

Отзывы на книгу

Уникальность книги Дамира в том, что он сумел адаптировать свои правила создания сильного текста к самым свежим и востребованным форматам в соцсетях, включая аудиочаты и мобильные мессенджеры.

Раздел про подкасты, как и главу о видеоформатах, я читала с карандашом в руке. По сути, вы получаете ключ к самому важному в работе над контентом: как увлечь аудиторию, погрузив ее в текст, в видео или сторис? Как удержать и подвести к целевому действию, следуя от первой фразы ко второй, от второй к третьей, когда остановиться и не читать дальше — невозможно.

Хотите победить рассредоточенность вашего подписчика? Берите книгу и пишите. Даже если никогда раньше не писали, у вас получится. В ней есть все — от определения Reels до способов удержания внимания.

И, конечно, нельзя не упомянуть фантастически легкий авторский стиль. А самое интересное то, что в книге еще и спрятаны советы по повышению конверсии через контент, по созданию сообществ и выстраиванию воронок продаж. Это уже не копирайтинг, а полноценный контент-маркетинг.

Ольга Берек, @olgaberek, бизнес-блогер,
президент Национальной ассоциации блогеров

На что вы обращаете внимание, когда серфите в интернете? На красивые изображения, видео и фото, конечно же. Но удерживают внимание читателя, дают ему ценность и продают не они, а увлекательные и полезные тексты и истории. Один из лучших способов сделать тексты и полезными, и продающими — метод скользкой горки, блестяще описанный Дамиром в этой книге.

Ведущий российский маркетинговый эксперт Дамир Халилов щедро делится своими техниками и лучшими практиками, рассказывает о своих ошибках. Можно придумывать велосипед самому, а можно быстро научиться настраивать продающий энергичный маркетинг у Дамира. Искренне рекомендую эту книгу всем, кому важно эффективное и актуальное продвижение с помощью интернет-инструментов маркетинга!

Сергей Бехтерев, эксперт в области построения самоуправляемых организаций, исследователь организаций будущего, партнер компании «Правила игры», сооснователь компании «Бизнес со смыслом»

Книга Дамира Халилова «Метод скользкой горки» — это бизнес-роман о современных тенденциях в социальных сетях; это пошаговое руководство, дающее даже больше, чем необходимо для работы над текстом. Вы научитесь писать и слушать музыку текста, а также дирижировать прилагательными восприятия и глаголами действий. Вы узнаете, что такое эстафета любопытства, «сцепление» текста с Читателем, онкология текста, принцип схожести, чувство сопричастности, птица за птицей. А главное, ваши тексты точно будут интересны любому.

Дария Бикбаева, дизайнер эмоций, организатор событий, автор книги «Включите сердце и мозги»

Она порвала все мои шаблоны!!!

Она — это книга Дамира. Даже этот отзыв написан на основе принципа скользкой горки. Если ты остановишься и прочел этот отзыв — значит принципы, описанные в книге Халилова, работают. Настоятельно рекомендую к прочтению всем тем, кто использует соцсети для продвижения себя и своего личного бренда, своих продуктов и сервиса.

Ласло Габани, эксперт по платным подпискам,
профессиональный фотограф

В наше время сложно найти книгу, которая будет полноценной инструкцией, четким и пошаговым алгоритмом решения конкретных задач. Книга Дамира Халилова «Скользкая горка» — одна из таких. Для новичков это открытие новой Вселенной и возможность получить знания и навыки от мэтра; для опытных специалистов — помощь в поиске тех самых жемчужин пользы и конкретики, которые позволят развить и усилить свои навыки. Книгу однозначно рекомендую к прочтению контент-менеджерам, SMM-специалистам, маркетологам, предпринимателям, ну и, конечно, копирайтерам!

Андрей Гавриков, эксперт по маркетингу, основатель
Completo и MaEd

Социальные сети, такие как TikTok, Facebook, Instagram, «ВКонтакте», сегодня стали видом искусства. Способом, которым человечество хочет запечатлеть все, что происходило и происходит. Но для того, чтобы сегодня быть понятым, нужно использовать

совершенно другие инструменты и технологии. Эта книга хорошо подходит специалистам, которые хотят доносить свои мысли и идеи до аудитории так, чтобы она их поняла, и делать свой бизнес, пользуясь новым видом искусства.

