[Как написать классный отзыв: 7 шагов + примеры](http://shard-copywriting.ru/atypical-copywriting/feedback%22%20%5Co%20%22%D0%A7%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C%D1%8E%3A%20%D0%9A%D0%B0%D0%BA%20%D0%BD%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%B0%D1%82%D1%8C%20%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BD%D1%8B%D0%B9%20%D0%BE%D1%82%D0%B7%D1%8B%D0%B2%3A%207%20%D1%88%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B2%20%2B%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%8B)



Всем добрый день! С Вами снова Даниил Шардаков, и сегодня мы рассматриваем одну очень актуальную тему: “*Как написать эффектный отзыв, который будет решать поставленные перед ним задачи*”. “Какие задачи?”, — спросите Вы. Задач масса. Отзывы имеют огромное значение как в бытовой сфере, так и в сфере продвижения бизнеса, и даже способствуют налаживанию выгодных связей. Не верите? Дайте мне пару минут, и я не только Вам это докажу, но и покажу на примерах, как и что делать.

Зачем писать отзывы: 5 веских доводов

Когда я был еще студентом, я забыл свой [портфель](http://www.wildberries.ru/catalog/1077444/detail.aspx) с документами и подписанной курсовой работой в открытой камере хранения одного продовольственного магазина. Открытая камера хранения — это когда в магазине на полочке под номерами стоят корзинки, Вы берете одну из них, а вместо нее ставите свою сумку. Купив продукты, я совершенно забыл про портфель. Дело было в пятницу. Опомнился я только вечером в воскресенье. “Ну все, п…ц” — было первой мыслью.

В понедельник не успел [магазин](http://www.quelle.ru/Kids_collection/Toys/Toys_Developing_toys/Magazin__m262631.html) открыться, как я был уже там. Портфеля в камере хранения не было. Я подошел к одной продавщице и поинтересовался насчет пропажи. Реакция меня поразила: ее глаза стали широкими, она словно подпрыгнула и чуть было не взвизгнула от восторга. “Вы — [тот](http://www.wildberries.ru/catalog/848365/detail.aspx) самый отличник, который забыл у нас портфель!”, — на одном дыхании выпалила она и выдержала эффектную паузу, лукаво глядя на меня своими голубыми глазами.

В этот момент меня посетили две мысли:

1. Блин, они нарушили девственную неприкосновенность моего портфеля! Они видели все… и зачетку тоже! (Эммм… Да, дело было на 3-м курсе и тогда я еще был отличником ;)).
2. Какое счастье, что не придется делать дубликаты зачетки, студенческого и читательского. И, главное, не придется снова подписывать курсач у преподавателя, который в университете появлялся только по праздникам, и с которым я был не в самых лучших отношениях.

Испытывая жгучее желание поскорее забрать [портфель](http://www.wildberries.ru/catalog/1077444/detail.aspx) и удалиться, я признал, что я и есть [тот](http://www.wildberries.ru/catalog/848365/detail.aspx) самый рассеянный отличник, наливаясь красной краской, словно бурак. Но девушка, видимо, вовсе не собиралась заканчивать свою увлекательную игру.

“Так, сейчас мы проведем идентификацию вашей личности”, — ехидно отметила она и поманила меня в служебное помещение. “Ситуация начинает приобретать неожиданный оборот”, — подумал я, и в голове начали проскакивать юношеские похотливые мысли. Я проследовал за ней.

В подсобном помещении у меня создалось такое чувство, что я — очень редкий экспонат на выставке. Я стоял уже перед тремя сотрудницами магазина разных возрастов, и все они изучающе рассматривали меня, как археологи останки динозавра. Затем одна из них принесла мой [портфель](http://www.wildberries.ru/catalog/1077444/detail.aspx).

- Так, ваша фамилия? — спросила она, открыв зачетку.
- Там есть фотография — смущенно буркнул я, осознавая, что ситуация начинает напоминать какой-то фарс, но в то же время понимая, что многим обязан этим продавщицам.
- А, точно! Даниил Юрьевич, вот ваш портфель, не теряйте его больше!

Я готов был провалиться под землю от неловкости.

- Как [я могу](http://kids.wikimart.ru/toy_creation_development/houses_carriages/dolls/1/model/49327603?recommendedOfferId=96394064) вас отблагодарить? — спросил я.
- А напишите отзыв, если вам не трудно, — сказала девушка.
- Это можно, лукаво сказал я и достал свою перьевую ручку…

Написать отзыв нужно было в книге замечаний и предложений (которая, кстати, традиционно она предназначена для жалоб. О том, как их правильно писать, Вы можете прочитать [здесь](http://shard-copywriting.ru/atypical-copywriting/complaint)). Через минут двадцать работа была сделана, и уже через час я забыл обо всем случившемся.

Через несколько недель мне позвонила то ли заведующая магазина, то ли директор, поблагодарила за отзыв и сказала, что он был зачитан на собрании совета директоров торговой сети и благодаря ему всем сотрудникам магазина выписали дополнительную премию за высокое качество обслуживания. А еще через некоторое время по почте пришло уведомление письмом о том, что отзыв, действительно был зачитан на собрании совета директоров.

С тех пор меня в этом магазине знают и, несмотря на то, что я появляюсь в нем достаточно редко, всегда встречают теплыми улыбками. А все благодаря одному отзыву.

К чему я рассказал Вам эту историю? К тому, что даже один отзыв может вызвать сильный резонанс. И это лишь один из примеров. Вот пять веских доводов, почему отзывы имеют огромный потенциал.

1. **Отзывы — отличный способ расположить к Вам людей.** Когда Вы отзываетесь лестно о чьей-то работе, товаре, явлении и т.д., Вы располагаете к себе единомышленников и людей, вовлеченных в то, о чем Вы пишете.
2. **Отзывам потребители склонны верить больше всего.** Никакие заверения на сайтах и в [продающих текстах](http://shard-copywriting.ru/copywriting-secrets/effective-text-part-2-practice) не сравнятся по своей убедительности с реальным отзывом.
3. **Прежде чем что-либо купить, многие ищут отзывы о продукте или продавце.** Обратите внимание, многие люди покупают, основываясь на том, что говорят другие потребители.
4. **Отзывы порождают дискуссию.** Конструктивный отзыв, инициирующий диалог, может здорово стимулировать активность в социальных сетях и блогах, на форумах и тематических порталах.
5. **Люди склонны читать отзывы, даже если они не читают основной текст.**Разумеется, если эти отзывы им интересны. Для Вас — это мощнейший маркетинговый [инструмент](http://sport.wikimart.ru/cycling/instrument_velo/model/35268886?recommendedOfferId=74940352) и мощный рычаг влияния.

Как написать отзыв: практическая инструкция из 7 шагов с примерами

Обратите внимание на одну очень важную вещь. Люди всегда чувствуют, когда отзывы написаны разными реальными людьми, и когда их искусственно генерировал один человек. Просто потому что существует ряд показателей, которые люди оценивают интуитивно, на подсознательном уровне. Если Вы учтете эти показатели, Ваши сфабрикованные отзывы будут практически неотличимы от реальных (если для Вас это актуально).

**Совет автора:** даже если Вы умеете виртуозно фабриковать отзывы, не злоупотребляйте этим. Лучше добудьте настоящие образцы. Просто поверьте: они работают лучше.

Шаг №1 (самый важный). Цель отзыва

Если у Вашего отзыва нет цели, то толку от него мало. Поясню на примере. Допустим, у Вас есть своя фирма, и Вы хотите опубликовать отзывы довольных клиентов.

Большинство допускает одну и ту же ошибку: публикуют отзывы, которые не имеют цели. Т.е. отзыв, написанный ради отзыва. Это неправильно. И вот почему.

Сравните два примера.

**Пример отзыва №1**

Работаем с фирмой N уже довольно давно. Никаких нареканий, одни положительные впечатления. Будем продолжать сотрудничество.

Главный недостаток такого отзыва — он ни о чем. Т.е. у него нет цели, и он не подчеркивает конкурентные преимущества.

**Пример отзыва №2**

Наша компания впервые обратилась к фирме N около полугода назад с задачей разработать продающий сайт, который реально генерирует продажи, а не просто висит мертвым грузом, проедая бюджет. Результаты превзошли ожидания: рост продаж за первый квартал составил +96%, и это в “мертвый сезон”, когда обычно у нас убыток. Планируем заказать фирме N еще несколько сайтов для смежных проектов.

