



Формы подачи информации на сайте:

добиваемся хорошего эффекта

Однажды хозяин магазина инструментов сказал своему знакомому лесорубу:

– Джо, у меня есть отличная новость! Только что поступил первый экземпляр нового инструмента, который позволит тебе валить сто деревьев в день. Он называется бензопилой.

Купив инструмент, довольный Джо отправился на работу. Но спустя пару дней он пришел к владельцу магазина крайне расстроенный:

– Ты сказал мне, что это суперпила! Но я работал изо всех сил и смог заготовить только пять деревьев за день. Это даже меньше, чем я делал раньше. Ты продал мне плохой инструмент, верни назад мои деньги!

– Окей, Джо, давай проверим, как он работает, – ответил продавец, дергая стартер бензопилы, чтобы завести ее.

Джо в страхе отскочил и воскликнул:

– А что это за странный шум?

Воистину справедливы слова, что успех в равной степени зависит от того, **что** ты делаешь, и от того, **как** ты это делаешь. Два сайта, имеющие одинаковую структуру и созданные с одной и той же целью, с использованием одинаковых технологий и за равное время, но двумя

разными людьми, могут давать совершенно разный результат. Очевидно, дело тут в различной форме подачи информации. Об этом и поговорим, останавливаясь лишь на самых простых и доступных для каждого средствах представления информации в сети.

Только имейте в виду, что секрет глубочайшего проникновения вашей информации в умы и сердца посетителей сайта заключается не в слепом следовании основным принципам, а в том, чтобы, не нарушая их, выражать собственные идеи.

ТЕКСТ

Сайт начинается с текста. Если у вас сразу возникает вопрос «О чем именно писать?», я рекомендую следующее. Для начала вспомните, что вы можете сказать о вашем проекте в разговоре со знакомыми, друзьями и другими людьми, с которыми вы сталкиваетесь. Тогда и изложить все это «на бумаге» будет проще.

Давайте перечислим несколько правил, которыми стоит руководствоваться при написании текстов для вашего сайта.

Заголовок. Текст на странице обязательно должен начинаться с заголовка, чтобы посетитель сразу мог понять, о чем на ней идет речь. Однако заголовок должен не просто сообщать, но и обращаться к эмоциям и желаниям читателя так, чтобы тот **захотел** прочитать приведенную далее информацию. И отводится на все это несколько секунд. А принимать решение читатель будет в первую очередь на основании заголовка!

Оформление. Хорошая подача текста также должна работать на вашу цель. Цвет фона, размер шрифтов, наличие отступов, выделение курсивом и т. п. – все это в значительной степени обусловлено избранным вами стилем. Если

вы умеете хорошо подбирать и комбинировать одежду, создавая привлекательный внешний вид, то почти наверняка сможете быстро научиться тому же самому относительно оформления страниц сайта. Вам достаточно будет только ознакомиться с тем, какие приемы текстового форматирования существуют. В противном случае нелишне будет, во-первых, почитать специальную литературу, а во-вторых, внимательно изучить несколько стильных и привлекательных для вас и ваших коллег сайтов. И то, и другое можно, конечно же, найти в интернете.

Кстати, не могу не предостеречь от самой распространенной ошибки начинающих создателей сайтов: не увлекайтесь различ-

ными визуальными эффектами, которые порой без разбора промоздятся друг на друга, как ящики в порту. В итоге получается визуальная стилистическая помойка.

Помните о результате! Все, включая каждое слово в тексте, должно быть направлено на достижение вашей цели – заключение контракта, продажу товара или услуги и пр. Можете при желании растекаться мыслию хоть по всем деревьям ближай-

шего леса или приводить собственные эзотерические изыскания, но только если уверены, что это все уместно на вашем сайте. Если по поводу той либо иной части текста возникают сомнения, выбрасывайте ее безжалостно. Переизбыток информации (тем более ненужной) так же вреден, как ее нехватка.

Важна и уместность. Чересчур смелый анекдот, делающий вас героем вечеринки, вряд ли приведет в восторг посетителей

сайта. На нем обычно ищут серьезную информацию о нужных продуктах и возможностях для бизнеса. Хороший текст, в принципе, может содержать и сленг, и разные шутки-прибаутки, и оффтопик (т. е. то, что не относится к основной теме), это делает его более живым и разнообразным. Но такое допустимо в форме и количестве, которые не выходят за пределы разумного, иначе все может превратиться в нечто грубовато-безвкусное.

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ

Многие специалисты в один голос твердят: «Визуализируйте!» Мол, картинкам мозг доверяет больше, чем буквам, и если помимо текста загружать его разными визуальными объектами, то просветление наступит раньше и продлится дольше. Кстати, на этой почве в интернете возникло и процветает убеждение, будто, стоит только разместить на сайте пару фотографий белоzubых красавцев с чемоданами, под завязку набитыми долларами, как посетители сразу спроецируют это счастье на себя любимых. Это как бы заставит их не раздумывая согласиться на все, что предлагает владелец сайта. Разумеется, у большинства нормальных людей уже давно выработался иммунитет относительно сайтов, где на переднем плане красуются денежные кучи, дорогие яхты или роскошные виллы. Так что поосторожнее с подобными картинками.

Ну, а вообще я только за визуализацию. Давайте рассмотрим, что можно сделать относительно графики в содержательной части сайта – контенте.

Схемы. Вам важно подать, к примеру, маркетинг-план? Нарисуйте его в каком-нибудь графическом редакторе и выложите рядом с текстом. Кружочки, стрелки, человечки... Ваши посетители будут довольны такой наглядностью.

Можете соригинальничать: если под человечком написано «Вася», дорисуйте ему щетину на лице (поставьте с десяток точек 😊), а если другого дистрибьютора на вашем рисунке зовут Оля, украсьте ее парой косичек или бантиком.

Еще вариант – оформление схем в «салфеточном» стиле. Сначала вы рисуете их от руки на бумаге, после чего сканируете и уже эти картинки помещаете на сайт. Это тоже привлечет к нему внимание. Только рисуйте на хорошей бумаге качественным и ярким пишущим инструментом (ручкой, маркером) и не забывайте, что надписи должны быть разборчивыми.

Графики, диаграммы, таблицы. Описываете, к примеру, экспоненциальный рост своих личных продаж или экспансию рынка вашей организации? Тогда, чтобы усилить эффект, рядом с таблицей, где указан рост ваших продаж или числа городов,

поместите соответствующий график, который резко уходит вверх. Это всегда воспринимается гораздо легче и бывает намного нагляднее, чем ряды скучных цифр.

Фотографии. Уверения в том, что ваша компания или вы работаете «на отлично», будут гораздо более действенными и достоверными, если вы снабдите свой текст одной, а лучше даже несколькими собственными фотографиями, на которых радость по вышеозначенному поводу читается прямо в ваших глазах. Факт: когда посетитель сайта видит лица людей, это повышает его доверие к ним. Конечно, наличие на сайте вашей улыбающейся физиономии не заставит человека тут же бросить все и стать вашим лучшим партнером, но шансы на это однозначно повышаются.

Итак, применяя доступные и простые формы передачи информации в интернете, вы можете сделать общение с человеком по ту сторону монитора тесным и доверительным. А это ускорит, повысит, усилит успех вашего начинания!

Алексей Журухин,
www.emlm.ru,
www.blog.emlm.ru
Я-Перший

