**Как составить план статьи**

Тщательное и детальное планирование – отличное подспорье в любом деле. Процесс написания статей тоже не может обойтись без этого важного этапа. План для статьи – это ее структура, ее стержень, ее основа, ее скелет, на котором будет построено тело текста.

Умение правильно планировать статью – необходимый навык для копирайтера. Разрабатывая текст будущей статьи, копирайтер ищет информационное обеспечение и одновременно планирует. Часто начинающие копирайтеры задают вопрос о том, какой этап должен быть раньше – поиск контента или планирование. Одновременно. Эти два этапа должны протекать одновременно, вытекая один из другого. Каждый копирайтер решает этот вопрос индивидуально. Можно сначала подобрать контент, а затем на его основе составить план. А можно искать контент на основе уже составленного плана, который обязательно будет корректироваться в процессе поиска информационного обеспечения. Однозначно одно – планирование и поиск контента всегда взаимосвязаны.

Иногда в техническом задании для копирайтера указывается план статьи, но в большинстве случаев план требуется составлять самостоятельно.

**Шаблон статьи**

Когда идеи и факты собраны, необходимо определиться с шаблоном повествования, то есть, в каком стиле мы будем предлагать читателю свои мысли. В Рунете распространены три вида статей:

* информационные
* проблемные
* аналитические

В зависимости от технического задания и от характера материала, который будет изложен в будущей статье, определяем шаблон. Не обязательно, чтобы статья была строго одного вида. Например, в статье под названием «Почему комментарии покупателей способствуют повышению продаж» могут быть смешаны аналитические и проблемные шаблоны. Здесь могут быть и советы эксперта, и аналитические исследования, а также выявленная проблема и способ ее решения.

**Для чего нужен план?**

А действительно – для чего? Все говорят, что план статьи просто необходим, но многие копирайтеры обходятся без него. Просто берут и пишут статью, на авось. И в результате получается статья, в которой логика хромает на обе ноги.

Некоторые самонадеянные райтеры считают, что составление плана статьи – это лишняя трата времени. Однако, основываясь на своем опыте, я могу смело утверждать, что планирование статьи позволяет сэкономить время на этапе написания до 25%.

Следующий аспект – это качество статьи.

Когда слишком много фактов и идей, то сложно удержать всё в голове. Не разнеся все идеи по полочкам, и держа их постоянно в голове, в процессе написания статьи Вы будете отвлекаться на то, чтобы что-то не упустить. И парадокс – Вы обязательно что-нибудь упустите. Более того, Вы упустите и самое главное – качество статьи. Вы не будете думать о том, как написать сильную статью, Ваше внимание будет распыляться на удержание в голове фактов и идей. В результате у Вас получится сумбурная и неорганичная статья.

**Практикуемся**

Итак, давайте попрактикуемся. Мы можем бесконечно говорить о том, как планирование статей важно и как оно облегчает работу копирайтеру, но пока не будет наглядного примера, не будет мотивации и не будет ясности.

По какой схеме составляется план? В инструкции о том, **как писать полезные статьи**, мы вкратце коснулись этой темы. По сути, схема плана любой статьи знакома нам всем еще со школьной скамьи. Заключается она в простых и понятных трех пунктах:

* вступление
* основная часть
* заключение

Венчает статью заголовок. Тому, **как правильно составлять заголовки и подзаголовки**, мы посвятили отдельную инструкцию.

К примеру, наша задача – написать статью для стильного онлайн-журнала. А именно – статью про французского художника-новатора Ива Кляйна. Собрав достаточно информации об этой личности и об его творчестве, выводим заголовок:

***Ив Кляйн – гений синего неба***

Далее переходим к планированию. Вначале составляем тезисный план статьи, придерживаясь обозначенной выше схемы.

Вступление:

*В послевоенном изобразительном искусстве есть много фигур заслуживающих внимания, но персона Ива Кляйна стоит особняком. Он не только художник, но и непревзойденный шоумен, человек с потрясающей харизмой, который заставил ценить фигуру художника больше, чем его работы*.

Короткое, но емкое. Во вступлении (его еще называют брифом или лидом) дается краткая информация о том, что ждет читателя в самой статье. И вступление уводит его непосредственно к основной части статьи, где для фантазии автора – просто безграничное поле. Однако, логические рамки должны присутствовать. Чтобы статья представляла собой целостное, логично выстроенное произведение (не удивляйтесь, статья – это произведение), нужно обозначить центральную идею и придерживаться ее по ходу всей статьи.

Основная идея статьи об Иве Кляйне – творческое развитие этого необычного художника и особенности его творчества. Поэтому за основу были взяты творческие периоды жизни Кляйна. Получился следующий план статьи:

* **Истоки из детства**
* **Монохромные идеи**
* **Синий мир Кляйна**
* **Творчество художника – нескончаемый эксперимент**

И в качестве заключения

* **Синее небо Ива Кляйна**

Статья была одобрена заказчиком с первого раза, размещена на сайте журнала, а автор (то бишь – Ваш покорный слуга) получил свой гонорар. На тот период моей карьеры копирайтера гонорар весьма солидный.

<http://life-instyle.com/art/10027-ives-klein1.html>

Вот так, на основе истории из своей практики, я показал, как можно составлять план статьи. А это, кстати, один из приемов в современном копирайтинге и маркетинге – сторитейлинг. Как использовать этот прием при написании статей – об этом мы повествуем в отдельной инструкции.

Рано или поздно Вы придете к своему алгоритму работы над статьей, в котором обязательно должно быть место составлению плана. Возьмите себе в привычку составлять план любой статьи, поступающей Вам в заказ. И вскоре Вы поймете, что планирование – это не враг, а полезный помощник, который экономит Ваше время и помогает сделать текст читабельным, логичным, внятным и интересным читателю.