



Тренинг «Умные лендинги 2.0»

Оформление текста

Варианты оформления копирайтером

1. Поверхностное в Word (только текст)
2. Основательное средствами Word — текст и структура (фактически прототип)
3. В программе (прототип)
4. В программе или конструкторе лендингов (целый лендинг)

На какой вариант равняться

- Учитывайте, что лучше дизайнера вы не оформите, а дизайнер всё равно всё переделает
- Поэтому вариант-минимум — показать дизайнеру структуру и акценты
- Остальные «навороты» служат двум задачам:
 - 📧 более глубоко показать дизайнеру смысл оформления
 - 📧 «продать» готовую работу клиенту («конфетку»)
- При этом всё равно не стоит тратить очень много времени на прорисовку сложных вещей



Рекомендации по речи

- Стандартные: в меру легкие предложения и короткие абзацы (с оговоркой на оформление)
- Связки используются меньше ввиду списочности текста
- Увязки, как правило, не используются

Единицы текста по оформлению

- Основной заголовок (+ возможно, второй)
- Подзаголовки блоков
- Фрагменты чистого текста
- Списки



Основной заголовок

- Комплексный заголовок оформляем, как правило, с использованием ленты, реже списка
- Лента = таблица в одну строчку
- Может разбиваться на несколько частей (составной)
- Выделяем большим размером и цветом



Подзаголовки блоков

Выделяем средним размером и,
возможно, цветом

Фрагменты чистого текста

- Короткие (типа представления продукта) берем в рамку с фоном
- Рамка — таблица в одну ячейку
- Остальные — смотрим по ситуации (можно взять в рамку блок «О компании»)
- В рамку берутся и отзывы при обычной подаче

Списки

- В основном оформляются в виде 3-4 колоночных таблиц (в т.ч. лент), иногда с фоном
- Если получается много таблиц подряд, можно чередовать (помимо чистого текста) с обычной списочной формой
- Пункты списка, как правило, выделяются жирным (при этом он должен быть коротким)
- Через таблицы оформляются не только списки, но и отзывы, команда, версии, — большинство блоков текста в лендинге

Принцип одного абзаца

Идем навстречу дизайнерам 😊:

- Старайтесь делать все пункты в таблицах в один абзац (или даже в одно предложение)
- При этом в идеале они должны быть примерно одинаковыми по длине
- Не делайте вложенных списков

Клипарт

- Снабжаем пункты списков галочками (это не относится к несписочным таблицам)
- Можно применять и иконки, но в целом оставляем это дизайнеру
- Используем специальный клипарт, типа значков гарантий

Акцентное форматирование

- Дизайнеры нередко стараются «убить» любые акценты внутри блоков — надо следить за ними
- Полужирные акценты уместны только во фрагментах чистого текста (в спискотаблицах — редко), причем в *длинных* фрагментах
- Курсив уместен в расшифровках списков, используем его редко

Схемы

- В основном применяем для блока «Порядок работы» (хотя и его можно сделать в виде таблицы)
- Если это уместно и удобно вам, используйте и другую инфографику
- К сложным инфограммам давайте отдельно текстовую расшифровку

Картинки

- В основном картинки относятся к продукту и компании: фотографии сотрудников и клиентов, логотипы, примеры работ, демонстрация товаров
- Могут использоваться вместо рисованных иконок
- Некоторые блоки можете украсить фотографиями/картинками в тему
- Все картинки дизайнер заменит при оформлении более качественными



Блок конверсии

Если хотите оформить наглядно, то используйте таблицы, фон, автофигуры и клипарт