Хибины
центр детского творчества

Разработка контента. Рерайтинг и копирайтинг

Докладчик:
Сулейманова Надежда Ивановна, методист

НОВЫЕ ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

НОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И НАВЫКИ:

Применение цифровых ресурсов.
Разработка задач и кейсов нового типа.
Геймификация образовательного процесса.
Индивидуальное сопровождение и персонализация.
Тренинговые техники и фасилитация.
Организация ивентов и событий.
Разработка контента.
Переговоры.
Привлечение ресурсов.
Маркетинг и СММ
Копирайт.
Реклама и продвижение.
Дизайн.
Брендинг.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЙ

Контент - (от английского content - содержание) – это абсолютно любое информационно значимое либо содержательное наполнение информационного ресурса или веб-сайта.

Рера́йтинг (англ. rewriting) —термин произошел от английского rewrite, что в дословном переводе на русский означает «переписывание».

Рерайтинг - обработка исходных текстовых материалов в целях их дальнейшего использования. В отличие от копирайтинга, за основу берется уже написанный текст, который пишется своими словами, при сохранении смысловой нагрузки.

Копира́йтинг — написание текста с целью рекламы или других форм маркетинга. Это тексты, которые стимулируют рост продаж или популяризируют товар, компанию, услугу, человека или идею. Копирайтеры — люди, которые пишут текст с целью рекламы или других форм маркетинга.

Копирайт (Copyright ©) – это специальный знак, который означает, что данный информационный продукт, защищен авторским правом и его использование возможно только с разрешения правообладателя.

Рерайтер
Чё там у него?
Супер идея
Копирайтер

ВИДЫ РЕРАЙТИНГА:

1. Поверхностный (примитивный). Исходные слова просто заменяются синонимами. Для написания таких текстов часто используются специальные программы. По этой причине полученные тексты выглядят «корявыми», а иногда даже несуразными и нечитабельными.

База синонимов: CLASSES.RU

2. Упрощенный. Текст в этом случае аналогично заменяется словами, подходящими по смыслу. Пользуются этой техникой новички в этом деле.

3. Образцовый. Как правильно делать рерайт, знают грамотные и квалифицированные исполнители. Их тексты написаны красивым академическим слогом, с соблюдением всех норм и правил грамматики, лексики и синтаксиса. Текст отличается высокой уникальностью.

4. Сверхглубокий. Рерайт безупречного качества, его можно смело назвать идеальным примером работы копирайтера. В результате кропотливой авторской работы текст полностью меняется, но смысл остается тем же, что и в исходном тексте. Для этого автор излагает суть текста своими словами.

5. SEO-рерайт. Отдельная категория текстов. При переписывании исходника в новый текст добавляются ключи — слова и фразы для поискового продвижения с целью повышения позиций сайта. Для написания SEO-текстов требуется знать правила внедрения ключевых запросов..

ПРИЁМЫ РЕРАЙТИНГА

Рерайтер тоже может писать гениально!

1.РАЗВИВАЕМ СЛОВАРНЫЙ ЗАПАС, ЧИТАЕМ КНИГИ!

2.ЧИТАЕМ НЕСКОЛЬКО ПОДОБНЫХ СТАТЕЙ, «НАБИРАЕМСЯ» ТЕМАТИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ!

Основы:

- ВЫСТРАИВАНИЕ ЧЕТКОЙ СТРУКТУРЫ ТЕКСТА
- ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БОЛЬШОГО КОЛИЧЕСТВА ИСТОЧНИКОВ
- ФИКСАЦИЯ ВСЕХ ТЕМАТИЧЕСКИХ НЮАНСОВ
- НЕСТАНДАРТНЫЙ ПОДХОД
- ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ПРОВЕРКА, ВЫЧИТКА ПЕРЕД СДАЧЕЙ

ПРИЁМЫ РЕРАЙТИНГА

1) СИЛЬНЫЙ ЗАГОЛОВОК

Он должен не только отражать суть предложения, но и быть цепляющим.

Ваш текст может быть КОСМИЧЕСКОЙ силы! Он может приворожить человека, обаять, заставить, привлечь. Но если заголовок его не зацепит, ваши труды будут насмарку.

2) Обороты - проводники, которые ставятся в конец абзаца:

- Это ещё не всё;
- Идём дальше;
- И это только начало;
- И говорю я о следующем;
- Есть ещё одна деталь;
- Следующая мысль;

Великие тексты сначала пишутся, потом тестируются (друзья, родные, коллеги) , и только потом редактируют. А дальше по кругу. Так создаются шедевры.

КЛЮЧЕВЫЕ ФРАЗЫ

Главный ключевой запрос – это ядро, вокруг которого формируется сам текст. Такая фраза должна присутствовать в тексте не менее двух раз. Обязательно в первом абзаце и в конце. Фокусное ключевое слово также должно перекликаться с самой тематикой сайта.

Ключи🔑Это слова или фразы, которые читатели вбивают в поисковую строку Яндекс или Google. Главной задачей ключей является привлечение новых клиентов на сайты.

Ключи бывают:

👉точные – фразу нужно вписать в неизменном виде, не переиначивая текст;

👉разбавочные – можно менять слова местами, разбавлять предлогами;

👉дополнительные – слова, появляющиеся в процессе написания текста, когда нужно заменить одну часть речи на другую, и тому подобное.

Анализ целевой аудитории (ЦА) – изучение поведения пользователя, его желаний, действий на сайте. В соответствии с полученными данными формируются ключи именно для вашего сайта, товара, предложения.

РАБОЧИЕ ИНСТРУМЕНТЫ КОПИРАЙТЕРА

База синонимов: CLASSES.RU

Проверка на информативность: GLVRD.RU

Проверка значения слова: Гугл, Яндекс, Википедия, Словари

Для сохранения всех (ВСЕХ!) работ/ТЗ/черновиков в виде АРХИВА: в облаке, в папке на домашнем ПК (НЕ в ноутбуке, НЕ на диске «С»!)