Руслан Гафаров, автор книг о современных бизнес-процессах, эксперт в построении культуры организаций

Бывают у людей друзья как друзья. Дружишь с ним много лет и при этом знаешь, что твой друг — автор книг, или путешественник, или бизнесмен, или еще кто-то. Но в целом ничего сверхординарного.

Но иногда...

Дружишь с человеком — и одновременно осознаешь: это — личность. И живет она, и мыслит на таких нереальных, уму твоему непостижимых уровнях и оборотах, что после каждого ее взлета у тебя заходится от восторга сердце и сбивается дыхание. Так что только и остается, что спрашивать в полном изумлении: «Черт побери... КАК?!!!»

До сих пор вершиной творчества Дамира я считал «Ловзар». Мощнейший роман, снабженный неким секретным механизмом: его можно читать несколько раз и всякий раз как новую книгу.

Да, но то хотя бы был роман! А тут — «Скользкая горка», руководство для интернет-писателей! По сути, учебник!

Может ли учебник быть жгуче интересным, в стиле «невозможно оторваться»? Может ли учебник быть многослойным повествованием (то самое «в этой книге

скрывается множество книг»)? А может ли учебник чисто физически действовать на организм читателя как лошадиная доза адреналина пополам с чистейшим кофеином, да еще с мощной добавкой дефицитных витаминов?

Вы не поверите: оказывается, может.

Встречайте: Дамир Халилов «Метод скользкой горки».

Юрий Дружбинский, генеральный директор *Druzhbinsky Academy*, автор книг

Дамир написал не просто книгу. Он создал Метод копирайтинга для социальных сетей. Настоящий Метод имеет философскую, научную основу и детально разработанную технологию — у Дамира есть и то, и другое. Читая его книгу, я не просто учусь использовать приемы, техники и трюки: я точно понимаю, почему я именно здесь именно сейчас именно так использую конкретный прием, технику или трюк!

Готовлюсь ли я к написанию текста, работаю ли над текстом, обращаюсь ли к сторителлингу, рассматриваю ли разные форматы контента, я точно знаю «почему» — и я могу творить, могу экспериментировать с формами и приемами, а не просто тупо применять прием по одной схеме, предложенной автором! Если этого нет, остаются «три притопа, два прихлопа», которые обычно не очень работают... А Метод работает! Метод скользкой горки Дамира Халилова работает! Проверено на себе!

Вадим Курилов, тренер по голосу и публичным выступлениям, *Designated Linklater teacher*

Дамир написал исчерпывающее руководство по работе со всеми возможными формами контента для социальных сетей. Даже про «Яндекс.Кью» и голосовые чаты в Telegram. Такое чувство, что в книге описано то, чего еще и в природе не существует. А почему? Да потому, что законы правильного сторителлинга вечны. Так что, если вы их постигнете, и в суперновых медиа вы тоже будете успешны. Книга написана языком, понятным людям 30–40 лет. Как раз таким людям зачастую вообще непонятно, как вести себя «во всех этих инстаграмах» и «тик-токах». А вы там нужны! Этим медиа нужна ваша экспертность. Так что книга Дамира — ваш билет в бессмертие 2.0 в этом новом безумном мире с его коммуникациями, перетекающими из одной в другую и приправленными хайпом. Там не страшно! Там очень интересно! Вперед же? Вперед!

Роман Масленников, директор агентства «Взрывной PR»

В книгах Дамира всегда самые полезные и самые актуальные советы.

Без воды. Бери и делай.

Если есть возможность прочитать только одну книгу по SMM, читайте эту!

Лариса Парфентьева, автор бестселлеров издательства «Манн, Иванов и Фербер», создатель писательского курса «Текстура»

В какой-то момент казалось, что в копирайтинге уже нет ничего нового, все уже сказано и написано. При этом ежегодно появлялись новые форматы коммуникации с аудиторией и чувствовалось, что правила

копирайтинга устарели и бесполезны, когда дело доходит, например, до 15-секундных Stories.

Все пытались как-то что-то адаптировать, переделать, втиснуть, чтобы тексты (пусть уже не написанные, а сказанные) работали и приносили результат.

Получалось по-разному: где-то появлялись копирайтинговые находки, а где-то ничего не получалось.

