

文案写作技巧

1、营销型网站素材的呈现形式

营销型网站说服力元素呈现形式上最常用的是文字、图片和视频。

1.1 文字和图片

文字是常见的页面元素，因为文字能相对准确的表达，但传达的效率较低，一些复杂的内容，用纯文字也难以描述清楚，有时需要配图片，图片具有相对较高的可靠性。所以，图文并茂是更为常见的表现形式。

1.2 视频

在三种形式中，视频的表达效率最高，无论是从信息传达的效率和可信度，视频具有不可替代的优势。可以用视频与图文的配合提高信息传达效率。

2、营销型网站文案写作的 8 个技巧

2.1 描述用户利益而不是特征

在营销型网站上，要努力尝试从用户利益的角度出发表达要传递的信息。为网站准备文案时，时刻提醒自己：用户关心的是你能为他带来的好处，而不是你的那些辉煌成就，除非他们需要你用这些成就来说服他们相信你。

比如，一款节能环保的空调产品，特征是：环保能耗低，而用户利益是：节省电费（省钱）；某互联网养车品牌的特征是：互联网养车第一品牌，而用户利益是：优于 4S 店品质，节省 30% 费用。

2.2 使用用户的语言表达方式

使用用户的语言写作文案有以下好处：

(1) 利于搜索引擎优化

使用用户的语言，意味着文案中有很多的机会出现用户在搜索引擎（例如百度、谷歌等）中搜索时用的“关键词”，有利于提高网页与相应关键词的“相关性”。“相关性”是影响网页在搜索结果中自然排名最重要的因素之一。

例如：一个网页内容的主题是：计算机培训，而更多的目标客户习惯用“电脑培训”这个词，那就应该用“电脑培训”来书写文案。

(2) 有利于提升网站说服力

在多数情况下，用户是在扫描而不是阅读，除非遇到自己非常感兴趣的内容才会慢慢品味。使用用户的语言有助于吸引用户的注意，并引起兴趣。同时使用用户的语言，让用户理解文章的内容更容易。增强了网页的吸引力和理解力，本质就是在增强网站的说服力。

2.3 使用短句子和短段落

长句子和长段落会给用户阅读带来压力，在文案写作中，试着将句子变短，将段落划分的更细。这样容易让用户更有耐心完整阅读，同时能让用户在较短时间内就可以稍作休息，阅读起来不会很快赶到疲劳。下面介绍两种将长句子变短的方法：

<1>使用短的同义词

比如，find voice-over talents 改成 find voices

<2>删掉不必要的文字

比如，Post your job free and see great results. 改成 Post your job free.

2.4 加粗显示关键词句

加粗显示关键词，让用户在扫描中捕捉到你希望他们关注的内容。“加粗显示关键词”和前面的“使用用户的语言”一样，无论是搜索引擎优化还是提升网站的说服力都有用处。

2.5 配上必要的图片

2.5.1 配图有以下好处：

配图让阅读更轻松愉快

配图明确文字的含义

配图增加可信度

配图强化表达效果加深印象

2.5.2 图片使用的基本要求

配图虽然有好处,但不是随便配上图就能产生效果,在此提几点配图时图片使用的基本要求。

努力让图片内容与文字含义相关

好的配图能辅助文字更快地传递信息,如果不吻合则效果会大打折扣,严重的会产生误导。

图片主题要明确集中

避免使用会产生歧义的图片, 在使用产品照片时不带入照片背景, 删除或模糊背景让图片主题明确而集中。

宁缺毋滥

不能为了配图而配图, 如果找不到合适的配图, 则宁愿放弃配图

2.6 用标题分割内容

为较长的文案准备更多的小标题, 并用这些小标题将内容隔开, 让文案阅读起来更轻松。

2.7 删掉一些, 再删掉一些

在文案写作中, 需做到言简意赅, 要做到言简意赅, 可以“强迫”自己将写好的文字删掉一下, 再删掉一些。

2.8 保持对文案的测试和优化

好的文案不是写出来的, 而是改出来的。为了不断追求进步, 需要不断修改写好的文案, 那

么修改文案的依据是什么呢？是测试！最修改最有发言权的不是专家、不是老板，而是网站真实的访问者。优秀的网站运营人员总是在不断追求更高的转化率。他们频繁的在网站上进行多项测试，并依据测试结果不断改进网站。