

Оглавление

Введение	13
Глава 1. Контент всемогущий	16
Кто сказал, что контент — это реклама?	18
Ускорение роста посещаемости	19
Укрепление лояльности к бренду	21
Создание статуса эксперта	22
Привлечение клиентов	24
Рост аудитории сторонников и последователей	26
Новые полезные знакомства	28
Ваш продукт — хит!	29
11 возможностей контента для компаний	30
Что думает о контенте Wall Street Journal?	35
Не заставляйте читателей скучать!	37
Карта информационных потребностей	38
20 признаков ценного контента	41
Сайт + социальные сети = любовь	45
Что такое контентная стратегия?	46
Глава 2. Личное дело онлайн-текста	51
Обои или текст?	52
Правило 5 секунд	54
Читают ли тексты на сайтах?	55
В интернете читают быстро	58
23 совета по улучшению читабельности текста	60
Пара слов об уникальности текста	62
Портрет идеального читателя	63
Клятва заботливого автора	64
Классическая структура статьи	66
Чем доказывать свое мнение?	68
Ключевые слова — враги или друзья?	70
Сказка про «жирные» ключевые слова	73
17 секретов использования ключевых слов	75
Виды вхождений ключевых слов	77

Глава 3. Писательское мастерство	85
Пишите о том, в чем разбираетесь	87
Контент по системе Парето	89
Что общего у текста и женской юбки?	91
Как часто нужно публиковать свои статьи и посты?	92
Прописные истины — для слабаков	94
Сладкая парочка «ЧТО?» и «КАК?»	96
11 поцелуев за краткость	102
Полцарства за доступность!	104
14 редакторских советов по написанию текстов	107
22 правила написания цифр, чисел и номеров	109
Как писать быстрее, чем вы это делаете сейчас?	112
Заведите свою фирменную фишку	114
Глава 4. Охота на идеи	117
Я спросил у «Яндекса»... ..	118
Google сигналил	120
Twitter знает, где тебя искать... ..	121
Тематические новости	122
Здравствуй, форум, дорогой!	123
Разведка боем на вебинарах	124
Другие тематические ресурсы	126
Комментарии под микроскопом	127
Письма читателей	127
Читайте тематические книги	128
История в помощь	129
Изучайте и вспоминайте проблемы	131
Полистайте-ка Playboу, и не только... ..	132
Задавайте вопросы своим читателям	134
Изучайте тематические FAQ-статьи	135
Покорите сообщества в социальных сетях	136
«Правило Гагарина»	138
Самый важный совет	139
Глава 5. Идеи для публикаций	141
Напишите информационную статью	141
Поделитесь с аудиторией пошаговым руководством	142
Создайте классификацию	143
Организуйте хит-парад!	145
Соберите коллекцию!	147

Создайте тематический словарь	148
Сделайте подборку полезных статей	150
Напишите рецензию или обзор	153
Сообщите о вероятных ошибках.	154
Предложите подборку фактов, исследований и цитат	156
Проведите сравнение	159
Возьмите интервью у эксперта.	162
12 советов о том, как подготовить интервью.	164
Возьмите комментарии сразу у нескольких экспертов.	165
Развейте тематические мифы	167
Напишите статью-оппозицию	168
Расскажите интересную историю	170
Проводите эксперименты и делитесь результатами	172
Переведите хорошую зарубежную статью	175
Культура гостевого поста.	177
Предложите интересную эстафету	179
Еще 22 идеи для публикаций	181
15 рекламных идей для публикаций в корпоративных блогах ...	182
Глава 6. Заголовки, соблазн и рок-н-ролл	186
Первое свидание с заголовком	187
Заголовки-ужастики	188
Составление заголовков по жанру и смыслу	191
«Волшебные слова» для заголовков	194
Сила актуальности в заголовке	196
Как поисковый запрос превратить в суперзаголовок?	197
Секс, наркотики и рок-н-ролл, детка.	200
Русские народные заголовки	203
Сексуальные заголовки журнала Cosmopolitan	206
Бизнес-заголовки журнала Forbes.	208
Рок-н-рольные заголовки журнала Rolling Stone	209
Некомсомольские заголовки «Комсомольской правды»	210
Глава 7. Новости правят бал	213
11 популярных новостных поводов	214
Что такое значимость новостного повода?	218
12 требований к написанию новости	219
Особенности составления новостных заголовков	221
20 примеров новостных бизнес-заголовков	222
Как подготовить «лид» (вводный абзац новости)	225

10 Контент, маркетинг и рок-н-ролл

Анатомия основного текста новости	227
Важна ли цитата в новости?	230
А напоследок я скажу... ..	232
Глава 8. Фотоконтент.	234
Одна картинка или тысяча слов?	234
Фотография или аватар?	236
Станьте фотомodelью!	239
Кому нужна информация о товаре без фото?	242
Покажите возможности своего товара	243
Доказывайте результат с помощью фотографий	246
Показывайте примеры своих работ	247
Скриншот как аргумент	249
Делитесь фотографиями со знаменитостями	251
16 идей для фотографий, которые используют бренды	252
Обучайте свою аудиторию с помощью изображений	253
Нарисуйте текстовую статью	255
Повеселите читателей комиксами.	259
Что такое изображения-мемы?	262
«Цитаты мертвых людей»	264
Царевна-фотожаба.	269
Дайте возможность читателям поломать голову	270
Проведите фотоголосование!	273
Глава 9. Viva, инфографика и слайд-шоу!	276
Что такое инфографика?	276
Зачем нужна инфографика?	279
12 принципов качественной инфографики	281
15 беспроигрышных сценариев	284
Пошаговое создание инфографики	286
Символика мира инфографики	288
Социальная инфографика — сделаем мир лучше	290
Кому нужны слайд-презентации?	291
21 совет по созданию эффектных слайдов	294
Слайд-шоу must go on!	297
Глава 10. Видео & аудио — смотри и слушай	301
Когда аудио предпочтительней видео?	302
Приветствуйте и приглашайте лично	304
Не бойтесь камеры, она не кусается	307
Запишите обучающий ролик	310

Поделитесь с читателями видеоинтервью	313
Представьте видеопрезентацию своего продукта	316
Формула эффективного видеоотзыва	319
Новое явление народу: «видеоподкастинг»	320
Все на вебинары!	323
Как подготовиться к проведению вебинара?	325
«Эффект шуршащей купюры» и другие причиндалы	328
Нужен ли вебинару продуманный сценарий?	329
Глава 11. E-mail-newsletter по-русски	333
Вас ист дас e-mail-newsletter?	333
E-mail-newsletter — шикарное конкурентное отличие	335
18 контент-идей для электронного бюллетеня	340
Как рассылку назовете	341
20+ примеров названий для e-newsletter	344
Подружитесь с почтовым сервисом!	346
Создаем и оформляем newsletter по правилам	348
30 способов быстро создать подписной лист	352
Самый лучший день для рассылки	356
Как часто следует отправлять e-newsletter?	358
Как не превратить свой бюллетень в скучное чтение?	361
25 законов подлости в работе с информационной рассылкой	363
Глава 12. Электронная книга — тоже книга	366
Отличный способ «пробы клавиатуры»	367
19 контент-идей для электронных книг	370
Имеет ли размер значение?	372
10 сценариев отличных названий для электронных книг	373
Личный совет Дениса Каплунова по неймингу	380
Руководство по быстрому написанию электронных книг	381
18 правил тайм-менеджмента для авторов	384
«Стероиды» для электронных книг	389
15 советов известных писателей	391
Визуальный маркетинг обложки	393
Как распространять свой будущий «бестридер»?	395
Глава 13. Контент многоликий	398
White paper, или «белая книга»	398
Главная задача white paper	401
Сценарий написания white paper	403
Что такое чек-лист?	404

12 Контент, маркетинг и рок-н-ролл

Как составить чек-лист?	407
Чек-лист как источник контент-идей	408
Интеллектуальная карта сокровищ	411
15 советов по созданию интеллект-карт	412
Создавайте сборники интеллект-карт	414
Готовые решения и благотворительность	415
Отзывы клиентов — это тоже контент, и еще какой!	418
7 секретов создания эффективных отзывов	419
Case study, или история успеха	422
Кейсы как материал для портфолио	424
Предложите читателям пройти тест	426
Сочините тематический кроссворд	428

Глава 14. Всё это рок-н-ролл! 432

30 правил поведения с потребителями контента	432
Вы — не служба поддержки!	437
Покажи личико, комментатор!	438
Заведите свою рок-н-рольную банду!	441
11+7 советов по увеличению количества комментариев	442
Поддерживайте начинающих рок-н-рольщики!	447
Как уклониться от летящих помидоров?	450
10 способов превратить скучную мелодию в суперхит	454
Запишите cover-версию	460
Что такое sequel-content?	463
Хит не создается одним инструментом	465
Content placement в ваших публикациях	468
Запишите целый альбом из хитов	470
Обзаведитесь противоядием от звездной болезни	474

Заключение.....476