Но теперь все будет иначе! На арену копирайтинга ворвался он — титан, гигант, автор, который так легко жонглирует текстами, что вся его книга — огромная и очень скользкая горка, по которой хочется скатываться еще и еще...

Дамир адаптировал все правила копирайтинга к форматам сегодняшнего дня. Он как будто перечеркнул своей книгой все, что было сказано до него, — и задал новый эталон, на который будут равняться те, кто сейчас работает с текстами.

Нет ни единого вопроса о текстах, на который бы не дала ответ эта книга. Теперь уже сказано все.

Больше нет смысла писать ни строчки о копирайтинге (пока Дамир не переосмыслит и не выпустит следующую книгу).

Спасибо за творчество, Дамир!

Андрей Полищук, сооснователь онлайн-университета LIFT

Меня всегда восхищало в Дамире его умение систематизировать хаос и создавать фундаментальные алгоритмы работы с маркетинговыми инструментами. Люди всегда любили истории: они рассказывали их друг другу у костра в древности, они показывают их

за 15 секунд на экране сейчас. Книга перед вами — новая хрестоматия по сторителлингу. Настольная книга.

Кети Сапович, генеральный директор компании *Text Boutique*, писатель

«Метод скользкой горки» — полное руководство по работе с контентом в социальных сетях и мессенджерах. Она будет полезна не только опытным, но и начинающим специалистам, а также руководителям, которые хотят получить максимальную отдачу от продвижения в социальных сетях.

Мурат Тургунов, эксперт по управлению продажами (@murat.turgunov)

Отличный коктейль приготовил для читателей Дамир Халилов. Он берет свой многолетний опыт исследователя соцсетей и копирайтера, смешивает его с точно выверенным объемом мануалов, идей и алгоритмов. Равномерно подливает туда талант сторителлера и знания сценариста и до краев дополняет реальными примерами — получается насыщенный и концентрированный микс.

Украшает получившийся шедевр дополнительными материалами и подает новую книгу читателю, который с удовольствием летит с авторской скользкой горки — такой нужной блогерам, копирайтерам, экспертам, маркетологам и предпринимателям.

Наталья Франкель, создатель *digital-университета «Точка доступа»* и *Высшей школы таргета*; продюсер конференций «Суровый питерский SMM», *SOLD OUT*; создатель профессионального сообщества «Ивентология»; автор трех книг-лонгселлеров

Перед тем как начать читать эту книгу, извинитесь перед семьей. Ведь родные и близкие точно не увидят вас в ближайшие сутки. Автору удалось воплотить проповедуемый им принцип «писать так, чтобы читатель не оторвался». Дамир Халилов приготовил поистине «мишленовское блюдо» из таких ингредиентов, как глубокое понимание основ психологического воздействия текста, инструментальные навыки копирайтера и новейшие коммуникационные и технологические тренды.

Дамир рассказывает о том, как писать, если текст должен приносить прибыль. Бесконечное разнообразие форматов социальных сетей открывает окна возможностей, однако современные «короткие формы» требуют новых подходов и устойчивых опор в виде компетентности, увлеченности и умения рассказать историю так, чтобы ее неудержимо хотелось дочитать до конца. Все это, а также масса полезных ссылок и практичных инструментов — в новой книге Дамира Халилова.

Александр Царёв, креативный партнер
коммуникационного агентства *Ace Target*

«Внимание — самый дорогой ресурс, за который борются миллионы авторов и бизнесов. Если еще вчера достаточно было «просто быть собой» или «делать качественный контент», то сейчас это не больше чем начальный уровень, который не выделит вас из толпы. Чтобы привлечь и удержать внимание в эпоху, когда количество контента растет экспоненциально, нужно перейти на следующий уровень. В этой книге Дамир подробно рассказывает о методе скользкой горки и дает

пошаговые инструкции, как применить его на практике, чтобы ваш контент невозможно было обойти стороной.

Микаэл Ян, предприниматель, живущий в Кремниевой долине, сооснователь чат-бот-платформы ManyChat

Есть SMM-эксперты и маркетологи, которые задают тренды в своей профессии на год вперед. Но Дамир Халилов из тех, кто задает тренды на ближайшие десять лет.

