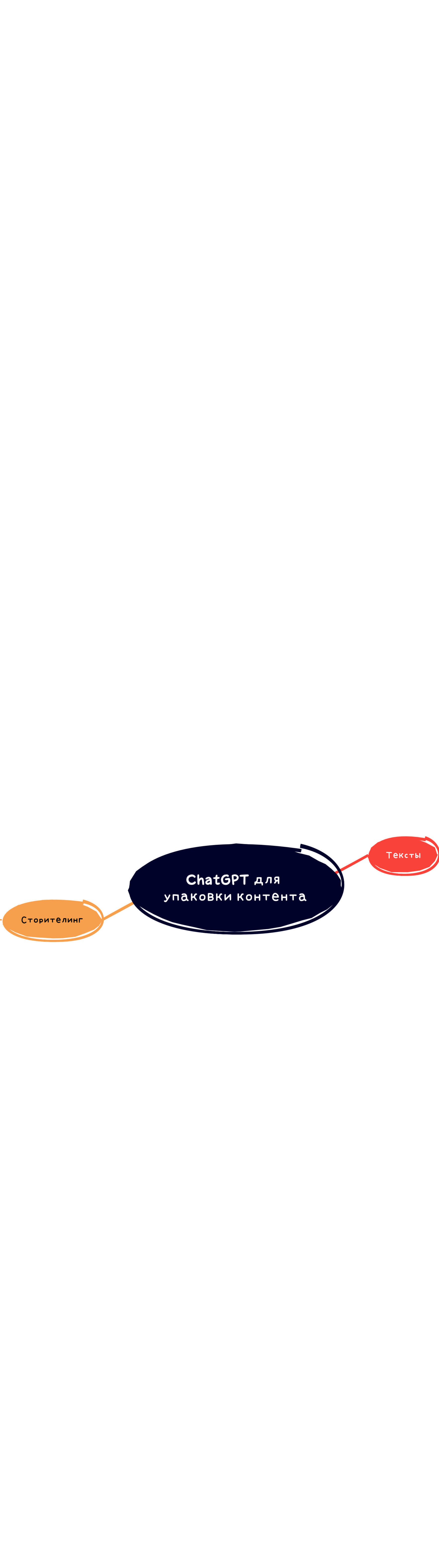


<p>"Разработайте историю о [герое], сталкиваемся с проблемой (описание проблемы), и покажите, как [ваш продукт/услуга] помогает преодолеть это препятствие и достичь желаемого результата [желаемый результат]. В начале описания укажите на основные характеристики героя, его потребности и мечты. В развитии проблемы покажите, как ваше предложение вмешивается в ситуацию и предоставляет решение.</p>	<p>1. Героический подход Особенности: Этот подход сфокусирован на персонаже, сталкиваемом с проблемой, которую ему предстоит преодолеть с помощью вашего продукта или услуги. История следует классической сюжетной дуге с препятствиями и развитием героя.</p> <p>Для чего подходит: Идеально для видеороликов, социальных сетей и личных историй, где необходимо продемонстрировать влияние продукта или услуги на жизнь клиентов.</p>
<p>"Создайте пост/видео, начав с введения основной проблемы (описание проблемы), с которой сталкивается ваша целевая аудитория. Далее введите элемент образования, демонстрируя, как [ваш продукт/услуга] предлагает решение через [описание решения]. Подкрепите информацию примерами или кейсами, показывая, как другие успешно использовали ваш продукт/услугу для решения аналогичных задач.</p>	<p>2. Образовательный подход Особенности: Сюжет включает в себя предоставление ценной информации или образовательного контента, который помогает аудитории лучше понять тему или решить конкретную проблему.</p> <p>Для чего подходит: Подходит для блогов, инфографики, видеороликов и каруселей в Instagram, где главная цель - обучение аудитории.</p>
<p>"Поделитесь личной историей о том, как вы столкнулись с проблемой (описание проблемы) и как стремились найти решение. Расскажите о вашем пути к открытию [ваш продукт/услуга], подчеркните его ключевые аспекты, которые были для вас решающими. Объясните, как это изменило ваш подход и какие результаты вы достигли (описание результатов). Ваша история должна мотивировать и вдохновлять аудиторию на поиск своих решений, используя ваш продукт/услугу как пример."</p>	<p>3. Повествование от первого лица Особенности: История рассказывается от первого лица, что создает эффект присутствия и помогает зрителям сформировать более глубокую эмоциональную связь с повествованием.</p> <p>Для чего подходит: Подходит для личных блогов, влогов, подкастов, где доминирует индивидуальный опыт и перспектива рассказчика.</p>
<p>"Разработайте отзыв или кейс-стади о [клиенте], который использовал [ваш продукт/услуга] для решения своей проблемы (описание проблемы). Начните с введения к истории клиента, его начальной ситуации и ожиданий от продукта. Расскажите о его опыте использования продукта, какие функции или аспекты продукта были наиболее ценны, и как это помогло преодолеть его проблему.</p>	<p>4. Рассказ историй через отзывы Особенности: Использует реальные отзывы и истории клиентов, чтобы продемонстрировать положительные стороны продукта или услуги.</p> <p>Для чего подходит: Отлично подходит для социальных сетей, публикаций в блогах и сайтах с отзывами, где читатели могут увидеть реальный опыт использования продуктов/услуг.</p>
<p>"Запустите интерактивную кампанию, призывая вашу аудиторию поделиться своим мнением [конкретный вопрос или тема для обсуждения] или предложить новые идеи для [развития продукта/услуги]. Используйте инструменты взаимодействия, такие как опросы, голосование или конкурс с целью собрать информацию и предложения.</p>	<p>5. Интерактивный подход Особенности: Взаимодействие с аудиторией с целью сбора их мнений, предложений или идей для совместного создания контента или улучшения продукта.</p> <p>Для чего подходит: Идеально подходит для сторис в Instagram, Facebook, Twitter пулов и опросов, где можно в real-time собирать обратную связь и вовлекать аудиторию в диалог</p>
	<p>Создание сюжета и персонажей Определение конфликта: У каждой истории должен быть конфликт или проблема.</p> <p>Разработка персонажей: Персонажи должны иметь четко выраженные мотивации и развитие.</p> <p>Структурирование истории Следуйте классической сюжетной дуге: Введение, развитие, кульминация, разрешение.</p> <p>Рассказ истории Визуализация: Используйте яркие описания для создания образов в воображении слушателей. Живые диалоги: Используйте естественные разговоры для продвижения сюжета.</p> <p>Отшлифовка истории Ясность и Конкретика: Убедитесь, что ваша история передает основную мысль ясно. Редактирование: Избавьтесь от всего лишнего, что не служит развитию сюжета или персонажей.</p>



**Before-After-Bridge (До-После-Мост)**  
Назначение: Идеален для создания вдохновляющего контента в социальных медиа, иллюстрирующего трансформацию до и после внедрения продукта или услуги.  
Составьте запись в соцсетях, наглядно отображающую трансформацию клиента до начала использования и после взаимодействия с [продуктом/услугой]. Примените концепцию "До-После-Мост" для подкрепления достигнутых благодаря вашему продукту изменений. Не нужно выделять каждый раздел заголовками. Применимо для мотивирующего содержания

Создай пост для социальных сетей, который покажет, как изменилась жизнь клиента до использования и после внедрения [продукта/услуги]. Примените подход "До-После-Мост" для акцентирования успехов, достигнутых с помощью нашего предложения. Отдельные заголовки для разделов добавлять не нужно.

**Для мотивационного текста**

Создайте содержательный пост для блога, освещающий [проблему], с которой столкнулись пользователи [продукта]. Примените методологию PAS для того, чтобы акцентировать внимание на этой проблеме, усилить ощущение её актуальности и срочности решения, а затем представьте [ваш продукт/услугу] как лучшее решение этой задачи. Отдельно выделять названия частей не требуется.

