

Как зацепить внимание аудитории

Как упаковать и преподнести вашу историю так, чтобы максимально широкая аудитория захотела с ней ознакомиться.

Работа над заголовком

Заголовок любого контента в медиа должен быть максимально понятным.

✗ «Счастье «Манчестер Сити» — непонятно, что случилось, в чем уникальность момента и почему это интересно.

Заголовок должен передавать главное сообщение, суть материала: что и с кем случилось.

✓ «Сити» превратил 0:3 в 7:3 — мы никогда не видели Гвардиолу таким счастливым».

Не прячьте главные тезисы, цифры или факты в конце заголовка.

Мы берем самый яркий факт, самые важные цифры и ставим их в начало заголовка, чтобы человек сразу видел главное.

Работа с заголовком

В заголовке должно быть действие.

Используйте глагол, чтобы дать заголовку жизни.

Насыщайте заголовок деталями и эмоциями.

Это может быть и хлесткая цитата, и невероятный факт, и суперцифра — используйте их на старте.

Не стесняйтесь иногда использовать провокацию или просто открытые вопросы.

Например, весной 2023 года на Спортсе" [вышел большой разбор техники и особенностей бойца UFC Петра Яна](#). Классический заголовок из деталей выглядел бы перегруженным и заумным, поэтому мы пошли на сознательное упрощение главного сомнения, которое проходило через текст: «Петр Ян – переоценен?»

«Нет» кликбейту.

Не искажайте действительность ради лишнего просмотра.

Работа со структурой

Важно сохранить четкую структуру текста и разделить блоки по смыслу. Эти блоки обычно сопровождаются заголовками.

Подзаголовок — емкая выжимка сути последующей части текста, задающая контекст и интригующая деталями.