В свое время Дамир одним из первых в нашей стране понял, что маркетинг в социальных сетях — мощнейший инструмент привлечения внимания людей, и написал об этом книгу «Маркетинг в социальных сетях», которая помогла сделать правильные шаги в профессии огромному количеству SMM-специалистов.

Сегодня, когда соцсети стали важнейшей частью нашей жизни и борьба за внимание читателей усилилась до предела, Дамир вновь предлагает нам актуальное решение и открывает путь к «повышению квалификации» — метод скользкой горки. Он переосмыслил опыт великих драматургов, сценаристов и рекламистов, чтобы адаптировать его к новым реалиям эпохи Stories и TikTok.

Книга «Метод скользкой горки» уникальна тем, что в ней прекрасно описаны и незыблемые основы маркетинга, и новейшие тренды соцсетей. Тщательно продуманная структура, живой и нескучный язык, множество примеров из реальной практики — все это делает книгу не только полезной, но и приятной для чтения.

Как специалист, занятый в производстве роликов для брендов, хочу добавить, что сейчас наблюдается огромный дефицит хороших сценаристов и копирайтеров. Очень трудно найти команду создателей контента, которые были бы способны увлечь зрителя хорошей историей. Благодаря этой замечательной книге их однозначно станет больше.

Ренат Янбеков, *TikTok-продюсер, автор книги*
«TikTok без танцев»

Дамир Халилов

МЕТОД СКОЛЬЗКОЙ ГОРКИ

Сторителлинг для Reels,
Stories, TikTok-роликов
и других форматов социальных сетей



альпина
ПАБЛИШЕР

МОСКВА
2022

УДК 339.138
ББК 65.291.3
Х17

Редактор Л. Иванова

Халилов Д.

Х17 Метод скользкой горки: Сторителлинг для Reels, Stories, TikTok-роликов и других форматов социальных сетей / Дамир Халилов. — М. : Альпина Паблишер, 2022. — 583 с.

ISBN 978-5-9614-4271-7

Каждую минуту больше трех миллиардов людей делятся в соцсетях сотнями миллионов видео, сообщений, твитов, аудиозаписей, фотографий и картинок. Когда контента так много, конкуренция между брендами за внимание пользователей становится все сильнее, и успех маркетинговой кампании зависит от того, как быстро вы успеваете адаптироваться к изменениям и предсказывать тренды. Чтобы побеждать в битве за внимание, нужно научиться увлекательно рассказывать истории и вести читателя от первого взгляда на ваш контент к целевому действию, считает Дамир Халилов, один из ведущих специалистов по SMM в России. В своей книге он рассказывает о методе скользкой горки и других универсальных техниках сторителлинга, которые используют в своей практике «звездные» сценаристы, известные писатели и опытные рекламщики. Эта книга научит создавать захватывающий, вызывающий доверие контент для социальных сетей, который запомнится аудитории и широко разойдется благодаря сарафанному радио, подскажет, как получать максимальную отдачу от продвижения и увеличивать монетизацию.

УДК 339.138
ББК 65.291.3

В книге сохранена авторская орфография

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpina.ru.

ISBN 978-5-9614-4271-7

© ИП Халилов Д.Н., 2022
© ООО «Альпина Паблишер», 2022

Содержание

Введение.....	21
Как читать книгу.....	25
Для кого написана книга.....	29

Часть I

Основы копирайтинга в эпоху Instagram и TikTok

Глава 1	
Особенности копирайтинга для социальных сетей.....	35
Глава 2	
Скользкая горка.....	41
Глава 3	
Анатомия скользкой горки.....	45
Глава 4	
Использование скользкой горки в основных социальных сетях и контент-форматах.....	50
Глава 5	
Подготовка к работе над текстом.....	65

Часть II

Работа с текстом

Глава 1	
Базовые правила создания сильного текста.....	91
Глава 2	
Создание контент-плана для социальных сетей.....	114

Глава 3	
Где брать идеи для текста.....	129
Глава 4	
Модели ведения блога.....	140
Глава 5	
Структура текста.....	148
Глава 6	
Основная часть текста.....	184
Глава 7	
Продающая часть текста.....	192
Глава 8	
Работа с возражениями.....	197
Глава 9	
Завершение текста.....	203
Глава 10	
Добавляем призыв к действию.....	206
Глава 11	
Работа с ценой.....	212
Глава 12	
Психологические триггеры.....	216

