

**SZÖVEGÍRÁS KISOKOS**

# HOGYAN ÍRJUNK UNALMAS SZÖVEGET?

**10 + 1 tipp**

**Azonnal alkalmazható gyakorlati tanácsok az  
unalmas szöveg írásához online felületekre**

# 10+1 tipp az unalmas szöveghez

**A szövegírás nem könnyű műfaj.**

**Egy rosszul megírt szövegen elbukhat az egész értékesítési technikád, folyamatod.**

**Keresed a megoldást, olvasod a rengeteg hasznos tanácsot, hogyan lesz jó egy szöveg, ilyen modell, olyan trükk és már fogalmad sincs, hogyan fogalmazd meg azt a kis posztodat, amit ki szeretnél tenni a facebookra.**

**Ne aggódj, nem vagy egyedül a problémával.**

**Most megmutatom, milyen szavakat, mondatok használj, hogy biztosan **unalmas** legyen a szöveged, és senkit se érdekeljen.**

**Ha ezt tudod, akkor már **tudni fogod** azt is, **mitől lesz érdekes a szöveg.****

# 10+1 tipp

Szövegedet címezd mindenkinek. **Ne szűrd le a célközönségedet**, írd úgy, hogy általánosságban, hogy mindenkinek szóljon. Biztos ami biztos. Hidd el nekem, senkihez sem fog eljutni az üzeneted.

Írd magadról. „Mi” „Én” „Minket” - Írd hosszan arról, hogy ki vagy te, mit csinálsz, mióta csinálod, milyen eredményeket értél el. Kétségkívül senkit sem fog érdekelni, és gyorsan tovább görgetnek. **Az olvasót nem érdekli más, csak saját maga és a saját problémájára szeretne megoldást.**

Használj elcsépett, unalmas szavakat mint pl a „minőség”, „színvonal” kifejezések. Mindenki minőségi terméket árul, ezért nem fogja érdekelni az olvasót, a minőségi terméked, mert **szereti ő eldönteni, hogy neki mi a minőségi.**

A „leg...szébb, jobb, újabb” - Ezek az igazi Jolly Joker kifejezések. Mindenki használja és az érdeklődő pont semmit nem tud meg belőle. Ha ezzel hirdeted a terméked, szolgáltatásod, senki nem fog venni belőle

**„Nagyon”** az elcsépelte szófordulatok királynője. Ezzel aztán mindent elmondta. Nagyon unalmas, az ügyfél már távozik is. **Lehetne helyette a kifejezetten, őszintén, kimondottan, valóban, lenyűgözően stb. szavakat használni,** de nem. Nagyon...Így használja szinte mindenki.

**„Jó” „olcsó” „sok” „fontos”** - a teljesség igénye nélkül még néhány nagy klasszikus amit gyakran alkalmaz mindenki és igazán elcsépeltek. **Ha mégis szeretnéd kikerülni ezeket a szavakat használd a szinonima szótárt.** Bár akkor nem lesz olyan unalmas a szöveged.

**„Kedvező feltételek”,** egy igazán klasszikus unalmas szófordulat. Gyakran olvasni szövegekben. Mégis kinek kedvező és ugyan miért? Ezt majd a vevő eldönti, hogy kedvező e számára vagy sem.

Ha a facebookon posztolsz, írd minél hosszabban, részletesebben. **A facebook posztoknál nagyjából 60 karakter az ideális, amit még végig is olvasnak az emberek, mivel az ettől hosszabb tartalmak nem kötik le őket.** Ezért ha hosszabban írsz, biztos nem olvassák végig és tovább görgetnek.

Instagram egy képmegosztó portál, ahol egy unalmas képpel már nyert ügyed is van. Ha még hosszú szöveg is társul hozzá, akkor egyenes az út a tovább görgetéshez. **Az instán max 125 karakter az ideális tartalom, megfelelő tagolással, figyelemfelhívó hangulatjelekkel.** Ha ezeket nem alkalmazod már kész is az unalmas szöveged.

Ne tagolj! Főleg ha hosszabb szöveget, blog cikket írsz. Mivel ezek a cikkek 600-1200 szavasak, a hosszabb terjedelem más megközelítést igényel. **Egy hosszabb szöveget érdemes tagolni, rövid bekezdésekre bontani és minden egyes bekezdést egy - egy szófordulattal zárni, ami fenntartja a figyelmet és kíváncsiságot kelt.** Ilyen szófordulat lehet a „és ez még nem minden...” vagy a „gondolj csak bele...” vagy az „itt van hogy miért...” Ha ezeket nem alkalmazod, kevés az esély, hogy végig olvassák a tartalmaidat.

Végül egy jó tanács a tuti unalmas szöveghez. Írj bonyolult, hivatalos szöveget, hosszú körmondatokkal. Abban mindent ki tudsz fejteni, minden kérdésre választ tudsz adni és egészen biztos, hogy senki nem fogja végigolvasni.

**Ugye volt benne olyan amit te is alkalmaztál már?**

**Most már tudod, hogyan lehet igazán unalmas szöveget írni ami garantálja az érdeklődő távozást.**

## **Nézzük mi az ami az olvasót maradásra bírja**

1. **Határozd meg és tudd ki a célközönséged** és írd „személyesen” neki. Ha tudod ki ő, tudod a problémáját, tudod mire vágyik, ezt írd le és kínáld fel neki a megoldást. Addig nem tudsz hatékonyan kommunikálni amíg nem határozod meg kinek is írsz egészen pontosan.
2. **Sose tegezz vagy magázz felváltva** a szövegeidben, ha ugyan ahhoz a célközönséghez beszélsz. Mindig a téma határozza meg hogy tegezni vagy magázni célszerű, bár az internet nyelve inkább a **tegezés**. A lényeg, hogy kötelezd el maga az egyik mellett és azt használd következetesen.
3. **Érdekes, figyelemfelkeltő címsor**, érzelemkeltő képek, ami görgetés közben maradásra illetve kattintásra bírja az olvasót. Mert gondolj csak bele, pl. egy facebook poszttal neked nem az kell legyen a célod, hogy eladd a terméked, hanem az, hogy azt az olvasót, aki a buszon, a piros lámpánál, a kanapén ülve kávét iszogatva görgeti a facebook hírfolyamatot, megállásra késztesd. A rengeteg tartalom közül a te posztod legyen ami megállítja, és kattintásra ösztönzi, további aktivitásra ösztönzi.

4. Ha felkeltetted a figyelmét **meg kell szerezned az érdeklődését** is. Itt elkezdődik a meggyőzés folyamata, hogy a mi szolgáltatásunk, termékünk miért előnyös neki. Ilyenkor érdemes a racionális érveket felsorakoztatni, ezek az igazán hatékonyak.

5. **A vágy felkeltése szintén elengedhetetlen.** Nem elég előnyösnek láttatni egy adott szolgáltatást, ha utána mégsem alakul ki a vágy, hogy megvegyék azt. Éppen ezért az érzelmekre is érdemes hatni, az pedig akkor fog igazán jól menni, ha ismered a célcsoportodat. Ha tudod mi az amire vágyik és azt kínáod fel neki.

6. A végén pedig ha mindezen túljut az érdeklődő, akkor **cselekvésre kell ösztönözni.** A marketingben a cselekvésre való felhívást CTA-ként (Call to Action) is szokás emlegetni. A „Vásároljon most”, „Amíg a készlet tart”, és „Foglalja le szállását már ma” kifejezések mind felhívásoknak számítanak, hiszen arra ösztönzik a ügyfelet, hogy cselekedjen is, ne csak vágyjon a termékre, vagy szolgáltatásra.

7, **Használd a szinonima szótárt.** Ne használj unalmas, semmitmondó, átlagos szavakat. Ha nem jut eszedbe semmi, nézd meg a szinonima szótárat, rengeteg ötletet kapsz.

8. Használj képeket, grafikákat, infografikákat. A cél mindig az, hogy az **olvasó számára a legkönnyebben érthető módon tálaljuk az üzenetünket.** Felesleges, hosszú leírásokkal kínlódni, ha egy-egy kép sokkal érzékletesebben, érdekesebben kifejezi azt amit írni szeretnénk, akkor érdemes használni.

**Remélem segíteni tudtam abban, hogyan tudod színesebbé, érdekesebbé tenni és életre kelteni a szövegeidet.**

**Köszönöm, hogy elolvastad!**

**Ha tetszett az ebook további hasznos tartalmakat találsz:**

**[www.green-design.hu](http://www.green-design.hu)**  
**[facebook/ Green-design](https://facebook.com/Green-design)**  
**[instagram/ green\\_design.hu](https://instagram.com/green_design.hu)**

**Ha kérdésed van keress meg:**  
**[info@green-design.hu](mailto:info@green-design.hu)**