У этого отзыва стоит конкретная задача: обработать типичное возражение потенциального клиента, дескать, я закажу у вас сайт, а он будет висеть мертвым грузом. Более того, этот отзыв усиливается демонстрацией конкретного результата.

Шаг №2. Язык целевой аудитории

Когда Вы пишете отзыв на продукт, предназначенный для простых людей канцелярским языком — это плохо. Аналогично плохо и обратное. Эта типичная ошибка уже “спалила” не одну сотню горе-райтеров, которые привыкли писать универсальные отзывы “для всех”. Также плохо работают избитые клише.

Рассмотрим еще пару примеров.

**Пример отзыва №3**

Я прочитал книгу автора Пупкова П.П. “Как писать отзывы на рок-концерты музыки в стиле Heavy Metal” и считаю, [что это](http://www.sotmarket.ru/product/chto-eto-rosmen-isbn-978-5-353-03412-4.html) одно из лучших произведений, которые мне когда-либо доводилось читать. Автор очень доступно разъяснил все тонкости. Рекомендую.

Данный отзыв по стилю совершенно не соответствует языку целевой аудитории. Кроме того, шаблонизированное начало убивает естественность на корню.

**Пример отзыва №4**

Наткнулся на книгу случайно, название улыбнуло. Не знаю, кого может торкнуть этот бред, разве что задротов типа автора отзыва №3.

Обратите внимание: если перед Вами стоит задача написать отзыв для организации или для характеристики чего либо, помните, что он должен доносить нужную информацию до читателя на понятном ему языке.

Шаг №3. Мотив

Задумывались ли Вы когда-нибудь, почему люди, вообще, оставляют отзывы? Хотя, нет, спрошу иначе: почему люди не оставляют отзывы? Правильно, потому что им просто лень. Отсюда вывод: для того, чтобы человек оставил отзыв, у него должен быть какой-то мотив. Как правило, источниками мотивации являются три фактора:

* Эмоции
* Стремление к самовыражению
* Проблема

Первый фактор вступает в силу, когда человек либо доволен, как [слон](http://www.wildberries.ru/catalog/686266/detail.aspx), либо когда он вне себя от ярости, обиды или досады. Второй фактор включается, когда человек хочет самоутвердиться, проявив свои знания и опыт, поделившись информацией. Наконец, третий фактор вступает в силу, когда человек через отзыв хочет получить ответ на вопрос. Как правило, отзывы такого типа стимулируют дискуссию.

Когда Вы пишете естественный отзыв, мотив у Вас уже есть. Когда Вы пишете искусственный отзыв, например, потому что попросили или просто нужно написать, помните, что мотива у Вас нет и его нужно найти или сделать вид, что он есть. В противном случае правдоподобность такого отзыва будет страдать.

Шаг №4. Эмоциональность отзыва

Из предыдущего шага Вы уже знаете, что эмоции — это один из мотивирующих факторов для написания отзыва. Эмоциональность условно можно разделить на три группы:

* Положительная
* Нейтральная
* Отрицательная

Отзывы с нейтральной (объективной) окраской, как правило, пишутся под воздействием фактора самовыражения.

**Пример отзыва №5**

Ужасный сервис! Мало того что пришлось ждать полтора часа, так и менеджер оказался неотесанным хамлом. Люди, не ходите в эту шаражкину контору! Уважайте свои нервы и время!

Налицо негативная окраска.

**Пример отзыва №6**

[Магазин](http://www.quelle.ru/Kids_collection/Toys/Toys_Developing_toys/Magazin__m262631.html) — супер! Всегда буду здесь покупать! Доставили точно в срок, предварительно позвонили, помогли подключить и сделали скидку. Ребята, я вас обожаю!

У этого отзыва не только явная положительная эмоциональная окраска, но и ответы на многие вопросы потенциальных потребителей. Другими словами, такой отзыв — отличное конкурентное преимущество.

**Пример отзыва №7**

Девайс неплохой. Качество сборки оставляет желать лучшего, но зато по функционалу модель ощутимо превосходит предыдущие серии.

Отзыв в нейтральном ключе. В нем чувствуется самовыражение автора.

Обратите особое внимание: старайтесь избегать излишней приторности в отзывах. Когда все слишком хорошо и сладко — это неестественно.

Шаг №5. Конкретика

Чем больше конкретики будет в отзыве, тем более правдоподобным он выглядит. Тем не менее, не стоит пускаться в крайности. Если есть реальные цифры, реальные достижения, все, что можно измерить, то присутствие таких данных будет только на пользу.

**Пример отзыва №8**

Студент Иванов И.И. проявил себя как ответственный и дисциплинированный работник и участвовал в ряде проектов, разрабатываемых лабораторией.

Здесь нет конкретики, отзыв написан слишком общими словами.

**Пример отзыва №9**

Студент Иванов И.И. ни разу не опоздал за все время прохождения практики и оказал неоценимую помощь лаборатории, разработав программный [модуль](http://computers.wikimart.ru/network/transiver/model/10676833?recommendedOfferId=25657967" \t "_blank)сбора данных в рамках проекта “Разработка программного комплекса мониторинга курсов валют коммерческих и государственных обменных пунктов”.

Шаг №6. Атрибуты естественности отзыва

Если все Ваши отзывы написаны идеально литературным языком и без ошибок, это вызывает подозрения. Реальные отзывы содержат опечатки, сленг, КАПС, скобки-смайлы, восклицательные знаки и т.д., в зависимости от того, кто пишет отзыв и какие задачи перед отзывом стоят. Помните об этом. Данный шаг не актуален для написания характеристик и официальных отзывов.

Шаг №7. Искренность

Последний шаг, но не по значению. Когда Вы пишете отзыв, постарайтесь сделать его искренним (или наполнить его искренностью, если Вы этот отзыв фабрикуете). Сказать по правде, это самый простой и в то же время, самый сложный шаг. Как его делать — решать уже Вам. Читатели чувствуют искренность, это та самая компонента, которая вызывает доверие. И именно поэтому гораздо лучше, когда отзывы пишут для вас реальные люди, поскольку настоящую искренность нельзя ничем заменить.

Как писать «канцелярские» отзывы (о прохождении практики, студенте и т.д.)

Когда я работал в научно-исследовательской лаборатории, я обожал писать отзывы своим практикантам. Однажды куратор одного студента (который, как выяснилось, прочитал мой отзыв) позвонил мне лично и начал расспрашивать, неужели студент и правда настолько хорошо себя зарекомендовал всего за один месяц. “С такой характеристикой его можно в министры продвигать!”, — сказал он разразился раскатистым смехом.

Когда Вы имеете дело с канцелярским языком, используйте факты и безличные предложения ([научный стиль](http://shard-copywriting.ru/copywriting-basics/kak-pisat-nauchnyiy-tekst-v-kopiraytinge-nauchnyiy-stil-primeryi-i-rekomendatsii)).

**Пример отзыва №10**

В ходе прохождения практики студент Петров П.П. зарекомендовал себя как добросовестный и ответственный работник, разработав 4 раздела (с 5 по 9) технической документации для аппаратно-программного комплекса “Система распознавания периода спаривания североафриканских ежей”. За прохождение производственной практики рекомендую выставить студенту Петрову П.П. оценку 10 (десять).

Резюме

Представленной в этой статье информации более чем достаточно как для написания собственного отзыва “с нуля”, так и для создания искусственных отзывов, для “подсолки” пользовательской активности. Берите, используйте, внедряйте, но помните, что ни один сфабрикованный отзыв не может сравниться с настоящей искренней эмоциональной обратной связью.

Искренне Ваш, [Даниил Шардаков](http://shard-copywriting.ru/ob-avtore).



Об авторе ([Профиль автора](http://shard-copywriting.ru/?author=1))

**Даниил Шардаков**, профессиональный копирайтер и опытный интернет-маркетолог. Директор лаборатории продающих текстов [SHARDEX](http://shardex.ru/) и эксперт по копирайтингу крупнейшего белорусского рекламного интернет-агентства. Фанатичен. Ставит цели и достигает их. Скептик по натуре и постоянно ищет научное обоснование всему происходящему. Верит только цифрам и фактам. Женат. Обожает приступы энтузиазма и терпеть не может рутину, монотонность и скуку.