Проверка уникальности: https://rustxt.ru/antiplagiat

https://users.antiplagiat.ru/report/short/4?v=1&c=0

Кликер: https://clck.ru/

Для ввода редких символов: типографская раскладка от Ильи Бирмана https://ilyabirman.ru/projects/typography-layout/

Для форматирования текста перед размещением на сайте: Реформатор Лебедева https://www.artlebedev.ru/reformator/

Для проверки уникальности студенческих работ: https://www.antiplagiat.ru

Проверка степени схожести двух текстов: http://backlinksmanager.ru/Utility/Sravnit-2-teksta.html

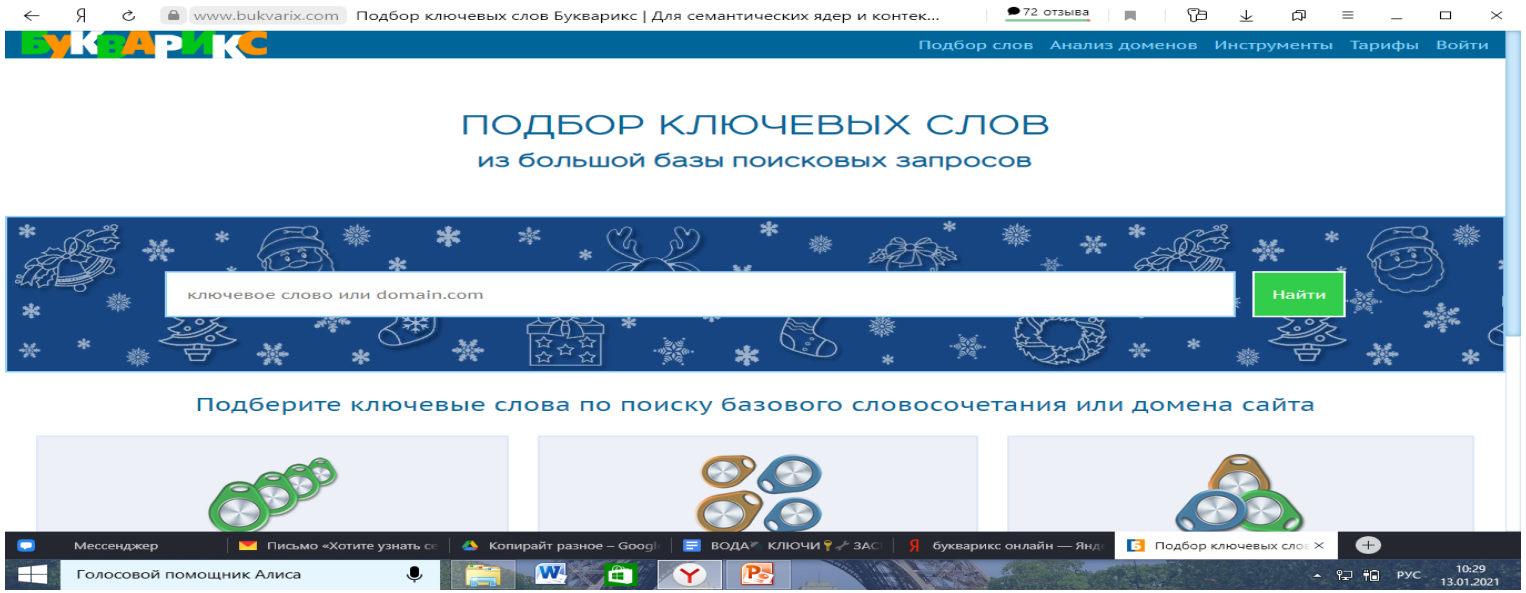
РЕСУРСЫ ДЛЯ ПОДБОРА КЛЮЧЕВЫХ ФРАЗ:

Букварикс огромная русскоязычная база актуальных ключевых фраз.

База Пастухова один из самых востребованных ресурсов у сео-оптимизаторов.

МОАВ лидер по объёму ключевых запросов. В нем собрана информация из Яндекс.

Метрики и Google. Кроме того, в базе можно найти множество эксклюзивных и уникальных запросов узкой направленности, в своё время добытых из закрытой базы Яндекса.



КАК НАПИСАТЬ КАЧЕСТВЕННЫЙ ТЕКСТ?

Это текст, который:

1. Отвечает цели
2. Уникален (если не заявлено иное) https://text.ru/antiplagiat
3. Не содержит ошибок ни в каком виде
4. Читабелен и структурирован
5. Интересен, информативен – полезен для читателя
6. Раскрывает затронутую в заголовке тему

Заголовок – ключевой носитель информации

Текст должен работать – только ценные и нужные слова GLVRD.RU

Один абзац – одна мысль!

ОБРАЗЕЦ ПРОВЕРКИ ТЕКСТА

glvrd.ru Главред β

спусковому крючку не примерзал!»

Клуб «Вымпел – Красноярье» сотрудничает с ВООВ «Боевое братство». Ветераны и инвалиды Великой Отечественной войны, боевых действий, военной службы, правоохранительных органов и государственной службы помогают новому поколению красноярской молодежи понять сложные события прошлого, делятся личными воспоминаниями, которые в мире информационного хаоса являются самыми достоверными свидетельствами фактов истории.

Среди воспитанников Валерия Бедова много ребят из неполных семей. Им особенно необходима мужская наука, которой Валерий Анатольевич владеет в совершенстве. Свои знания уже сейчас ребята передают другим школьникам Красноярска. Клуб активно сотрудничает с КГКУ «Красноярский детский дом «Родничок», администрация которого обратилась к Валерию с просьбой о создании отряда. Курсанты ВПК «Вымпел-Красноярье» проводят занятия для детей с ограниченными возможностями здоровья в КГБОУ «Красноярская школа № 2». Ежегодно перед Новым годом собирают подарки, игрушки и одежду для деток из «Дома малютки». Партнерами в мероприятиях клуба часто бывают ребята из социально-реабилитационного центра для несовершеннолетних «Росток» и КГБУ СО «Центр семьи «Надежда».

