



УРОК № 1



ЛЮДИ



автор продающих текстов (а не любых).

Веб-копирайтер

•Веб-райтер

пишет и статьи и продажные SEO-райтер — пишет SEO-оптимизированные тексты (чаще статьи).

•Универсальный веб-автор

автор не рекламных текстов для интернета («статейный автор»).



задачи современного веб-райтера:

- **Основной контент для информационных, а также новостных сайтов.** Есть сайты, которые ничего не продают, а зарабатывают на том, что люди читают интересный и полезный контент, видят рекламу. Рекламодатели за показы рекламы платят деньги владельцам таких сайтов. А наполнение сайта контентом — это как раз и есть одна из задач статейного автора.
- **Статьи для бизнес-сайтов (+ведение блогов).** Понятно, что бизнес-сайты настроены на продажу. Но у большинства из них есть раздел для статей, который нужно наполнять материалом. Вот тебе и еще одна задача веб-райтера.
- **SEO-оптимизированные тексты** — внутри основных задач. Это может быть вторичной задачей к написанию статей. Не для каждой статьи нужна SEO-оптимизация. Но подобные задания встречаются. И автор должен уметь их выполнять.
- **Некоторые дополнительные виды статейного контента** (например, лид-магниты, ведение информационных рассылок). Мало статейных авторов могут этим заниматься. Поэтому направление интересное. Возможно: описания для интернет-магазинов, информационные посты для соцсетей, некоторые другие виды контента.
- **В перспективе — контент-маркетинг.** Здесь подразумевается работа со статьями на более высоком уровне, когда автор понимает маркетинговые процессы и может выстраивать систему, помимо того, чтобы просто писать тексты.
- Это один из вариантов роста для веб-райтера.





Место встречи заказчика и исполнителя

биржи контента

биржи фриланса

На сайте исполнителя

1. Advego, etxt, Turbotext
2. другие виды фриланс-работ. Например, программирование, верстка, дизайн
3. начать вести раздел статей — блог, то есть заказчики в перспективе смогут находить тебя через этот сайт.

“Это были основные варианты. Реже можно найти заказчика в соцсетях, вживую (на конференциях, мероприятиях) или напрямую в контактах.”



Порядок взаиморасчетов

Вариант 1: заказчик вносит деньги в систему, исполнитель получает их после выполнения проекта.



Вариант 2: заказчик передает деньги исполнителю ДО выполнения заказа (предоплата).



Вариант 3: заказчик оплачивает работу после ее завершения (постоплата). Чаще всего с этим вариантом сталкиваются новички.

Взаимодействие заказчика и исполнителя

1. Заказчик ищет готовый текст под свои нужды (а исполнитель — выставляет на продажу).



2. Заказчик ищет исполнителя для написания текста для решения его задачи (основной вариант). Для этого заказчик создает проект или тендер.



3. Исполнитель предлагает свои услуги потенциальному заказчику. В данном случае, ты сам выходишь на владельцев сайтов, потенциальных клиентов.





рекомендации



▶ **Никогда не используйте термин «копирайт» (это значок авторского права, ©).**

▶ **Пользуйтесь корректной и удобной терминологией.**

▶ **Для обозначения написания статей — «веб-райтинг».**

▶ **для написания продающих текстов — «веб-копирайтинг», для авторских текстов, не рерайтинга, — «авторский текст»).**



Глубина авторского текста

“проработка 2-3 источников и создание компилятивной статьи. То есть ты подсмотрел, что написали другие авторы и написал свой вариант, не особо копаясь в теме. Минус очевиден — статье не хватает основательности..”

Поверхностный уровень

“проработка 5-10 и более источников и выдача своего материала. Более основательный подход. Ты анализируешь информацию, обдумываешь и выдаешь в удобной для чтения, полезной форме..”

Нормальный уровень

“использование мнений экспертов, своих собственных экспертных знаний и личного опыта.»

Экспертный уровень

Отказывайся от рерайтинга — это низкооплачиваемая рутинная работа, которая приводит к быстрому выгоранию

Рекомендуем сразу равняться на нормальный уровень проработки, а со временем выходить и на экспертный.



Требования к веб-райтеру

•Достаточная грамотность (не ниже «хорошиста»), либо работа с корректором.



•Навыки редактирования текста. Не достаточно написать статью, надо ее еще уметь отредактировать.



•Экспертность в прорабатываемой теме — очень приветствуется. Если ты пишешь на тему, в которой специализируешься, то это огромный плюс.

•Владение письменной речью. Ты должен уметь складывать слова в предложения, а предложения в полноценный текст.



• Навыки взаимодействия с экспертами (как в журналистике). Это уже на более глубоком уровне.



• Навыки SEO-оптимизации текста — использование ключевых фраз.





Уровни исполнения

5. Контент-маркетинг — самый высокий уровень. Когда ты работаешь в системе контент-маркетинга и сам этот контент составляешь.



1. Простые работы по типу рерайтинга или оптимизации уже готовой статьи, когда заказчик дает материал.



2. Несложные статьи на заданную тему с небольшими требованиями. По типу статьи для оптимизации, где в задании только ключевые фразы. Сейчас это встречается уже реже, но все еще встречается.



3. Добротные статьи по уровню проработки информации и подачи. Когда ты используешь достаточное количество источников, подключаешь экспертов, делаешь читабельную подачу.



4. Экспертные статьи, когда ты сам выступаешь как эксперт, либо основательно работаешь с другими экспертами.





Thank You!

