правила, проблемы и их решения.

С фактурой не поспоришь, а с вашей интерпретацией вполне. Вот пару советов, как развивать и доказывать мысль, используя фактуру:

- если ваш тезис звучит сложно — приведите пример,
- если что-то не очевидно — подложите контекст,
- если все об этом и так знают — не пишите.



ШАГ 4

Выбираем структуру нашего текста



При написании текста стоит соблюдать единую выбранную структуру:

- Хронологическая структура — исторические факты по годам, месяцам, неделям и т. д.
- Трехчастная структура — «введение — основная часть — заключение».
- Перевернутая пирамида — мысль автора ведет от важного к деталям, от общего к частному, от простого к сложному.
- Тезис — аргумент — вывод. Тезис вводит в курс дела, с помощью аргументов поясняем и доказываем тезис, и делаем вывод, оформляя тезис в законченную мысль.



«Рецепт хорошей концовки» или как завершить текст, чтобы о нем еще долго вспоминали:

- **Хронологический конец.** Это логическое завершение истории, последнее действие из положенных по «сюжету».
- **Фуруристическая концовка.** Она предполагает взгляд в будущее, когда эксперт дает прогноз, что произойдет дальше.
- **Шокирующая концовка.** Даем читателю пищу для размышлений так, чтобы он захотел снова прочитать статью с мыслью «а вдруг я что-то упустил?!».
- **Резюме — супер-выжимка основных тезисов.** Подходит для лонгрида, в котором легко запутаться и забыть важное.
- **Обещанная «конфетка»** — завершить статью инструкцией или чек-листом. Желательно, чтобы его можно было легко скачать и сохранить.
- **Закольцованность** — если в начале статьи вы выдвинули какой-то тезис, можно подтвердить его в конце. В этом случае вы повторяете уже сказанное, но иными словами.



ШАГ 5

Оформляем текст и расставляем акценты



Читателю нужно помогать читать ваш текст и переключать внимание. Для этого стоит:

- делить текст на заголовки и подзаголовки;
- делить текст на абзацы, а длинные предложения на короткие;
- оформлять списки при перечислениях;
- уточнять всю используемую в статье терминологию, расшифровывать сокращения;



- разбавлять текст картинками, лучше собственными фирменными иллюстрациями или фотографиями;
- цитаты оформлять в отдельную графически выделенную область;
- использовать онлайн-программы по улучшению текста:

Онлайн программы по улучшению текста

ОРФОГРАММКА

(orfogrammka.ru) — проверяем пунктуацию, грамматику и стилистику.

ГЛАВРЕД

(glvrd.ru) — очищаем текст от словесного мусора.

ТЕКСТ.РУ

(text.ru) — проверяем текст на уникальность.

ТИПОГРАФ

(www.artlebedev.ru/typograf) — автоматически составляем пробелы, исправляем мелкие опечатки, приводим кавычки к правильному виду, заменяем дефисы на тире в нужных местах и т. д.