

A photograph of a bird perched on top of a statue. The statue is covered in a crinkled, translucent plastic material. The background is a clear blue sky.

Константин ШТОЛЬЦ

---

# Всего 5 навыков

надо освоить пенсионеру, чтобы стать  
КОПИРАЙТЕРОМ

12+

**Константин Штольц**  
**Всего 5 навыков надо освоить**  
**пенсионеру, чтобы уже этим**  
**летом стать копирайтером**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=42834519](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=42834519)  
SelfPub; 2019*

**Аннотация**

Если Вы человек предпенсионного или пенсионного возраста, если Вы получили классическое советское высшее гуманитарное, естественно-научное или инженерное образование, то, прочитав эту книгу, Вы наверняка уже через несколько недель сможете писать тексты для интернета. Больше того, Вы сможете этим зарабатывать. В книге – пошаговый план, как это сделать.

# Содержание

Предисловие	7
Я – Константин ШТОЛЬЦ	9
Благодарности	9
Формат книги	10
Как читать книгу	13
Введение	15
Навык 1. Языковая грамотность	18
Структура языковой грамотности	19
Модальность	19
Зачетное упражнение 01	22
Знание правил	22
Зачетное упражнение 02	25
Словарный запас	25
Зачетное упражнение 03	27
Зачетное упражнение 04	27
Зачетное упражнение 05	28
Интернет-сервисы	28
Зачетное упражнение 06	32
Навык 2. Начитанность	33
Требования к начитанности	34
Жанровое разнообразие	34
Зачетное упражнение 07	36
Отечественная литература	36

Зачетное упражнение 08	37
Зачетное упражнение 09	41
Зарубежная литература	41
Зачетное упражнение 10	45
Современные тенденции	46
Одно-экранник на смену одно-страничнику	46
Интернет-ресурсы	50
Зачетное упражнение 11	53
Навык 3. Экспертность	54
Требования к экспертности	55
Зачетное упражнение 12	56
Образование	57
Зачетное упражнение 13	57
Опыт работы	57
Зачетное упражнение 14	58
Зачетное упражнение 15	59
Увлечения и хобби	59
Рекомендованные пенсионерам темы	60
Нейтральные темы	62
Сомнительные темы	62
Зачетное упражнение 16	63
Навык 4. Сетевая вовлеченность	64
Требования к сетевой вовлеченности	65
Профессиональная инфраструктура	65
Зачетное упражнение 17	68
Навык 5. Личностные качества	70

Навык или не-навык	71
Темперамент	71
Командность	73
Зачетное упражнение 18	73
Интровертность – экстравертность	74
Не-зачетное упражнение 01	75
Навык – не-навык. IQ	76
Не-зачетное упражнение 02.	78
Приложение 1. Поколенческий копирайтинг.	81
Успех неизбежен	
Постановка вопроса	82
Представление	82
Чем пенсионер лучше?	83
Теория поколений	84
Поколенческий копирайтинг	88
Огромный рынок	91
Приложение 2. Что дальше?	95
Контакты	97

Это мой социальный проект. Я бесплатно помогаю самым социально незащищенным людям – пенсионерам, получить современную, хорошо оплачиваемую профессию.

Профессию КОПИРАЙТЕРА.

Эту книжку прочитают не только пенсионеры. Она пригодится учителям, инженерам, экономистам, студентам, домохозяйкам. Даже старшим школьникам.

Важно, что многие пенсионеры, пенсионерки и люди пред-пенсионного возраста – почти готовые копирайтеры.

Почему?? Я объясню.

Пенсионер с советским высшим образованием может рассчитывать, что за три месяца:

1. Доведет свой ежемесячный доход до уровня средней по региону зарплаты госслужащих, работая пять дней в неделю по четыре часа.
2. Вернет стоимость дополнительно обучения в школе «Копирайтинг для пенсионеров», если, вдруг, такое обучение понадобится.

Вот так !! Не верится?

Но это именно так. В этой книге последовательно описано, какими пятью навыками надо овладеть, чтобы стать успешным автором текстов и выгодно продавать их в сети Интернет.

# Предисловие

Восемьдесят пять процентов из тех, кто открыл эту книгу, могут ее не читать.

Дело в том, что если Вы человек пред-пенсионного или пенсионного возраста, если Вы получили классическое советское высшее гуманитарное, естественно-научное или инженерное образование, то прочитав эту книгу Вы, наверняка, придете к однозначному выводу.

Вы скажете себе:

«Я могу стать успешным копирайтером уже этим летом. Четыре из пяти навыков у меня есть уже сейчас. Это знание русского языка, начитанность, экспертность и личные качества. Надо подтянуться в отношении сети Интернет.

Это мне вполне по силам».

Стало быть, можно и не читать всю эту книгу, а сразу начинать действовать. Запишитесь ко мне на консультацию. Для этого пошлите мне личное сообщение «Напишу!» ВКонтakte <https://vk.com/theShtolts>. Мы вместе с Вами разработаем для вас индивидуальную программу обучения. Вы получите несколько уроков и начнете зарабатывать копирайтингом уже через неделю.

Книгу надо прочитать в том случае, если вы не уверены в себе, не подходите по возрасту, образованию или навыкам. Например, вы относительно молоды, или у вас нет выше-

го образования, или это образование военное – читайте эту книгу, осваивайте все 5 навыков. Будьте успешны! Предупреждаю – потенциально Вы хороший копирайтер. Имейте это в виду.



# **Я – Константин ШТОЛЬЦ**

Существуют, как минимум, две причины поработать именно со мной. У меня есть всё, чтобы мы, если возьмемся, вместе с Вами добились успеха.

Блестящее образование. Я много учился у лучших в стране профессоров, много у них перенял полезного нам с Вами. За мной – три элитных университета – МФТИ, ВШЭ, МГУ. Магистр управления Московского Государственного Университета им. М.В.Ломоносова. Кандидат физ.-мат. наук. Член Союза журналистов. Яхтенный капитан. Мои навыки – залог Вашего успеха.

Огромный опыт. Тексты для публикации пишу с 1972 года. Продающие и рекламные тексты – с 1991 года. Я руководил крупными проектами в Москве, на Камчатке, на Кипре, в Дании и в США. Три десятка успешно реализованных проектов, из них двенадцать – международного уровня. Мой опыт позволит нам с Вами добиться успеха и в Вашем проекте.

Возьмемся??

## **Благодарности**

Выражаю благодарность моей жене Наталье за постоянную поддержку и помощь.

Спасибо копирайтеру и веб-дизайнеру Ирине Ступак из Новосибирска за серьезную работу по редактированию текста книги.

Благодарю профессора Игоря Шардакова из Пермского научного центра РАН за содержательные обсуждения.

## **Формат книги**

Вы держите в руках уникальную книгу.

«Держите в руках», разумеется, фигурально. Вы видите ее на экране. Печатного варианта этой книги не существует даже в планах. Это сугубо электронное издание. Но книга предназначена для людей старшего поколения. Я сам такой и знаю, что наше поколение привыкло к традиционным книгам. С обложкой, оглавлением, с предисловием, с главами и параграфами. Отлично !!

Специально для Вас, мои возрастные Друзья, я оформил этот электронный информационный ресурс в виде традиционной книги. Книги, которую можно видеть на экране абзац за абзацем, сверяться с логикой изложения по оглавлению, представлять себе упругую шершавость переворачиваемых страниц.

Я называю такой формат «традиционная электронная книга». Сокращенно – ТЭК. Потому что этот формат совмещает в себе достоинства традиционной печатной книги и электронного информационного ресурса. От книги – тради-

ционное оформление и книжный аппарат. От ресурса – древовидность структуры, возможность переходить или не переходить по ссылкам. В ТЭК часто встречаются «кликабельные ссылки», области текста, по которым можно «кликнуть», коротко нажав левую кнопку мыши при наведенном на ссылку курсоре. После чего произойдет переход на страницу ресурса-оригинала.

Формат ТЭК отвечает подходу школы «Копирайтинг для пенсионеров»: мы не скрываем источников информации. Наше поколение привыкло корректно ссылаться на авторов. Мы против подходов многих современных «гуру» копирайтинга, когда бессистемно надергав материала с чужих ресурсов, они применяют «синонимайзеры» и не ссылаются на первоисточники.

Мы ничего не скрываем. Даем прямые ссылки на оригинальные Интернет-ресурсы. Гордимся тем, что учились у лучших, что перенимаем и распространяем их опыт. Начиная с представителей старших (даже по отношению к нам) поколений – соотечественников Корнея Чуковского и Норы Галь, американского классика Дэвида Огилви, заканчивая многочисленными соотечественниками и иностранцами нашего времени. Максим Ильяхов, Дмитрий Кот, Андрей Парабеллум, Денис Каплунов, Александр Белановский, Юлия Волкодав, Сергей Трубадур. Их тексты, мысли, подходы постоянно вдохновляют, заставляют думать, убеждают. Наконец, мы просто получаем удовольствие от чтения. И мы это-

го не скрываем !!

Мы с интересом следим и уважительно используем опыт и подходы к обучению копирайтингу лучших российских компаний: Инфобизнес 2.0, Академия правильных копирайтеров, ТексТерра, Нетология.

Мы стремимся быть такими же, как лучшие. Но со своей спецификой.

Наша уникальная специфика – ориентация на аудиторию пенсионного и пред-пенсионного возраста. Вы видите это даже по формату книги. Шрифт – крупный. Предложения – короткие. Минимум терминов иноязычного происхождения. Мы говорим «содержание», а не «контент», и «целеполагание» вместо «таргетирование».

И у нас есть фундаментальная концепция.

**Мы считаем, что ХОРОШИЙ ПРОДАЮЩИЙ ТЕКСТ ДЛЯ ВОЗРАСТНОЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ МОЖЕТ НАПИСАТЬ ТОЛЬКО ВОЗРАСТНОЙ АВТОР.**

Подробному обоснованию этого положения посвящено Приложение 1 этой книги. Здесь отмечу только одно обстоятельство: У возрастных копирайтеров есть своя уникальная рыночная ниша, они всегда будут обеспечены работой.

Наше конкурентное преимущество – принадлежность к старшему поколению – никто у нас уже не отберет.

## Как читать книгу

Книга называется «Пять навыков». Строго говоря – не пять, а четыре плюс один «не-навык». Так и читается «ненавык». Разница в том, что навыки можно сформировать, а ненавык дан от природы или нет. Почувствуйте разницу. Если нет необходимого навыка – действуйте, формируйте навык. А если нет не-навыка – думайте, не пересмотреть ли решение.

Книга включает в себя 19 зачетных и 2 незачетных упражнения. Это очень важная часть книги.

Не откладывайте выполнение упражнений «на потом». Прочитали параграф – выполните упражнение, запишите результат. Результаты я рекомендую записывать столбиком:

Упражнение 1.  $0+5=5$

Упражнение 2.  $5+3=8$

Упражнение 3.  $8+4=12$

И так далее. Здесь предполагается, что за первое упражнение Вы получили 5, за второе – 3, за третье – 4.

То есть по выполнении каждого упражнения Вы записываете – Сумму за выполнение предыдущих упражнений + оценку за текущее упражнение = сумма с учетом текущего упражнения.

Оценки следует выставлять по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел.

4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел). В тексте содержатся напоминания об этом.

Сохраняйте эту рабочую таблицу. Она пригодится при подведении итогов. Я рекомендую вести ее в электронном виде для воспитания информационной культуры.

# Введение

Что такое копирайтинг.

Откроем Википедию.

«Копирайтинг (англ. copywriting от copy – рукопись, текстовый материал + write – писать) – профессиональная деятельность по написанию рекламных и презентационных текстов. Таковыми можно считать все тексты, которые прямым или косвенным образом рекламируют или популяризируют товар, компанию, услугу, человека или идею. Это могут быть слоганы, сценарии для ТВ– и радиороликов, event-мероприятий, рекламные статьи и пр.

Специалистов, которые занимаются копирайтингом, называют копирайтерами.

В российском секторе «Интернета» под копирайтингом понимают написание информационных, рекламных и текстов иного характера, которые, как правило, служат для продвижения (наполнения) Интернет-ресурсов».

Вполне рабочее определение. Два комментария.

1. Формулировка «все тексты, которые прямым или косвенным образом рекламируют или популяризируют» очень широка. Под нее подходят едва ли не вообще «все тексты». Почти все разговоры являются продающими. О чем бы люди ни разговаривали, они только и делают, что торгуют идеями, товарами, услугами, чем угодно. Я не готов под этим подпи-

саться. Все-таки человеческое общение, мне кажется, шире, чем только продажи.

2. «event-мероприятие» оставим на совести Википедии.

В сухом остатке:

Копирайтинг – это профессиональное написание текстов для сети Интернет.

Профессиональное – значит за деньги. Вот и все.

Эта книга – о том, как пенсионеру стать копирайтером, что нужно сделать, какими навыками овладеть.

Зачем пенсионерам нужен копирайтинг? На это есть три основные причины:

1. Чтобы заработать денег. Для внуков. Для детей. Для себя. Обычно, именно в этом порядке.

2. Чтобы чувствовать себя востребованным. Личностно расти. Не зарастать мхом.

3. Чтобы общаться в приятной компании. Получать помощь и помогать. Быть уважаемым человеком.

Есть и другие, но эти – основные.

Зачем копирайтингу нужны пенсионеры? На это есть одна основная причина:

1. Для того чтобы писать эффективные продающие тексты для возрастной целевой аудитории.

Есть и другие, но эта – основная.



Все ясно?? Ах, не все.. Тогда – читайте !!

# Навык 1. Языковая грамотность

Речь пойдёт о владении русским языком.



# Структура языковой грамотности

Обычно языковая грамотность людей с советским высшим образованием достаточно высока. А современные компьютерные сервисы по проверке правописания решают практически все вопросы.

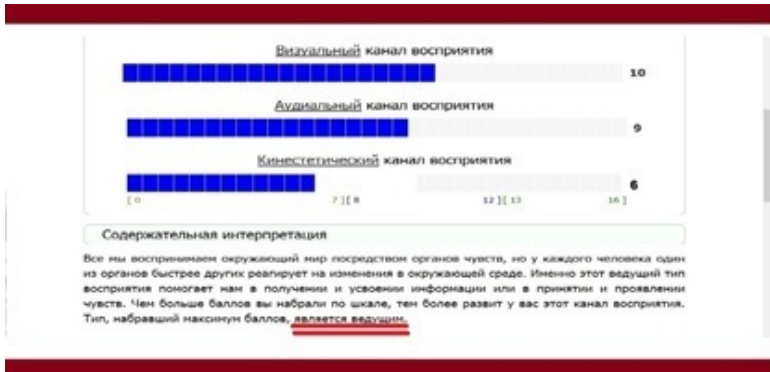
## Модальность

Поставьте над собой мысленный эксперимент. Вспомните, как вы набираете телефонный номер. Пенсионеры еще помнят, а многие и сейчас набирают телефонные номера не из записной книжки мобильного, а при помощи кнопочного или даже дискового телефона. Так вот, при наборе номера вы представляете его:

- целиком как картинку,
- по цифрам как последовательность знаков или
- вам вообще проще набрать номер пальцами, чем вспомнить его цифры?

Наверняка, вы пользовались одним из этих трех способов. Люди очень редко пользуются двумя из них, и почти никогда – всеми тремя.

Привычный для человека способ взаимодействия с миром называется ведущей модальностью восприятия.



Если вы вспоминали номер целиком, как цельный образ, то ваша ведущая модальность – визуальная. Таких людей на свете большинство, около 80%. Если вы набираете номер как последовательность цифр, то ваша ведущая модальность – аудиальная. Таких как Вы, на Земле живет около 15%. Наконец, если вам проще набрать номер пальцами, чем вспомнить его, то ваша ведущая модальность называется кинестетической.

Вы можете пройти тест и определить свою ведущую модальность самостоятельно. Ссылка <http://psyttests.org/cognitive/modality-run.html>

Ведущая модальность, это главный канал, по которому человек воспринимает информацию об окружающем мире.

Один и тот же мир некоторые люди видят как картинку, другие воспринимают как схему, третьи чувствуют на ощупь, на вкус и на запах.

К чему я веду? Дело в том, что у людей с ведущей визуальной модальностью нередко встречается, так называемая, «Природная грамотность». Такие люди воспринимают слова как цельные образы. Видят слова целиком. Им режет глаз отсутствие необходимой двойной согласной. Они испытывают беспокойство. Что-то не так. И они исправляют эти ошибки. Как правило, в детстве они рано начинают читать, причем читают не по слогам, а целыми словами. Специалисты называют это орфоэпическим чтением. У таких детей часто формируется «природная грамотность». То есть «природная грамотность» не дается человеку от природы, а воспитывается. Но воспитывается при наличии конкретных предпосылок. А именно:

1. Ведущей визуальной модальности.
2. Обильного раннего чтения.
3. Хорошей памяти.

Для копирайтера наличие природной грамотности – очень хорошо. По крайней мере, в части орфографии. Со знаками препинания – немного хуже. Но обладатели «природной грамотности» обычно тратят меньше времени на корректуру, пишут глаже. А зачастую и быстрее других. Это – факт.

Так что, если у вас есть «природная грамотность», Вам, будущему копирайтеру, повезло. Пользуйтесь.

Но если нет – не расстраивайтесь. Это не мешает быть успешным копирайтером.

## **Зачетное упражнение 01**

Пройдите тест на грамотность.

Если не открывается ссылка, скопируйте эту строку в браузер:

<https://onlinetestpad.com/ru/testview/45024-prover-svoyu-gramotnost>

Занесите результат выполнения в лист самопроверки

Это ваш первый тест. Поэтому поставьте себе «пятерку» уже просто за то, что вы его прошли. Это последний такой тест в этой книге. Все остальные предстоит оценить.

Этот результат («пятерку») следует учесть при подведении общего итога. После первого теста Ваш результат – пять баллов.

## **Знание правил**

Пенсионеры помнят правила.

Это удивительно, но это так. Что мы выучили в детстве и в ранней юности, мы часто уверенно сохраняем в памяти до старости. «Жи» «ши» пиши через «и» – это навсегда. Выделение обращения запятыми, это приговор.

Разумеется, мало кто, кроме профессионалов, помнит та-

кое правило: «Если после тире стоят слова, выделяющиеся по существующим правилам запятыми (например, вводные слова), то первая запятая опускается».

Возможно, в этом месте Вы спросите: «Автор, вы сами-то поняли что сказали?» Признаюсь. Понял, но не сразу. Например, в предложении: «Сосна, ель, пихта, кедр – словом, все породы хвойных деревьев встречаются в сибирской тайге», вводное слово «словом» (простите вынужденную тавтологию) выделяется запятой только справа. Левая запятая не ставится, так как перед этой позицией стоит тире.

При подготовке этой книги, я уточнил для себя позицию, в отношении которой много лет руководствуюсь интуицией. Природной грамотностью, если хотите. Обратите внимание на знаки препинания в конце двух предложений.

Вы спросите: «Автор, вы поняли, что сказали?»

Вы скажете: «Автор, вы не поняли, что сказали».

Оказалось, что есть специальное правило. Оно предписывает ставить вопросительный знак внутри кавычек, а точку – вне кавычек. Можете свериться с правилом на ресурсе <https://therules.ru/>. Оттуда же взят пример про вводные слова.

В этом параграфе вы не найдете Зачетного упражнения по пунктуации. На это есть две причины:

1. Пенсионеры лучше молодежи помнят правила. Они учились в советских школах и институтах, где их действительно учили правилам.

2. Если каких-то правил пенсионер не помнит, то ему, как правило, поздно их учить.

Важно, что хорошие тексты можно писать, не зная большинства правил пунктуации.

Более того. Такие тексты часто оказываются лучше, чем требующие знания продвинутых правил.

Дело здесь вот в чем. В каких случаях требуется знание множество правил? Сложные правила нужны при написании сложных текстов. Если в тексте присутствует множество сложносочиненных и сложноподчиненных предложений. Если текст перегружен с причастными и деепричастными оборотами.

А нужно ли это? Не лучше ли использовать простые грамматические конструкции? Короткие предложения ясной линейной структуры. Разумеется, лучше! Чем проще текст, тем он лучше читается. Тем больший процент целевой аудитории его правильно поймет. Тем эффективнее будет воздействие такого текста на читателя.

Копирайтеры! Пишите проще. Не усложняйте, и правила вам не понадобятся. Конечно, не совсем. Но в значительной мере.

Иначе обстоит дело с орфографией. Чтобы писать хорошие тексты, слова, все-таки, надо знать. Извините, но без этого не обойтись.

Правда, сказанное выше про пенсионеров, справедливо и в отношении правописания. Все-таки, наше поколение по-



лучило очень хорошее образование. Пользуйтесь этим преимуществом, уважаемые пенсионеры!

Пройдите тест и убедитесь, что ваши навыки по-прежнему хороши.

## **Зачетное упражнение 02**

Пройдите тест.

Если не открывается ссылка, скопируйте эту строку в браузер:

<https://smtimes.ru/language/samye-rasprostrannyye-oshibki-v-slovah/>

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат учтите при подведении общего итога.

## **Словарный запас**

Словарь. Лексика. Активный словарь. Лексический запас. Лексикон. Словник. Семантическое поле. Набор слов. Словарный запас. Индивидуальный словарь. Словарный аппарат.

Одиннадцать синонимов еще далеко не исчерпывают синонимического поля понятия «словарный запас».

В «Словаре живого великорусского языка» Владимира Ивановича Даля, содержится около двухсот тысяч словарных статей. Современные исследователи определяют количество корней в составе русского языка примерно в полмиллиона. Не знаю, есть ли Уникумы, которые знают их все. Может быть, среди гениальных копирайтеров найдется такой рекордсмен книги Гиннеса.

Честь ему и хвала! Потому, что для копирайтера богатый словарный запас – это один из самых ключевых навыков.

Специалисты различают два вида словарных запасов:

1. Активный.
2. Пассивный.

Пассивный запас нужен копирайтер для того, чтобы, не прибегая к услугам словаря, понимать смысл текста, который он читает. Большой пассивный словарный запас – это навык желательный, но не очень обязательный. В крайнем случае, всегда можно посмотреть в Википедии, о чем идет речь. На это, конечно, уйдет какое-то время, но принципиальной проблемы нет. Особенно, при современной информационной насыщенности окружающего мира.

Другое дело – активный словарный запас. Его копирайтер используют для создания оригинальных текстов. Один из базовых видов работ копирайтера – это, так называемый, «рерайт». Сам термин происходит от английского слова «write» – писать, и приставки «re», обозначающие повторный характер действия.

По-русски говоря, рерайт – это просто «переписывание» текста. Упрощенно – «переписывание своими словами». Делается это для того, чтобы анализаторы поисковых машин Интернета не смогли понять, что это одинаковые тексты. Вот здесь-то активный словарный запас и пригодится в полный рост.

## **Зачетное упражнение 03**

Придумайте семь синонимов к слову. «Синий».

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.

## **Зачетное упражнение 04**

Придумайте пять антонимов к слову «Левый».

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.

## Зачетное упражнение 05

Что означают слова:

- «Гуманист»;
- «Гуманоид»;
- «Гумус».

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.

## Интернет-сервисы

Значение «природной грамотности» в наше время падает. Распространение компьютерных программ проверки текста на соответствие правилам русского языка и стремительное исчезновение ручного письма делают свое дело.

Главный, базовый рабочий инструмент копирайтера, это текстовый редактор Microsoft Word. Этот редактор входит в популярный пакет Microsoft Office. Он глубоко русифицирован, обладает развитой функциональностью, по сути, представляет собой мировой Стандарт инструментов редактирования текста. Защищенные в нем функции помогают копирайтеру

ру писать грамотные, семантически разнообразные, стилистически выверенные тексты.

Если Microsoft Word правильно настроить, то это будет незаменимый помощник в написании текстов для Сети. У этой программы очень широкие возможности. По мере написания текста, она может проверить орфографию, грамматику, самостоятельно устранить вашу ошибку, подсказать, какое слово лучше употребить при выбранном стиле письма, подобрать синонимы и многое другое. Такое впечатление, что она даже может валенки подшивать. Надо только правильно ее настроить.

Вы почти наверняка используете для набора текстов именно Word. Если нет, немедленно установите его и начните использовать! Вне зависимости от того, будете вы учиться в «Школе «Копирайтинг для пенсионеров» прямо сейчас или присоединитесь позже, очень рекомендую Вам немедленно настроить автоматическую проверку текста на соответствие правилам русского языка.

Для того чтобы выполнить такую настройку, сделайте следующее:

1. Откройте пункт меню «Сервис».
2. Выберите команду «Параметры».
3. Перейдите на вкладку «Правописание». Если у Вас более новая версия редактора, то доступ к параметрам происходит по пути «Файл» → «Справка» → «Параметры» → «Правописание».

4. Установите галочки, чтобы задать нужные значения параметров.

Сегодня мы ограничимся только четырьмя параметрами:

1. В разделе «Орфография» поставьте галочки напротив пунктов

a. «автоматически проверять орфографию» и

b. «всегда предлагать замену».

2. В разделе «Грамматика» отметьте галочками пункты

a. «автоматически проверять грамматику» и

b. «также проверять орфографию».

В дальнейшем, когда вы будете работать профессионально, мы освоим другие параметры настройки. Научимся подключать дополнительные словари, работать с аббревиатурами, анализировать статистику удобочитаемости, выбирать стиль текста в соответствии с техническим заданием. А сегодня просто нажмите «ОК» и начните писать более грамотно уже сегодня.

Успехов !!

MS Word – это редактор офлайн. Он устанавливается на вашем компьютере, и работает локально. Сегодня есть множество онлайн-сервисов. Они также предоставляют услугу проверки правописания. Многие из них популярны у копирайтеров. Например, бесплатные специализированные интернет-сервисы [text.ru](http://text.ru), [etxt.ru](http://etxt.ru), [advego.ru](http://advego.ru). Во время обучения в Школе «Копирайтинг для пенсионеров» вы подробно изу-

чить работу с этими сервисами.

Есть и условно-бесплатные, такие как популярный сервис Orfogrammka.ru. Он позиционирует себя в качестве лучшего русскоязычного сервиса проверки правописания.

Я протестировал «орфограммку» на тексте параграфа, который вы сейчас читаете.

Орфограммка выдала мне два сообщения об ошибках.

Первое.

«Для того, чтобы» – лишняя запятая.

Совет: Для того чтобы.

Пояснение: союз «для того чтобы» не разделяется запятой, если целиком входит в придаточную часть пунктуация 7.2.4.2.

Все правильно. Не поспоришь. Союз не должен быть разделен запятой. Спасибо, орфограммка !!

Второе.

Осторожно «Е.» Написание слова ошибочно, или оно не зафиксировано в словаре системы.

Как видите, к результатам проверки надо относиться с известной осторожностью. Буква «Ё» в кавычках, это никакая не ошибка. Я именно это имел в виду. Орфограммка сочла это неверным. И была права.

Копирайтеры! Не полагайтесь на MS Word и advego при проверке текста! Если вместо слов «пианист Сердюк» вы случайно напишете «сионист Пердюк», ни Word ни advego этого НЕ заметят.

## Зачетное упражнение 06

Настройте проверку корректного использования буквы «Ё» в редакторе MS Word.

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.



## Навык 2. Начитанность

Речь пойдёт о базовом знакомстве с мировой литературой.



# Требования к начитанности

Начитанность для копирайтера всегда желательна. Но во многих случаях написание узко специализированных текстов, по хорошо известной копирайтеру теме, даже НЕ критична.

## Жанровое разнообразие

Классический пример лаконичности спартанцев – их ответ на письмо царя Македонии Филиппа II, завоевавшего многие греческие города: «Советую вам сдаться немедленно, потому что, если моя армия войдет в ваши земли, я уничтожу ваши сады, поработаю людей и разрушу город».

Спартанцы ответили одним словом: «ЕСЛИ».

Копирайтеры, будьте лаконичны по-спартански !!

Автор курса по копирайтингу Александр Назайкин считает, что копирайтинг в его современном виде можно подразделить на следующие типы:

1. Литературный копирайтинг (проза, поэзия, драматургия).
2. Медиа-копирайтинг (тексты для всех видов СМИ).
3. Рекламный копирайтинг (От себя замечу – это продающие тексты).
4. PR-копирайтинг (тексты для журналистов, тексты для

спикеров).

5. Деловой копирайтинг (тексты презентации, делового письма, коммерческого предложения).

6. SEO-копирайтинг (тексты для интернет-страниц под поисковые системы).

7. Рерайтинг («переписанные» тексты, как правило, для Интернет-страниц).

8. Научный копирайтинг (тексты, жестко регламентированные требованиями по содержанию и оформлению).

Литературный копирайтинг – самый сложный, так как требует таланта и профессиональных навыков. Количество людей, освоивших литературный копирайтинг, относительно невелико. Значительно проще научиться медиа-копирайтингу, рекламному копирайтингу, PR-копирайтингу деловому копирайтингу, SEO-копирайтингу и рерайтингу – считает А. Назайкин.

Можно соглашаться или не соглашаться с этим специалистом. Я предлагаю обратить внимание на то, что все описанные жанры предусматривают относительно короткие формы.

О какой бы разновидности копирайтинга ни шла речь, мы не имеем в виду роман «Война и мир». И даже не имеем в виду повесть «Тарас Бульба». Максимум – мы говорим о рассказе Чехова «Злоумышленник». В этом я вижу знамение времени. Романы уже почти никто не читает. Люди читают СМС-ки, посты ВК и твиты. Максимум – детективные сериалы, то есть цепочки повестей или рассказов. Ес-

ли искать классический формат печатной литературы, наиболее соответствующий сегодняшним трендам копирайтинга, то это рассказ.

Лендинги становятся все короче. Из одно-страничных превращаются в одно-экранные. Я констатирую тенденцию превращения одно-экранных в одно-строчники. Классический рассказ скоро покажется слишком объемным.

Так что, если копирайтеру учиться у классиков печатной литературы, то ориентироваться следует, прежде всего, на авторов рассказов.

## **Зачетное упражнение 07**

Назовите три Ваших любимых рассказа с именами двух героев.

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.

## **Отечественная литература**

Кому я буду рассказывать про русскую литературу? Вам, мои читатели и читательницы, представителям поколения

«Бэби бумеров», моим ровесникам? С какой стати? На самом деле, это вы кому угодно расскажете все о русской литературе. Именно Вы поддерживаете культуру живого великорусского языка. Вы читаете своим внукам «Сказку о рыбе и рыбке» Александра Пушкина, «Конька-горбунка» Константина Ершова, «Незнайку в Солнечном городе» Николая Носова. Это именно Вы спасаете великую русскую литературу от прозябания. Именно Вы. Все Вы вместе и лично Вы, мой дорогой читатель.

Так что, давайте вместе вспомним дорогие нашим сердцам имена. В конце концов, это просто сближает. Как здорово, что все мы здесь...

## Зачетное упражнение 08

Выберите правильное продолжение строчки барда Олега Митяева «Как здорово, что все мы здесь..»

1. Сегодня собрались.
2. Ужасно напились.
3. Немного подрались.

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего

итога.

Родоначальником классической русской литературы и литературного русского языка был Пушкин.



И.Репин «Пушкин на лицейском экзамене»

Золотым веком отечественной классики стал XIX век. В первой его половине работали талантливые литераторы: Вяземский, Батюшков, Баратынский.

Середина XIX века славна именами Гоголя, Лермонтова, Толстого. Достоевского, Тургенева, Гончарова, Некрасова. Предшественником Серебряного века стал поэт Анненский. Это век принес нам поэзию Блока, Бальмонта, Ахматовой, Цветаевой, Гумилева, Волошина, прозу и драматургию Че-

хова.

Переворот 1917 года поделил отечественную литературу на два больших потока:

- Тех, кто писал свои произведения в изгнании. Это Нобелевский лауреат Бунин, Набоков, Ходасевич.
- Тех, кто жил и работал в СССР. Среди них Нобелевский лауреат Пастернак, Булгаков, Ахматова, Гроссман.

Трагическая судьба постигла поэтов Маяковского, Есенина, Мандельштама.

Весьма непростыми были жизненные обстоятельства Горького и Толстого.

Уже при советской власти сформировался как писатель Нобелевский лауреат Шолохов.

Во время Великой Отечественной войны свое слово сказали поэты Симонов и Твардовский.

В период «хрущевской оттепели» зазвучали во весь голос любимые поэты моего поколения Евтушенко, Вознесенский, Рождественский, Ахмадулина, Окуджава.

Много сделали для поддержания культурной традиции советские детские писатели Чуковский, Михалков, Маршак.

Особая роль в осмыслении нашей жизни играют два изгнанника семидесятых – Нобелевский лауреат Солженицын и Нобелевский лауреат Бродский.

До сих пор не вполне признана роль народного барда – Высоцкого.



Во второй половине восьмидесятых годов XX века литература перестала быть для читателя источником нравственного осмысления истории, жизни и судьбы, утратила роль исповедника и пророка. Она стала просто современной литературой, которую читают. Определенной популярностью пользуются В.Пелевин, В.Сорокин, Д.Быков. Огромными тиражами выходят книги Д.Донцовой и других авторов детективов. Конкуренцию им составляет только бизнес-автор номер один в России. Это Андрей Парабеллум, по предложению которого я и написал эту книжку.

Впрочем, кому я это рассказываю?? Пенсионеры – это Золотой фонд «России читающей». Вы и без меня знаете все что было !!



А каково будущее великой русской литературы ?? Поживем – увидим

## **Зачетное упражнение 09**

Действие одного из романов, который написали в соавторстве Иехиел-Лейб бен Арье Файнзильберг и Евгений Петрович Катаев, начинается в городе

1. Миргород.
2. Старгород.
3. Новгород.

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.

## **Зарубежная литература**

Однажды Хемингуэй заключил спор, что он напишет рассказ, состоящий всего из нескольких слов, способный трогать любого читателя. Писатель выиграл спор:

«Продаются детские ботиночки. Неношеные». («For sale: baby shoes, never worn»).

До слез пронзительная литературная байка. До слез.

Э.Хэмингуэй заслуженно пользовался репутацией непревзойденного рассказчика. Как и многие и многие классики этого жанра с древнейших времен до наших дней.

Мировая литература настолько огромна, что попытка даже кратко рассмотреть ее историю, хотя бы даже в отношении только жанра «короткого рассказа», насколько далеко выходит за рамки этой книги, что не буду и затеваться.

В порядке занимательного чтения, познакомлю вас с некоторыми образцами рекордно коротких рассказов. Они вошли в Интернет-рейтинги редких образцов лаконичности.



В английском языке нет слова «рассказ».

Англичане и американцы говорят «Short Story». Дословно это означает «короткая история». Обратное на русский язык английский термин «Short Story» часто переводит как «ко-

роткий рассказ». Это не правильно.

Само определение русского понятия «рассказ», включает в себя признак краткости. Так что, в русском языке «короткий рассказ» – это пример тавтологии. Но вот «очень короткий рассказ» – понятие вполне корректное. Имеет право на существование.

Однажды журнал «New Time» и его редактор Стив Мосс решили провести конкурс рассказов длиной в 55 слов. При этом в тексте требовался стройный сюжет, проработанность персонажей и необычная развязка. По результатам конкурса удалось собрать целый сборник, получивший название «Самые короткие в мире рассказы». Три лаконичных истории из этой книги я процитирую по <https://www.adme.ru/tvorchestvo-pisateli/samye-korotkie-v-mire-rasskazy-641705/>

## 1. Рандеву

Зазвонил телефон.

– Алло, – прошептала она.

– Виктория, это я. Давай встретимся у причала в полночь.

– Хорошо, дорогой.

– И пожалуйста, не забудь захватить с собой бутылочку шампанского, – сказал он.

– Не забуду, дорогой. Я хочу быть с тобой сегодня ночью.

– Поторопись, мне некогда ждать! – сказал он и повесил трубку.

Она вздохнула, затем улыбнулась.

– Интересно, кто это был ... – сказала она.

Николь Веддл

## 2. Вечерний сюрприз

Блестящие колготки туго и соблазнительно облегли прекрасные бедра – чудесное дополнение к легкому вечернему платью. От самых кончиков бриллиантовых сережек до носков изящных туфелек на тонких шпильках – все было просто шикарно. Глаза с только что наведенными тенями рассматривали отражение в зеркале, и накрашенные яркой красной помадой губы растягивались от удовольствия. Внезапно сзади послышался детский голос:

«Папа?!»

Хиллари Клэй

## 3. Решающий миг

Она почти слышала, как двери ее тюрьмы захлопываются.

Свобода ушла навсегда, теперь ее судьба в чужих руках, и никогда ей не увидеть воли.

В голове ее замелькали безумные мысли о том, как хорошо бы сейчас улететь далеко-далеко. Но она знала, что скрыться невозможно.

Она с улыбкой повернулась к жениху и повторила: «Да, я согласна».

Тина Милберн

Примеры очень коротких рассказов есть и в творчестве признанных классиков.

Американский писатель О. Генри выиграл конкурс на самый короткий рассказ, который имеет все составляющие традиционного рассказа – завязку, кульминацию и развязку. Вот этот рассказ:

«Шофер закурил и нагнулся над бензобаком, посмотреть много ли осталось бензина. Покойнику было двадцать три года».

## **Зачетное упражнение 10**

Тома Сойера придумал:

1. О-Генри.
2. Джек Лондон.
3. Джером К. Джером.

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.

# Современные тенденции

Вам интересно познакомиться с самыми современными тенденциями развития подходов копирайтинга? Узнать, где предел лаконичности?

Прочитайте сокращенный вариант моей статьи на эту тему. Полный вариант этого текста размещен на моем сайте. Папишите мне личное сообщение ВКонтакте <https://vk.com/theshtolts> – я пришлю ссылку.

## Одно-экранник на смену одно-страничнику

Дни популярного копирайтингового формата, одно-страничного продающего сайта или лендинга, сочтены. Ему на смену готовится прийти ОДНО-ЭКРАННИК. Как опытный копирайтер и маркетолог, я вижу в этом корневую тенденцию современного маркетинга. Этот подход предусматривает прецизионное сегментирование целевой аудитории.

Американский классик современного маркетинга Филип Котлер предсказал решительную персонификацию маркетинга с распространением Интернета. Этот процесс идет семимильными шагами.

Минимализация требует лаконичности

Современные пользователи часто тратят на просмотр одного сайта всего три секунды. Где уж тут пролистать одно-страничник до конца, 7-8 раз нажав "PgDn". Все должно быть написано на первом экране.

Скроллинг особенно затруднен на мобильных устройствах, прежде всего, на смартфонах. Даже попасть пальцем в необходимые поля линейки прокрутки уже не просто, особенно в вагоне метро или в салоне автомобиля. А остановиться в нужном месте стремительно пролетающего по экрану текста – задача для героя. Максимум, который может себе позволить веб-дизайнер, это два экрана на страницу. При этом нижняя часть первого экрана должна совпадать с верхней частью второго. Чтобы пользователь был уверен, что ничего не пропустил.

Это реально при современных маркетинговых подходах. Концепция «Customer journey» (англ. «путешествия клиента») предусматривает многократные взаимодействия с потенциальным клиентом через разные каналы. В процессе такого движения, он лучше и лучше узнает продукт и продавца. А продавец все ближе знакомится с клиентом. Если, в соответствии с концепцией, вы уже провели клиента через 5-7 касаний, вам вполне по силам окончательно «взять» его с одного экрана.

Что делать прямо сейчас

Сокращать текст! Подробнее сегментировать целевую

аудиторию, предлагая отдельный лендинг под каждый сегмент. Если вы рекламируете парикмахерский салон, который обслуживает и мужчин и женщин, сделайте отдельный лендинг для мужчин, и отдельный – для женщин. У них разные потребности, им надо предъявлять разные преимущества и выгоды. Приводить разные примеры работ, опровергать разные возражения. Такой подход, делающий посадочные страницы лаконичнее, отчасти использует сервис [yagla.ru](http://yagla.ru), работающий на основе «гипер-сегментации» трафика.

Сделайте отдельные лендинги для 17-летних девушек и 40-летних дам. Не громоздите все в один продающий сайт. Тогда и семнадцатилетняя девчонка в трясущемся вагоне метро на коротком перегоне между «Деловым центром» и «Международной» легко закажет у вас стрижку. И сорокалетняя солидная женщина в «Лексусе», ожидающем «зеленого» светофора на Ленинском проспекте, без проблем запишется к вам на укладку. Без скроллинга.

Есть веб-дизайнеры, которые думают в этом направлении. TechTerra на своем сайте приводит положительный пример посадочной страницы, обходящейся без скроллинга.





Страница продвигает приложение для мобильных телефонов. Описания возможностей программы автоматически сменяются на экране одно за другим.

Это решение повышает вероятность того, что пользователь прочитает все пять описаний и примет решение купить.

Разумная альтернатива скроллингу – переход на другие страницы сайта по крупным кнопкам, понимающим нажатие не только по надписи, но и в любую точку поля кнопки. Кнопки можно оптимизировать в соответствии с законом Фитса – приклеить к краю экрана. Пользователь не промахнется. Даже если трясет. Лучше три страницы с технологически удобным меню перехода, чем одна страница с необходимостью скролить ее пятью нажатиями «PgDn».

Осталось дать имя феномену грядущего перехода от одно-страничных продающих сайтов к одно-экранным. Термин «одно-экранная посадочная страница» звучит так же неуклюже, как «одно-страничная». Не случайно в Рунете термин «лендинг» применяют повсеместно.

Я предлагаю для обозначения одно-экранной посадочной страницы использовать термин «SiScreen» или «СиСкрин».

SiScreen происходит от английского «Single Screen», что переводится как «единственная страница». Сократив его до SiScreen и переведя в кириллицу, получаем «сискрин». Или «СиСкрин», как вам больше нравится. Один из моих товарищей, которому я показывал этот текст, предложил использовать термин SiS-ка. Я – против, мне кажется, это грубовато.

СиСкрин – не конец эволюции. Уже сейчас видна перспектива появления одно-строчных продающих сайтов. По аналогии с СиСкринами, логично назвать их СиЛайнами от английского «Single Line» – единственная строка. Легко себе представить СиЛайн на Apple Watch.

Например: «Товар вашей мечты со скидкой 100 %. Плюс 10% кэшбэк на телефон». И кнопка «Купить». Чем не СиЛайн?

## Интернет-ресурсы

Для пенсионеров моего поколения, получивших классическое Советское образование в настоящих институтах, вопрос о повышении начитанности, как правило, не актуален. Мы с вами, будем откровенны, начитанны больше, чем нынешнее поколение. Они больше чем мы:

- слышаны,
- рассмотрены,
- накурены,
- наколоты.

Но больше начитанны – именно мы.

Так что, вопрос об использовании Интернет-ресурсов для повышения начитанности для нас с вами, дорогие мои Читатели, не слишком актуален.

Приведу только один такой ресурс. Он полезен, если есть нужда напомнить себе, о чем идет речь в том или ином уже известном вам произведении. Это ресурс Брифли.

По-английски *briefly* означает «коротко», «вкратце». И действительно, чтение краткого содержания романа «Война и мир» Л.Толстого занимает на Брифли 35 минут, в то время как оригинал читается за 43 часа. Время чтения отличается в 74 раза, то есть, как говорят математики, «на два порядка». Это очень значительное сокращение. Стоит иметь в виду!!!

Возьмем произведение покороче. Рассказ А.Чехова «Злоумышленник». Его оригинал читается быстро, о чем Брифли честно предупреждает: «Оригинал этого произведения читается всего за 8 минут. Рекомендуем прочесть его без сокращений, так интереснее». Причем слова «прочесть его без сокращений» – это кликабельная ссылка. Напомню, что «кликабельная ссылка», это область текста, по которой можно «кликнуть», коротко нажав левую кнопку мыши при наведенном на ссылку курсоре. После чего что-нибудь произойдет. В данном случае произойдет переход на страницу оригинала.

Разумеется, вы знаете, что такое «кликабельная ссылка». Я расшифровал понятие только для того, чтобы показать Вам, как я буду расшифровывать новые понятия в курсе

Школы «Копирайтинг для пенсионеров».

Сделав такую, очень резонную оговорку, Брифли предлагает даже два варианта содержания:

- Краткое.
- Очень краткое.

Очень краткое содержание рассказа стоит привести полностью. Просто образец лаконизма. Так и просится на первую страницу лендинга «Злоумышленник Чехова. Пять причин прочитать целиком».

Вот дословная формулировка Брифли: «Судят мужичка, который открутил гайку с железнодорожного полотна. Даже будучи осужденным, он не понимает, в чем его преступление».

Восторг, а не формулировка !!

Два варианта:

Тот, кто не читал, ничего не поймет.

Тот, кто читал, немедленно освежит воспоминание. Перед глазами «стоит маленький, чрезвычайно тощий мужичонко в пестрядиной рубахе и латаных портах. Его обросшее волосами и изъеденное рябинами лицо и глаза, едва видные из-за густых, нависших бровей, имеют выражение угрюмой суровости». Культурные люди моего поколения помнят героя этого чеховского рассказа в исполнении Народного артиста СССР Алексея Грибова, игравшего во МХАТе вместе с другими «стариками» еще при Станиславском. В исполнении Грибова герой отнюдь не был «тощий мужичонко». Гри-

бов был грузен, чтобы не сказать толст. Но на то он и великий артист. Это был толстяк в образе исхудавшего бедняка. Было совершенно очевидно, что грузило ему действительно крайне необходимо. Необходимо, чтобы добыть «хлеб насущный». Без которого нельзя!! А тут «В тюрьму... Было б за что, пошел бы, а то так... здорово живешь... За что? И не крал, кажись, и не дрался...»

Ему веришь, он «не крал» !

Брифли этого не передает, но напоминает очень ярко.

Здесь я хочу отступить от темы.

Хочу, но не позволю себе этого. В другой раз.

## **Зачетное упражнение 11**

Главного героя рассказа Чехова «Злоумышленник» зовут:

1. Денис Давыдов.
2. Денис Григорьев.
3. Григорий Мелехов.

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.

# Навык 3. Экспертность

Речь пойдёт о профессиональном и жизненном опыте.



# Требования к экспертисти

У Вас, мои образованные ровесники – очень завидная экспертистность. С одной стороны – отличное Советское образование, полученное бесплатно по государственной программе, без скидок (ну, или почти без скидок), на сумму заплаченных денег. Почти, потому что коррупция появилась не вчера, и даже не позавчера. Во всяком случае, на моей памяти она уже была.

С другой стороны, сорокалетний опыт работы в народном хозяйстве. Бесценный опыт. Если Вы бухгалтер, то к нашим годам вы уже очень опытный, квалифицированный бухгалтер. Если педагог, то педагог очень высокой квалификации точно. Если медик, то в нашем возрасте вы уже все знаете о здоровье человека, в том числе на личном опыте.

Наконец с третьей стороны. У вас уже накоплен огромный опыт в области увлечений и хобби. Вы отличный кулинар, за многие десятилетия закатавший столько банок, что если их выстроить в ряд, то он протянется от Москвы до Санкт-Петербурга. Вы связали столько свитеров крючком, что можно одеть экипаж небольшого авианесущего крейсера. Если поставить друг на друга все помидорные кусты, которые вы вырастили на даче, то колонна дотянется до Луны.

Так что, экспертистность представителей поколения «бэби бумеров» не вызывает сомнений.

Так что не будем застревать на четвертом навыке. Прокачаем экспертность на паре тестов и вперед, к самому интересному, критически важному навыку, сетевой вовлеченности.

А пока...

## Зачетное упражнение 12

Три источника марксизма, по мнению Ленина, это:

1. Американская демократия.
2. Немецкая философия.
3. Китайское конфуцианство.
4. Английская политэкономия.
5. Французский социализм.
6. Японский империализм.
7. Итальянский коммунизм.
8. Русский анархизм.

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.



# Образование

Я определенно считаю, что подвергать сомнению уровень Вашего образования не следует.

Но если Вы настаиваете, то вот вам тест.

## Зачетное упражнение 13

Пройдите тест на уровень образования. <https://onedio.ru/news/test-otvette-na-12-voprosov-a-my-porobuem-ugadat-uroven-vashego-obrazovaniya-22275>

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.

## Опыт работы

Опыт работы – это важнейшая часть квалификации копирайтера. Может быть, самый ценный индивидуальный навык. Но он очень трудно поддается анализу. Дело в том, что профессиональный опыт восхитительно индивидуален. Каждый человек – это Уникум, он неповторим, он представ-

ляет очень самостоятельную ценность, отличную от других. Как говорится, «аршином общим не измерить».

Поэтому я предложу Вам подумать не о своем профессиональном опыте. Подумайте о том, как Вы ощущаете свою включенность в профессию. Включенность в Мировой Круг и в свой местный социальный круг. И то и другое – очень важно. Грамотный копирайтер отдает себе отчет в отношении того, что он значит в своем профессиональном мире, с кем он себя сравнивает, на кого стремится быть похожим.

В качестве ориентиров здесь следует выбирать мировые имена, самых лучших в мире представителей своей профессии, безусловных авторитетов. Если вы физик, сравнивайте себя с Аристотелем, Ньютоном и Эйнштейном. Именно так. Я и Ньютон. Я и Эйнштейн. Наконец, я и Аристотель. Если вы литератор, то я и Гомер, я и Шекспир, я и Пушкин. Не меньше.

## **Зачетное упражнение 14**

Назовите троих великих представителей вашей профессии. Троих профессионалов, идеальных с Вашей точки зрения.

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5

– Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.

## **Зачетное упражнение 15**

Назовите троих Ваших личных учителей в Вашей профессии и в Вашей жизни.

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.

## **Увлечения и хобби**

Увлечение и хобби – это едва ли не основной источник тем для пенсионеров-копирайтеров. Привычно, знакомо, здесь вы чувствуете себя экспертом. Легко и с удовольствием расширяете свой кругозор. Список возможных тем для написания текстов я разделил на три части:

1. Темы, рекомендованные для пенсионеров-копирайтеров. Их с удовольствием выбирают пенсионеры, здесь они легче всего добиваются успеха.

2. **Нейтральные темы.** Если вы обладаете специфическими знаниями в одной из тем списка, у вас наверняка получится писать хорошие тексты. Но только если обладаете.

3. Часть тем является сомнительной с точки зрения использования пенсионерами. Я не рекомендую Вам обращаться к ним. Толку не будет. Может быть даже вред.

## **Рекомендованные пенсионерам темы**

Хороши для пенсионеров.

1. **Кулинария.** Очень популярная тема. Если у вас есть фотоаппарат или смартфон, фото-рецепты – прекрасный вариант.

2. **Дачная жизнь.** Практические советы. Собственный опыт. Обзоры.

3. **Праздники.** Поздравления, сценарии мероприятий, тосты. Обзоры. Писать про праздники – полезно для здоровья и настроения.

4. **Здоровье.** Актуально писать про спорт и фитнес. ЗОЖ. Не путать с медициной.

5. **Медицина.** Люди «гуглят» симптомы, пытаются поставить диагноз. С такими темами Вы хорошо знакомы, но требуется аккуратность.

6. **Кройка и шитье.** Пошив одежды на дому – это первый, еще советский, прототип нынешнего фриланса. Тема по-прежнему востребована.

7. Туризм и отдых. Спрос велик. Востребовано все, включая внутренний и местный туризм.
8. Красота. Женщины и мужчины, подростки и пожилые люди – все стремятся выглядеть красиво. Писать тексты про красоту довольно просто и интересно.
9. Народная медицина. Бабушкины средства. Профилактика.
10. Интерьер. Востребованы бюджетные практические советы.
11. Книги и чтение. Новинки. Обзоры. Впечатления.
12. Домашнее хозяйство. Уборка. Стирка. Бытовая техника.
13. Кино и телевидение. Сериалы, телешоу, фильмы. Обзоры, анонсы.
14. Маленькие дети. Читатели – как беременные женщины, которые только готовятся стать мамами, так и мамы дошкольников.
15. Личная жизнь. Это не только об отношениях с противоположным полом, это переживания, саморазвитие, поиск смыслов.
16. Школа и школьники. У Вас есть опыт. Поделитесь.
17. Рукоделие. Если Вы вяжете, вышиваете, делаете игрушки или открытки, Вы легко об этом напишете.
18. Сад и огород. Если эта тематика Вам знакома, почему не писать об этом? Особенно востребовано в сезон.

## Нейтральные темы

На ваше усмотрение.

1. Строительство и ремонт. Строительная тематика является одним из лидеров на рынке.
2. Недвижимость. Дома и квартиры продают и покупают, независимо от кризисов, спрос на тексты о недвижимости будет всегда.
3. Мода. Количество сайтов, посвященных моде, постоянно растет.
4. Автомобили. Можно писать про автомобильные новинки, про правила эксплуатации, про ремонт и безопасность и т.д.

## Сомнительные темы

Я не рекомендую пенсионерам выбирать темы:

1. Компьютеры. Ремонт компьютеров, практические советы по работе с ПК, и обзоры новинок. Специфическая квалификация.
2. Интернет. Актуальна тема заработка в Интернете. Может когда-нибудь и Вы..
3. Компьютерные игры. Обзоры, всевозможные советы и новостные статьи. Надо фанатеть.
4. Бизнес. Темы бизнеса требуют большого опыта и

специфических знаний.

5. Психология. Кто сейчас не психолог? Только парапсихолог!!! Конкуренция высока. Ответственность очень высока.

6. Паранормальное. Определенный процент людей гадают на картах Таро, верит в Ясновидение и потусторонний мир. Очень опасно.

## **Зачетное упражнение 16**

Назовите три тематики, которые Вы готовы выбрать для профессионального написания текстов на продажу в сети. Из предложенного списка. Или НЕ из него.

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.

# Навык 4. Сетевая вовлеченность

Речь пойдёт о навыках работы в интернете.





# Требования к сетевой вовлеченности

Если над каким-то из пяти навыков Вам предстоит серьезно поработать, то, скорее всего, именно над этим.

## Профессиональная инфраструктура

В наше время все доступно. Вы можете работать в интернете, используя:

- персональный компьютер;
- ноутбук;
- планшет;
- смартфон.

Наконец, даже умные часы.

Пенсионерам я рекомендую остановиться на традиционном персональном компьютере. Так привычнее. Не надо осваивать новые навыки, ориентироваться в новой программной среде, учиться непривычному.

Да, может быть, Mac OS имеет определенные преимущества перед Windows. Может быть. Но вы потратите кучу времени, наделаете кучу ошибок, инвестируете кучу денег и получите 3% увеличения эффективности. А роста заработка вообще не будет. Только голову себе заморочите.

Поэтому используйте максимально привычные устройства и программные средства. Всю жизнь работали в

Windows, ничего и затеваться с Mac OS. Пользовались настольным компьютером, продолжайте на нем работать. Используйте смартфон для звонков внукам, а не для профессиональной работы в сети. Только глаза попортите, пока научитесь попадать по кнопкам экранной клавиатуры.

Как говорит американская пословица, «не ремонтируй то, что не сломалась».

Вам понадобится доступ в Интернет. К этому вопросу следует отнестись со вниманием. Интернет, это Ваш постоянный рабочий инструмент. И долгое ожидание ответа нужного вам сайта может просто свести с ума. Во всяком случае, сделает процесс работы отвратительно раздражающим.

Поэтому потратьте время на исследование доступных возможностей. Запросите в Яндексе «доступ в Интернет по адресу..». Сравните предложения. Учтите возможности сотовых операторов. Ваш интернет должен быть хорош.

Лично я рекомендую безлимитные тарифы. Работая над текстом, Вы должны думать о том, как сделать его совершенным. А не о том, как сэкономить мегабайт – другой трафика. Конкретное решение зависит от технических возможностей в Вашем регионе.

Ваша компьютерная грамотность должна быть на уровне «уверенного пользователя». Или хотя бы между «начинающим» и «уверенным пользователем». Не гонитесь за разно-

образием программного обеспечения. Устанавливайте только самые популярные варианты программ. Есть у вас интернет-браузер Google Chrome, и достаточно. Не реагируйте, сколько бы Вас не заваливали рекламой производители конкурентных браузеров:

- Яндекс. Браузер.
- Firefox.
- Opera.
- Microsoft Edge.
- Internet Explorer.
- Maxthon.
- UC Browser.
- SlimBrowser.
- TOR Browsers.
- Амиго.
- СосСос.
- Рамблер Браузер.

Не ведитесь. Ерунда это все. Только запутаетесь. Оставьте эти игры фанатам. Вы – профессиональный копирайтер.

Все, что Вам нужно:

- Настольный компьютер.
- Быстрый интернет.
- Гарнитура – наушники и микрофон.
- Операционная система Windows.
- Текстовый редактор MS Word.
- Браузер Google Chrome.

- E-mail адрес в домене @mail.ru.
- регистрация в Skype.
- Страничка в соцсети ВКонтакте.

Это ваше рабочее место. И не надо ничего лишнего.

С точки зрения многих «гуру» копирайтинга, я только что сказал совершенно крамольную вещь. Почти все специалисты настаивают, чтобы копирайтеры завели аккаунты сразу во всех социальных сетях: ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Instagram, Twitter, Telegram, YouTube.

Я с этим НЕ согласен. Самая популярная на русскоязычном пространстве интернета социальная сеть – это ВКонтакте. Начните с нее. Заработайте первые деньги. И только тогда расширяйте список сетей своего присутствия. Для начала достаточно ВКонтакте. «Keep it Simple stupid». Будь проще, дурачок, как говорят американцы. Сэкономите время, усилия и деньги.

## **Зачетное упражнение 17**

Проверьте, все ли необходимое есть у вас на рабочем месте, и нет ли чего-то лишнего. Наведите порядок.

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5 – Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.

Важно понимать, что говоря о сетевой вовлеченности, мы с вами обсудили только инфраструктуру этой вовлеченности. Только технические средства, которые необходимы для ее формирования.

Саму вовлеченность еще предстоит создать.

Степень сетевой вовлеченности отражается в количестве ваших подписчиков ВКонтакте. В том, насколько часто ваши сообщения получают лайки. Сколько вы собираете репостов. Сколько адресов содержится в вашей e-mail базе. В проценте ваших клиентов, которые совершают повторные покупки.

Все это вам еще предстоит сформировать. Но правильная инфраструктура, это основа вашей заявки на успех. И чем лучше подготовлена инфраструктура, тем выше шансы увидеть заявку выполненной.

О том, как составить такую заявку, мы поговорим в конце этой книги. Составить заявку надо так, чтобы не получить отказ. Пока – готовьте инфраструктуру, от всей души желаю Вам успеха.

# Навык 5. Личностные качества

Речь пойдет лично о Вас.



# Навык или не-навык

Личностные качества. Этот навык я называю «**не-навык**».

Дело в том, что личностные качества, в значительной мере, даются человеку от природы. Как Модальность, которую мы с Вами уже обсуждали в связи с языковой грамотностью.

В этом смысле личностные качества навыками не являются. Они не воспитываются, не формируются в процессе жизни и профессиональной деятельности.

При этом те или иные личные качества не являются препятствием для занятия копирайтингом.

## Темперамент

Одним из важнейших личностных качеств человека специалисты считают темперамент. В современной психологии темперамент определяют как постоянные и устойчивые природные свойства личности, определяющие динамику психической деятельности независимо от ее содержания.

Специалисты выделяют:

- холерический темперамент, который связывается с раздражительностью,
- сангвинический – с жизнерадостностью,
- флегматичный – со спокойствием,

- меланхолический – с ранимостью.

Ни одному из темпераментов не противопоказан копирайтинг. Другое дело, что особенности своего темперамента копирайтер должен учитывать при выборе предпочтительного жанра копирайтинга. С некоторой долей условности можно полагать, что темпераментам свойственна склонность к разным типам контента. Извините, разумеется, мне следовало сказать «содержания»: ))

1. Холерику больше подойдет новостной копирайтинг, он не требует глубокой концентрации и усидчивости.
2. Сангвинику органично подойдет информационный копирайтинг, стандартные, наиболее популярные форматы создания текстов.
3. Флегматики могут успешно писать лонг-риды, тексты которые требуют внимания и сосредоточенности.
4. Меланхолики склонны к глубокой аналитике, правда, как правило, пессимистической мрачноватой.

Во всяком случае, все темпераменты вполне успешно могут найти себе применение в копирайтинге.

С точки зрения школы «Копирайтинг для пенсионеров» я выделяю два личностных качества, от выраженности которых зависит наше с Вами взаимодействие:

1. Важнейшим обстоятельством является наличие или отсутствие у будущего копирайтера стремления к работе в команде. Наличие навыков такой работы. Готовность проявлять командный подход.



2. Второе. Интроверты и экстраверты. Успокойтесь. И те, и другие могут быть успешными копирайтерами. И могут учиться в Школе «Копирайтинг для пенсионеров». Но цели, так называемый «образ достижения» у интровертов и экстравертов – разные. И эту разницу необходимо учитывать.

## **Командность**

Дело в том, что даже пара «фрилансер-коуч», это команда. Маленькая, но команда. И здесь необходимо командное взаимодействие, командность.

Этим качеством обладают не все люди. И если вы человек не командный, то нам не по пути. Я Вам не нужен. Важно определиться как можно раньше, чтобы не потратить усилия впустую. На поиски черной кошки в темной комнате, при условии, что кошки в комнате нет.

## **Зачетное упражнение 18**

Пройдите онлайн тест на командность. [http://rootagroup.ru/publikacii/?ELEMENT\\_ID=718](http://rootagroup.ru/publikacii/?ELEMENT_ID=718)

Только честно. Это надо именно Вам.

Занесите результат выполнения в лист самопроверки по пятибалльной шкале ( 1 – Не прошел. 2 – Скорее нет, чем да. 3 – Наполовину прошел. 4 – Скорее прошел, чем нет. 5

– Да, прошел).

Этот результат следует учесть при подведении общего итога.

## **Интровертность – экстравертность**

На интровертов и экстравертов разделил всех людей корифей психологии 20 века известный неофрейдист Карл Густав Юнг.

Современная психология использует типологию характера, предложенную Юнгом. Он предположил, что всех людей можно поделить на два типа, в зависимости от их ориентации:

- внешне ориентированные (экстраверты);
- внутренне ориентированные (интроверты).

Так появились экстравертивный и интровертивный типы характера личности.

1. Тип. Экстраверт

Направленность на объект (на внешний мир).

Активность,

общительность,

высокая социальность,

открытость.

Склонность иметь много друзей.

Ориентация на внешние обстоятельства.

Ощущение «на волне» вместе со всеми.

2.Тип. Интроверт.

Ориентированность на субъект (на внутренний мир).

погруженность в собственные мысли и чувства,

рассеянность, замкнутость,

Впечатлительность.

Чувствительность.

Самоанализ и самокритика.

Необщительность.

Недоверчивость.

Несмотря на свою несклонность к общению со многими людьми, интроверт все же имеет друзей. Их обычно бывает немного. Эти друзья воспринимают интроверта таким, каков он есть.

## **Не-зачетное упражнение 01**

Пройдите онлайн-тест на экстро– или интроверсию.  
<http://www.psychologies.ru/tests/test/451/>

Результат этого теста не надо оценивать и его не следует учитывать при подведении общего итога.

Дело в том, что будь Вы интроверт или экстраверт, Вам

все равно рекомендовано обучение в Школе «Копирайтинг для пенсионеров».

Но разница есть.

Если вы интроверт. По результатам обучения вам рекомендуется модель работы с самостоятельным выходом на рынок. При прохождении периодических коуч-сессии. Вы будете работать независимо от других участников группы, самостоятельно. Общаться Вы будете только с коучем. На периодической основе. Вам тусовка не нужна. Вот и будете работать без тусовки. В тесном общении с коучем.

Если вы экстраверт. По результатам обучения вы получите приглашение работать в моем копирайтинговом агентстве «Серебро». Вы получите доступ в закрытую группу, приобретете новых друзей – коллег по цеху и, будете принимать участие в обучении новых студентов, общаться не только на профессиональные темы. Вам нужна тусовка. Вот и будете работать в тусовке.

## **Навык – не-навык. IQ**

Меня часто спрашивают: «Почему Вы, такой последовательный сторонник количественных методов оценок, SMART-целеполагания, системных подходов, не используете классическую систему оценки уровня интеллекта. Например, широко известную систему американского классика Г.Айзенка, которая называется IQ?»

Да потому и не использую, что для оценки потенциала копирайтера этот коэффициент не имеет большого смысла. Никакой такой однозначной зависимости, что чем выше «айкью», тем лучше копирайтер – нет и в помине. Совсем никакой.

Более того, высокий IQ вредит начинающему копирайтеру. Именно так. Начинающему – вредит. Да, когда копирайтер начинает заниматься аналитическим маркетингом, берется проводить рекламные кампании, организует систему интернет аналитики, вычисляет Яндекс метрику, здесь очень даже нужен. Тем более что копирайтера с высоким IQ склонны мигрировать в область маркетинга, в управление рекламными компаниями, в веб-аналитику. В этих областях, чем выше интеллект, тем выше эффективность.

Но начинающему пенсионеру-копирайтеру часто приходится бороться с высоким интеллектуальным уровнем написанных им текстов. Нынешним пенсионерам, в целом присущ более высокий уровень образованности и общей культуры, чем многим и многим представителям молодежи. И тексты, написанные копирайтерами-пенсионерами, часто бывают непонятны широкой аудитории.

Хорошо если пенсионер-копирайтер пишет для своих. Для пожилых. Для образованных. Для тех, кто учился в советских школах и советских вузах. Они друг друга понимают. Именно поэтому Я выступаю за поколенческий копирайтинг. Здесь – Золотое Поле деятельности для представите-

лей старших поколений в профессии копирайтера.

Но если копирайтер в возрасте работает на широкую аудиторию, он часто слышит от редактора: «Постой, нельзя ли попроще».

К этой ситуации очень подходит один из любимых принципов американских маркетологов – принцип KISS: «Keep It Simple Stupid». KISS, по-английски, поцелуй. Поэтому, если угодно, воспринимайте это как напутственный совет: в начале карьеры копирайтера засуньте излишний интеллект себе в задний карман, и смело отправляйтесь в путь.

Понятно теперь, почему я не придаю большого значения тесту на IQ? Надеюсь понятно...

Впрочем, коли есть охота и полчаса свободного времени, пройдите тест из любопытства. Составьте свое мнение: «Это скорее зависит от природы или от приобретенных знаний?».

## **Не-зачетное упражнение 02.**

Пройдите тест на IQ. Вот ссылка <https://brainapps.ru/iqtest-eysenck>.

Результат этого теста не надо оценивать и его не следует учитывать при подведении общего итога.

Не придавайте большого значения результатам. У Джорджа Буша-младшего в годы его президентства IQ составлял

всего 91 (прописью – девяносто один)!!! В среднем у американцев IQ равен 100. И Бушу хоть бы хны. Правил себе на здоровье. Джордж часто подшучивал над собственными умственными способностями. "Моей целью является создание клона Дика Чейни, тогда большую часть своего срока я смогу бездельничать", – пояснил Буш журналистам. Берите пример!

## Ответы

Этого параграфа нет в оглавлении.

Это – сюрприз для тех, кто дочитал до этого места. Очевидно, вы теперь уже дочитаете до конца.

Правильные ответы на зачетные упражнения

Упражнение 1. 5 баллов за участие. Гарантировано.

Упражнение 2. Самостоятельная оценка онлайн результата.

Упражнение 3. Оттенки считаются. <https://text.ru/synonym/%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%B9>

На «пятёрку» надо 10 синонимов.

Упражнение 4. На пятёрку достаточно 5 антонимов. <http://antonymonline.ru/%D0%9B/%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D1%8B%D0%B9>

Упражнение 5. Гуманист – Приверженец гуманизма; признаёт ценность человека как личности. Гуманоид – человекоподобное существо из фантастики. Гумус – основное ор-

ганическое вещество почвы.

Упражнение 6. Файл → Справка → Параметры → Правписание → Настроить Букву Ё. Возможны варианты.

Упражнение 7. Самооценка.

Упражнение 8. Сегодня собрались.

Упражнение 9. Старгород. Роман «12 стульев». Псевдонимы.

Упражнение 10. Марк Твен. Провокация. В жизни встречается.

Упражнение 11. Денис Григорьев.

Упражнение 12. Немецкая философия. Английская политэкономия. Французский социализм.

Упражнение 13. Самооценка.

Упражнение 14. Самооценка.

Упражнение 15. Самооценка.

Упражнение 16. На «пятёрку» должно быть пять тематик.

Упражнение 17. «Пятерка» – все 9 пунктов.

Упражнение 18. Самооценка.



# **Приложение 1. Поколенческий копирайтинг. Успех неизбежен**

В этом Приложении приведена расшифровка прямого эфира группы «Востребованный пенсионер-копирайтер» ВКонтакте. В ней сформулированы принципы и обоснована востребованность «поколенческого копирайтинга».

Или, если угодно, востребованность «пенсионерского копирайтинга».

# Постановка вопроса

Здравствуйте, Дорогие Друзья!

Онлайн трансляция началась с музыки Beatles. Почему?  
Я объясню.

## Представление

Но сначала представлюсь. Я – Константин Штольц. Опытный копирайтер, маркетолог и управленец.



Я – Константин Штольц. Опытный копирайтер и маркетолог.

МФТИ, ВШЭ. Магистр управления МГУ. Кандидат физ.-мат. наук. Член Союза журналистов. Руководил крупными проектами в Москве, на Камчатке, на Кипре, в Дании и в США.

Оставил бизнес по здоровью. Консультирую.

Этой весной я открываю школу «Копирайтинг для пенсионеров». Записавшимся в лист предварительной записи - самые выгодные условия. Первые трое будут учиться бесплатно.

Научу писать и помогу продать написанное.

---

У меня хорошее образование. Я учился в трех элитных университетах. В Московском Физико-Техническом Инсти-

туте, в Высшей Школе Экономики и в Московском Государственном Университете имени Ломоносова. Впервые с написанием рекламных продающих текстов я столкнулся в 1990 году, когда руководил крупной еженедельной газетой. Рекламный рынок в стране только зарождался, учиться было не у кого, все приходилось пробовать на вкус и цвет, на что, как известно, товарищей нет. С тех пор много воды утекло. Сегодня я – опытный копирайтер и пенсионер. Открываю набор в школу «Копирайтинг для пенсионеров». Чем конкретно я могу помочь пенсионерам освоить востребованную профессию копирайтера, и почему именно я, вы можете посмотреть в группе «Востребованный пенсионер-копирайтер» ВКонтакте. Сегодня мы поговорим о другом.

Перед трансляцией я провел опрос в социальных сетях.

Выяснилось, что 88,2% опрошенных хотят получить ответ на вопрос: "Зачем копирайтингу нужен пенсионер?". То есть, зачем пенсионеру копирайтинг, все понимают. Пенсионеры, разумеется, хотят дарить внукам подарки. И купить абонемент в секцию фигурного катания для любимой внучки. Или в хоккейную секцию для любимого внука. А еще – свозить их обоих на море.

## **Чем пенсионер лучше?**

А вот вопрос о том, зачем копирайтингу пенсионеры – действительно сложный.

Аудиторию всерьез волнует проблема востребованности пенсионера-копирайтера. Почему работодатель должен выбрать человека в возрасте? Чем копирайтер в годах лучше молодого, шустрого, жаргонного, мобильного копирайтера, который одним большим пальцем набирает в минуту на клавиатуре смартфона больше знаков, чем пенсионерка десятью?

## Теория поколений

Правильный ответ: «Многим лучше». Чем конкретно? Ответ нам дает так называемая «теория поколений». Придумали эту теорию американские социологи Уильям Штраус и Нил Хоув.

В 1991 году вышла их книга «Поколения». По-русски эта теория очень хорошо изложена в книжке Саши Пармар, автора блога Партизанскиймаркетинг.рф. Книжка называется "Целевая аудитория". Согласно этой теории, лично я отношусь к поколению «бэби-бумеров». Это люди, рожденные в интервале от 1943 до 1963 года. На волне послевоенного повышения рождаемости.

Мы – хорошее поколение. На наших глазах первый человек высадился на Луне. Мы коллективисты, ценим экспертность и покупаем технологии.

Не буду излагать всех положений этой, весьма развитой теории. Ограничусь только одним.

С точки зрения копирайтинга главный аспект теории поколений можно сформулировать в одной фразе: "Хороший продающий текст, для возрастной целевой аудитории, может написать только возрастной копирайтер".



**"Хороший продающий текст,  
для возрастной целевой аудитории,  
может написать  
только возрастной копирайтер"**



Это очень важно, поэтому покажу вам картинку и повторю:

"Хороший продающий текст для возрастной целевой аудитории может написать только возрастной копирайтер".

Именно так: для возрастной аудитории – только возрастной райтер.

Вспомните телевизионную рекламу лекарственного средства, намазавшись которым старушка залезла вместе с внуч-

кой на детскую горку. С искаженным от стыда лицом, она безуспешно пытается преодолеть силу трения своей увесистой фигуры о металлическую поверхность полотна горки, пытаясь не отстать от легонького ребенка. Я не знаю, сколько пришлось заплатить актрисе, чтобы она согласилась снести такой позор. Но молодость автора сценария этого ролика, не вызывает сомнения. Он не почувствовал унижительный двусмысленности положения бабушки.

Что в результате? Уверен – мало кто из бабушек, видевших этот рекламный ролик, согласится использовать рекламированный препарат. Даже за деньги. Разве что – по принуждению. Вот такая, с позволения сказать, реклама.

Поколения не понимают друг друга.

Нынешние шестидесятилетние похожи на сорокалетних конца девяностых, то есть на самих себя. Гораздо меньше они похожи на шестидесятилетних двадцатилетней давности. Это не очень просто объяснить, но я стараюсь...



**Не расстанусь с комсомолом,  
Буду вечно молодым.**

[http://www.karaoke.ru/artists/kobzon-  
iosif/text/ne-rasstanus-s-komsomolom/](http://www.karaoke.ru/artists/kobzon-iosif/text/ne-rasstanus-s-komsomolom/)

---

Теория поколений утверждает: активнее всего мировоззрение людей формируется в возрасте 15 – 18 лет. Каким человек сформировался в этом возрасте, таким он и будет жить дальше. Комсомольцы семидесятых до старости будут комсомольцами семидесятых. В своем пожилом возрасте они будут очень похожи на юных себя, и никогда не станут похожи, например, на пожилых фронтовиков.

Что это означает с точки зрения практики?

С точки зрения практики копирайтинга, это означает, что только ровесники могут по-настоящему понять запросы возрастной целевой аудитории. Только пожилые люди хорошо знают чаяния пожилых. Так называемые «образы достижения» возрастной целевой аудитории доступны только возрастному копирайтеру.

## **Поколенческий копирайтинг**

Сам такой подход, основанный на учете объективно существующей разницы между поколениями, не только при формировании аватара целевой аудитории, но и при выборе копирайтера для написания продающего текста, я называю «поколенческий копирайтинг».

В этом отличие.

Анализ демографии при описании целевой аудитории, это вещь общепринятая. Так делают все маркетологи. Многие из них применяют теорию поколений. Она хорошо известна и признана во всем мире.





## «ПОКОЛЕНЧЕСКИЙ КОПИРАЙТИНГ»

Это подход, основанный на **учете разницы между поколениями**, не только для анализа целевой аудитории, но и **при выборе копирайтера**

А вот учет «поколенческого фактора» при выборе копирайтера, это уникальная фишка. Это то, чем «поколенческий копирайтинг» отличается от всех других подходов. Это не просто теоретическое положение, оно имеет вполне конкретные практические следствия, позволяет получить реальный измеримый денежный результат.

«Поколенческий копирайтинг» помог бы Сбербанку избежать провала дорогостоящей массивированной рекламной кампании «Активный пенсионер».

В конце 2017 года ролики этой кампании вызвали шквал самых негативных комментариев в сети. Комментаторы утверждали, что ролики носят издевательский по отноше-

нию к пенсионерам характер. Буквально издевательский. Напомню.

Многие пенсионеры действительно восприняли эти ролики как глумление. Никто не поверил, что у нас бывают такие пенсионеры.

Вот, например, пенсионер-спортционер.

Просто король баскетбольной площадки. Он лихо обходит своего молодого соперника, мастерски делает финт, прорывается к кольцу и, вот она кульминация.

Он лихо заколачивает Slam Dank в баскетбольное кольцо.

Кольцо, между прочим, висит на высоте 3 метра 5 сантиметров. То есть пенсионер подпрыгнул буквально на целый метр !! Браво!!! Он слева на снимке.



А справа на снимке звезда национальной баскетбольной ассоциации Майкл Джордан, по кличке Air, то есть «воздушный». Видно, что ему нелегко, но он тоже сумел подпрыгнуть на целый метр. Майкл Джордан – на метр, и российский спортсмен – тоже на метр. Учитывая возраст, пожалуй, Джордан российскому пенсионеру позавидует.

Сценарист очевидно молод, и совершенно не понимает свою целевую аудиторию.

А вот по сценарию «поколенческого» копирайтера пенсионер, разумеется, легко подсадил бы внука на турник. Именно на турник, а не на перекладину, как говорят спортивные тренеры. Или без проблем опустился бы на колени, чтобы подтянуть шнуровку юному хоккеисту.

Хотя нет, пожалуй – на турник, шнурки пусть сам завязывает.

## Огромный рынок

В заключение отмечу, что рынок «поколенческого копирайтинга» огромен.

Достаточно сказать, что на федеральных каналах самой большой (по объему рекламы) категорией товаров является категория «лекарственные препараты». За прошлый год она увеличила свою долю на 14%. Значительная часть целевой аудитории рекламы – пожилые люди. В категориях «финансовые услуги» и «товары для детей» также немало потенци-

альных пожилых клиентов.

Может возникнуть вопрос: «Зачем привлекать пенсионеров, не лучше ли провести фокус группу?». Отличный вопрос. Ответ однозначный: «Не лучше!!!». В том смысле, что фокус-группу обязательно надо провести. Вне зависимости от привлечения «поколенческого копирайтинга». Обязательно.

Но фишка состоит в том, что фокус-группу для целевой аудитории «в возрасте» значительно лучше проведет «поколенческая» команда. «Поколенческий» социолог точнее подберет репрезентативную группу. «Поколенческий» маркетолог лучше поймет обсуждение. «Поколенческий» копирайтер точнее сформулирует продающий текст.

И грамотный заказчик это понимает.

Производитель «Кардиомагнила» показывает счастливые лица пожилых людей на даче во время сбора урожая.

ТВ реклама Кардиомагнил

ТВреклама

КАРДИОМАГНИЛ

Группа ВК "Востребованный пенсионер-копирайтер"

Я. НЕОБХОДИМО  
СПЕЦИАЛИСТОМ

«Совкомбанк» показывает счастливого внука, когда дед дарит ему мопед. Они знают что делают. Стало быть, у пенсионера-копирайтера есть уникальные ниши, где он гарантированно конкурентоспособен, и где всегда будет иметь поток заказов. Это означает, что на вопрос «Зачем копирайтингу пенсионер?» ответ такой: «Чтобы писать эффективные продающие тексты для пенсионеров». Так что, нужен копирайтингу пенсионер, еще как нужен.

Так что, приглашаю в школу «Копирайтинг для пенсионеров». Вступайте в группу «Востребованный пенсионер-ко-

пиратер» и шлите мне личное сообщение: «Напишу!!». Я включу вас в список.

И последнее. Я не забыл про Beatles, с которых мы начали. По теории поколений я отношусь к поколению «бэби-бумеров». Это люди, родившиеся с 1942 по 1961 год. По 16-17 лет этим людям было в 69-70 годах. На эти годы пришелся пик формирования предпочтений для людей моего поколения. Именно в 69-м году вышла пластинка «Abbey road» – последний из великих альбомов Beatles. И для людей моего поколения по-прежнему звучит: «Come together. Right now». Это можно перевести как «Вперед и вместе. Прямо сейчас».

## Приложение 2. Что дальше?

В отношении результатов выполнения упражнений.

Вычислите сумму оценок на все вопросы Зачетных упражнений.

Если Вы набрали больше 80 баллов – вы почти готовый копирайтер. Можете практически сразу начинать работу. Запишитесь на собеседование. Пришлите мне личное сообщение «На работу!» ВКонтакте <https://vk.com/theshtolts>. Не забудьте прикрепить рабочую таблицу с результатами упражнений. Мы с Вами согласуем условия сотрудничества, разработаем для вас индивидуальную программу обучения. Вы пройдете несколько уроков и начнете зарабатывать копирайтингом немедленно.

Если Вы набрали от 21 до 80 баллов – Вам надо на консультацию и учиться. Пришлите мне личное сообщение «Учиться!» ВКонтакте <https://vk.com/theshtolts>. Не забудьте прикрепить рабочую таблицу с результатами упражнений. Мы вместе разработаем для Вас индивидуальную программу обучения. Вы пройдете несколько уроков и начнете зарабатывать копирайтингом уже через три месяца.

Если Вы набрали меньше 21 балла – может быть Вам на-

до поискать другую профессию. Но. Если Вы, тем не менее, хотите стать копирайтером, я это ценю. И готов провести с Вами коуч-сессию, чтобы помочь Вам определиться.

Запишитесь ко мне на коуч-сессию. Для этого пошлите мне личное сообщение «Все равно хочу!» ВКонтакте <https://vk.com/theshtolts>. Мы пообщаемся и примем оптимальное для Вас решение.



# Контакты

Я благодарен Вам за интерес к моей работе, за внимание к вопросам поддержки пенсионеров, за потраченное время.

Нет, не так.

Не за потраченное время. За время, инвестированное в себя.

Мои контакты остаются открытыми.

Личная страничка ВКонтакте: <https://vk.com/theShtolts>

Сайт с информацией: <http://theShtolts.ru/>

Skype: theShtolts

E-mail: [theShtolts@gmail.com](mailto:theShtolts@gmail.com)

Добро. Всех благ

Константин Штольц