北京市版权局著作权合同登记号　图字：01-2021-4868

Authorized translation from the English language edition, entitled Nicely Said：Writing for the Web with Style and Purpose, 1, 978-0-321-98819-5 by Nicole Fenton and Kate Kiefer Lee, published by Pearson Education, Inc, publishing as Pearson Education, Inc, copyright © 2014 by Nicole Fenton and Kate Kiefer Lee.
All Rights Reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc. CHINESE SIMPLIFIED language edition published by Tsinghua University Press LIMITED, Copyright © 2021.
本书中文简体翻译版由培生教育出版集团授权给清华大学出版社出版发行。未经许可，不得以任何方式复制或传播本书的任何部分。

本书封面贴有 Pearson Education(培生教育出版集团) 激光防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。举报：010-62782989，beiqinquan@tup.tsinghua.edu.cn。

图书在版编目（CIP）数据

好文案会说话 : 从风格到实用的写作指南 / (美) 妮可 • 芬顿 (Nicole Fenton) , (美) 凯特 • 克菲 • 李 (Kate Kiefer Lee) 著 ; 王东川译 . —北京：清华大学出版社，2022.4
（新时代 • 职场新技能）
书名原文：Nicely Said：Writing for the Web with Style and Purpose
ISBN 978-7-302-58488-9

Ⅰ . ①好…　Ⅱ . ①妮… ②凯… ③王…　Ⅲ . ①写作　Ⅳ . ① H05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2021) 第 146622 号

责任编辑：刘　洋
装帧设计：方加青
责任校对：宋玉莲
责任印制：杨　艳

出版发行：清华大学出版社
网　　址：http：//www.tup.com.cn，http：//www.wqbook.com
地　　址：北京清华大学学研大厦 A 座　　**邮　　编：**100084
社 总 机：010-83470000　　**邮　　购：**010-62786544
投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn
质　量　反　馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn
印 装 者：北京同文印刷有限责任公司
经　　销：全国新华书店
开　　本：148mm×210mm　　**印　　张：**6.625　**字　　数：**137 千字
版　　次：2022 年 4 月第 1 版　　**印　　次：**2022 年 4 月第 1 次印刷
定　　价：65.00 元

产品编号：088905-01

内容简介

随着网络成为社会生产活动的一项基础设施，在各种网络平台上，在产品介绍时进行文案写作，日益成为许多职场人必备的基础职业技能。如何从一个“小白”迅速成长为网络文案高手？网络文案写作与传统文案写作有何区别？经验丰富的行业达人有哪些能让你事半功倍的小技巧？这些都是很多入行新人关心的重要问题，遗憾的是，目前市面上相关的学习资料与书籍尚未见到。本书在很大程度上填补了这一空白。作者妮可·芬顿和凯特·基弗·李，是美国知名的文案营销写作与公共传播专家。“巨细靡遗”这个词，或许最能概括这本书的特征。写作必备的基础常识，从零开始制作 UI 文字界面，找到创意与传播灵感，打造读者社群的方式，提高个人与团队工作效率的技巧……无论是新人还是有多年经验的老手，都能发现本书在最大程度上囊括了自己可能在网络文案撰写工作中遇到的问题及解决之道。可以说，本书不流

于空谈，是作者从自己多年工作经验中提炼的精华，介绍了很多宝贵的细节、经验与技巧，具有较强的针对性与可操作性。

本书适合从事文案写作与营销工作的职场人自我充电与升级之用，也适合对此领域感兴趣的一般大众阅读。

好文案会说话 四校 文前.indd 2 2022/3/3 9:29:21

序

如果你不是职业写手，恐慌总会来得非常之快：要么是在构思时，要么是在开始动笔时，写不出来东西的恐惧感油然而生，双手凝固在键盘上。许多（或者说大多数）职业写手也会有同样的感受，在项目做到一半时会感到恐惧（“我为什么要答应写这个？”），在项目临近结束时也会感到恐惧（“可能没人读得懂我在说什么，但我已经不能再写了。”）。

大多数这样的恐惧源于我们的任务内容不明确。很少有人教我们如何写作，写作不像物理力学，也无法用一篇有五个自然段的论文说清楚。但是写作，特别是带有商业内容的写作，是一项有规律和方法可循的技术工作，和语法与力学无关，并且一切都要指向确认和满足阅读者的需求。有经验的写手即便没有意识到这一点，他们也懂得并且在运用这些规律和方法，然而其他普通写手想获得相关指导，或者职业写手想解释清楚他们脑中的写作