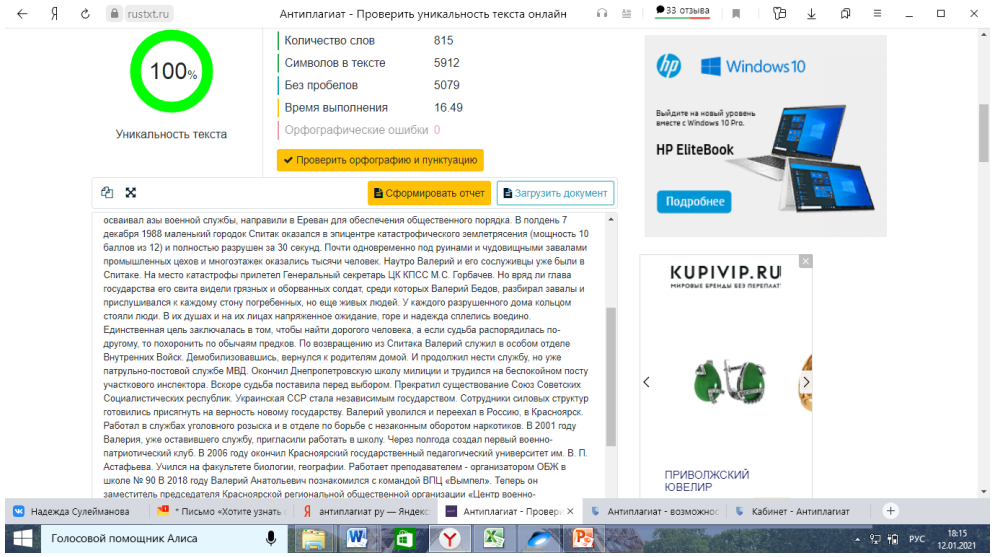
Ведь чем больше ребят, находящихся в трудной жизненной ситуации, будут заняты нелегким, но полезном делом, тем меньше останется работы для сотрудников внутренних органов. Об этом Валерий Анатольевич, как офицер МВД, знает не понаслышке. Но для того, чтобы вызвать у этих ребят доверие к себе, повести их за собой, взрослому нужно обязательно быть, а не казаться, настоящим человеком. Для этого не всегда нужно поступать разумно, защищая себя от вызовов жизни. Для Валерия Анатольевича важнее поступать правильно – по душе и по совести.

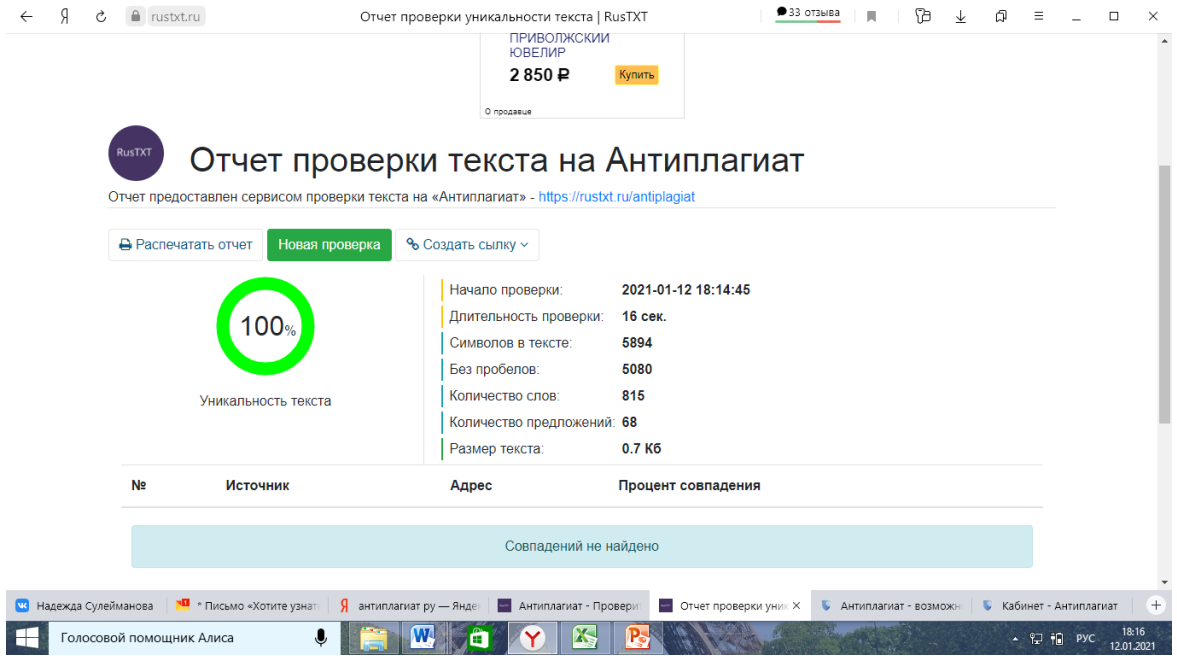
10 баллов из 10 по шкале Главреда | 64 предложения, 812 слов, 5904 знака | 0 стоп-слов.

Мессенджер | 59 · Важные — Яндекс.По | Мессенджер | Главред β

Голосовой помощник Алиса

ОБРАЗЕЦ ПРОВЕРКИ ТЕКСТА





ОБЩИЕ ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ:

1. Единый шрифт – к примеру: Callibri, 11 (TNR, 12/14)
2. Небольшие абзацы – до 4-5 предложений /между абзацами – пустая строка, если в редакторе сайта текст сливается/
3. Подзаголовки – как минимум 2-3 в тексте (до 1000 знаков нет)
4. Буллиты/перечни – не больше 30-35% от всего объема текста
5. Ключевые слова – равномерно по тексту (выделяем для проверки)

Читабельность текста

1. Доступность изложения – понятные слова/фразы, короткие предложения, минимум причастных/деепричастных оборотов
2. Отсутствие повторов слов, тавтологии – кроме ключей
3. Стиль в соответствии с тематикой – с учетом ЦА
4. Полнота раскрытия темы – отсутствует «недосказанность»

СТИЛЬ И ПОДАЧА МАТЕРИАЛА

- Не обобщайте! Не пишите «все любят», «все знают», «никому не надо», «любая женщина», «каждый мужчина», «ни одна белка», «все дети» и т.д.
- Не злоупотребляйте уменьшительно-ласкательными суффиксами (они же – «сюсюфиксы»), а лучше вообще их не используйте.
- Избегайте резких оценочных суждений и превосходных эпитетов типа «самый», «лучший», «несравнимый» и т.п.
- Не утяжеляйте предложения придаточными предложениями, причастными и деепричастными оборотами, многочисленными тире и двоеточиями.
- Юмор и ирония могут использоваться в статьях, но без злоупотребления.

ТРЕБОВАНИЯ К КАЧЕСТВЕННОМУ ТЕКСТУ

Что нельзя:

1. Однокоренные слова – их заменяем синонимами. В этом поможет сайт http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-synonyms.htm
2. Слова-паразиты – у каждого они свои (найти и обезвредить!)
3. «Лить воду» – писать обобщенно, неинформативно, банальные фразы и факты

- **ВОДА** – это любое слово, которое не несет в себе практически полезной информации. «Качественная работа» – вода. «Большой опыт» – вода. «Гарантируем высокий уровень услуг» – водная вода.
- **ЗАСПАМЛЕННОСТЬ ТЕКСТА** – это повторяющиеся в тексте слова. Стараемся повторений избегать, особенно в рядом стоящих предложениях. Любые тавтологии (он попросил остановить на остановке; она стала петь песни), однокоренные слова, ключевые фразы должны распределяться по тексту равномерно!

При проверке текста на Текст.ру – хороший показатель 40-45%, к нему стремимся.

ЧИТАБЕЛЬНОСТЬ ТЕКСТА

Список слов/фраз нежелательных к употреблению:

без сомнения	безусловно
бесспорно	большое разнообразие
в любых проявлениях	в то же время
вопреки всего лишь	всем известно
что все-таки всякий знает/любит/выбирает/т.д.	дабы дает возможность
дай подумать	именно поэтому
иными словами	к счастью
каждый как бы	как водится/выясняется как оказывается/говорится
как полагается	между прочим
невозможно представить	. необходимо напомнить
несмотря на несомненно	неудивительно
ни для кого не секрет	ни для кого уже не секрет
помнится	постольку-поскольку
открывает новые горизонты	прямо скажем

Грамматика, пунктуация

ЧЕК ЛИСТ ПРОВЕРКИ ЧИТАБЕЛЬНОСТИ ТЕКСТА:

1.Тип и цвет шрифта.

Одинаковый шрифт. Для текста — темный шрифт на светлом фоне, светлый шрифт на тёмном фоне.

2. Размер шрифта. Оптимальным будет кегль 12 или 14 pt.

3. Длина строки. Слишком длинная строка (широкий текст) сложно воспринимается. В то же время короткая строка мешает сосредоточиться на материале.

4. Выравнивание. Нашему глазу свойственно и привычно читать или просматривать материал по F-схеме. А значит, выравнивание по левому краю — самый лучший способ составления текста. Неровность правого края дает ощущение простоты восприятия.

5. Интервалы между строк и отступы. Отступы важны как вокруг текста, так и вокруг объектов. Но не пустые участки! Пустоты воспринимаются как «недоделанность» — незавершенность страницы или сайта. А «сайт в разработке» не вызывает доверия у посетителей.

6. Абзацы. Одна тема — один абзац. Когда абзацы в тексте разной длины — текст читается легко, быстро, без напряжения. По 3-4 строки в абзаце и не более семи. В книжных изданиях принято начинать абзац с красной строки. В интернете — это вертикальный отступ.

7. Маркировка. Визуально упрощает текст. Очень удобочитаемо смотрится маркированный или нумерованный список, если это уместно. Буллиты (точки, галочки, стрелки) делают скучные списки интересными. Но много — не значит хорошо. 35% текста под маркировкой — это максимум.

ГРАММАТИКА, ПУНКТУАЦИЯ

- Точка в конце заголовков и подзаголовков НЕ СТАВИТСЯ!
- ЗАПЯТЫЕ – ПРОСТО И ДОСТУПНО: http://www.topauthor.ru/V_kakih_sluchayah_stavitsya_zapyataya_7985.html
- Следите за пунктуацией при оформлении перечней: http://sysana.wordpress.com/2010/11/23/списки-в-документах-правила/
- Дефис/тире (чтобы не путать TIR – знак на длинных грузовиках, фурах): http://www.artlebedev.ru/kovodstvo/sections/97/
- Пробелы: Между словами ставить ОДИН пробел.
- Правила орфографии и пунктуации – http://www.rusyaz.ru/orthography.html
- Справочник по правилам, непростым и трудным словам и многое другое http://www.gramota.ru/

РЕКЛАМНАЯ СТАТЬЯ

Как спланировать статью?

1) Придумайте тему статьи – это будет «рабочий» заголовок (A).

2) Пропишите 5 пунктов содержания – например:

- Вступление/экспозиция (внимание, A/I) – 1й абзац;
- Завязка (интерес, I) – 1й подзаголовок, 2й абзац;
- Развитие (зарождение желания, D) – буллеты, 3й абзац;
- Кульминация (укрепление желания, D) – 2й подзаг, 4 абз;
- Развязка/эпилог (призыв, A) – последний абзац.

ВОПРОСЫ СЕБЕ ПЕРЕД НАПИСАНИЕМ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА:

№ 1. По каким причинам услугу выгоднее приобрести у вас?

№ 2. Что отличает вашу услугу от предложений конкурентов?

№ 3. Есть ли у вашей услуги негативные стороны, которые для клиентов не очевидны, и требуется ли нивелировать их в тексте?

№ 4. Какова стоимость услуги? Если есть ценовые диапазоны, укажите их, пожалуйста.

№ 5. Ваша цена на фоне других предложения выше, ниже, на уровне конкурентов?

№ 6. Опишите целевую аудиторию. Кто те люди, которые платят вам деньги?

№ 7. Целевая аудитория однородна или можно выделить разные группы? Если есть группы, укажите их, пожалуйста.

№ 8. Для каждой группы назовите проблемы, которые решает услуга. Или какие выгоды она дает клиентам.

ВОПРОСЫ СЕБЕ ПЕРЕД НАПИСАНИЕМ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА:

№ 9. Для каждой группы найдите возражения покупателей (3–5). Если вам сложно их сформулировать, то продолжите фразу клиента: «Я к вам ребенка не отдам, потому что опасаюсь...»

