

Петр Панда

Примеры и виды продающих заголовков для соцсетей

Заголовки-лайфхаки

- ★ «Как выбрать фотографа в Бобруйске»
- ★ «Как похудеть за три дня, делая всего одно упражнение»
- ★ «Как перестать сидеть в Интернете и начать жить»

Такие заголовки предлагают решение актуальной проблемы и хорошо подходят для широкой аудитории. Уровень доверия к подобным материалам достаточно высок, особенно если автором текста становится имеющий определенный статус или имя в какой-то области. Универсальны для всех соцсетей.

Заголовки-списки

- ★ «10 рецептов вкусной картошки»
- ★ «5 признаков того, что вам пора уволиться»
- ★ «7 креативных способов валять дурака»

Современному читателю катастрофически некогда, он хочет информацию без лирических вступлений и желательнее покороче (и попроще). Списки создают иллюзию того, что тут все написано просто и по делу. Очень частый формат продающих заголовков для ВК, в Instagram и FB используются чуть реже.

Заголовки-причины

Чаще встречаются в виде списков, но могут выступать и сольно:

- ★ «Почему 60% мужчин изменяют»
- ★ «Единственная причина, по которой ты еще не замужем»
- ★ «Вот отчего читать статьи в Интернете вредно»

Интригуют читателя и косвенно обещают ему показать путь решения проблемы – или хотя бы развлечь. Выглядят обычно «желтушно», но подобные заголовки неплохо продают и привлекают массового читателя. Отлично работают в всех типах социальных сетей.

Вовлекающие продающие заголовки

В этом формате часто встречаются слова «секрет», «узнайте», «крутой»:

- ★ «Раскрыт секрет вечной молодости Софии Ротару»
- ★ «Узнайте, как сэкономить на коммуналке»
- ★ «Крутой способ заработать, плюя в потолок»

Эксплуатация любопытства – удачный выбор. Кстати, «ведутся» на такие названия самые разные читатели. Даже достаточно «строгие» пользователи FB не брезгают статьями, а уж более демократичные VK и Instagram – вовсе отличный полигон для этого вида заголовков.

«Срочные» заголовки

- ★ «Акция: 12 занятий по цене 10 – только до конца этой недели!»
- ★ «Записывайтесь прямо сейчас, пока ваше место не заняли другие!»
- ★ «Срочно закопайте деньги на Поле чудес, или пенсии у вас не будет никогда!»

Некоторые люди шевелятся активнее, если их как следует напугать, что они теряют что-то прямо сейчас – например, выгоду. Создавать панику имеет смысл

среди читателей старшего поколения – расшевелить молодого читателя, пресыщенного такими заголовками, сложно.

Универсальный продающий вид заголовков для соцсетей всех типов.

Целевые заголовки

- ★ «Фитнес для мам»
- ★ «Вы поймете это, если выросли в 90-е»
- ★ «Тем, кто пережил чемпионат мира по футболу в Самаре» – аудитория максимально конкретизирована.

Люди любят читать то, что написано для них и про них. Хорошее решение для продающих текстов. Универсальный формат.

Заголовки-вопросы

- ★ «Корректор осанки – поможет или очередной обман?»
- ★ «Не знаешь, какой подарок сделать подруге? У нас есть отличная идея!»
- ★ «А вы гладите шнурки по четвергам?»

Работают только если читателю действительно интересна тема, поэтому универсальны, но с условием: распространяется исключительно на целевых пользователей. Тип соцсети – вторичен.

Заголовки-констатация факта

- ★ «Extyst назвали места посадки ровера «Хаябусы-2»
- ★ «IQ-тест в картинках, который покажет, насколько вы умны»
- ★ «Айрис Апфель – романтическая икона стиля и оптимизма»

Сразу ясно, о чем пойдет речь! Это-то нам и нужно: такими заголовками удобно привлекать внимание людей занятых и не любящих экспериментов. Идеальны для Facebook и ВК, в Instagram приживаются значительно хуже.

Заголовки-команды

- ★ «Выбросьте эти предметы из вашего дома»
- ★ «Попробуйте посмотреть на этих котят и не захотеть себе такого»
- ★ «Съешьте еще этих французских булок»

Вообще-то люди не любят, когда ими командуют, поэтому если составляете такой заголовок, он должен читателя заинтриговать и не вызвать отторжения. Универсальный формат, привлекает внимание во всех соцсетях.

Интригующие заголовки

- ★ «А вы закрываете дверь в ванную, когда находитесь одни дома?»
- ★ «Мы решили пойти на должностное преступление и подменили детей»
- ★ «Последний секрет Стива Джобса»

Если читатель поймет, что материал не на заявленную тему, перестанет читать. И доверять вам. Так что делайте выводы. Неплохи для Instagram и VK, в Facebook работают хуже.

«Салат» из заголовков

Помните, как называется наша статья? Правильно, «10.5 видов продающих заголовков в социальных сетях». Вариант “салат из заголовков” и есть те самые 0.5 вида, поскольку многие заголовки сочетают в себе признаки разных типов:

- ★ «Какие штрафы грозят владельцу земельного участка: полный список нарушений»
- ★ «3 слова, которые неправильно склоняют – перестаньте это делать»
- ★ «Делаешь SMM в Ростове?»
- ★ «Почему успешные бизнесмены голодают и работают стоя.

Смешивать можете на свой вкус, главное не переусердствовать и помнить, кому и зачем все это пишется.

У Вас есть возможность заказать тексты постов для соцсетей и другие рекламные и информационные материалы.



Копирайтер Ольга Новикова