方法，却都是非常困难的。

这是本书非常有趣的第一个原因。无论你是为大型广告营销代理公司工作的全职写手，还是在一个还不怎么赚钱的初创公司里挣扎的职员，本书都可以给你一个起点，帮助你解决一些有关网络领域写作的普遍问题，并且最重要的，本书将教会你一些一以贯之并可反复利用的写作方法。在本书中，你将找到针对写作调研、写作和修改等步骤的指南，以及一些关于如何能写得更生动、声音语气更合适的详细建议。同时，本书也将讨论一些即便是最有经验的写手也会遇到的古怪问题。比如，如何妥善处理大量出现的“我们”这个词，让行文不那么怪异；如何使用不让读者敬而远之的尴尬写法；如何选择使用法律合同里的大量奇怪字词。总而言之，作者凯特和妮可详细总结了我们中的绝大多数人只有通过具体实践自我领悟或者犯过错之后才会明白的那些东西。

这本书很有趣的第二个原因是，它坚定地相信：善良比技能经验更加重要，热情比聪明更加重要。所以，本书致力于为读者提供丰富的、充分考虑读者及其需求的实用建议，深挖这些建议的真实内涵，以及如何理解你的写作所针对的群体对象的文化、用语与情感。

凯特和妮可为许多有价值的和备受尊敬的公司写过文案。她们从丰富的经验中提炼出结论：写作要坚持做到内容清楚和保持善意，而这也让她们成为杰出的写作导师。她们努力总结出了一套条理清楚而全面、适用于所有项目的写作方法，让你写作时不用再难熬地计算字数，而是能够集中所有注意力在写作目标、读者和他们的需求上，让写作成为一个灵活的过程。

好文案会说话 四校 文前.indd 4 2022/3/3 9:29:21

序

要达到高水平的写作是很困难的。但是，如果有一部良好的指南，这就会变得非常容易。我想不出有比这本书更好的写作指南了。

厄恩·基珊

（《内容战略要素》作者，“莱特-莫兹拉开放新闻”网站内容总监）

好文案会说话 四校 文前.indd 5 2022/3/3 9:29:21

前言

风格很重要

你看不到你的读者，不知道他们阅读时感受如何，听不见他们的表达，也无法和他们进行眼神交流。所以，为他们写作是有一点困难的。

许多公司就败在这里。他们不知道如何像真实人类一样和别人说话，他们的文案内容是混乱的，对用户是没有帮助的，有时甚至是有冒犯性的。这是真实存在的问题，因为人们在网上有大量可以做的事情和可以阅读的内容。你需要让读者信任你。

在本书中，我们的目标就是解决写作过程中的难题，帮助你的网络写作更有用，并且更有意义。在这一过程中：一方面要提出正确的问题，要多多实践并大声阅读你的作品；另一方面，要根据读者需求来平衡写作目标。

不论你是作者、编辑、博客主、内容战略师、设计师、应用研发者还是小企业主，这本书都适合你。如果你是新手，我们将

向你介绍哪些内容适用于网站；如果你是希望深化技能的有经验的写手，我们将帮助你扩大影响力，让你与读者的交流更加连贯顺畅。

在本书的章节中，我们将展示如何以一种连续的风格和明确的目的性来撰写网络文案。你要学习的是，如何规划写作项目，设定现实目标，以及如何朝着目标前行。你会学习如何根据场景变化调整写作风格和满足读者需求，并掌握有关写作的一系列规则，以及如何将这些概念传达给你的团队——同时，你也将明白何时应当打破这些规则。

本书不是一本手册、一本兵书，或一本练习册。我们要讲的，是我们多年从事网络文案写作积累的经验心得。阅读的时候，你可以随便跳到任何契合自己目前所处情况的章节。毕竟，所有的写作都不是线性过程，没有所谓的开始、中途和结束。

我们非常强调基础写作技巧、持续的练习，以及写作本身的价值。我们不会详谈比如内容战略、信息构建、最优化搜索或交互页面设计等相关原则，但是我们在“延伸阅读”里列出了一些我们喜欢的相关书籍。

语言是有力量的。你的语言可能让人产生高兴、悲伤、沮丧、自豪以及其他情绪。所以，无论你是不是写手，写作都是重要的。一天工作结束时，你也是一个会和旁人进行交流的人。你会希望交流时你是友善的，所以在写作时也要保持友善。尽管和读者隔着屏幕，你也可以做到这一点。这就是为什么风格很重要。好了，让我们开始吧！

祝写作愉快！

好文案会说话 四校 文前.indd 8 2022/3/3 9:29:22

目录

第一章
写手都做什么 / 1

第二章
找到自己的方向 / 11

第三章
制订计划 / 29

第四章
写作的基础知识 / 48

第五章
找出你自己的声音 / 69

第六章
注意语气 / 79

第七章
打造读者社群 / 92

第八章
做好营销，但无需吆喝 / 111

第九章
敏感的话题 / 131

第十章
让流程“流动”起来 / 150

第十一章
修改过程 / 165

第十二章
写作格式指南 / 176

后记 / 193

致谢 / 194

扩展阅读 / 197

好文案会说话 四校 文前.indd 10 2022/3/3 9:29:22

第一章

写手都做什么

和你在电影中看见的场景不同，你不需要非得坐在豪华办公室里，或者穿着粗花呢夹克才能成为写手，甚至都不需要戴着一副黑框眼镜（当然，除非你本就戴眼镜）。

你每天都会和人交流，很和善地对待他们，和他们建立起良好的关系。当他们迷惑时，你会鼓励并帮助他们。你说服他们去做某些事情。你尝试在正确的时间说正确的话。而这些，都是从事网络写作必备的技巧——本书将向你展示，如何将这些技巧运用到写作中。

本章介绍的内容包括：

- 网络写作及其重要性
- 网络写手的角色
- 优质内容要遵守的原则
- 写作过程是怎样的

好文案会说话 四校 正文.indd 1 2022/3/3 9:29:17

让我们从“内容”这个词开始。当我们在谈论网络文案或内容时，大多时候指的是网站上的文本内容。但在更广义上，我们可以把内容视为所有线上线下的、能帮到你的用户和促进你做成生意的相关内容。

一、工作性质的网络写作

你可能会写文章、博客、社交媒体发布的内容、产品说明、市场推广文案、客服说明、法律合同和页面交互信息。你可能还会写更多关于你自己的信息，比如如何联系你，以及你为何开始做这个生意。这些都是网络写作的内容。邮件和工作简报也符合网络内容这一定义，因为人们是在网上读到这些的，并且它们的撰写也遵循相似的规则。

在接下来的章节中，我们会带你一一浏览这些不同的文案类型。我们也会谈到有关如何写网站背后的文案，比如公司宗旨陈述、项目简介、写作格式指导指南，等等。这是你和用户交流的重要部分，并对其他地方的写作也有影响。

（一）哪些地方需要写作

让我们来看看网络写作重要性最突出的那些场合，以及各自分别存在的一些挑战。整本书都将围绕这些主题进行阐述。

好文案会说话 四校 正文.indd 2 2022/3/3 9:29:17

❶个人项目

如果你有一个简历资料本和博客，你应该已经明白，写作时要将自己的身心都投入进去。读者们期待你的内容会代表你本人、你的感受和你个人的兴趣。无论你的网络写作是不是商业性质的，你脑海中应该都有一些目标：或是提高你作为写手的影响力，或是更好地去理解读者。在个人网站领域，需要考虑的是如何让你自己为更多的人所知。你想讲述什么样的故事？为了更好地做到那一点，我们将向你展示如何让更多的人看到你的博客，如何和其他写手合作，以及如何以让你自己感到舒适的方式宣传你自己。

❷小型企业

如果你在小型公司工作，想必你每天都要撰写不同的文案。我们将帮助你以更系统的方式去撰写文案，如此你和用户的交流才会更加连贯和更可控制。在撰写小型企业网站文案时，从撰写公司目标和宗旨开始。在以后改进内容和拓展业务时，要牢记公司目标和宗旨。

❸自由撰稿

如果你是一名咨询师和自由撰稿人，你可能会在写作、编辑和向客户提出咨询的角色间不断转换。你要学会管理整个过程，包括从快速调研到总结出一套写作计划，以及亲自动手写作。在本书中你会学习如何获取反馈以及避免陷入工作阻滞，

好文案会说话 四校 正文.indd 3 2022/3/3 9:29:18

这些对于远程工作或独自工作的你来说是极为重要的。

❹广告代理公司

如果你是在广告代理公司工作，你可能会在为甲方撰写文案的同时，也在为公司撰写文案。你或许会有一个设计团队、一个项目经理以及一个战略团队来协助你。通过本书，你能够学会如何进行集体写作，如何为客户撰写表达清楚的文案。

❺初创公司

如果你是在一个初创企业里，你可能需要努力确认哪些内容是应该关注的。我们将向你展示如何保持你的写作有目的性、如何推广最新产品，以及在更宏观的流程中思考如何和客户交流。我们也会教你如何为应用程序撰写文案，以及如何撰写适合成长型公司的网页交互文案。

❻公司与非营利组织

在一个成熟的机构里，你或许没有太大改变做事方式的空间。你的一大任务，是努力适应公司的现有架构。你或许会经手将直接挑战公司底线的文案，或许有机会更新品牌说明和写作风格——尤其是后者已经过时的情况下。我们将教你如何和不同的受众沟通，并且将你的写作想法传达给团队其他写手，这样来让内容保持前后一致。在写作过程中，你的角色可能发生变化，并且可能还会相互重叠，但写作原则是相似的。

好文案会说话 四校 正文.indd 4 2022/3/3 9:29:18

（二）内容原则

优质内容是清楚、有用并且让读者感到友好的。它可以帮助你的工作朝着既定的目标前进，并且与读者直接交流。我们将逐一讨论所有这些原则，并在整本书中随时进行回顾。

❶清晰

网络上充斥着各种混乱的内容和混杂的信息。要从里面脱颖而出，一种方法就是努力打磨每个句子，杜绝模糊的概念、晦涩的术语和未考虑成熟的想法。要理解透彻你自己的写作主题，然后用尽量少的单词把它说清楚。这可能会花费很长时间。正如作家威廉·诺尔顿·辛瑟所说：“一个清晰句子的出现绝非偶然。”[①] 但这么做是值得的。读者的时间和精力有限，而且可能供你发挥的文案篇幅也有限。要确保你的写作是有意义的，并能让读者迅速理解要点。

❷有用

发布的每篇内容都应该有目的性。在撰写一项文案时，请自问：它如何支持你的目标实现？它如何与公司的宗旨使命相符？它会教给人们一些新东西吗？选择读者关心的主题，而不要担心其他人都在写什么。也要思考如何传递信息。这篇博客文章有趣吗？在技术支持中心里有用吗？何时何地发布，和你

① 威廉·辛瑟 . 如何高水平写作（第七版）. 纽约：纽约科技出版社，2006：9.

好文案会说话 四校 正文.indd 5 2022/3/3 9:29:18

写什么同样重要。

❸友好

很少有公司会花时间让文案更友好。但是如果和我们一样，你也会希望读者明白，我们是真诚地在乎他们，在倾听他们。你的文案就是完成这件事的最佳场所。要让文案友好，有很多方法：选择最精确的文字、最合适的语调，以及最相关的风格。温暖、清晰的声音可以帮助读者找到他们需要的东西，并缓解他们的压力。友好的文字能让读者回头，甚至可能使他们微笑。

（三）如何做到

当你面对一个新的写作项目时，可能会忍不住直接打开空白文档开始打字。这并非总是最好的方法。应该花一些时间考虑一下，你想达到什么样的效果，以及如何实现。创造优质文案是一项艰苦的工作，而且并非全部都要通过在电脑屏幕上敲字去实现。以下是一些可以去落实的良好习惯：

保持好奇心和耐心。这将帮助你对语言和主题进行长时间的认真思考，并可以用最友好和最清晰的方式传达你的想法。

记住，你是为真实的人而写。他们有感情，有需求，有忙碌的生活。从某种意义上说，网络是一种客户服务媒介。[①] 客户可能并不总是正确的，但他们始终值得去体贴和尊重。如果

① 保罗·福特 . 互联网是客户服务中介 . Ftrain 网站，2011. www.ftrain.com/wwic.html.

好文案会说话 四校 正文.indd 6 2022/3/3 9:29:18

不想听起来像个机器人，在文案里你必须要有交流的感觉（有时甚至是有些肉麻的）。

认真聆听，要注意倾听同事和读者的反馈。随着读者人数的增加，这种想法使你保持脚踏实地。许多公司都在高谈阔论自己，很少关心其他人。这对公司没有帮助。思考一下你的读者希望如何听你说话，并与他们进行人与人之间的交流。找到一种听起来像是你在说话并且对大众有吸引力的写作方式。你不必一直做所有的事情，也不必看上去永远不会犯错。

习惯推销自己。市场营销会让人感到讨厌——让我们承认现实，市场营销的很多内容就会让人讨厌。但是人们很忙碌，并且有成千上万的其他网站可以去浏览。因此，如果你要在线销售商品，就需要使自己或公司脱颖而出。你需要告诉别人你在做什么，但是不必去作假——没人希望你这么做。如果你写作时真的带有兴奋情绪，那文案将大放异彩。