№ 10. Самостоятельно ли клиент принимает решение или нужны аргументы для убеждения кого-то еще?

№ 11. Приведите отзывы клиентов, которые пользовались услугой (3–10).

№ 12. Укажите клиентов, которые пользовались услугой.

№ 13. Расскажите о результатах клиентов после оказания услуги или в ходе нее. Здорово, если они будут выражены в цифрах.

№ 14. Приведите, пожалуйста, кейсы-примеры.

№ 15. Назовите 2–3 основных конкурентов.

№ 16. Сформулируйте преимущества предложений конкурентов.

№ 17. Найдите недостатки предложений конкурентов.

ТЕКСТ «О СЕБЕ»

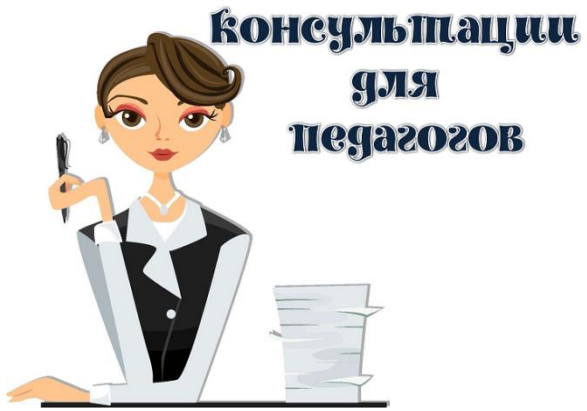
1. Представление – специализация, особенность, уникальность (Чем специалист отличается от других на этом же рынке?)

2. История с идеей – как родилась мысль начать работать именно в этой узкой нише (Что мотивирует специалиста сейчас?)

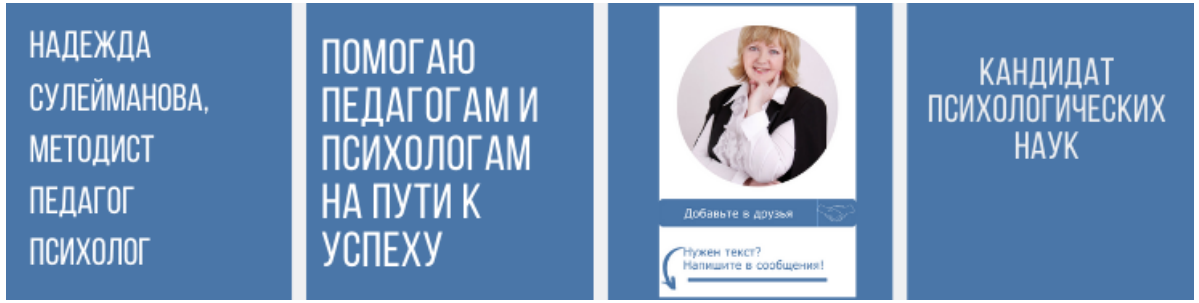
3. Отличительность – выгодное сравнение с другими специалистами в этой же узкой нише, отличительные детали работы (В чем конкретно проявляется необычность в работе специалиста?)

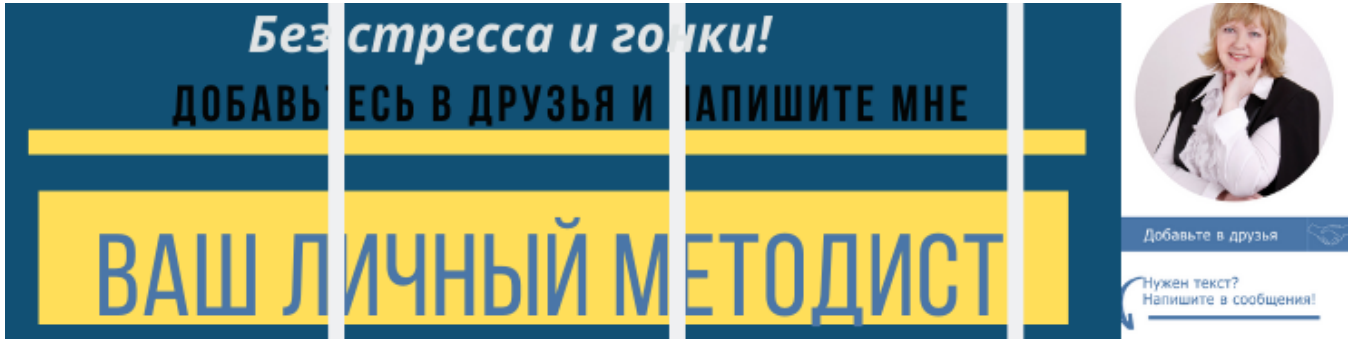
4. Достижения – масштабность работы, компетенции, примеры крупнейших мероприятий, кейсы, фото и т.п. (Как можно убедиться в профессионализме специалиста?)

5. Вдохновение – путь профессионального развития, планы на будущее, амбиции (Почему специалист является настоящим профессионалом?)



КАК ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ К ТЕКСТУ О СЕБЕ?





КАК РЕКЛАМИРОВАТЬ СЕБЯ?

Таргетированная реклама в соцсетях:

- ✓ продвижение постов – делаем полезный пост с УТП в конце, рекламируем его на свою аудиторию;
- ✓ продвижение услуг – делаем рекламный пост, показываем аудиториям, где есть потенциальные заказчики.

Платные публикации там, где есть потенциальные клиенты:

- ✓ пишем статью в виде кейса, полезностей – размещаем ее (чаще платно, чем бесплатно) на портале, который посещают потенциальные потребители услуги;
- ✓ пишем интервью с собой – размещаем платно на сайтах СМИ, желательно в своем регионе.

Контекстная реклама (по ключевым запросам):

- ✓ составляем семантическое ядро или заказываем его у специалиста по сео;
- ✓ настраиваем рекламу в Яндекс, Гугл по этим запросам

ИМИДЖЕВАЯ СТАТЬЯ

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИТИЧЕСКОЙ СТАТЬИ

- Обзор нескольких точек зрения.
- Упорядочивание всей актуальной информации.
- Анализ данных.

Структура аналитической статьи:

1. Суть проблемы, формулировка основного вопроса статьи.
2. Причины возникновения проблемы, мнения сторон.*
3. Беспристрастный анализ фактов из первоисточников.*
4. Пути решения, выводы, прогнозы.

*2+3 = исследование

КАК НАЧИНАТЬ СТАТЬЮ (ПЕРВЫЙ АБЗАЦ)

Избегайте в анонсе следующих оборотов:

ни для кого не секрет, что	вам помогут несколько простых советов
в нашем стремительно меняющемся мире	всем известно, что
следуя этим нехитрым советам	сейчас, когда бурное развитие сети
общеизвестно, что	надо всего лишь запомнить последовательность простых действий
в наш век информационных технологий	всем знакомо
главное – обратить внимание на ряд тонкостей	на сегодняшний день, когда
но мало кто задумывался	вы узнаете в этой статье
мир не стоит на месте	но мало кому известно
мы расскажем в этой статье	и у вас все (обязательно) получится
немногие знают, что	сможете прочитать ниже (далее)
и вы увидите, как это просто	есть ряд простых правил
каждый человек хотя бы раз	это совсем нетрудно и не займет у вас много времени
есть несколько советов	любая женщина
существует несколько правил	все дети

КАК ПИСАТЬ/ДОРАБАТЫВАТЬ СТАТЬЮ

Все статьи должны быть информативными и обладать практической ценностью для читателя. Текст статьи обязательно должен раскрывать тему, заданную в ее заголовке.

Содержание текста статьи должно быть логичным и связанным. Если вы не уверены в той или иной информации, которая содержится в вашей статье, предварительно проверьте ее.

Внимательно просмотрите статью, устраните:

- орфографические и пунктуационные ошибки;
- тавтологии, повторы;
- канцеляризмы (слово или оборот речи, характерные для стиля деловых бумаг и документов);
- стилистические неточности.

Комментарий «вычитать текст» означает необходимость полностью проверить статью на орфографические, пунктуационные и стилистические ошибки.

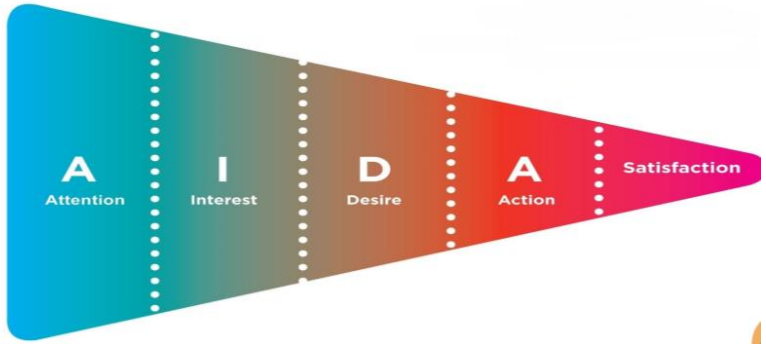
Не пользуйтесь для проверки орфографии и пунктуации правкой программы MS Word.

Читайте текст ВСЛУХ.

ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ/ПРОВЕРКИ СТАТЬИ:

- Цель – к каким выводам требуется подвести читателя.
- Структура – вступление, аналитика и вывод.
- Логика – простая, четкая, последовательная аргументация.
- Язык – стиль и уровень насыщенности терминами подбирается под компетенцию аудитории.
- Наглядность – примеры, статистика, графики, таблицы, сравнения, мнения экспертов, собственная оценка.
- Эмоции – какая-либо эмоциональная оценка допускается только в конце статьи.

СТАТЬЯ ОБ УСЛУГЕ



A-I-D-A-S

- A – Attention (Внимание)
- I – Interest (Интерес)
- D – Desire (Желание)
- A – Action (Действие)
- S – Satisfaction (Удовлетворение)

ПРОДАЮЩАЯ СТАТЬЯ ОБ УСЛУГЕ

Продающая статья об услуге

1. Основная информация об услуге – для чего нужна (1 абзац).
2. Кому подойдет услуга – для кого предназначена (1-2 абзаца, перечень).
3. Варианты предоставления услуги – порядок обслуживания, особенности (объем по необходимости, можно в виде перечня).
4. На что обратить внимание при заказе услуги – раскрыть нюансы профессионального и непрофессионального обслуживания (1-2 абзаца или более).
5. Где заказать услугу – у нас, потому, что… (1 абзац, перечень преимуществ).
6. Стоимость услуги – факты, почему у нас выгоднее заказать услугу (1 абзац).
7. Призыв к заказу услуги – что сделать покупателю (1-2 предложения)

Записаться на курс

Записаться на обучение

Примечания: пункты 1,2 могут объединяться в 1 абзац; пункты 5, 6 могут объединяться в 1 абзац.

ФОРМУЛА ЭФФЕКТИВНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

УСЛУГА – УНИКАЛЬНОСТЬ – ВЫГОДА

Качественное и понятное предложение.

ПРИМЕРЫ: Репетитор ЕГЭ: подготовка по новейшей технологии без стрессов с гарантией сдачи на 80 баллов.

Репетитор ЕГЭ по математике, за месяц подготовки-сдача на 99 баллов, первым 5 ученикам – скидка.

Уникальность на рынке услуг.

Легкий и логичные призыв к действию.

Что такое онлайн-редактор moqups и как с ним работать?

– Программа для создания лендингов

КУРС «КОПИРАЙТЕР ПРОДАЮЩИХ ЛЕНДИНГОВ»

КАК ПОВЫСИТЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ?

Как повысить производительность:

1) Технически – быстрее печатать.

Клавиатурные тренажеры:

- http://stamina.ru/ – бесплатно и весело; • https://solo.nabiraem.ru/ – видно всю программу и прогресс + полезные видео Шахиджаняна;
- https://vse10.ru – для наработки скорости, когда умеешь вслепую набирать, но нужно скорость постепенно повышать без потери качества.

Как повысить производительность:

2) Организационно – полное погружение в работу, никаких отвлекающих факторов, жесткие дэдлайны.

Таймеры: механические, программные (например, найдите в интернет «виджет таймер для windows 10»).

3) Мотивационно – поощрять/награждать себя за успех.

КАК РАБОТАЮТ СПЕЦИАЛИСТЫ?

АЛГОРИТМ РАБОТЫ СПЕЦИАЛИСТА

БРИФ

Брифование заказчика:
- сбор информации о продукте,
- целевой аудитории,
- конкурентах

ИССЛЕДОВАНИЕ

Исследование:
- изучение и поиск ЦА,
- сегментирование,
- поиск смыслов

КОНКУРЕНТЫ

Анализ конкурентов:
- продукт,
- заголовки,
- целевые действия,
- акции

АНАЛИЗ

Маркетинговый анализ:
- портреты ЦА,
- выводы по конкурентам
- УТП, структура
- лендинга

СОЗДАНИЕ

Создание:
- текст
- прототип

ДИЗАЙН

Дизайн и верстка

КАК РАБОТАЮТ СПЕЦИАЛИСТЫ?

Характеристики:
(можно измерить)

- Какая программа?
- Какая длительность?
- Как проходят занятия?
- Какие результаты?
- Кто преподаватели?
- …

Выгоды:

- В чем уникальность?
- В чем выгода для клиента?

КАК РАБОТАЮТ СПЕЦИАЛИСТЫ?

СМЫСЛЫ В СООБЩЕНИЯХ ЦА

В декабре устроил племянника по просьбе его родителей и по своей инициативе на эти курсы. Предмет математика. Изначальная цель была - подтянуть, чтобы хоть как то сдал ЕГЭ в этом году ибо знания были почти нулевыми... Теперь же после очередного пробного тестирования пришло плнимание, что парень то у нас хорошист, а еще полно времени)))) в общем центром очень довольны. Довольно быстро протестировали, подобрали педагога и вперед! Правда ездить далековато, но зато рядом с метро ... Занимается с девченкой в паре, она посильнее, это плюс для нас, конечно. Планируем брать русский с хорошей скидкой как второй предмет. Преподаватель у нас - настоящий эксперт ЕГЭ с документами)) в общем спасибо большое - уже довольны, а до экзаменов они его вообще в отличника превратят. Всем добра!

КАК ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ?

Забавный факт. Ученые выяснили, что мозг обрабатывает изображения в 60 000 раз быстрее, чем текст.

Поэтому, чтобы привлечь внимание подписчиков в социальных сетях, нужно почаще использовать картинки.

Добавлять собственные изображения в Canva просто:

- Откройте вкладку Загрузки на панели редактора.
- Загрузите изображение или видео.
- Перетащите изображение в шаблон.

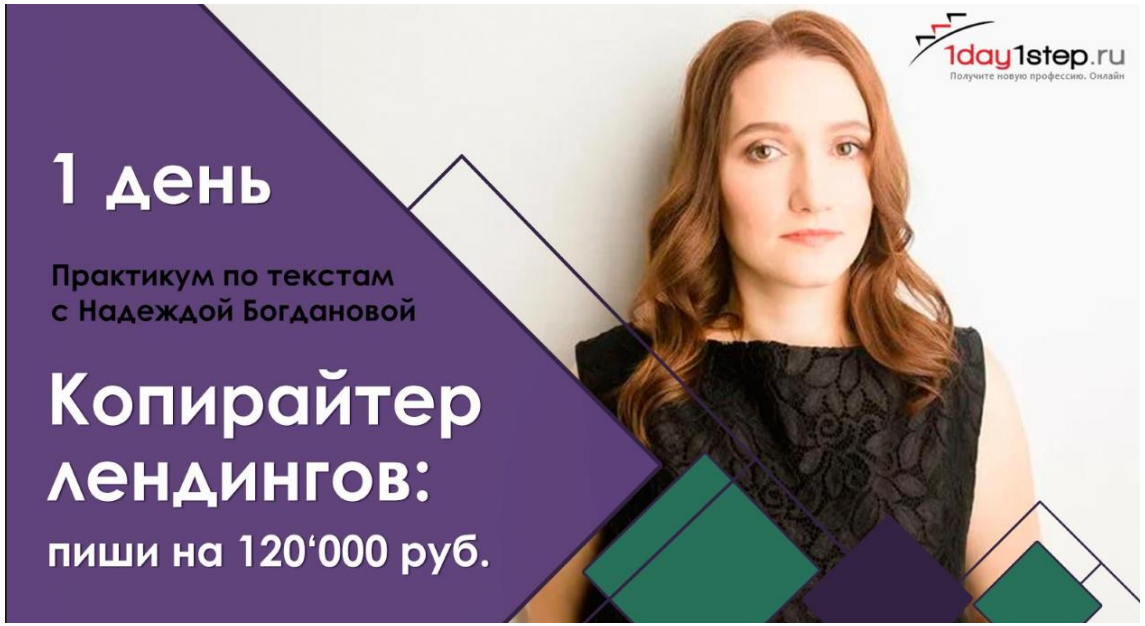
ГДЕ МОЖНО НАУЧИТЬСЯ?

Практический 3-х месячный курс «Веб-Копирайтер»

СТАНЬТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ КОПИРАЙТЕРОМ, КОТОРЫЙ ЗАРАБАТЫВАЕТ ОТ $1000, ЗАНИМАЯСЬ НОВЫМ ЛЮБИМЫМ ДЕЛОМ

Авторские системы MoneyRate и GoldSkill по заработка на текстах – проверены 15-летним опытом

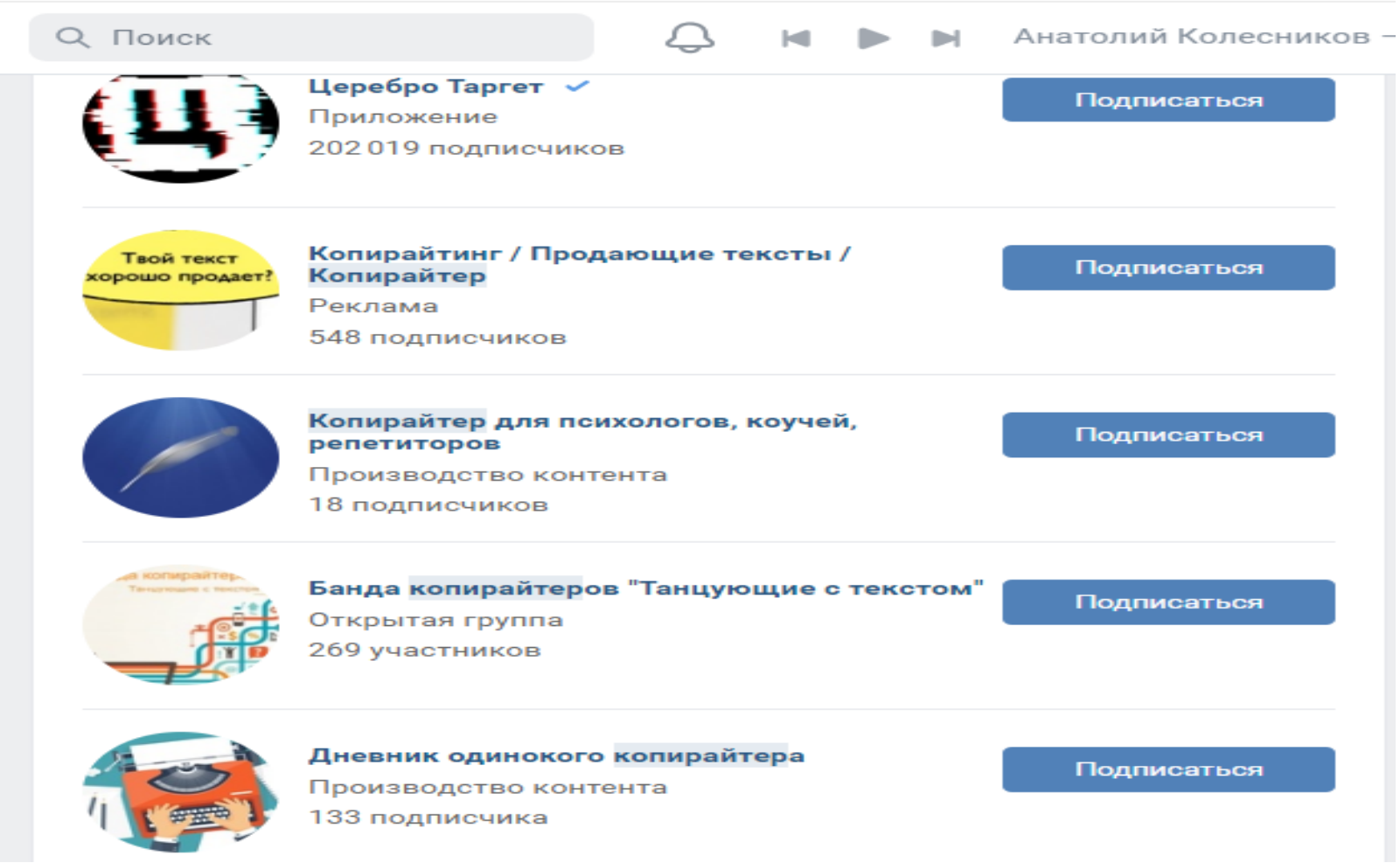
Специально для новичков, желающих честно зарабатывать, используя лишь смартфон или компьютер, и тратя до 4 ч в день



https://vk.com/textmar

https://vk.com/club190218478

ГДЕ ЕЩЁ?


Поиск
Анатолий Колесников
Церебро Таргет
Приложение
202 019 подписчиков
Подписаться
Твой текст хорошо продает?
Копирайтинг / Продающие тексты / Копирайтер
Реклама
548 подписчиков
Подписаться
Копирайтер для психологов, коучей, репетиторов
Производство контента
18 подписчиков
Подписаться
Банда копирайтеров "Танцующие с текстом"
Открытая группа
269 участников
Подписаться
Дневник одинокого копирайтера
Производство контента
133 подписчика
Подписаться

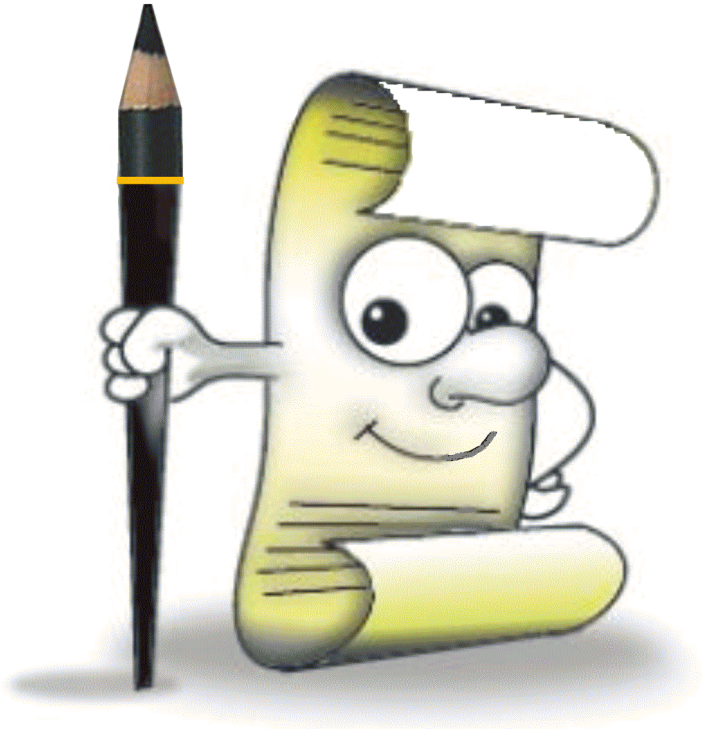
И В ЗАКЛЮЧЕНИЕ...

У одного успешного автора журналисты спросили.

- Как у вас получается делать успешные тексты?
- Всё просто. Правильные решения.
- Но как? Как вы принимаете правильные решения?
- Опыт. Только опыт.
- Где вы берёте его?

Автор подумал и сказал:

- Неправильные тексты!



Хибины
центр детского творчества

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!

Докладчик: