



ЕЛЕНА БРОЗОВСКАЯ  
textbomba

# Я ПРОДАЮ,

руководство по созданию  
эффективных **ТЕКСТОВ**  
в соцсетях

*a* У МЕНЯ

# НЕ ПОКУПАЮТ

УДК 659.1:808  
ББК 65.9(2)+83  
Б88

**Брозовская, Елена Ивановна.**

**Б88** Я продаю, а у меня не покупают : руководство по созданию эффективных текстов в соцсетях / Елена Брозовская. — Москва : Эксмо, 2024. — 208 с. — (ТЕХТ UP. Копирайтинг нового уровня).

ISBN 978-5-04-198421-2

Елена Брозовская — филолог, эксперт по текстам в соцсетях, копирайтер с 20-летним опытом, популярный блогер, которого знают по нику @textbomba.

Книга написана для тех, кто уже пробовал продавать в соцсетях, но остался недоволен результатом.

Нет, это не «еще один учебник по копирайтингу», который научит с чистого листа, как надо писать. У этой книги уникальный формат — «работа над ошибками».

По авторской методике вы проанализируете свои старые посты, наконец разберетесь, почему они не продали, и научитесь увеличивать их продающую силу. Тренироваться вы будете прямо на страницах книги.

**ЗДЕСЬ ВЫ НАЙДЕТЕ:**

1. Детально разобранные основные схемы продающих текстов, а также продающий сторителлинг и ошибки в контент-планировании.

2. Множество реальных примеров и советов, как исправить неудачный текст.

3. В конце глав — чек-листы, которые помогут объективно оценить продающую силу вашего текста.

4. Разбор языка целевой аудитории и множество техник, одна из которых — «Шкура клиента».

**УДК 659.1:808  
ББК 65.9(2)+83**

\*Упомянутая в книге социальная сеть Instagram запрещена на территории Российской Федерации на основании осуществления экстремистской деятельности.

**ISBN 978-5-04-198421-2**

© Текст. Брозовская Е., 2024  
© Дизайн обложки. Бортник В., 2024  
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2024

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Про эту книгу и ее читателей.....	7
Про автора, продающие тексты и внутреннюю «русичку» .....	11

## ЧАСТЬ 0. ПРО ВДОХ-ВЫДОХ И УПРАЖНЕНИЕ ОТ СТРАХА ПРОДАЖ

### ЧАСТЬ 1. ЭТО (НЕ) ТО, ЧТО НУЖНО КЛИЕНТАМ

Про ваш продукт и вас самих в костюме улитки .....	21
Про целевую аудиторию, погремушки и старшекласников с деньгами .....	27
Про ценности продукта и два суперприза для вас.....	31
Про оффер, который притянет к вам покупателей.....	36

### ЧАСТЬ 2. ЭТО (НЕ) УБЕДИТЕЛЬНО

Про свойства вместо выгод и сочинения по картине .....	47
Про язык целевой аудитории, ироничного педиатра и «шкуру клиента» .....	54
Про штампы, волшебные слова и взыскательных гурманов.....	59
Про красивые прилагательные и «бомбический» курс.....	65
Про клиентов, которые возражают .....	68
Про заоблачные цены, скидки и воронье гнездо на голове.....	78

### ЧАСТЬ 3. ЭТО (НЕ) ПРОДАЕТ

Про схему PAS и три проблемных вопроса от дятла .....	94
Про схему PMHS: что будет, если слишком сильно давить на боль клиента .....	104
Про схему AIDA, веселый характер и японский хлеб .....	118

Про схему PPPP, рационалов, эмоционалов и торт «Эстерхази»... 133	133
Про схему ODA, которая кричит громче всех ..... 147	147
Про сторителлинг для супермена и картонную Машу ..... 153	153
Про призыв к покупке, горластую тетю Клаву и танцы с бубнами. 172	172
Про триггеры и карету, которая превращается в тыкву ..... 179	179
Про «тон оф войс», гусара, истеричку и профессора ..... 186	186
Про очередь из клиентов, прогревы и ретроградный Меркурий ... 192	192
Про последнюю работу над ошибками..... 204	204

## ПРО ЭТУ КНИГУ И ЕЕ ЧИТАТЕЛЕЙ

*«Купят? Не купят?»*

*«Мои продающие тексты не продают»*

*«Я не знаю, что с ними не так»*

Если вы говорили или думали подобное, значит, эта книга вам поможет. Я написала ее специально для тех, кто уже пробовал продавать в соцсетях, но результатом недоволен. Вместо стабильного заработка у вас появилась неуверенность. Вместо покупателей — гадание на ромашке. Вы смотрите на свой очередной продающий текст, в котором вроде и сильные глаголы есть, и заголовок-магнит, но не понимаете, где очередь из клиентов и почему на карту не приходят деньги.

Моя книга отвечает на два вопроса:

**«ЧТО С ТЕКСТОМ НЕ ТАК?» И «ЧТО НАДО ИЗМЕНИТЬ В ТЕКСТЕ, ЧТОБЫ ОН ПРОДАЛ?». ЭТО НЕ «ЕЩЕ ОДИН УЧЕБНИК ПО КОПИРАЙТИНГУ». ДАВАЙТЕ Я РАССКАЖУ ВАМ О ЕЕ ОСОБЕННОСТЯХ.**

**\*Книга «Я продаю, а у меня не покупают» создана по принципу работы над ошибками.** Многие книги по копирайтингу пишутся из расчета, что у вас не было десятков неэффективных

текстов и вы не испытывали страха при мысли, что у вас «опять не купят». Я не стала обнулять ваш опыт. Иначе вы получите узкоколейку: вот проторенная дорожка, вот определенный набор приемов и советов — пользуйтесь! Но при этом останется нерешенной главная проблема, которая звучит так: *если продающий текст снова «не работает», как понять, что именно с ним не так?*

Любой опыт — это ценность, даже если он был неудачным. Здорово, что вы уже набивали шишки — будет с чем практиковаться. Чтобы эта книга оказалась максимально полезной, понадобятся те самые продающие посты, которые не продали. Вы будете читать главу за главой, открывать в смартфоне свой блог и анализировать тексты. С моей помощью научитесь находить собственные промахи, а в дальнейшем — исключать их.

Самое простое, что я могла бы сделать, — пронумеровать ошибки, которые допускают в продающих текстах, и объяснить каждую. В итоге вы получили бы список из XX пунктов, но не более того. Вместо «коллекции ошибок», когда не знаешь, за какую хвататься, будут последовательные шаги.

Сперва в части 1: «ЭТО (НЕ) ТО, ЧТО НУЖНО КЛИЕНТАМ» — разберемся с продуктом, чтобы он больше не казался котом в мешке ни вам, ни вашим клиентам.

Затем в части 2: «ЭТО (НЕ) УБЕДИТЕЛЬНО» — я покажу, что на самом деле убедит человека купить.

Наконец, в части 3: «ЭТО (НЕ) ПРОДАЕТ» — вы потренируетесь продавать свой продукт разными способами.

Частица «не» стиснута скобками не ради внешнего эффекта. Я буду показывать, что работает, а что не работает

в продающих текстах, разберу удачные и неудачные примеры. Не перепрыгивайте отдельные главы — важно идти шаг за шагом.

**\*Вы можете тренироваться прямо на страницах.** Я считаю, чтение теории мало что дает, поэтому вам не грозит неспешное чаепитие под эту книжку. «Проверьте», «проанализируйте», «измените», «подумайте», «найдите», «запишите» — будет много таких заданий-действий, а также чек-листов, которые помогут понять, как вы справились с задачей. Возьмите простой карандаш и делайте заметки прямо в книге. Если что-то захочется изменить — просто сотрите и напишите по-новому.

**\*Все примеры взяты из практики.** Здесь не будет выдуманных текстов и переводных примеров из американских книжек по копирайтингу. В книге использованы реальные тексты из русскоязычных соцсетей: это мои посты, тренировочные тексты моих учениц, чужие продающие тексты, которые попались на глаза. Чужие пришлось значительно переработать, чтобы не нарушить ничьих авторских прав и не сделать антирекламу. Я убрала ссылки, настоящие названия продуктов и компаний, целые обороты, но оставила суть и ошибки, которые ослабили продающий эффект. Я сделала работу над этими ошибками, и вы убедитесь: текст стал по-настоящему продающим.

Удачные примеры тоже будут. Я не разбираю карточки для Wildberries, Ozon или email-рассылки. Конечно, многие мои советы сработают и на этих площадках. Но я писала книгу прежде всего для тех, кто продает товары и услуги в соцсетях: в Telegram, «ВКонтакте», «Яндекс.Дзен» и в Instagram.

**\*Эта книга адресована и копирайтерам, и тем, кто ведет коммерческие блоги самостоятельно.** Психологические консультации, фитнес-тренировки, лечение зубов, вязание шапок, видеомонтаж, посты на заказ, уроки танцев, маркетинг... Все ниши не перечислишь, да и стоит ли? Вы можете иметь разный опыт ведения блога, различные продукты и ошибки, но желание у вас всех общее: вы хотите, чтобы продающие тексты начали приносить деньги. Если будете эту книгу не просто читать, но и выполните в ней все задания, ваше желание исполнится. Без магии и золотых рыбок.

## ПРО АВТОРА, ПРОДАЮЩИЕ ТЕКСТЫ И ВНУТРЕННЮЮ «РУСИЧКУ»

**М**еня зовут Елена Брозовская, хотя в соцсетях я больше известна по нику «Текстбомба». Я — филолог, копирайтер, редактор. Создатель онлайн-курса «Текстограм» для тех, кому тексты нужны для продаж. Автор «самых креативных текстовых марафонов», в которых приняли участие более 8000 человек (цитата о креативе принадлежит им, а не мне).

Короткая визитка, которую вы только что прочитали, каждым словом кричит об успехе в текстах. Но копирайтерские способности на меня не падали с неба. 19 лет назад я, тогда еще школьная учительница русского языка и литературы, решила пойти в копирайтеры. Глянцевые журналы в нулевые находились на волне популярности. Внятных учебников по копирайтингу для русскоязычного пространства не было, а тексты передавались заказчикам на квадратных штуках, которые назывались дискетами.

Я устроилась копирайтером в шопинг-гид «Я Покупаю». Журнал был не дамским, а рекламным. Он предлагал товары и услуги премиум-класса. Первым заказчиком стал автодилер, потом пошли тексты для салонов красоты и дизайн-студий,

модных бутиков и ресторанов. Ошибки. Открытия. Победы-продажи. Я училась у себя, у заказчиков, отправлявших мне правки, у солидных рекламных журналов. Да что там — у каждого столба, на котором висел баннер! Я останавливалась и анализировала. Цепляет меня или нет? Что именно цепляет? Захотелось мне купить или нет?

За десятилетие, которое я провела в глянце, мною написаны километры продающих текстов. С этой мощной базой я пришла в соцсети, наивно думая, что теперь мне сам черт не брат. Соцсети действительно походили на глянец: та же любовь к ярким картинкам и цепляющим заголовкам, то же стремление выделиться. Но были и отличия, которые пришлось открывать на ходу. Я писала на заказ для коммерческих блогов. Моими клиентами стали психолог, коуч, салон белья, магазин детской одежды, крупная школа искусств.

Потом я перешла от чужих продуктов к собственным. Вот список того, что я создавала и успешно продавала исключительно через блог в соцсети:

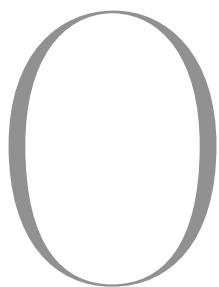
- копирайтинг и контент-стратегии на заказ;
- онлайн-курсы «Текстограм» и «Творческие тексты»;
- интенсив «Сторителлинг» и маленькие видеоуроки о контенте и текстах;
- альбомы и блокноты ручной работы (скрапбукинг был моим «декретным» хобби);
- клуб «Напиши о предках» и книжка-навигатор «Найди предков» (генеалогия — моя нынешняя страсть, которая вышла за пределы обычного увлечения);

Я УЧИЛАСЬ ДАЖЕ У СТОЛБА,  
НА КОТОРОМ ВИСЕЛ БАННЕР.  
ОСТАНАВЛИВАЛАСЬ И  
АНАЛИЗИРОВАЛА. ЦЕПЛЯЕТ МЕНЯ  
ИЛИ НЕТ? ЧТО ИМЕННО ЦЕПЛЯЕТ?  
ЗАХОТЕЛОСЬ МНЕ КУПИТЬ ИЛИ НЕТ?

— а еще я работаю над книгой о своих предках и рассказываю подписчикам о процессе. Книга еще не уехала в типографию, но на нее уже есть спрос.

В общем, я писала о товарах и услугах. О своих и чужих. Я знаю, как тексты превращаются в деньги и что этому мешает.

Моя внутренняя «русичка» сейчас говорит вам бодрым голосом: «Откройте тетради. Напишите: число, работа над ошибками».



ПРО ВДОХ-ВЫДОХ  
И УПРАЖНЕНИЕ ОТ СТРАХА  
ПРОДАЖ