Часть III

Сторителлинг

Глава 1	
Сторителлинг в социальных сетях.....	243
Глава 2	
Форматы бизнес-историй.....	247
Глава 3	
Структура истории для социальных сетей.....	262

Глава 4	
Герой истории.....	281
Глава 5	
Конфликт.....	297
Глава 6	
Клиффхэнгеры.....	301
Глава 7	
Твисты.....	307
Глава 8	
Кейс.....	314
Глава 9	
Правдивость историй.....	331
Глава 10	
Ритм текста.....	332

Часть IV

Работа

с основными контент-форматами

Глава 1	
БИО.....	341
Глава 2	
Stories.....	345
Глава 3	
Работа с видеоконтентом.....	374
Глава 4	
Путеводители.....	393
Глава 5	
Таргетированная реклама.....	399
Глава 6	
Реклама у блогеров.....	411

Глава 7	
Подкасты	418
Глава 8	
Голосовые чаты.....	427
Глава 9	
«Яндекс.Кью»	438
Глава 10	
Фотоконтент в социальных сетях.....	447
Глава 11	
Скользкая горка в TikTok, Instagram Reels и на YouTube Shorts.....	454

Часть V

Делаем текст выдающимся

Глава 1	
Эмоции в тексте.....	471
Глава 2	
Юмор в тексте	482
Глава 3	
Стиль текста.....	494
Глава 4	
Трендвотчинг.....	551
Заключение	559
Благодарности.....	575
Примечания.....	577

Введение

Пятнадцать лет назад моя жизнь изменилась.

Я читал книгу Джозефа Шугермана «Как создать крутой рекламный текст»¹. Книга была крайне многословной, во многом построенной на примерах из классической рекламы 1970-х, которые слабо подходили для эпохи социальных сетей. Для себя я уже отнес книгу к категории знаковых, но несколько устаревших и стал читать по диагонали. Однако, когда я прочел главу о том, что собой представляет принцип «Скользкая горка», я отложил книгу, чтобы осознать всю его важность.

Предложенный Шугерманом принцип гениален в своей лаконичности и простоте: главная задача первого предложения — заставить прочитать второе. И именно согласно этой «эстафетной» логике и должна выстраиваться структура любого текста.

Удивительно, но по мере развития социальных сетей правило скользкой горки становилось все актуальнее (плохой копирайтер в этом месте обязательно вставил бы штамп «словно вино, становящееся лучше с годами»). Эпохи Twitter, микроблогов в Facebook и «ВКонтакте», видеоблогов на YouTube, прямых трансляций, наконец, серий Stories в Instagram идеально подходили для той самой горки и, более того, давали ей новый простор.

И сейчас я могу с уверенностью сказать, что именно принцип скользкой горки является универсальным

золотым сечением любого контента на любой платформе — от постов в Instagram до 15-секундных TikTok-видео.

Я много лет изучаю теорию драматургии и сторителлинга, причем не только как маркетолог, но как писатель и сценарист (это моя вторая профессиональная деятельность). Четырехактная структура истории Макки, путешествие героя Кэмпбелла–Воглера, голливудские стандарты Сида Филда и Блэйка Снайдера, даже классические теории Аристотеля и Владимира Проппа² — все они отлично подходят для создания вовлекающего контента в социальных сетях.

Прочитав сотни работ по драматургии, я использовал представленные в них техники в самых разных форматах контента: в романах, постах, сериях Stories, в подкастах и роликах для YouTube. Я обнаружил, что все эти техники делают тексты по-настоящему захватывающими, запоминающимися и максимально эффективными. Вне зависимости от того, пишете ли Вы про районную стоматологию или делитесь идеями, которые меняют мир.

И именно сторителлинговые техники позволяют преодолеть главное препятствие современной перегруженной информационной среды: «Все, что может быть не прочитано (а ровно и не просмотрено, не прослушано), — будет не прочитано».

Поэтому я решил, что должен поделиться этими техниками, ведь они нужны каждому, кто хочет, чтобы его идеи широко распространялись, пробивали себе дорогу к Читателю.

А во главе этого сонма драматургических техник я поставил тот самый заветный принцип скользкой горки. Поскольку он, как талантливый педагог, прививает Читателю искренний интерес к Вашему контенту. Именно

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru