# интернет

Кривий Ріг на долоні

№11 (67) октябрь 2015

ДЛЯ ТЕХ, «КТО В ТАНКЕ»

РАСКРУТКА САЙТОВ

• • • рекламный отдел: (098) 576-74-77, (0564) 90-23-78, (067) 569-28-00 • • •

• • • МИССИЯ: ПРОСВЕЩЕНИЕ • • • ЦЕЛЬ: ДОНЕСТИ ПРАВИЛЬНО ПРАВИЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ

• • • 10000 просмотров Вашего предложения в газете всего за 300 грн. • • •


Нашей газете 1 годик!


**КОМІТЕТ**

**по боротьбі з корупцією і порушенням прав громадян**

**При Дзержинському ісполкомі відкрито громадську приймальню**
**Час роботи:**
**З 10-00 до 15-00**
**понеділок, середа, п`ятниця**
**адреса:**
**г. Кривой Рог, пр. Миру 42**
**тел. 92-02-26**
**+38(067) 992 0226**
**г. Николаев**
**+38(067) 120 5719**
**www.komitet.at.ua**

**ВАШ БАНКИР**

**надежный консультант в банковской сфере**

**vashbankir.com**

**аналитика банков - прикосновение НЕЖНОСТИ**

**ШИНОМОНТАЖ**

-резина новая и б/у
-шиномонтаж
-балансировка-прокатка литых дисков от 50 грн.

096-575-17-48 Андрей
(р-н АВТОВОКЗАЛА, 16 автобаза)

**ШКОЛА**

**Интернет-грамотности «3х3» для чайников**

**ОПЛАТА 50 грн**

**067-569-28-00**

**НАША ГАЗЕТА в Интернете**

http://krivoirog.net/blog/gazeta/1-0-5

http://vk.com/internet_tank

https://www.facebook.com/Интернет-для-тех-кто-в-танке-1660487530865359/timeline/

**В беде помогут**

Super TOVAR

**супер товары в Кривом Роге!**

**063-957-51-51**

**Предсказательная астрология в нашем городе**

**098-576-74-77**

# Создаём тексты которые ПРОДАЮТ!

СОЗДАЁМ ТЕКСТЫ КОТОРЫЕ ПРОДАЮТ
ТЕЛ. 098 5767477
РОСТИСЛАВ

**Продолжение: начало в предыдущих номерах**

## Что общего у рекламного текста с детективом?

В любом деле психология и настрой играют важную роль. Создание рекламы – не исключение. Рекламный текст – это не просто набор слов. Он призван заменить личную встречу с клиентом. В этом основная фишка копирайтинга: вы не просто пишете, а ведете беседу. Поэтому применяйте приемы и подходы, которые используете в личном общении.

Задайте себе несколько вопросов.

При встрече с покупателем вы больше «якаете» или «выкаете»? Понимаете ли вы, что и как нужно писать о товаре? Нужно ли просто перечислять его достоинства, насыщать текст цифрами и техническими характеристиками? На каких выгодах имеет смысл остановиться подробнее? О чем говорить в первую очередь?

Задача рекламного текста – увлечь человека, затянуть его в водоворот событий. У такого текста много общего с детективом: каждая строка должна удерживать читателя, сочетать интригу и реализм ситуации. Поэтому особенно эффективны тексты в виде интересных историй.

Знакомый копирайтер однажды показал мне свою подборку текстов, идущих на ура у заказчика – крупного производителя косметических средств. Это были истории о том, как известные путешественники открывали целебные свойства трав и растений. В частности, о том, как Пржевальский в путешествии приболел и шаман лечил его корнем тмина. Как Миклухо Маклай соблазнял туземку, подмешивая ей в напиток тертую кору тропического дерева.

Когда я спросил, реальные ли это истории, мне ответили, что, конечно, нет. Но кто проверит? Главное, чтобы интересно читалось.

С одной стороны, это неправильно и неэтично – придумывать историю, изобретать то, чего не было. С другой стороны, никто не мешает вам рассказывать истории про вымышленных героев. О верном спутнике Христофора Колумба, который страдал морской болезнью и спасался, только принимая тертую кору дуба. О коте Исаака Ньютона или о младшем лаборанте, работавшем под началом Пьера и Марии Кюри.

Мы не историки, а продавцы, а люди не любят покупать, но любят интересные истории.

Еще один подход к текстам – создать ощущение, что клиент уже купил ваш товар, уже держит его в руках. Товар уже работает. И вот эти ощущения и впечатления вы описываете, рисуя яркие картинки.

**«Представьте, вас нежно будит аромат свежих булочек. Он такой, как в детстве, когда вы первый раз с мамой пришли в кафе. Откуда он доносится? Может быть, это сон? Нет, это реальность. Булочки, как в детстве, готовит наша минипекарня.**

*Или*

**Представьте, что будут о вас говорить, когда на встречу выпускников вы приедете на новеньком кабриолете «Мерседес»**.

Истории и погружение читателя в новую реальность – отличные инструменты. Используйте их.

## Как проверить текст «на вшивость»?

Как узнать, будет человек читать текст или нет? Прочитайте текст вслух. Вслух! Это ключевой момент. Не про себя, а громко и с выражением. Чувствуете, как краска заливает уши, а язык заплетается на длинных сложных предложениях про «мегауникальные инновации, присутствующие в каждом образце этого оригинального товара по невероятно низкой цене»? Если вы такой кошмар никогда, глядя в глаза клиенту, не произнесете, то и на бумагу подобные конструкции «вываливать» не стоит.

Было время, когда я работал в рекламном агентстве. В мои обязанности входило писать сценарии для аудироликов. Задача сложная, но интересная. Хронометраж ролика ограничен 15, 20 или 30 секундами, а хочется сказать столько всего. Как определить объем текста? В работе я использовал простую формулу. Диктор без спешки способен произнести два слова за 1 секунду. Значит, сценарий 15 секундного ролика должен уложиться в 30 слов, а 30 секундного – в 60.

И что произошло? Сценарий написал, с клиентом согласовал, поехал в студию на озвучку. Меня всегда удивляло, зачем актеры «разминаются» перед записью. Что сложного – ведь нужно прочитать всего 30 слов. Однако профессиональный актер только с пятого дубля смог без запинки и с выражением произнести «пр едлагаем тр адиционное качество усовер шенствованных моделей».

С точки зрения математики все в моем сценарии было правильно. И с рекламной точки зрения все верно – акценты, где нужно, расставлены. Но на коммуникативном уровне – провал: конструкции, сложные для восприятия. Пришлось спешно все переписывать.

## Что такое продающий текст?

Как следует из названия, продающий текст – это текст, который кому то что то продает. Другими словами, после его прочтения человек должен выполнить определенное действие. Какое? То, о котором вы его попросили. Например, сделать покупку, зарегистрироваться на сайте, оформить заказ и т. д.

Так вот, сначала вам нужно понять, чего вы хотите от читателя, а потом писать текст. Никак не наоборот. Представляете, а потом действуете. Представили, чего вы ждете от читателя? Скорее всего, звонка в офис или оформления покупки. Держите это в голове. Продолжаем разговор.

Продающий текст – это лестница, состоящая из нескольких ступеней. По ним вы ведете читателя.

Первая ступень – понимание. Читатель должен понять, что вы предлагаете.

Вторая ступень – «что делать». Читатель должен понять, что ему нужно сделать.

Третья ступень – «почему сейчас?». Читатель должен понять, почему действовать нужно именно сейчас, а не откладывать на потом. Это возможно сделать с помощью ограничений. О них мы будем говорить далее. Но если человек не понял, что вы предлагаете, то дальше дело не пойдет.

Вот вам, читатель, именно вам – нужен синхрофазотрон? Такой уникальный прибор с инновационными технологиями внутри? Нет? А со скидкой 50 %? Опять нет? А с бесплатной пожизненной сервисной поддержкой? Снова нет?

Причина «нет» в том, что вы просто не понимаете, зачем вам этот агрегат. Поэтому все дальнейшие приемы и трюки прошли «мимо кассы». А если бы вы узнали, как синхрофазотрон жарит картошку, то разговор о скидках и бонусах вызвал бы неподдельный интерес.

(*продолжение в следующем номере*)

# ПИРАМИДЫ 2

Египетские пирамиды

А вот английский археолог Флиндерс Петри считает, что сто тысяч строителей, работая по три месяца в году, могли бы возвести эту грандиозную пирамиду быстрее, чем за двадцать лет. Чтобы поднять блоки, египтяне из кирпича и камня строили наклонную насыпь с углом подъема около пятнадцати градусов. По мере того как строилась пирамида, насыпь постепенно удлиняли. Диодор Сицилийский утверждал, что по этим насыпям камни тащили на деревянных санях. И действительно, археологами были обнаружены остатки таких саней. Современные исследователи считают, что для уменьшения трения каменную трассу постоянно смачивали водой, так что полозья легко скользили по образовавшейся грязи. Затем с помощью деревянных рычагов блоки устанавливали на нужное место. Когда строительство подходило к концу, наклонную насыпь разравнивали, а поверхность пирамиды закрывали облицовочными блоками. Изначально пирамиды снаружи были облицованы розовыми плитами и венчались небольшими пирамидками — золотыми пирамидионами. Их эффект был сравним с эффектом золоченых куполов православных храмов, которые выступают как аккумуляторы и трансформаторы тонкой духовной энергии (другими словами, благодати, снисходящей на верующих в процессе службы). Рисунки и иероглифы на стенах и потолках сохранились до сегодняшнего дня — хотя возраст их превышает четыре тысячи лет, а свежесть красок на рисунках в некоторых местах такая, словно их создавали вчера.

Во все века существования пирамиды своим великолепием и величием будоражили умы как простых людей, так и правителей. Так, Наполеон, сражавшийся с англичанами на берегах Нила, однажды захотел побывать внутри пирамид Египта, поразившись огромными масштабами этих сооружений. Начало «экскурсии» не было удачным: в пирамиде Хеопса Наполеону стало так плохо, что его вынесли оттуда на руках. Тогда он поехал к другой пирамиде, к пирамиде Униса, где когда-то были найдены так называемые «Тексты пирамид», которые являлись древнейшими заупокойными молитвами, ритуальными и магическими заклинаниями. Войдя внутрь, великий французский полководец приказал оставить его одного. Наружу он вышел спустя сутки, хотя ему самому показалось, что прошло не более двух часов. После этого Наполеон существенно поменял свои планы: он оставил войска на заместителей, вернулся на родину, разогнал Французскую республику и чуть позже провозгласил себя императором. Как утверждают некоторые историки, в пирамиде Наполеону было «показано» все, что с ним было и будет вплоть до смерти на острове Святой Елены. Сегодня пирамида Униса недоступна для туристов. На сегодняшний день в Египте имеется около тридцати пяти комплексов пирамид различной степени сохранности. В основном это не очень большие сооружения, построенные в качестве усыпальниц фараонов. Но три Великие пирамиды на плато Гиза возле Каира стоят особняком. Они построены в такой удивительной математической гармонии относительно друг друга — от высоты и объемов до размеров внутренних помещений и длины коридоров, — что не одно поколение людей теряется в догадках: какую же информацию хотели донести до нас древние строители?

Также остается неразгаданным и то, как, например, древние египтяне, имея под рукой только каменные и медные долота, смогли обрабатывать гранитные плиты так, что между блоками практически нет зазоров? Как удалось углубиться в скальное основание пирамиды почти на сто метров вниз? И как можно в течение двадцати лет уложить в строгом порядке, идеально по магнитным линиям Земли почти два с половиной миллиона кирпичей весом две-три тонны каждый? Это означает, что ежесуточно наверх поднимались примерно триста сорок шесть блоков, то есть каждые пять минут по кирпичику и днем, и ночью. Конечно, человек порой может и горы свернуть, но это просто поразительно.

Эзотерическая версия относительно Египта такова: данная цивилизация была заложена спасшимися во время Всемирного потопа верховными жрецами легендарной Атлантиды. Предполагают, что атлантам удалось «подвесить» над своим материком нечто подобное пирамидальному искусственному спутнику, с помощью которого они преобразовывали космическую энергию, изменяли гравитационные поля, управляли погодой, летали и т. д. В итоге люди начали использовать энергии больше, чем могла принимать и перерабатывать Земля, баланс был нарушен, материковые пласты существенно сместились и Атлантида ушла под воду. Наученные горьким опытом (к трагедии привели сверхзнания, оказавшиеся в руках не очень достойных людей, которые воспользовались ими в личных корыстных целях), люди, посвященные в великие тайны мироздания, поклялись раскрывать их только избранным.

Иногда исследователи-энтузиасты называют египетские пирамиды прямой лестницей в небо, ведь они довольно точно повторяют расположение трех ярких звезд в созвездии Ориона. И Млечный Путь проходит совсем рядом с ними, как и русло Нила по отношению к пирамидам. Может быть, древние мудрецы таким способом изобразили карту звездного неба и указали конкретно на созвездие Ориона, как бы сообщая: вот откуда мы пришли, вот наша родина.

(*продолжение в следующем номере*)

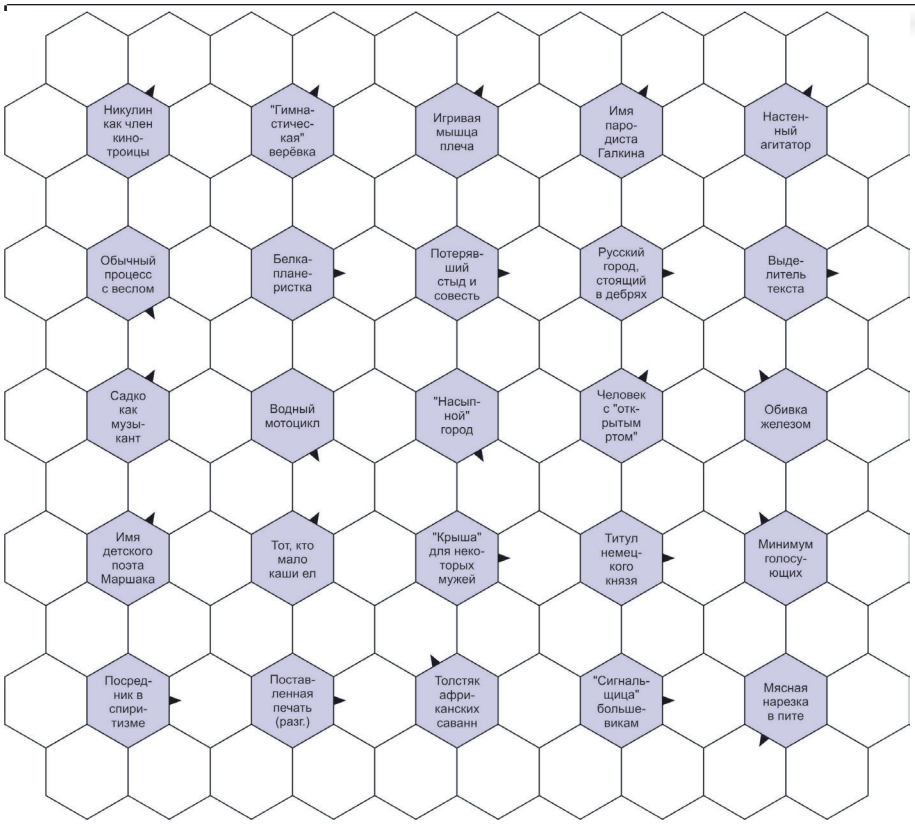
# ГОРОСКОП НА НОЯБРЬ 2015

В ноябре 2015 года, нам придётся снять розовые очки и спуститься с небес на землю. Если вы хотите, чтобы в ноябре вам везло, то прежде, чем покорять новые жизненные вершины, откажитесь от иллюзий и начните смотреть на жизнь более реалистично. Если же вы – стопроцентный реалист, готовьтесь к тому, что в этом месяце счастливых шансов у вас будет более чем достаточно. Если же вы в душе романтик и идеалист, то вам лучше не предпринимать ничего серьёзного, чтобы не столкнуться лицом к лицу с суровыми жизненными реалиями! Ноябрь будет удачен для бизнесменов и вообще для деловых людей, знающих цену деньгам и умеющих их зарабатывать. Если у вас хорошо развита деловая хватка, можете рискнуть и попробовать в этом месяце открыть свой собственный бизнес. В любовных отношениях на первый план выйдут приоритеты верности и надёжности. В ноябре измена одного из партнёров может быстро привести к резкому разрыву отношений и расставанию. Так что, не изменяйте своим любимым!

В первой декаде ноября 2015, нас ожидает динамичный период, когда у любого из нас может появиться желание выйти за рамки общественных стереотипов и совершить нечто грандиозное и значительное. Это хорошее время для любых начинаний, но больше всего на профессиональную и финансовую удачу могут рассчитывать те, кто сотрудничает с далеко живущими людьми, и чей бизнес связан с частыми поездками. Это также подходящее время для переезда на другое место жительства, или для простого путешествия с целью посмотреть места, где никогда не был. Если в вашей жизни есть острые, кризисные ситуации, в начале ноября вы непременно сможете найти из них выход, если не откажитесь критически посмотреть на свой образ жизни. Хотите поменять свою жизнь, начните сначала менять своё мировоззрение – и сами удивитесь тем хорошим переменам, которые произойдут у вас в делах и в личной жизни!

Вторая декада ноября 2015 окажется для всех нас напряжённым и конфликтным периодом. С одной стороны, всем известно, что в споре рождается истина, и что конфликты бывают не только деструктивными, но и конструктивными. Но, с другой стороны, если вы вспыльчивы и плохо владеете собой, то лучше будет, если в это время вы вообще будете избегать любых споров и разборок, чтобы не рисковать отношениями с близкими людьми. Середина ноября 2015 – подходящее время для раскрытия любых тайн и для решения жизненных загадок. Если вы хотите разобраться в непонятной проблеме, то можете пойти двумя путями: или заняться сбором информации по интересующему вас вопросу, или хорошо проанализировать те факты, которые вы уже знаете – оба эти пути приведут вас к пониманию ситуации. Влюблённым звёзды советуют не верить слухам и сплетням, чтобы не потерять своё счастье!

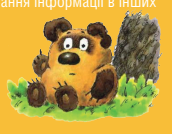
Третья декада ноября 2015 подходит всем нам для налаживания партнёрских отношений и для урегулирования любовных проблем. Венера, проходящая по знаку Зодиака Весы, пробудит в нас стремление к возвышенной любви и чувственной гармонии. Этот период хорош, прежде всего, для тех, кто устал от ссоры и мечтает помириться с любимым человеком. В заключительный период ноября все примирения будут происходить легко и быстро, так что, ловите момент! Конец ноября принесёт удачу и признание многим талантливым людям, которые посвятили свою жизнь творчеству и искусству. Не сдерживайте свои душевные порывы и дайте волю творческой фантазии – и ваш успех может превзойти все ваши ожидания! Это также подходящее время для подписания деловых соглашений и заключения новых взаимовыгодных бизнес-договоров.



Совместный проект газеты «Кривий Ріг на долонях»
свідоцтво про реєстрацію ДП №1980-718 Р від 28.08.2012
Засновник Безклинська Л.А.
и МОО «Институт информационного общества»
Совет директоров МОО: Удовенко Валерий Александрович, председатель МОО «Институт информационного общества»
тел. (0564) 90-23-78, (067) 569-28-00

Романченко Ростислав Валериевич, технический директор;
Турило Анатолий Анатольевич, коммерческий директор

Редакція не завжди поділяє точку зору авторів публікацій. Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен та наявність ліцензій, авторських прав та інших відомостей несуть автори публікації.

Відповідальність за зміст і достовірність інформації у рекламних публікаціях несе рекламодавець. Використання інформації в інших ЗМІ тільки з дозволу редакції

Віддруковано в друкарні
Загальний наклад:
Замовлення №