以周到和开放的态度创作文案，有助于文案清晰、友好和有用。现在，让我们全面讨论一下写作过程。

（四）写作过程

每个项目都是不同的，每个团队也不同。写作过程将取决于几个因素：你要写的是什么，为谁写，以及如何让工作效果最好。大多数写作项目包括 4 个可重复的步骤，如图 1-1 所示。写作的过程往往是很混乱的，可能会时不时回到之前的步骤，具体步骤如下。

好文案会说话 四校 正文.indd 7 2022/3/3 9:29:18

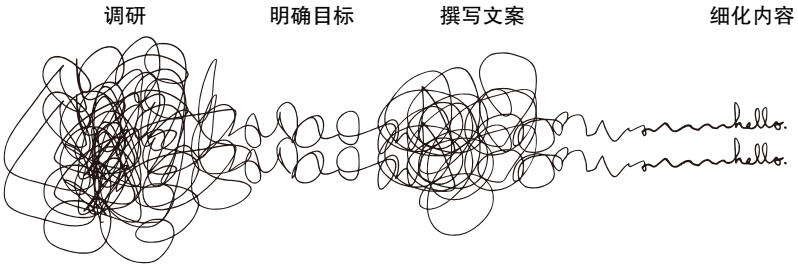

图 1-1　写作的过程

步骤 1：调研

如果你不知道自己在说什么，就不可能让内容变得清晰、有用或易读。因此，要从可靠的调查研究开始，弄清楚读者的需求和对你的期望，制定好短期和长期目标，通过记笔记和组织思想来提高写作速度。

步骤 2：明确目标

一旦开启写作项目，就要与团队一起阐明目标并制订计划，把想法和调研阶段所进行的一些采访沟通做个总结，从而达成有关该项目重要性的共识，协调好要写的内容，以及确定希望内容能达到什么效果。要设置好时间进度表，以实现这些目标，哪怕以后再进行更改。（我们将在第三章“制订计划”中对此进行讨论）

步骤 3：撰写文案

在弄清要说的内容之后，该坐下来写字了。尝试几种内容形式以查看哪种最有效。然后，修改草稿，直到可以发布为止。

好文案会说话 四校 正文.indd 8　2022/3/3 9:29:20

检查是否有错别字、前后不一致和重复性的内容。删除对读者无用的所有内容。如果可以，将草稿给朋友或同事看，以获取他们的建议。（我们将在全书中提供一些练习以帮助你）

步骤 4：细化内容

一旦最后完成（太好了！），就该发布它了。但这并不意味着你的工作就完成了。要随时更新内容，并随着时间的推移进行修改。倾听朋友、客户和同事的反馈。最后要总结一下，看看模板、清单列表或格式指南对下次的项目是否有帮助。

写作是一个流动的过程。你可能需要更新现有的文本，删除过时的信息，或在线上添加新的内容。网络写作工具使你能够进行轻松修改，请充分利用。

（五）“下风书店”示例

有很多好的和坏的写作示例，我们将和你分享其中的一些。但是为了使我们的这本书清晰、有用和友好，我们将在本书中使用一个想象中的儿童书店（见图 1-2）作为示例。（这不是一个真实存在的地方，但是我们希望现实中真的会有！）

“下风书店”有一些新出版和收藏的书籍，店长想通过网络销售其中一部分。书店需要在零售商店和网上商店之间搭起桥梁，但这里面有一些困难。

好文案会说话 四校 正文.indd 9 2022/3/3 9:29:20

图 1-2　“下风书店”的门面

首先，人们如何找到下风书店的网上商店？书店可以告诉现有客户他们正在开设网上商店，但他们也想告诉生活在其他城市的人们。博客和新闻报道可以帮助他们发出声音。

其次，下风书店将如何向无法翻阅书籍的在线购物者描述他们书店所售二手书的状况？如果有照片、描述和备注（例如是否有作者签名）就会有所帮助。这些是很好的卖点。

最后，是什么使人们直接从下风书店的网站而不是其他地方购买书籍？强调商店的特别之处很重要。友好的页面文案也将改善消费者的购物体验。

这些都是优质写作可以解决的问题：促进市场推广，告诉人们你在卖什么，以及指导他们完成购买过程。在打造自己的商店时，我们要朝着这些目标努力。

好文案会说话 四校 正文.indd 10　2022/3/3 9:29:20