**Статья**

Разработай текст для представления [продукта/услуги] на нашем сайте, используя стратегию 4 Cs. Сделай акцент на ясности представления, докажи превосходство нашего предложения над предложениями конкурентов, и закончи стимулирующим к действию сообщением для посетителей сайта. Отмечать разделы заголовками не требуется.

**описания продуктов**

Напиши пресс-релиз о запуске нашего нового [продукта], отвечая на вопросы Кто? Что? Где? Когда? Почему? Как? для обеспечения полного понимания и прозрачности нашего предложения. Названия блоков писать не нужно

**пресс-релиз, пост в блог**

Составь новостную статью о [недавнем событии в вашей компании], используя структуру инвертированной пирамиды, чтобы сначала представить ключевую информацию, а затем перейти к деталям и контексту. Названия блоков писать не нужно

**Вовлекающий текст**

Создай текст рекламного объявления для [продукта/услуги], используя подход AIDA: начни с захватывающего факта или статистики для привлечения внимания, затем подчеркни уникальные преимущества для поддержания интереса, далее сконцентрируйся на создании желания через эмоциональное воздействие, и заверши убедительным призывом к действию. Названия блоков писать не нужно

**Рекламный текст**

"Разработай кейс-стади о [успешном опыте использования продукта/услуги клиентом], следуя сюжетной дуге: начни с введения клиента и проблемы, продолжи развитием, где продукт/услуга вмешивается в ситуацию, и заверши позитивным результатом и выводами."

**кейс-стади**

Создай подробную структуру презентации [продукта/услуги], объясняя его Особенности, Преимущества и Выгоды для конечного пользователя, следуя модели FAB, чтобы подчеркнуть ценность нашего предложения.

**презентация**

**Правила**

- 1. Подготовка и исследование**  
Исследуйте рынок и целевую аудиторию. Узнайте интересы, потребности и предпочтения вашей аудитории, чтобы создавать релевантный контент.  
Соберите референсы. Найдите успешные примеры тематических постов, статей или реклам в релевантных источниках.  
Актуальность и достоверность информации являются ключевыми.
- 2. Планирование контента**  
Выберите подходящий подход или модель. В зависимости от цели текста (информирование, мотивация к покупке, увеличение вовлеченности) выберите наиболее подходящий структурный подход: AIDA, PAS, 4 Cs и т.д.  
Определите ключевые сообщения. Четко сформулируйте основные идеи, которые вы хотите передать своей аудитории
- 3. Создание текста**  
Создайте AI-Book. Если вы используете LLM для генерации текстов, подготовьте материалы (биографию, интервью, статьи), отражающие стиль и особенности желаемого авторского голоса.  
Формулируйте промпты. Четко и ясно формулируйте задания для LLM, указывая цели текста, стиль, ключевые точки и особые требования.  
Редактирование и адаптация. После получения текста от LLM, тщательно пересмотрите его, удаляя лишние "роботизированные" фразы и добавляя живости и естественности.
- 4. Визуализация контента**  
Создание визуалов. Используйте LLM и другие инструменты для создания визуального контента, соответствующего тексту и подходу.  
Интеграция медиа-элементов. Если ваш текст ссылается на мероприятия, разработанные продукты, обязательно добавляйте соответствующие визуальные элементы или ссылки.
- 5. Оптимизация и доработка**  
Превосходите конкурентов. Если ваш текст основан на анализе конкурентов, старайтесь сделать его более информативным, вовлекающим и визуально привлекательным.  
Проверка и корректировка. Перед публикацией обязательно проверьте текст на ошибки, точность информации и соответствие желаемому стилю и тону.
- 6. Публикация и анализ результатов**  
Публикуйте и продвигайте. Разместите ваш контент на выбранных платформах и используйте все доступные инструменты для его продвижения.  
Отслеживайте вовлеченность и отклик аудитории. Изучите реакцию аудитории на публикацию, собирайте обратную связь для дальнейших улучшений контента.