

Курс «Редактором быть»

Всё про UX, нейросети и редактуру. Более 60 страниц материалов и практические задания полностью офлайн. Как писать СМС и пуши? Что такое продающие тексты и в чем их особенности? Как писать для лендингов и контента? Все ответы внутри



t.me/uxroomka



vk.com/uxroomka



Курс «Редактором быть»

Как писать, чтобы за это платили

Версия 2025 года

УЖХ

uxroomka

Введение

- Про что курс
- Копирайтер и редактор
- Обязанности редактора
- Язык редактора, словарик
- Зачем и для кого этот курс

Про что этот курс

Про то, как писать проще и не отнимать время у пользователей, как понимать хоть что-то в текстах и не писать, как “лучшие” маркетологи 2000-х годов. Ну вы поняли

Что будет на курсе

Начальный уровень

Чистка текста от мусора, понимание написанного, парочка заданий для самопроверки. На начальном этапе ваша цель – научиться отдавать простой для понимания и прочтения текст, а сделать это без знаний довольно трудно. С этим помогает редполитика, которая есть почти у всех крупных компаний, но об этом чуть позже



СЕЙЧАС ВЫ ТУТ

Цель начального уровня: научить вас писать текст, понять профессию

Средний уровень

Когда вы хоть немного научитесь писать и понимать, что вы написали, можно будет обсудить инструменты для редакторов, которые помогут писать еще лучше, черпать вдохновение, сокращать рутинное время работы. На этом же этапе я расскажу, как работает в крупной компании и какие реальные кейсы бывают – парочку рутинных ежедневных заданий продуктового редактора тоже разберем

Цель среднего уровня: подготовить вас к реальным задачам, чтобы вы не боялись идти работать

Высокий уровень

Писать СМС и пуши, работать с дизайнером, найти первую работу и разобраться в рисках, которые кроются в текстах. На этом этапе важно думать про UX, боли пользователя и построение процессов, научиться самокритичности и отказываться от своих текстов, даже если считаете их идеальными



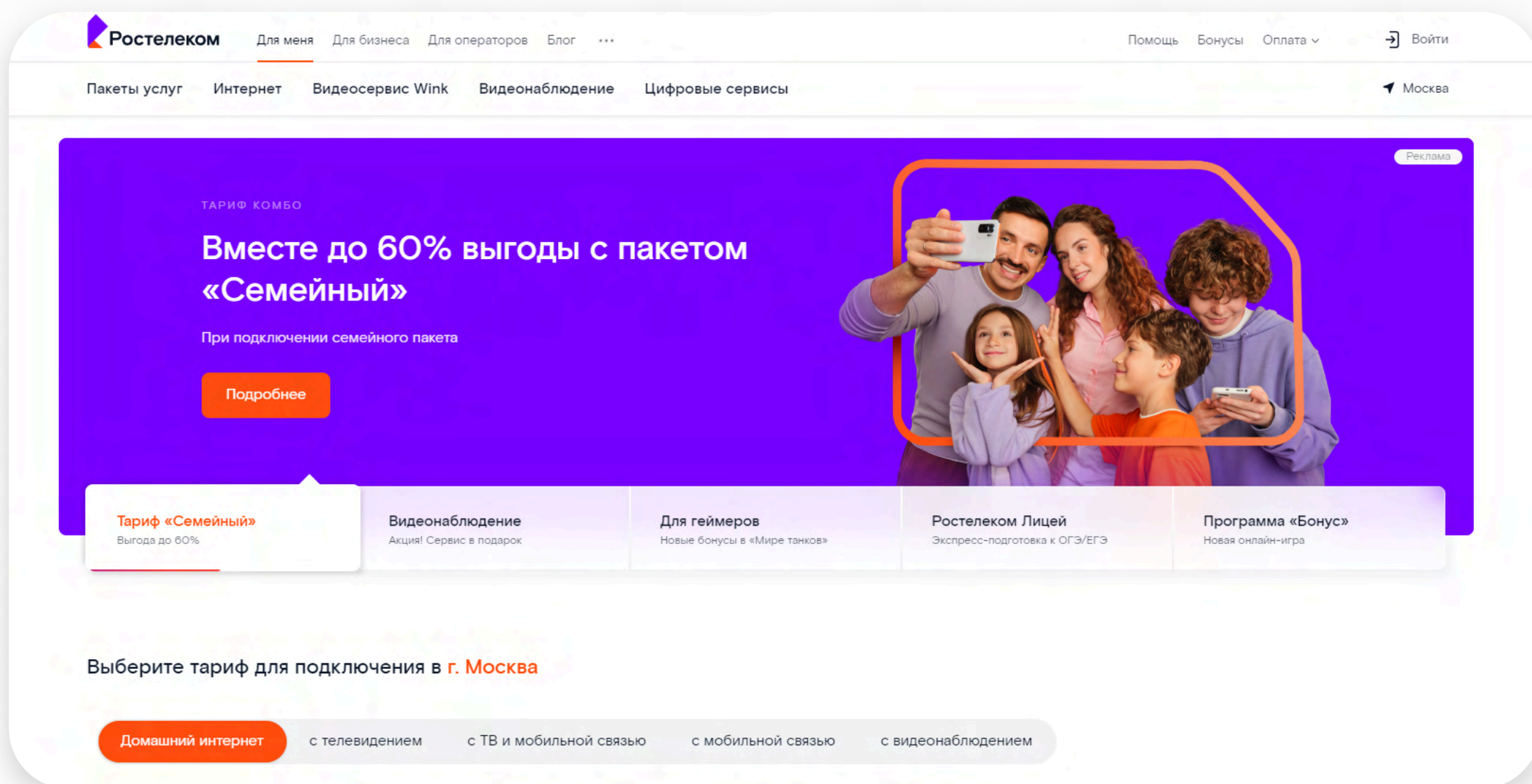
НО СКОРО
БУДЕТЕ ТУТ

Цель высокого уровня: помочь вам стать специализированным сотрудником, готовым выполнять любые задачи

Копирайтер и редактор

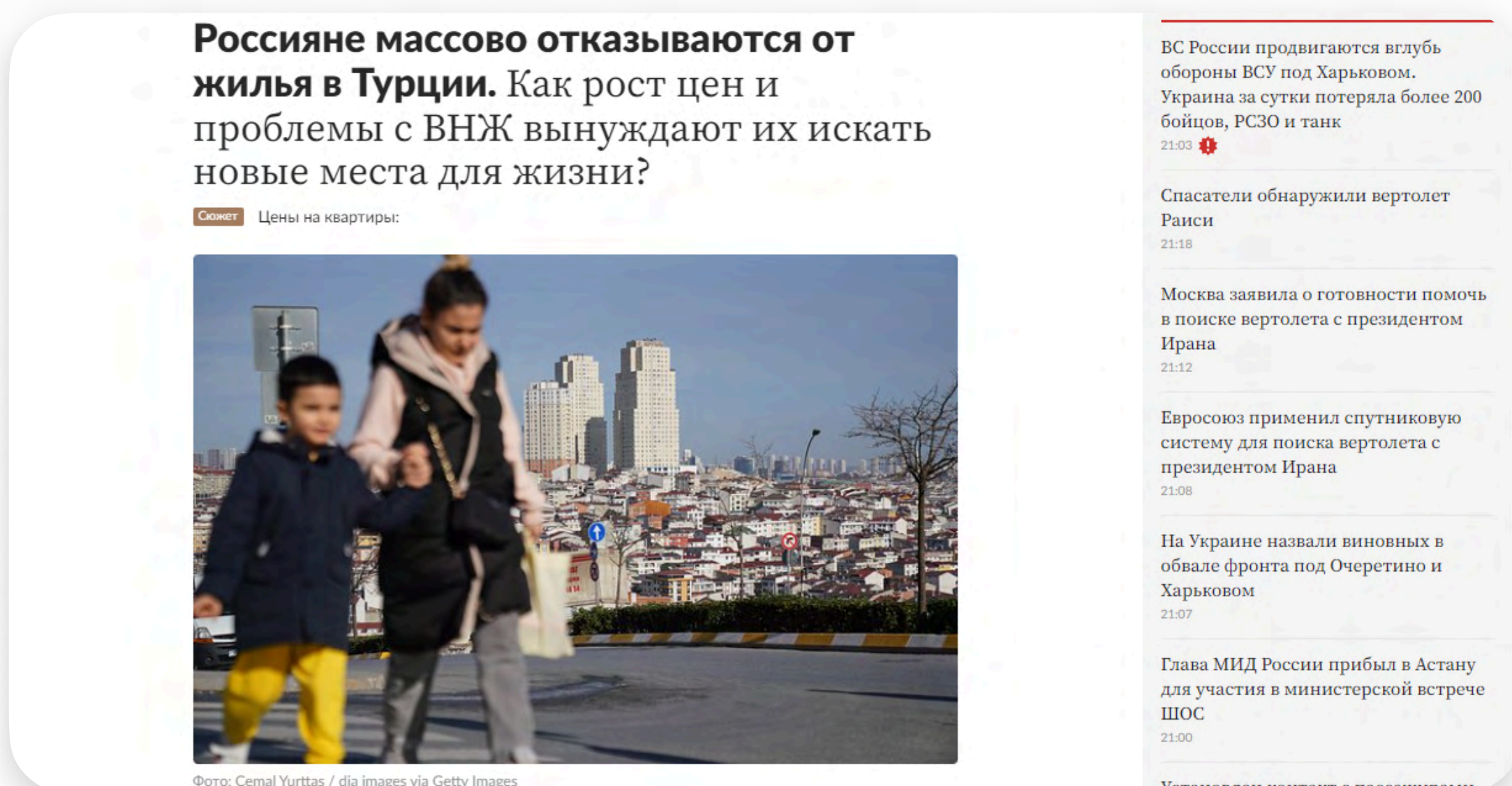
Пишу, как чувствую, поэтому не кидайтесь помидорами. Тема и правда больная для меня и многих других редакторов, которых я знаю

Редактор – следует Tone of Voice и редполитике, может выполнять роль корректора, чаще отвечает за весь продукт, работает с интерфейсами, сайтами, лендингами



Работа редактора: текст на баннере, в заголовках, скорее всего меню и вообще все остальное

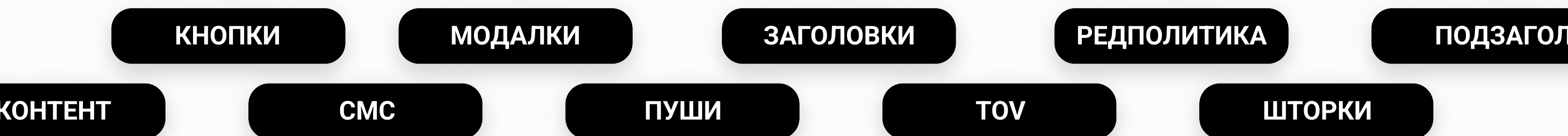
Копирайтер – пишет уникальные тексты по запросу, статьи в блог, иногда продуктовые тексты. Считается ниже уровнем, чем редактор, поэтому редакторов это "название" оскорбляет



Статья копирайтера, обыденность. Написана штатным сотрудником или фрилансером

Обязанности редактора

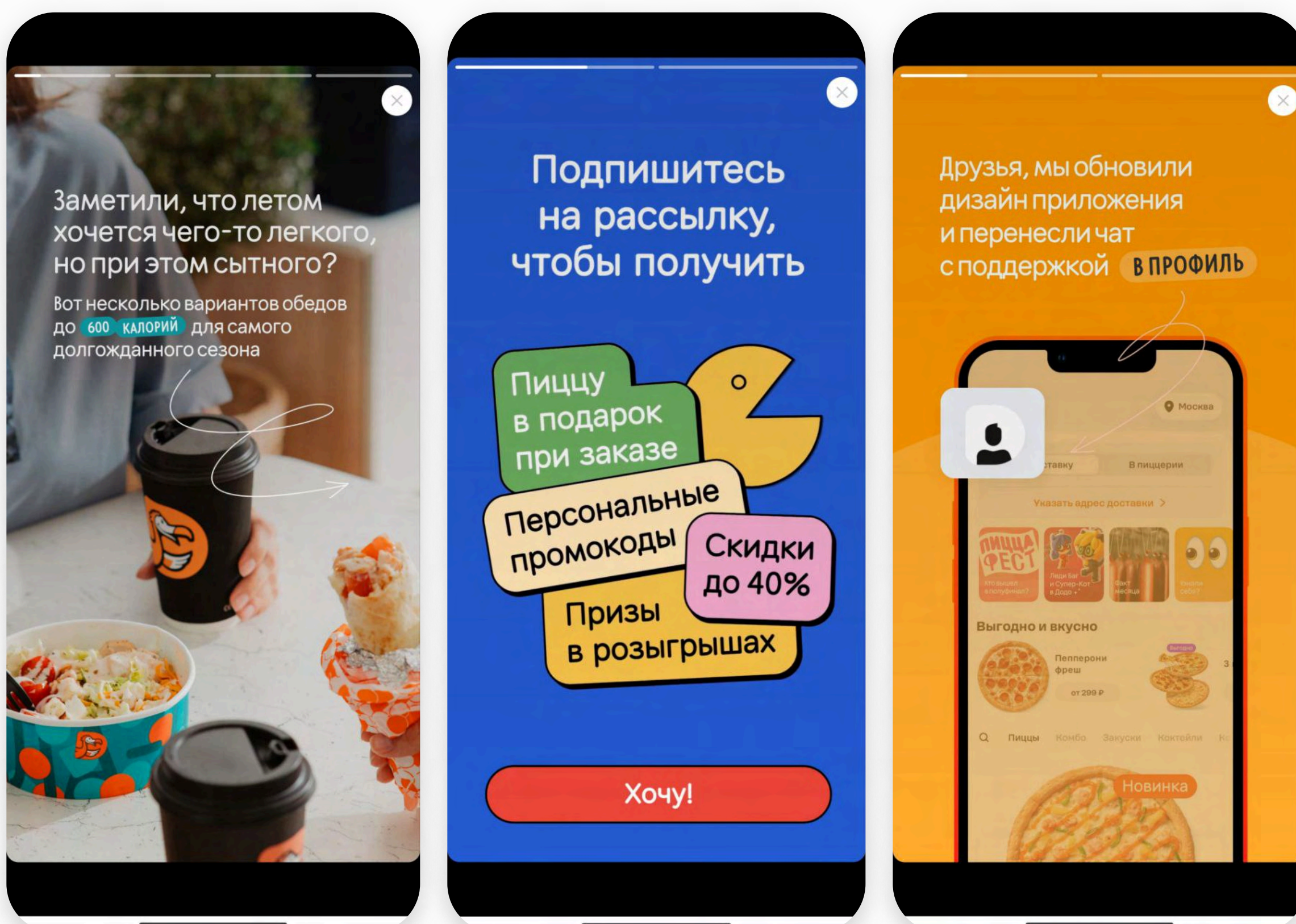
Редактор, чаще всего, отвечает за все тексты на сайте или лендинге, коммуникации с юзерами (СМС и пуши), соблюдение редполитики и ToV продуктом. С UX моментами тоже приходится возиться — заголовки, кнопки, текст для модальных окошек и шторок



Иногда приходится выполнять работу корректора или копирайтера: проверить парочку текстов, вычитать на ошибки, поставить неразрывные пробелы, чтобы текст переносился на новую строку, например, в суммах



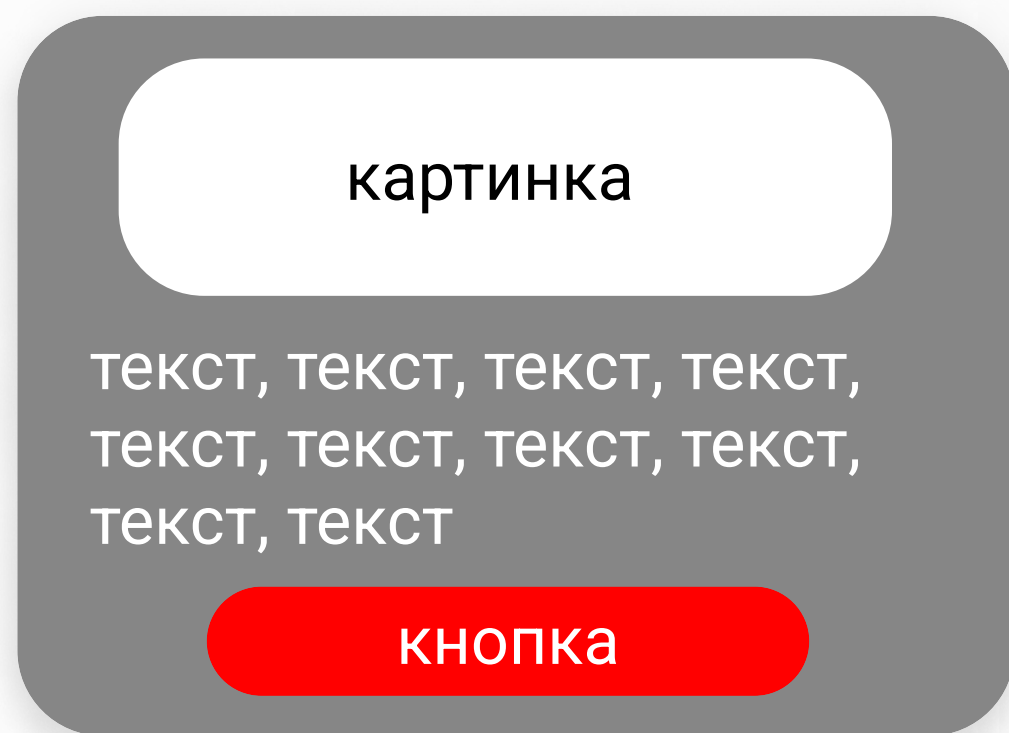
Чаще приходится работать с контентом — писать тексты для баннеров, сториз на главной сайта для информирования юзеров, различного рода тексты для онбордингов



Это сторизы, они прикольные и информативные

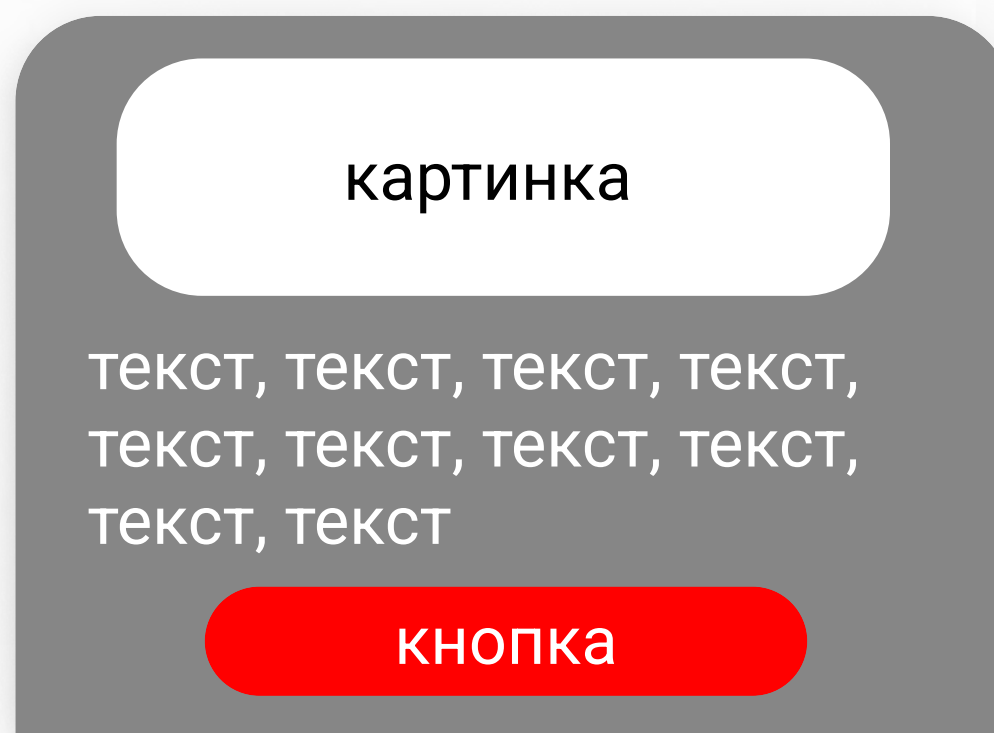
Язык редактора

Тут будет много слов, которые нужно хоть как-то объяснять. Но если вы их запомните, сможете разговаривать с разработчиками, продактами и прочими ребятами на одном языке



Модалка, модальное окно

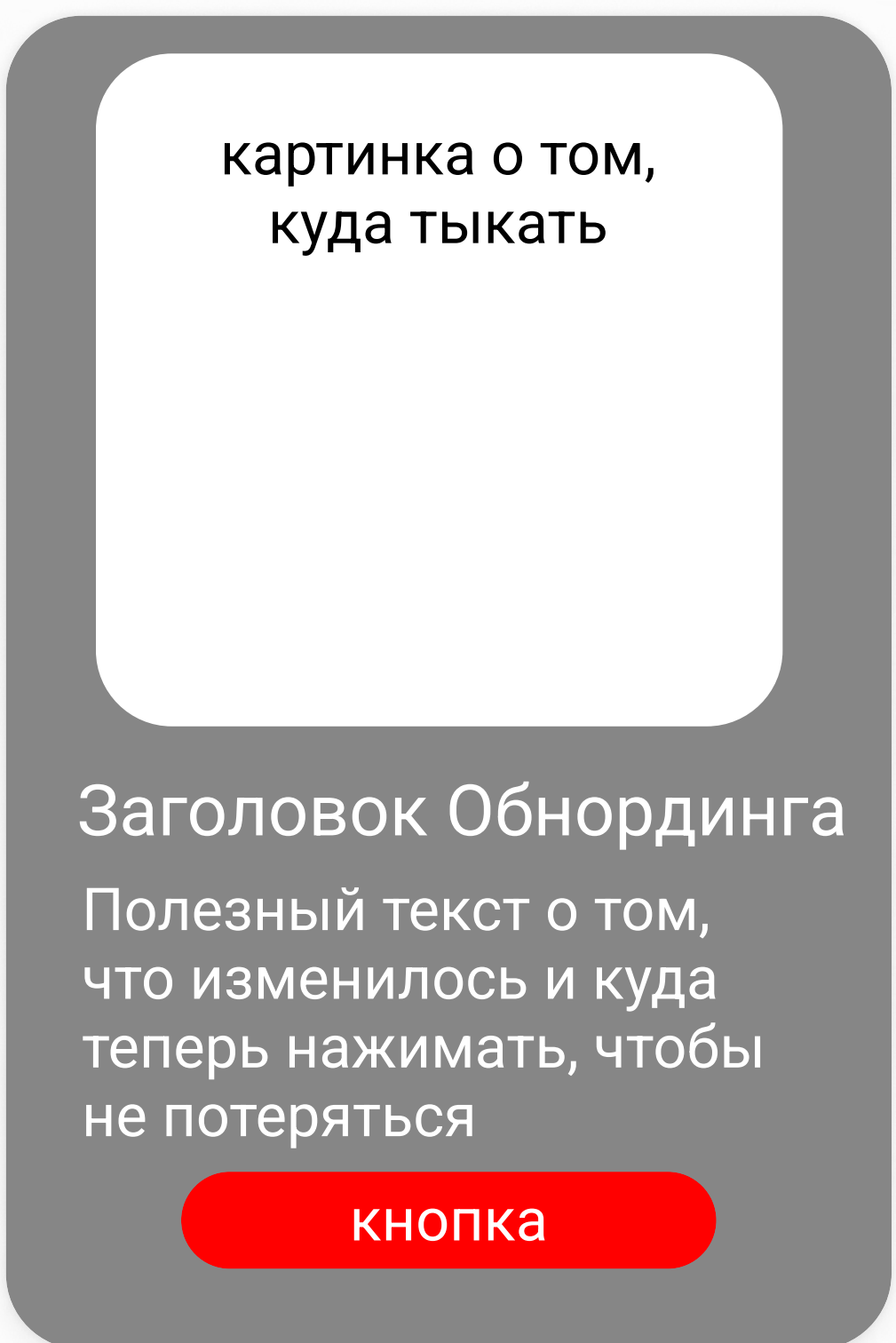
По факту просто окно, чтобы сообщить кому-либо о чем-либо



Шторка

По сути, та же модалка, но открывается снизу, а не в окне

Идет от нижней части экрана



Онбординг (инструкция)

Обучашка для людей после обновления или при первом входе



Сториз (как в соц.сетях)

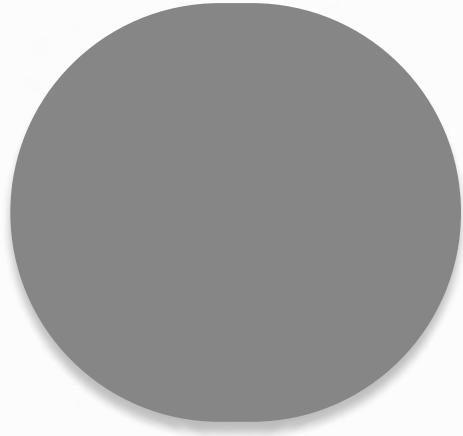
Что-то максимально простое – оффер покупки или полезная инфа

На самом деле, они сильно отличаются и несут в себе совсем разный характер и повествование. Например, онбординг точно увидят все ваши юзеры при первом входе на страницу, пока сториз могут пропустить

Картинка
с текстом

Превью для сториз

Кликабельная мини-картинка
и завлекающий текст,
чтобы вашу сториз посмотрели



Бывают круглые

Без текста, но очень красивые

Картинка
с текстом

Или прямоугольные —
так текста больше и можно
лучше описать содержимое
сториз

Заголовок

текст, текст, текст, текст,
текст

картинка

> Перейти

Мини-баннер, карточка

Как баннер, но поменьше. Ведет в точку
назначения или открывает модальку

Заголовок

текст, текст, текст, текст, текст
текст, текст, текст, текст

картинка

Баннер

Идет либо с кнопкой, либо полностью кликабен. Часто бывает в слайдере с
другими баннерами

Баннер, модалька, шторка, сторя и тд. – понимание этих названий
приходит с опытом, в разных командах их называют по-разному, так что
заикливаться на этом не стоит. Достаточно будет просто знать про их
существование

Tone of Voice – голос продукта
или компании. Это то, как
должны звучать ваши тексты,
СМС и пуши, как можно
писать, а как нельзя.
Например, обращаться на “ты”
или на “вы”

TOV

Редполитика помогает писать текст
правильно – ставить или не ставить
букву “ё”, иногда запрещает писать
обороты, обозначает правильное
написание слов на русском или
английском, какие «кавычки»
нужны. С редполитикой проще

РЕДПОЛИТИКА

Пуши это то, чем спамит вам каждое приложение каждый день. “Заходи скорее, заведи награду”, ну и в таком стиле. Чем лучше текст и заголовок пуша, тем лучше выполнена работа редактора

ПУШИ

С письмами интересно экспериментировать, менять заголовки и содержимое. Но верстать их не советую. Пусть этим занимаются фронты, ну или вы сделаете это в шаблонном редакторе

ПИСЬМА

Много слов, много “букав”, еще больше всяких заморочек в интерфейсе и так много всего нужно понять... Лучший ваш проводник в редактуру – реальный опыт работы. И чем сложнее ваша первая работа, чем больше задачек вы выполняете, тем быстрее наберетесь опыта и шагнете вперед

ПОРА

ДВИГАТЬСЯ

ДАЛЬШЕ

Просто оставлю его
здесь. Это же Пушкин



Зачем этот курс

Хотелось бы без пафоса, но скажу так – это курс для тех, кто хочет работать в свое удовольствие, получать креативные задачи и в итоге попасть в крупную корпорацию с хорошей зарплатой

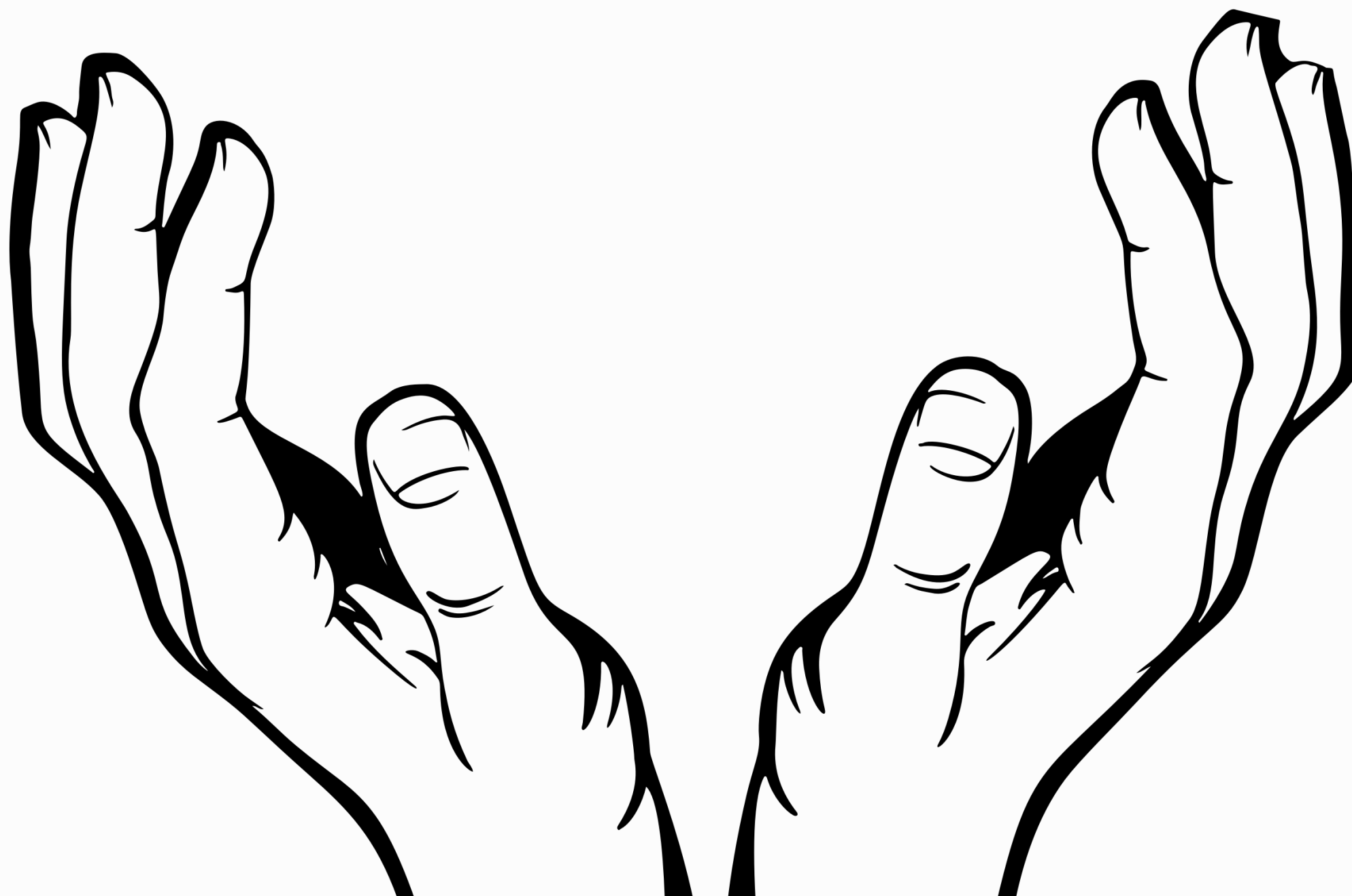
Легенда: когда на работе мне сказали “выбери курс, попробуем пробить”, я пошел серфить интернет и искать, блин, годный курс для повышения квалификации. Парочку я нашел, за них даже давали корочку, но ничего нового я в них не узнал, да и упор был на совместное обучение, всякие “полезнейшие” видео и домашнее задание. Мне это не подходило. Я люблю читать, люблю писать, люблю сесть вечером и позаниматься чем-либо в свое удовольствие, а не слушать очередную лекцию, как в универе

Поэтому давайте на чистоту – я просто редактор, который хочет передать свой опыт другим и лишний раз не отнимать их время. Наслаждайтесь, выпивайте, а я постараюсь подать всю инфу максимально просто и понятно

Для кого этот курс

- Для начинающих редакторов
- Для копирайтеров, которые хотят поднять свой скилл
- Для молодежи, которая осваивает профессию
- Для SMM-специалистов
- Для маркетологов и дизайнеров
- Для владельцев малого и среднего бизнеса

Писать может каждый, но писать нормально могут не все. Давайте сделаем интернет чище и понятнее, хотя бы ради наших детей и нейросетей... Шутка, просто так приятнее что-то покупать и находить нужную информацию



Урок №1

- **Чистый текст**

Заветы редактора, лишние и бесполезные слова

- **Понятный текст**

Чистый текст

Всех, каждого поголовно в школе учат писать “красиво”, использовать деепричастные и причастные обороты, всячески использовать язык на максимум, как когда-то это делали великие авторы. Но учителя не задумываются о том, что эти приемы работают только в литературе и при написании фанфиков. Да, так жесток этот мир

ЗАБУДЬТЕ ВСЕ, ЧЕМУ ВАС УЧИЛИ В ШКОЛЕ

Хотел бы я так написать и дать вам свои знания, но, к сожалению, школьные штучки вам пригодятся. Например, знание пунктуации, правильного написания слов, правила (необязательно, но полезно), начитанность

Хотите писать много и на любые темы, не теряя вдохновение? Читайте книжки. Но не школьную литературу, и которую вам навязывают, а только ту, что нравится вам. Об этом еще поговорим

Как писать чистый текст

Наверное, с этим лучше всего поможет книга Максима Ильяхова и Людмилы Сарычевой, которая давно стала базой для всех начинающих редакторов и копирайтеров. Максим и Людмила научат вас избавляться от канцеляризма, лишних слов, писать просто и понятно

Это не реклама. Это база, которая нужна всем. С которой начинал и я много лет назад



до сих пор не прочитал ильяхова 20:08

С ЭТОГО ТОЖЕ ГОРИТ 20:08

щас бы ильяхова не прочитать
Мне кажется каждый второй школьник уже пиши сокращай
вычитал 20:09 ✓

Литературное выражение замазано
в целях соблюдения этикета

Если вкратце, то пользователи сейчас вообще не любят читать что-то в интернете. Привлечь внимание еще тяжелее, потому что мозг большинства настрадался в 2000-х годах от “МЕГА ПРЕДЛОЖЕНИЙ” и максимально кричащих текстов, которые ведут вникуда. Как раз поэтому, основная задача любого редактора – стать ближе к пользователю, показать свою заботу и пользу, не отнимать его время

Заветы редактора

ЦЕНИТЬ ВРЕМЯ

ПИСАТЬ ПОНЯТНО

ЗАБОТИТЬСЯ

НЕ БАЙТИТЬ

ПОМОГАТЬ

БЫТЬ ПОЛЕЗНЫМ

УПРОЩАТЬ

ПОНИМАТЬ

Достаточно поставить себя на место пользователя, который хочет что-то купить. Сейчас объясню

Плохой путь

ХОЧУ НОВЫЕ ОЧКИ



ЗАХОЖУ НА САЙТ



ВЫБИРАЮ САМЫЕ КРАСИВЫЕ



ЧИТАЮ ОПИСАНИЕ



Лучшие очки в нашем каталоге уже более 10 лет, нравятся абсолютно всем и никто не жалуется. Совсем не ломаются, даже если на них сесть. Эта модель уже покорила сердца миллионов людей, а теперь готова покорить и ваше!

Очевидно бестолковый текст, который не зацепит никого. Нет никакой полезной информации о товаре, скорее всего такой текст писал случайный человек

Хороший путь

ХОЧУ НОВЫЕ ОЧКИ



ЗАХОЖУ НА САЙТ



ВЫБИРАЮ САМЫЕ КРАСИВЫЕ



ЧИТАЮ ОПИСАНИЕ



- Титановая оправа, способная выдержать вес до 110 кг и не сломаться
- Специальное покрытие от царапин
- Металлические нержавеющие элементы

Проверим ваше зрение бесплатно. На выбор к этой модели: линзы для зрения или компьютерные

Мои любимые маркированные списки, которые то и дело цепляют взгляд пользователя, помогают сразу найти полезную информацию

Лишние и бесполезные слова



ЗАБЫЛИ И НЕ
ВСПОМИНАЕМ

Очень сложно = Сложно

Безусловно, это... = Это

Просто невероятный дом = Дом

Сделать это **элементарно** = Сделать это получится легко, если

Звучит **как-то** сказочно = Звучит сказочно

Май **месяц** = Май

Абсолютно бесплатно = Бесплатно

Максимально эффективный = Эффективный

Игра **успешно** сохранена = Игра сохранена

В обновлении **будет** добавлено = В обновлении добавят

Любые штампы, ненужные прилагательные, вводные конструкции, стоп-слова, усилители, оценки и оценочные суждения – ваш главный враг. Нет никакого смысла писать: “слишком многие люди знают это”, когда можно написать “многие люди знают это”. А чем отличается “очень сильные повреждения капота” от “сильные повреждения капота”? Ничем

Короткий и понятный текст всегда лучше, чем портянка текста, как в дипломе. Ну правда, никто не прочитает больше трех строк, если от этого не зависит его жизнь или это не книга. У современных людей просто нет столько времени

Есть один лайфхак, который работает всегда.
Используйте его, когда нужно написать полезный текст,
что-то продать или убедить пользователя в пользе
товара. Называется он — факты

Конечно, такой текст станет скучным, вряд ли привлечет
или зацепит большую часть читателей, но свое дело
сделает. Кому нужна вода в наше время? (кроме шуток)

Пример

Наш автосервис, несмотря на его небольшие
размеры, предложит вам лучших мастеров своего
дела с огромным опытом. А еще есть комната
ожидания

В нашем автосервисе мастера используют:

- Подъемники “Нейм” 2024 года из Германии
- Алюминиевые инструменты производителя “Нейм”
- ...

Во время ожидания в отдельной комнате вы сможете
угоститься кофе и понаблюдать за процессом через
камеры

Необязательно грузить текст фактами, но парочка цифр
из исследований или о безопасности вашего
автосервиса точно не помешают

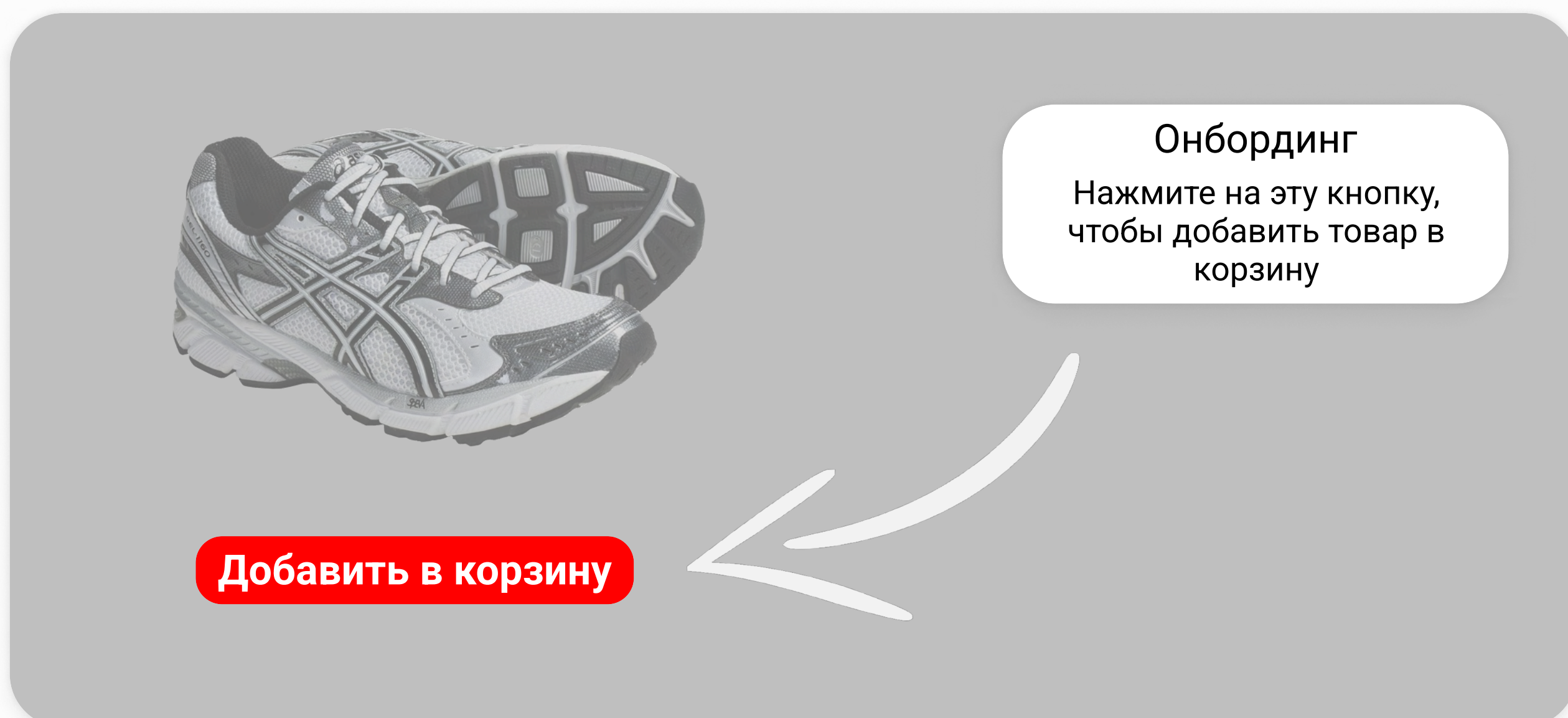
Понятный текст

Вы можете хорошо разбираться в теме и знать все, о чем пишете. Но большая часть пользователей просто не поймет ваш язык. Неважно, какая это тема – криптобиржи, финансы, игры, спорт или музыка

Сленг, словари, сложные слова

“Мощные брейкдауны” или человек пошел гуглить. Главное правило – объясняйте всё до того, как человек дойдет до этого слова в тексте и просто не заставляйте его уходить в гугл, чтобы понять, о чем речь

Например, в интерфейсе вы можете забыться и вместо “обучение” написать “онбординг”, просто потому что называете этот элемент так в команде каждый день



Я не спорю, бывают ситуации, когда без основного значения слова просто невозможно объяснить ситуацию или описать товар, но лучше трижды подумать, нет ли понятной альтернативы

Если рамок нет и, например, реклама идет на определенный сегмент, когда вы уверены, что пользователь все поймет, можно разгуляться и говорить на его языке. Но и вам при этом нужно разбираться в теме, чтобы не спугнуть пользователя “дешевым предложением”, попыткой войти в доверие

Вы спросите, а как тогда писать текст? Если речь идет о большом блоге на определенную тему, можете создать отдельную статью “Словарь/Глоссарий”, где объясните значение всех используемых терминов. На такой словарь ссылайтесь в каждой статье

Пример Узнайте больше о популярных в этой теме терминах в нашем [Словарике](#)

Такую сноску можно добавлять в любую часть статьи, а сам Словарь послужит хорошим тоном

Арты/Артефакты/Шмотки – предметы, которые вы можете надеть на своего персонажа в меню «Артефакты». Есть 5 видов – цветок, перо, часы, кубок, шапка.

Созвездия/Консты – уникальные бонусы, которые получаете вместе с дубликатом персонажа. Можно активировать в разделе «Созвездия».

Пассивные навыки/Пассивки – дополнительные способности, которые нельзя использовать, но они дают вашему персонажу полезные бафы. Можно открыть с повышением уровня персонажа.

Бафы – положительные эффекты или усиления на вашем персонаже или противнике.

Дебафы – отрицательные эффекты на вашем персонаже или противнике.

Крафт – создание предметов, оружия, артефактов и прочего.

Еда – расходимые предметы, которые позволят бафать, лечить и воскрешать ваших персонажей.

Сигна – лучшее оружие, которое вы можете дать тому или иному персонажу.

Данж/Инст – подземелье, которое можно пройти с целью получения награды.

Если Словарь делать лень или сложных слов не так и много, можно выносить сноски с описанием определений

Пример Аффирмация – это позитивное утверждение, краткая фраза самовнушения, создающая правильный психологический настрой

Со сленгом ситуация другая, ведь даже “зумеры” могут не понять, о чем вы вообще говорите. Пытаться говорить на их языке – не вариант, иначе засмеют и скажут, что это “кринж”. Ну вы поняли. Для них лучше использовать классический русский язык, который они проходят в школе или проходили пару лет назад

Пример

~~Зашкварные истории от самых топовых хайповжоров~~

Стыдливые истории от самых знаменитых блогеров

Поверьте, хоть раз в жизни вам точно придется писать для новых поколений. Читать больше одного абзаца они очень не любят, а если им не понравятся ваши выражения – отправят в свой адский котел хейта, еще и друзьям расскажут

НО!

Иногда сленг работает, например, если нужно сделать заголовок для видео на YouTube, так что совсем ограничивать себя не стоит

Краткие итоги урока

Основы чистого текста

- ◆ Избегайте лишних слов, штампов и усилителей
- ◆ Короткие предложения читаются легче и воспринимаются лучше
- ◆ Убирайте вводные конструкции и прилагательные без смысла

Как сделать текст понятным

- ◆ Объясняйте термины или создайте словарь/гlossарий, чтобы пользователи не уходили за разъяснением
- ◆ Сленг используйте осторожно – не пытайтесь "показаться своими," лучше придерживаться классического языка
- ◆ Не усложняйте конструкцию и больше пишите о том, что попадает в боли пользователя

Как привлечь внимание пользователей

- ◆ Пользователи не любят читать длинные тексты – пишите кратко и по делу
- ◆ Цените время читателя – дайте информацию, которая решает его проблемы

Практическое задание

Первый урок позади, можно и написать что-нибудь, чтобы закрепить знания.

Задание:

Напишите 2 варианта текстов СМС:

1. Как вы написали бы до первого урока
2. Как вы написали бы после первого урока

Тема: скидка 15% на доставку весь месяц при соблюдении условий – подписка на тг-канал и отсутствие регистрации в сервисе доставки до 01.07.2024



Сравните обе СМС:

1. Удалось ли вам избавиться от мусора?
2. Насколько понятен текст?
3. Был ли использован сленг, аббревиатуры?
4. А вы добавили ссылку в конце?
5. Насколько креативным получилось СМС?
6. Что вам не нравится в обеих СМС и почему?

Пора отдохнуть

- Где писать текст

Google, Notion, Figma, Obsidian

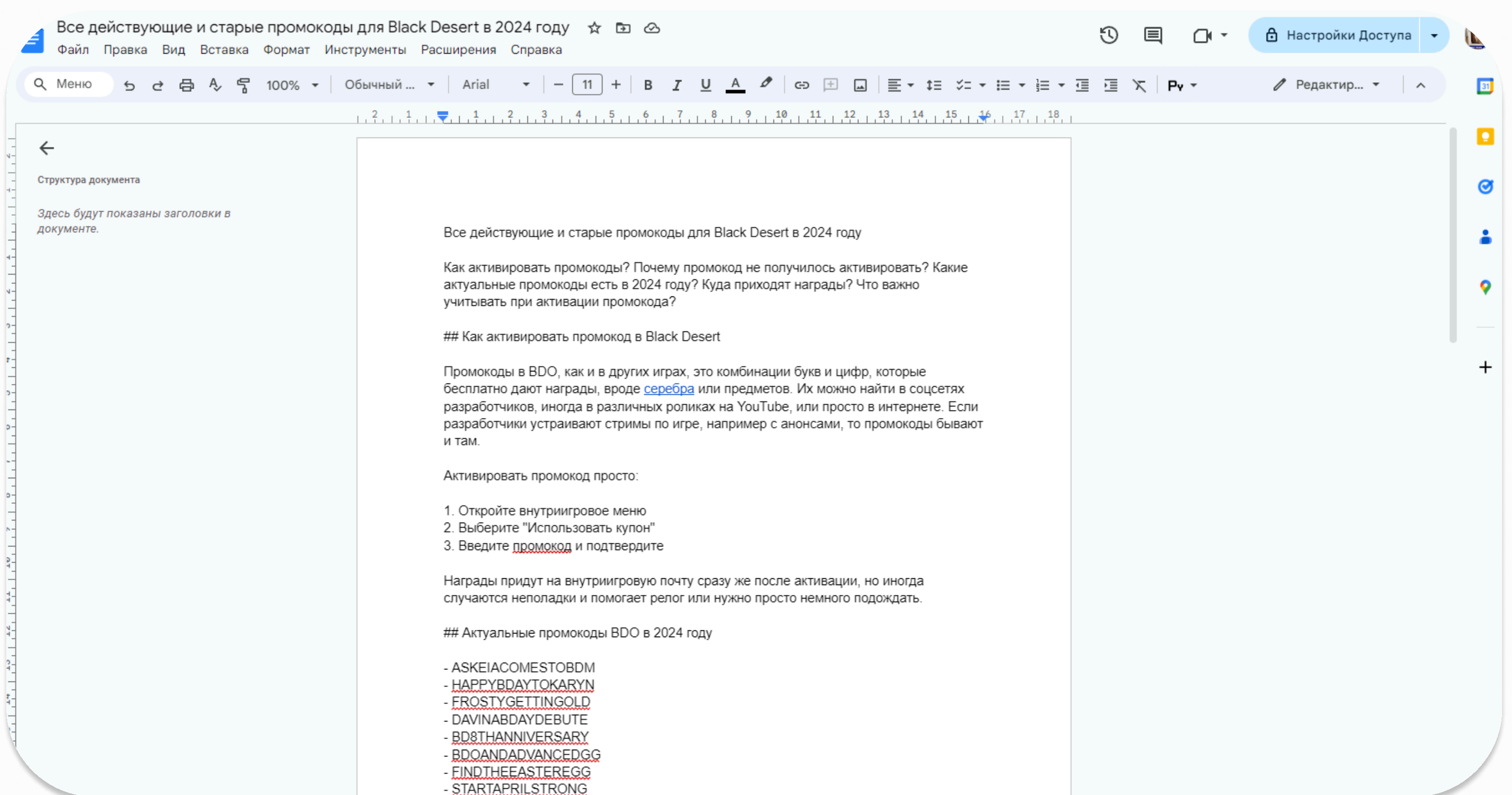
Где писать текст

Только не в Microsoft Word, ради Бога, забудьте всё, чему вас учили в школе на уроках информатики. Сейчас инструментов намного больше и они в разы удобнее

P.S. Юристы, например, почти никогда не пишут в онлайн-документах, поэтому для них можно сделать исключение и написать в Ворде

Google Docs

Онлайн аналог Microsoft Word, которым можно делиться, вносить комментарии или правки онлайн, но самое главное – ничего не нужно сохранять, потому что это онлайн документ. То есть каждая написанная вами буква и так сохраняется каждую секунду. Кстати, в GD я когда-то написал диплом, до сих пор храню там тысячи страниц текста и параллельно пишу книгу



- Можно делать что угодно, кроме графики
- Сохраняется всегда
- Есть оффлайн мод
- Можно поделиться с другими ссылкой
- Можно сохранить в любом формате
- Есть конференции
- Доступен весь функционал Microsoft Word
- Безлимитное количество документов для хранения

Notion

Пожалуй, моя любимая программа для написания текстов. Она настолько удобна и приятна, что описать все словами точно не получится. Я перешел на Notion спустя 3 года в Google Docs и был приятно удивлен, ведь функционал в разы больше и он реально полезнее для людей, работающих с текстами.



По-началу это выглядит страшно, но на самом деле это страницы и открывашки со страницами, где хранятся мои тексты. Я могу менеджить их по цвету, располагать и сортировать как мне удобно, делать сложнейшие таблицы красивыми и понятными. А еще тут есть нейросеть с бесплатным количеством промптов в день.

Золото

Золото в WoW Cataclysm Classic

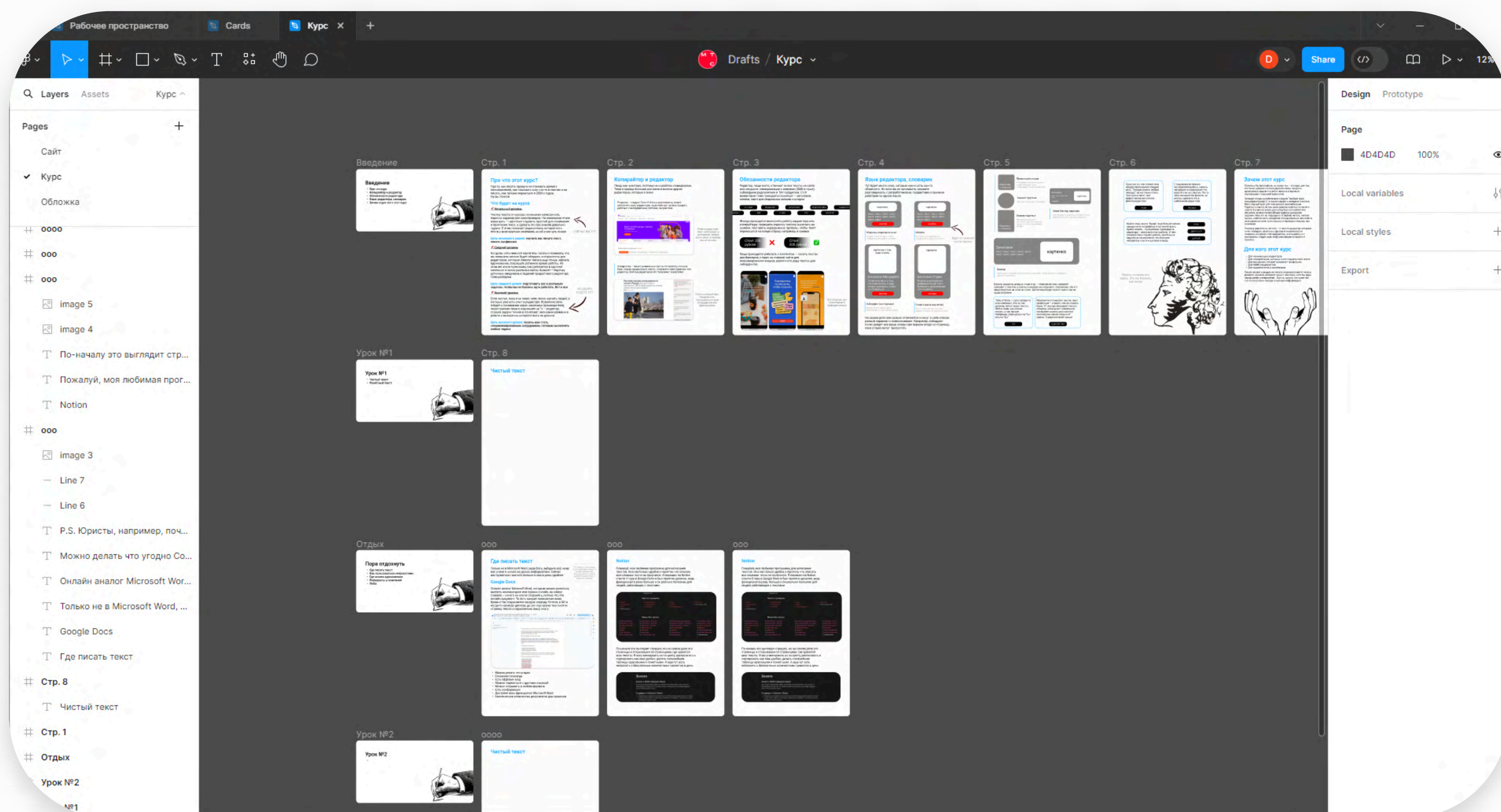
Как и в других версиях WoW, крайне востребовано на любом уровне, и еще сильнее на максимальном. Почему так? Что покупают игроки на 85 уровне и как вообще фармить золото в WoW Cataclysm Classic?

Голдфарм в Cataclysm Classic

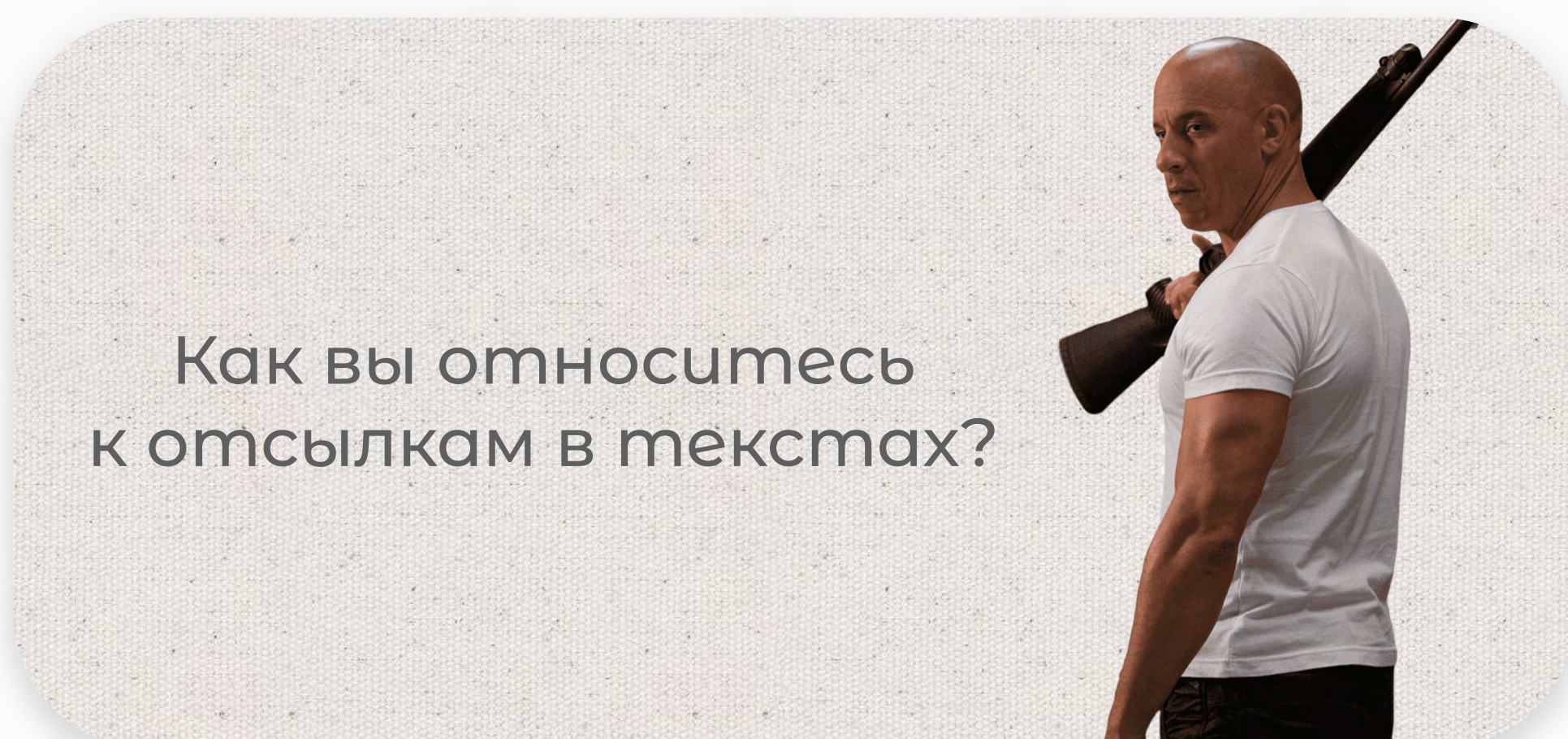
- Собираательные профессии. Вечная классика, способная поднять даже неопытного игрока в статус золотого барона. Снятие шкур, травничество или майнинг – дело ваше, но лучше поглядывать на цены на аук

Figma

Чуть более извращенный вариант для написания обычных текстов и статей, но максимально удобный для всего, куда нужно поместить текст, будь то баннеры, плашки, шторки и тд. В общем, незаменимый инструмент для UX-редактуры



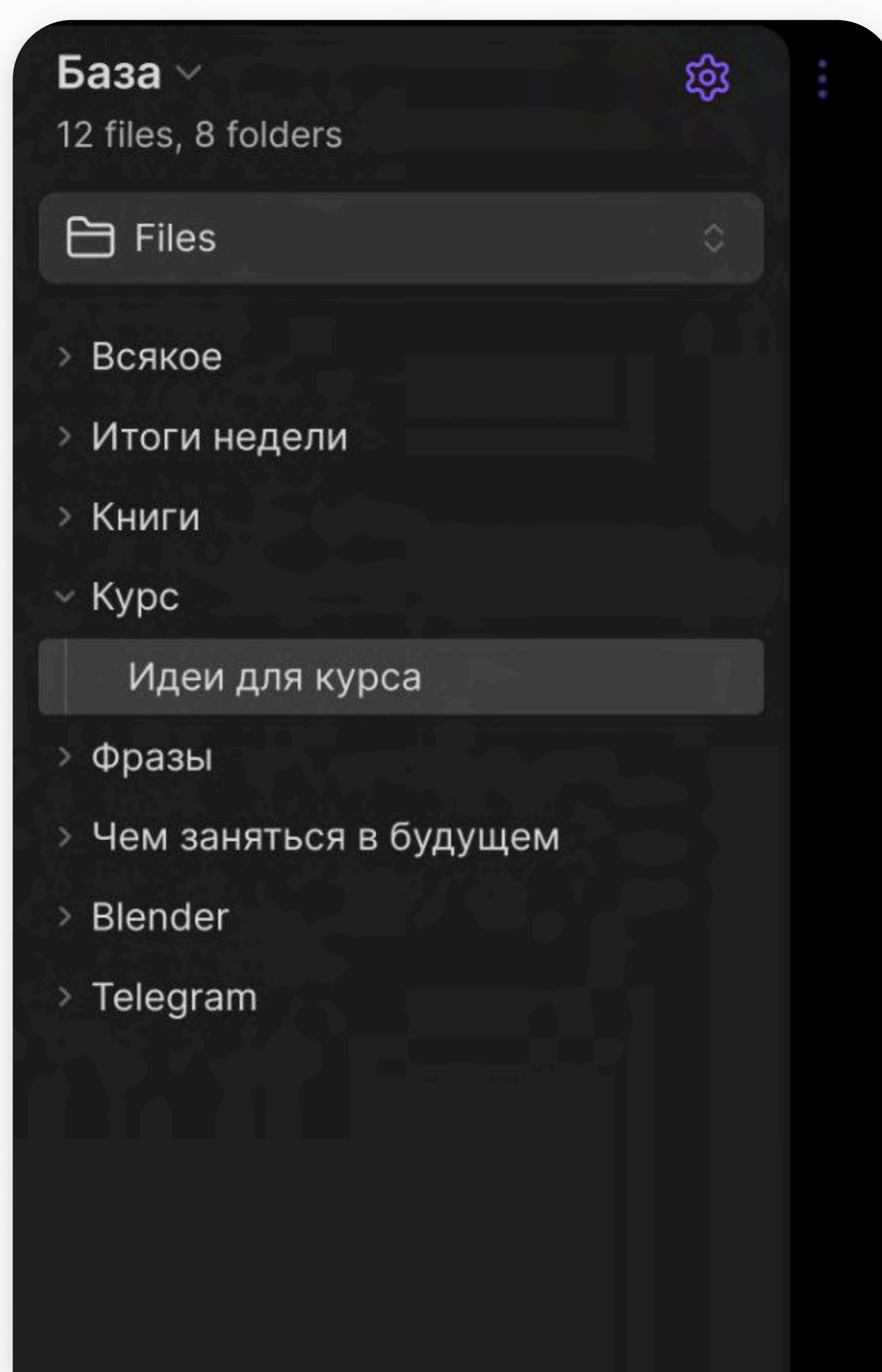
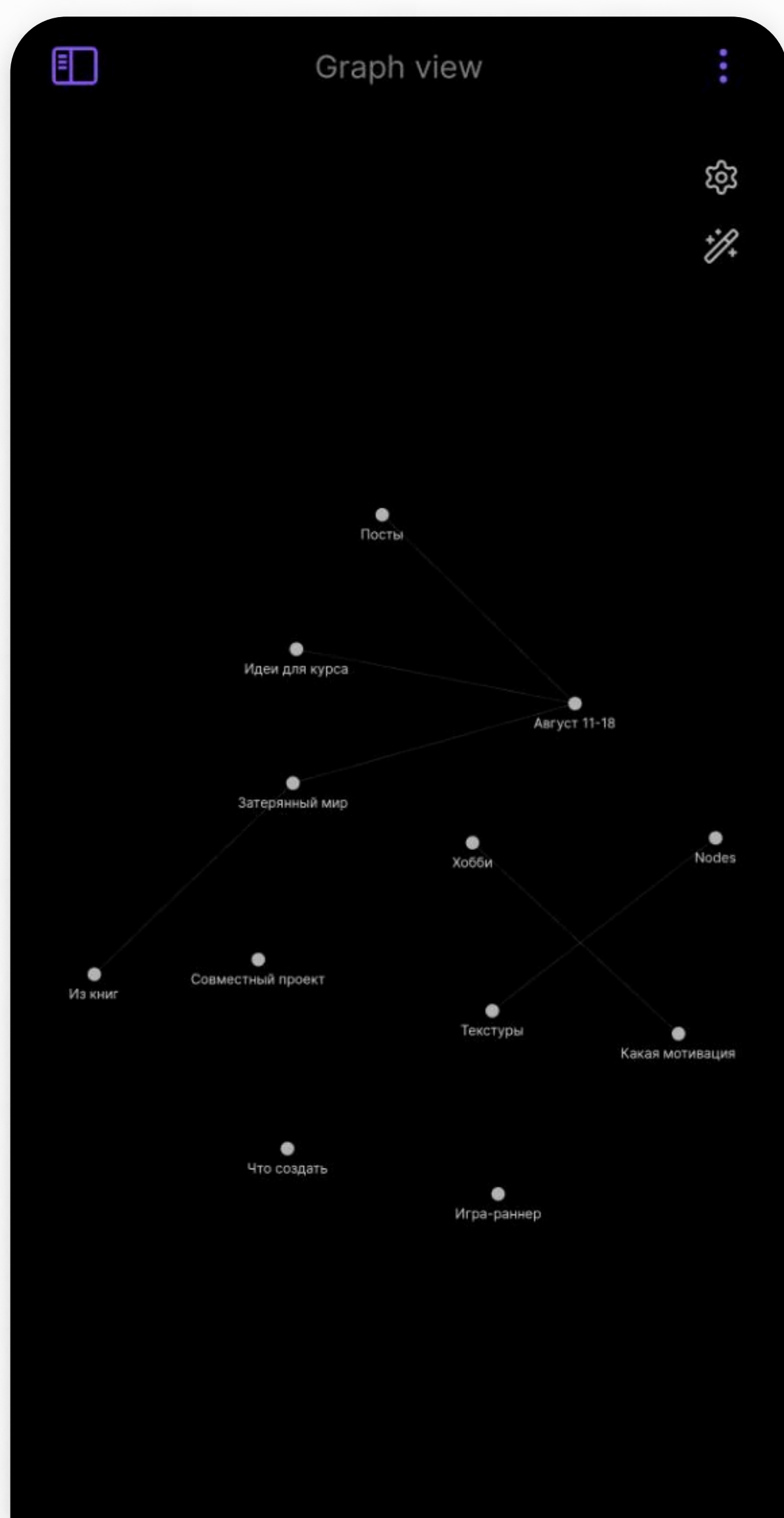
К фигме нужно привыкнуть, ее нужно изучить и понять, как вообще работают шрифты, их размеры, как их располагать на странице и что вообще это дает. Зато потом становится очень удобно делать мемы, картинки с текстом любой сложности, простейшей и не очень дизайн. Я, например, делаю все дизайны для своего ТГ-канала именно в фигме



Obsidian

Не так давно познакомился с этим сервисом, который многие позиционируют как “убийцу Notion”, хотя по факту это совсем разные материи. Буквально, Obsidian создает локальную папку на вашем устройстве и производит работу в ней, пока Notion направлен на онлайн редактирование документов, таблиц и прочих интерфейсов в формате группы людей

Так вот, Obsidian позиционирует себя как сервис для заметок, которые можно перелинковать и получить целую вселенную. Это, кстати, можно анимировать в специальную сетку связей. В каждой заметке вы можете оставить ссылку на другую заметку, или на две-три-четыре, неважно. Так они свяжутся между собой. Записываете классные цитаты из книг, сериалов, фильмов, свои мысли, заметки, переводы слов, идеи на будущее, соединяете это между собой и “вжух!” – получаете свой второй мозг, который помнит все



Урок №2

- Продающие тексты
- Правила продающих текстов
- Здравый смысл и ложь во благо

Продающие тексты

Если честно, когда я только начинал писать тексты, меня ужасно пугали фразы заказчиков на фрилансе по типу “уметь писать продающие тексты для лендингов”.

Правда, звучало как что-то на эльфийском. На деле все оказалось намного проще. Давайте расскажу, что из себя представляет продающий текст

Вкратце, это полезная инфа, которая заставит пользователя купить товар, продукт, подписку, да что угодно. В чем его отличия от обычного текста? Покажу наглядно

Наши кондиционеры помогут вам не только сохранить нервы и спрятаться от жары летом, но и получить эстетическое удовольствие, когда вы повесите его на стену

Обычный текст

- Гарантия 5 лет
- Бесплатный демонтаж и установка
- Функция охлаждения и обогрева с мощностью до 2300 Вт
- ...

Продающий текст

Кондиционеры со склада в Москве

Современная жизнь невозможна без кондиционирования воздуха. Кондиционеры и сплит системы окружают нас везде, создавая комфортный климат в помещениях в жару, холод и межсезонье. Уже стало хорошим тоном в офисах устанавливать сплит системы или кондиционеры сразу, а в новых квартирах - настенная сплит-система появляется практически сразу же, как техника первой необходимости наряду с плитой и холодильником.

Угадаете, какой это текст?

Продающий текст сразу показывает пользователю преимущества продукта, а не пытается начать новый роман Жюль Верна и погрузить в литературные дебри. Никто не захочет читать стену текста про то, как важны кондиционеры в новых или старых зданиях

Выбор системы охлаждения воздуха в помещении должен опираться на площадь комнаты и функциональные возможности оборудования. Сплит-система, помимо нагрева или охлаждения воздуха, может также ионизировать и увлажнять его, а также включаться и отключаться по таймеру и встроенному датчику температуры. Современные модели имеют ночной режим, когда техника работает более медленно и тихо, а также режимы экономии электроэнергии, что важно в условиях постоянно растущих тарифов. Подбирая оборудование – всегда покупайте его с запасом. Если вам нужен кондиционер на две комнаты, которые сообщаются между собой, можно действительно обойтись одним устройством, но тогда запас мощности по квадратуре комнат должен быть не менее 20%, так как стоит учесть препятствия для движения воздуха. Если стоимость оборудования необходимой мощности превосходит стоимость двух единиц – ставьте два. Экономить на электроэнергии не получится, а удобство использования будет налицо.

Также следует обратить внимание не тип устройств: настенные, напольные и канальные. Если первые сплошь и рядом устанавливаются в жилых квартирах, то напольные и канальные сплит-системы предназначены для вентиляции торговых, офисных и иных общественных помещений. Хотя сегодня существуют компактные кондиционеры напольного типа без внешнего блока, которые весьма удобны для небольших квартир, особенно когда внешний блок на фасаде размещать не разрешают.

К сожалению, сразу писать продающие тексты невозможно. Я вообще не знаю, кто сможет это сделать, потому что для этого нужно максимально погружаться в продукт, а иногда даже проводить А/В-тестирования, чтобы проверить свои теории и сравнить эффективность текстов. Но правила продающих текстов покажу

Правила продающих текстов

- Показать продукт лицом
- Выделить преимущества и с самого начала объяснить, почему человек должен потратить свои деньги
- Дать ощущение безопасности, что деньги не пропадут, гарантии
- Указать характеристики продукта, либо наполнение – часто именно это продает, потому что у пользователя есть какая-то проблема, которую решит продукт

Небольшой пример на разбор, чтобы стало понятнее:

The image shows a promotional banner for SberPrime with several annotations:

- Red oval:** "В Сбере выгоднее с Праймом" (In Sber it's more profitable with Prime). An arrow points to it from the text: "Звучит как вызов, заставляет прочитать информацию ниже" (Sounds like a challenge, makes you read the information below).
- Green oval:** "Получайте кешбэк бонусами в 5 категориях на выбор, смотрите кино без рекламы, пользуйтесь скидками в сервисах Сбера и у партнеров" (Receive cashback bonuses in 5 categories of your choice, watch movies without ads, use discounts in Sber services and at partners). An arrow points to it from the text: "Текст с преимуществами подписки" (Text with subscription benefits).
- Red oval:** "Попробовать 30 дней за 0 ₽" (Try for 30 days for 0 rubles). An arrow points to it from the text: "Халява (всегда продает)" (Freebie (always sells)).
- Red oval:** "Оплатить год за 1 990 ₽ ~~2 388~~ ₽" (Pay for a year for 1 990 rubles, ~~2 388~~ rubles). An arrow points to it from the text: "Выгода" (Benefit).

Текст максимально простой, редактор смог в 3 строки поместить все преимущества и не растягивать текст – цену вынесли на кнопки, что сэкономило место. Самое главное, что в тексте объяснили, почему выгоднее: написали про кешбэк и скидки

Помните, что всегда можно зайти на сайт крупной компании и посмотреть, какие тексты пишут там

Когда вы больше погружаетесь в продукт, узнаете о его преимуществах и можете провести анализ аудитории или собрать аналитику, становится намного проще

Например, у вас есть подписка, в которой 5 киллер-фич:

1. Бесплатный период 60 дней
2. Доступ в бизнес-залы аэропортов
3. Постоянная скидка 10% на авиабилеты
4. Бесплатный выбор места в момент регистрации
5. Кешбэк 3% на все бронирования

Вы проводите опрос среди пользователей и узнаете, что большая часть из них, например 45%, подключает подписку из-за скидки на авиабилеты, а еще 25% из-за доступа в бизнес залы. Очевидно, что ваш продающий текст будет начинаться так:

Скидка 10% на авиабилеты и доступ в бизнес-залы аэропортов...

Основная информация в начале, второстепенная – после. Можно добавить глагол, чтобы сделать из описания предложение.

Получайте скидку 10% на авиабилеты и доступ в бизнес-залы аэропортов...

Подписка «Флай» для комфортных перелетов

Получайте скидку 10% на авиабилеты и доступ в бизнес-залы аэропортов, кешбэк 3% на все бронирования и бесплатно выбирайте места в момент регистрации

Попробовать бесплатно

Первые 60 дней за 0₽, далее 499₽/мес

Оформить за 499₽/мес



Удобства еще до полета

А тут уже более подробно раскрываются основные преимущества в блоках + второстепенные, повторяется попытка продать подписку

Один из кейсов, которые я когда-то разобрал в своем Telegram-канале с сайта ПИК:



Витринное остекление

На первых этажах домов ПИК все окна — витринные. Вы и ваш бизнес всегда будете хорошо заметны с улицы.



Безбарьерная среда

Войти в ваше помещение будет удобно всем, будь то родители с коляской или пожилые жители: никаких лишних порожков, лестниц и крутых пандусов. Разгружать товар и заносить оборудование тоже проще, когда уровень пола везде одинаковый.



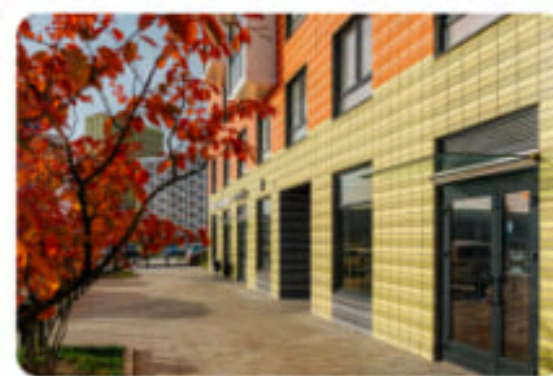
Высокая проходимость

В большинстве проектов есть протяжённые пешеходные зоны, которые соединяют все кварталы в районе. Это излюбленные места встреч и прогулок жителей со стабильно высоким трафиком.



Открытая планировка

В помещениях почти нет перегородок, которые нельзя демонтировать. Планировки очень функциональны, так что вы сможете полностью обустроить помещение под нужды своего бизнеса.



Универсальные помещения

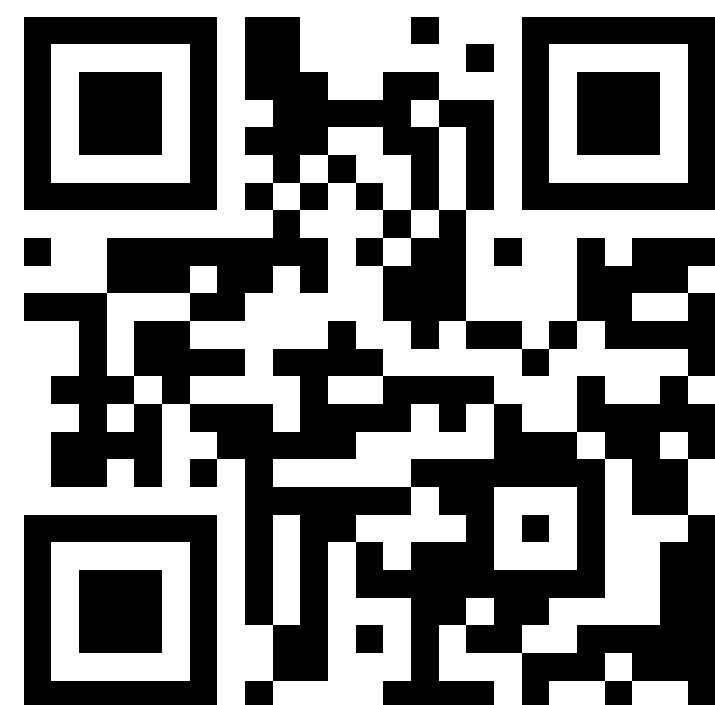
Мы не ограничиваем вас в выборе типа деятельности: помещения одинаково хорошо подойдут под салон красоты, химчистку или уютное кафе.

Пример заботливых и продающих текстов

Да, есть классические усилители, вроде “очень функциональны” или “всегда будете”, но в остальном тексты хороши, в них чувствуется забота, есть важная информация, а читаются они легко. Разве что СТА не хватило, но это не проблема для читающих людей, которые захотят и дальше листать лендос.

#кейсы

10:15



Подписывайтесь, там много лайфхаков, реальных кейсов с сайтов компаний с моими комментариями и, если повезет, – мемчиков и забавных текстов



Пожалуйста, не смывайте в унитаз бумагу и средства личной гигиены, а также чеки, фотографии бывших, ваши надежды и мечты!



Здравый смысл и ложь во благо

Часто сталкиваюсь с тем, что многие хотят написать что-то в “целях бизнеса”, “мы никого не обманываем, а просто недоговариваем”, “так выше конверсия, давай перепишем” или “скучновато, хочу прям вау”. В такой момент понимаешь, что людям все равно на редполитику и ToV, им не важен голос компании и не интересны возможные риски. Чаще такой диалог заканчивался моей фразой, что “нас засудят” или “придется сходить к юристам и утвердить”. После слова “юристы” всем страшно, а бизнесовые цели резко улетучиваются...

Так о чём это я? По порядку:

Редполитика и ToV – законы, которые нужно соблюдать
Редполитика и ToV – не законы, и в пользу здравого смысла от них можно отступить

Звучит противоречиво, знаю, но вы должны проявлять свое экспертное мнение и, в первую очередь, ставить себя на место пользователя. Вам приятно, если вам недоговаривают? Нет. Вы купите товар, про который знаете не все? Сомневаюсь

Правда бывает горькой, но ничто не продает лучше, чем честность перед клиентами. Вдобавок, это снизит нагрузку на КЦ (кол-центр) из-за недопонимания и повысит лояльность покупателей. Лжи во благо не бывает, здравый смысл побеждает

Вот вам Джон, который не понимает, почему его не предупредили о следующем списании с карты до того, как он оформил новую подписку



Краткие итоги урока

Продажа через тексты

- ◆ Продающие тексты фокусируются на выгодах продукта и предложениях
- ◆ Необходимо учитывать боли аудитории и предлагать решение через текст

Правила написания продающих текстов

- ◆ Убрать лишние вводные фразы и не затягивать начало
- ◆ Фокусироваться на конкретных преимуществах и выгодах продукта
- ◆ Использовать призывы к действию, например, “Подписаться”, “Купить”
- ◆ Выстраивать логику предложения — начните с проблемы, затем предложите решение

Ошибки в текстах

- ◆ Слишком много лишней информации без пользы
- ◆ Неправильная подача цифр и данных (раздутые обещания, пустые аргументы)

Здравый смысл и ложь в маркетинге

- ◆ Реалистичные предложения лучше привлекают клиентов, чем громкие, но сомнительные утверждения
- ◆ Необходимо честно работать с возражениями и предлагать обоснованные доводы

Практическое задание

Собираем знания воедино и пытаемся исправить текст, который написан нейросетью

Задание:

Исправьте текст, который написала нейросеть – возьмите редполитику любой компании, которая есть в открытом доступе, изучите, и попробуйте внести как можно больше корректировок, а в идеале – сократить текст

6 октября ремейк Silent Hill 2 от Bloober Team получил доступ для владельцев расширенного издания, собрав почти 1300 отзывов в Steam, из которых 95% – положительные. Игроки и критики отметили уважительное отношение к оригиналу и удачные нововведения. Релиз стандартного издания состоится 8 октября. Тем временем, GamesVoice начала сбор средств на озвучку игры, планируя собрать чуть меньше 500 тысяч рублей.

Обратите внимание на:

1. Тире
2. Необходимость кавычек и буквы ё
3. Правильность написания дат и чисел
4. Названия
5. Разрядность чисел
6. Смысл текста

Отдыхать тоже нужно уметь

- **Какие нейросети использовать**



Edya нейросеть

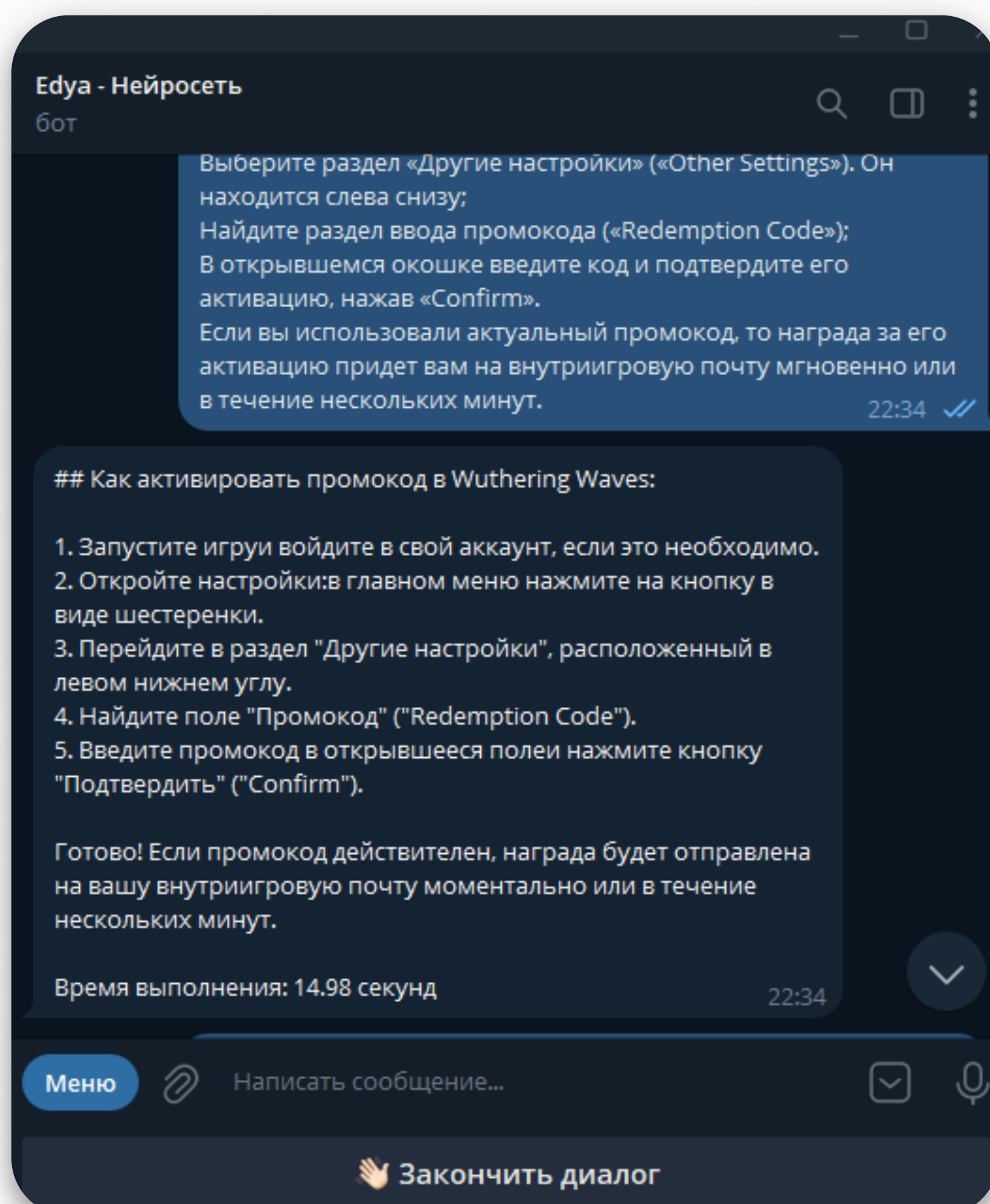
Прикольная сетка в открытом доступе, которая дает пользователям до 20 бесплатных попыток что-то спросить и сделать каждый день. Чаще всего этого достаточно, но можно зайти с другого телефона и продолжить тусовку.

Плюсы

- Можно юзать в ТГ или в браузере
- Есть 20 бесплатных попыток каждый день
- Довольно умная сетка сама по себе, одна из лучших для ру текстов
- Умеет генерить картинки через разные нейросети
- Выдает ответ в среднем за 5-10 секунд
- Кушает большие тексты и документы

Минусы

- Всего 20 бесплатных попыток каждый день
- Часть функционала и безлимит открываются только в подписке
- Зависит от серваков ChatGPT, частенько падает
- Иногда выдает несусветную дичь



Классический
запрос: сократи
и перепиши текст

YaGPT от Яндекса

Относительно неплохая нейросеть, которую прямо постоянно апдейтят. Грубо говоря — растет на глазах и каждые два месяца делает огромный прыжок вперед в плане качества. Обязательно попробуйте — для ру запросов работает отлично

Плюсы

- Полностью бесплатная с бесконечным количеством попыток
- Можно юзать через Алису
- Быстро отвечает
- Постоянно совершенствуется
- Отлично подходит для ру запросов

Минусы

- Иногда выдает хрень и не понимает контекст
- Часто подвисает, пока не обновить страницу
- Не так хорошо справляется с рерайтом
- Не всегда выдает достоверную информацию

Составь 10 коротких цепляющих заголовка о продаже ручки "Зевс"

Вот несколько вариантов заголовков, которые могут вам подойти:

1. «Ручка „Зевс“ — для тех, кто хочет править миром».
2. «„Зевс“: ручка, которая подчеркнёт вашу индивидуальность».
3. «Не просто ручка — инструмент для великих свершений».
4. «„Зевс“: ваша подпись станет символом власти и успеха».
5. «Сила и стиль в одной ручке: „Зевс“ ждёт своего владельца».
6. «„Зевс“: ручка для лидеров, которые не боятся заявить о себе».
7. «„Зевс“: выбор победителей, которые стремятся к вершинам».
8. «„Зевс“: ваш путь к успеху начинается с этой ручки».
9. «„Зевс“: ручка, способная вдохновить на великие дела».
10. «„Зевс“: символ могущества и власти в вашей руке».

📄 Скопировать ответ

Введите сообщение

Запрос: «Составь 10 коротких цепляющих заголовков о продаже ручки "Зевс"»



GigaChat от Сбера

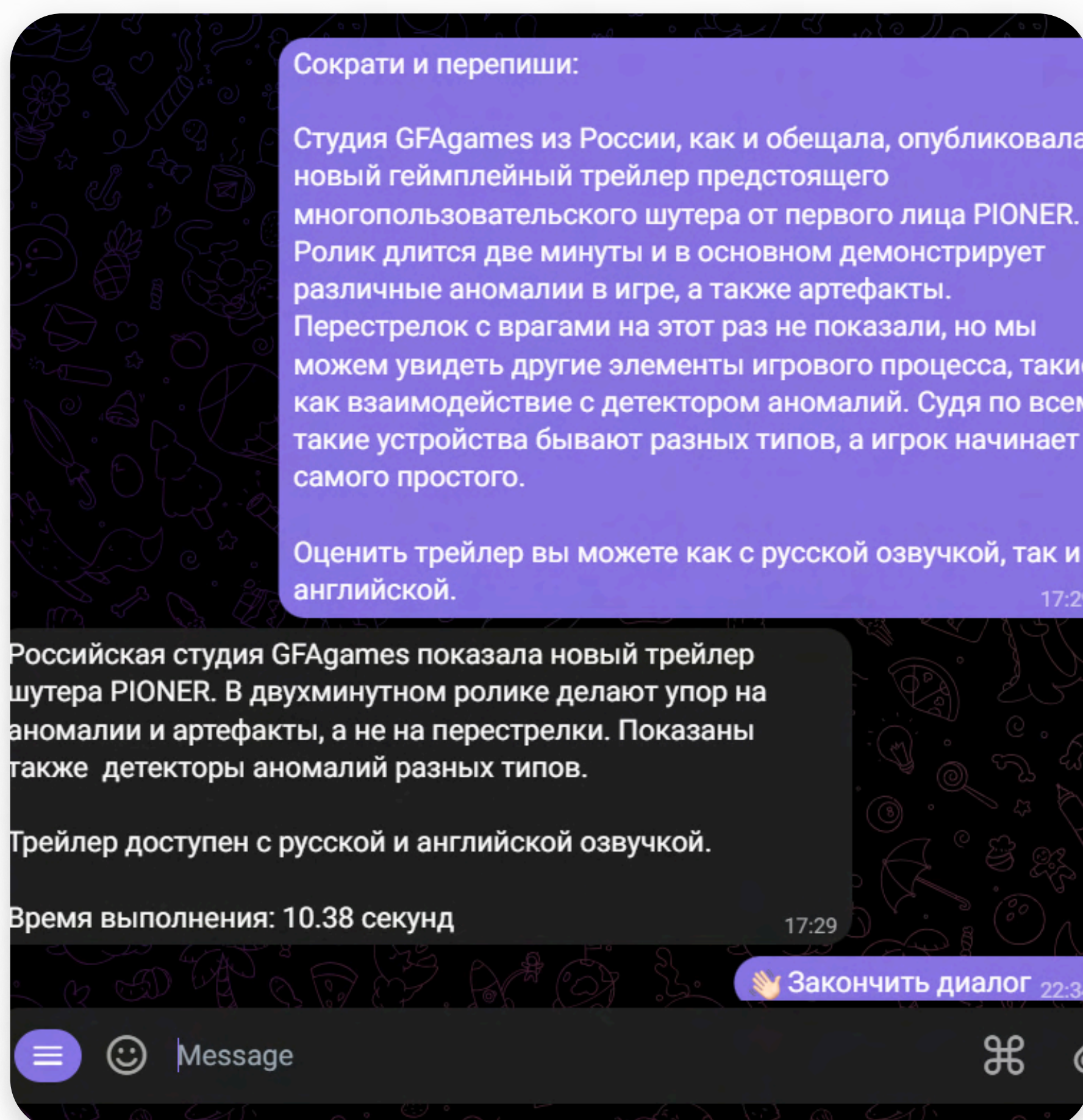
Средняя нейросеть, которая средне справляется с текстами. По крайней мере, почти на голову хуже, чем YaGPT или Edya, но иногда выдаёт забавные шедевры. Тоже бесплатная, может генерить картинки и в целом постоянно обновляется

Плюсы

- Полностью бесплатная с бесконечным количеством попыток
- Можно использовать в ТГ
- Быстро отвечает
- Постоянно совершенствуется
- Понимает контекст

Минусы

- Иногда выдает хрень и не понимает контекст
- Часто подвисает, пока не обновишь страницу
- Не так хорошо справляется с рерайтом
- Не всегда выдает достоверную информацию



Запрос: «Сократи и перепиши»

Выводы по нейросеткам

В идеале получить доступ к оригинальному **ChatGPT** и пользоваться им, пока русские аналоги не выйдут на достойный уровень. Если такой возможности нет – выбирайте по душе, потому что разницы особой вы не увидите и на одинаковые запросы они будут выдавать примерно одинаковые ответы.

Возможно, когда вы будете изучать этот курс, нейросети выйдут на совсем новый уровень и смогут отвечать на запросы редакторов намного лучше и информативнее. Пока этот момент не настал и лучше использовать их в качестве помощника, а на “старте своего пути” – как можно меньше, чтобы набраться опыта

Когда использовать нейросети

- Когда срочно нужно переписать текст
- Когда нужны идеи
- Когда нужно составить скелет статьи/текста
- Когда лень или не получается думать
- Когда нужно написать диплом
- Когда нужны заголовки в интерфейсах



Урок №3

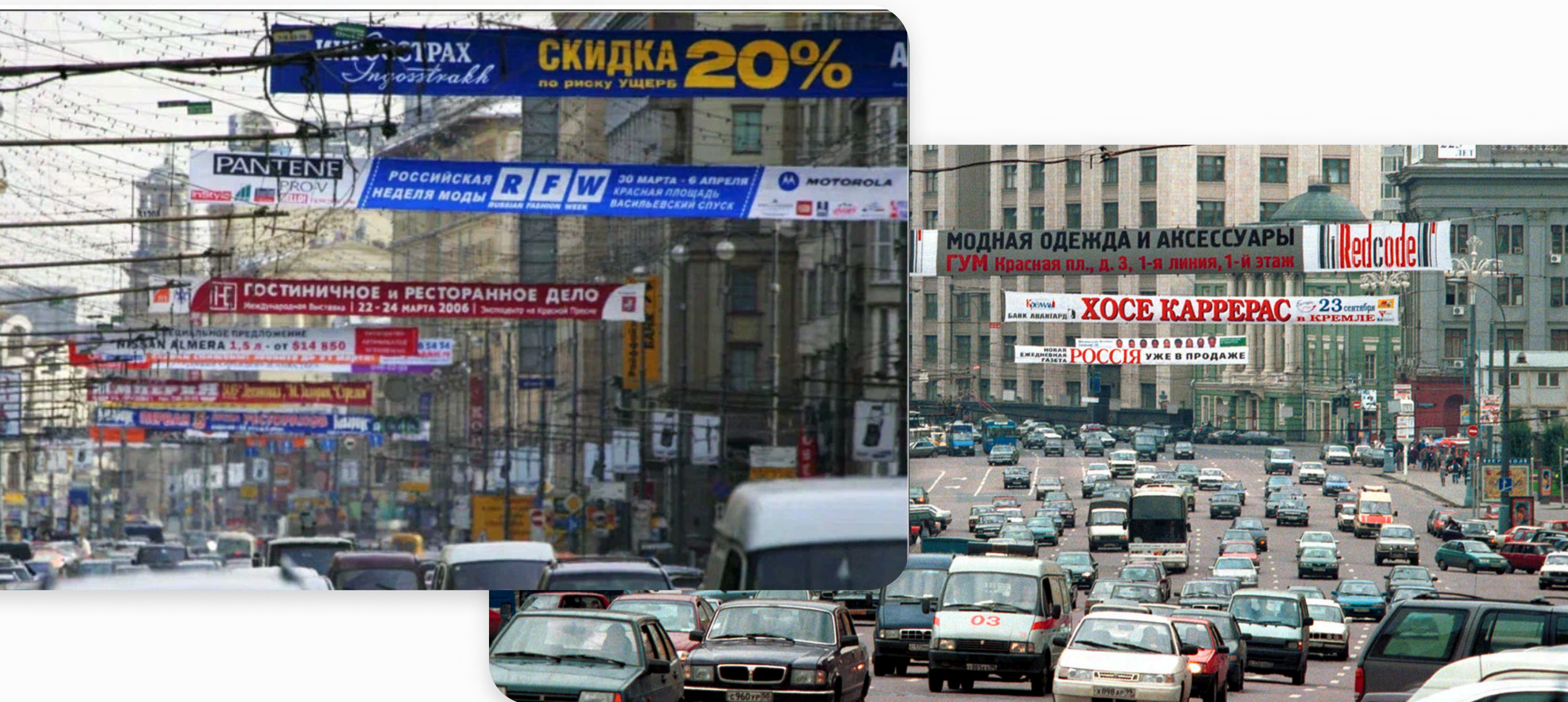
- **Насмотренность**
- **Начитанность**
- **Новости и инфополе**

Насмотренность

Пожалуй, моя любимая тема, о которой я говорю всем налево и направо. Буквально, я даже жене своей говорил, чтобы специально обращала внимание на баннеры, тексты на лендингах, пуши, СМС, блоки с описаниями. А сам смотрел на всегда разные предупреждения в туалете о том, что НЕЛЬЗЯ, категорически нельзя, бросать в унитаз туалетную бумагу и предметы личной гигиены. А так ведь и до текстов на освежителях воздуха не далеко? Ладно, пошутили и хватит, что же такое “насмотренность”?

Это как незримый опыт, своего рода сортировка вашего мозга, пассивное обучение. Вспомните вывески и всяческие билборды в 2000-х годах. Как-то не обращали на это внимание, но все делали под копирку, старались выделиться красным цветом и “не списывать друг у друга”. А получалось одно и то же. Это плохая насмотренность, и если бы мы обучались на этих примерах, рано или поздно сделали бы что-то похожее, даже если бы специально к этому не стремились

Кстати, в провинции России, стран СНГ и даже в Турции подобная тенденция сохранилась и там до сих пор можно увидеть “модную” шаурму прямиком из 2000-х



Прямая аналогия этой проблемы — нейросети. Все знают, что они обучаются на огромных количествах данных, например, когда в них кладут чуть ли не все проиндексированные страницы интернета с начала его существования. А потом редактор приходит, просить нейросеть написать “10 вариантов продающего текста на тему...” и получает либо классический ответ нейросети, который толком нигде не используешь, либо классические уловки из стародавних времен, с капсом и восклицательными знаками. Почему? Из миллионов текстов нейросеть видела лишь десяток нормальных. В таком соотношении профессиональные тексты просто не могут конкурировать с массой, которая поглощала интернет последние 30 лет и продолжает это делать

Как повысить насмотренность

Работать, смотреть, чаще оглядываться в темных переулках. Шучу, конечно, опять. В основном насмотренность приходит с опытом, но когда вы последний раз ловили себя на мысли: “может зайти на сайт Дуолинго и посмотреть, как они продают свои продвинутые курсы?” или “А как Apple делают заголовки для своих новых айфонов?”. Чем чаще вы видите чужие тексты, тем меньше считаете свои идеальными. Немного самокритичности, открытости к чужой работе, и вы получите насмотренность. почаще заглядывайте на сайты крупных компаний, это полезно, особенно если вы обратите внимание на их ToV

No signal? There's a satellite for that.

When you don't have cell service or Wi-Fi, iPhone 16 Pro can **connect you to a satellite**, so you can stay in touch or get the assistance you need.

Messages via satellite lets you send and receive messages and Tapbacks when you're off the grid, right from the Messages app. Your iPhone will help you connect to a satellite, so you can text over iMessage or SMS.²



Начитанность

Ну тут все максимально просто и придется вернуться в детство, когда все вокруг заставляли вас читать литературу, хотя делать этого совсем не хотелось. Вот вы повзрослели, чтение книг даже вошло в моду, и у вас появилась возможность читать те произведения, которые подходят по душе, характеру или стилю. Теперь вы вольны в своих действиях, выбираете фантастику, прозу, приключения или фэнтези, а может все в одном, и... читаете! Делайте это с удовольствием и не пытайтесь понять, как можно было бы написать лучше, вы этого все равно не измените

Ваша главная задача — обратить внимание на стиль, отметить для себя красивые выражения, что-то важное, и разобраться в структуре предложений, а не вычитать текст на ошибки,

Почему вам нравится эта книга? Там есть проработанные персонажи с интересным характером? А если это книга без главного героя, что вас зацепило?

Редактор не просто читает книги, он использует их для саморазвития, пополнения словарного запаса и расширения своего стиля речи и письма. Чем больше вы читаете, тем лучше приспособитесь к той или иной задаче, которую получите на работу или захотите поставить своим подчиненным



**ГЕРБЕРТ
УЭЛЛС**

ВОЙНА МИРОВ

*Книги, изменившие мир.
Писатели, объединившие
поколения.*



**ОЛДОС
ХАКСЛИ**

ДИВНЫЙ

*Книги, изменившие мир.
Писатели, объединившие*



СТАНИСЛАВ

ЛЕМ

Новости и инфополе

Редактор должен быть губкой и видеть все, что происходит в мире или с другими продуктами. В идеале, если у вас в команде есть специальный чатик, куда вы можете скинуть скрин новой фишки, обсудить ее с коллегами или товарищами, которые разбираются в редакции или интерфейсах. Нет, это не намек на коллективный разум, но узнать мнение третьих лиц и сравнить его со своим – бесценный опыт

Возьмите в привычку читать новости технологий, IT, интересной вам сферы как можно чаще. Так вы сможете:

Оценивать для себя работу редакторов и копирайтеров, которые пишут эти тексты

Подмечать для себя важное из происходящего вокруг

Поддерживать любой диалог и привести аргументы

Понять, как хорошо отработал тот или иной кейс, стоит ли выделять на него ресурсы

Узнать, насколько аудитории интересен инфоповод и тематика новости, например, если про ИИ читают и комментируют больше

Как только получится автоматизировать этот процесс, вы заметите результат на работе и как поменялось ваше мышление

The screenshot displays the Lenta.ru news website. At the top, the logo 'LENTA.RU' is visible on the left, and the date '6 октября, 19:53' and a 'Войти' button are on the right. The main content area is a grid of news items. Each item includes a small image, a title, and a timestamp. The right sidebar features two sections: 'Главное' (Main) and 'Интересное' (Interesting), each containing several article snippets with images and titles. At the bottom of the grid, there is a button labeled 'Все новости' (All news).

Краткие итоги урока

Насмотренность

- ◆ Важно постоянно тренировать внимание к визуальным образам
- ◆ Вдохновение можно найти в рекламных щитах, ТВ, фильмах, соцсетях
- ◆ Чтобы развить насмотренность, смотрите больше контента и анализируйте, что привлекает внимание

Как повысить насмотренность

- ◆ Чаще обращать внимание на сложные, перегруженные изображения и находить в них главное
- ◆ Сравнивать простые и насыщенные картинки, чтобы понять, что работает
- ◆ Тренировать насмотренность можно, изучая необычные форматы рекламы или нестандартные решения в дизайне

Начитанность

- ◆ Это навык, который требует постоянного чтения книг, аналитики и умения видеть структуру текста
- ◆ Важно не просто читать, но и анализировать стиль, логику и приёмы автора
- ◆ Начитанность помогает найти решения в неожиданных ситуациях, повышает кругозор

Новости и инфополе

- ◆ Редактор должен быть в курсе актуальных новостей, особенно в смежных сферах (технологии, IT, маркетинг)
- ◆ Постоянно нужно следить за инфопотоком, чтобы оставаться в тренде
- ◆ Важно уметь фильтровать информацию, понимать, что из новостей актуально для вашей работы

Релакс, чил, никакого выгорания

- Как пользоваться нейросетями

Как пользоваться нейросетями

Для начала нужно понять, с какой целью вы хотите использовать нейросеть

Что может нейросеть

- Сделать рерайт текста, чтобы повысить его уникальность
- Подкинуть вам идеи заголовков или решить многие UX задачи, когда ничего не лезет в голову
- Сделать креативный или строгий текст
- Набросать скелет статьи (но лучше проверять актуальность)
- Поправить ошибки, помочь написать текст в определенном стиле
- Дать совет или составить контент-план

Что нейросеть не умеет

- Работать за вас
- Решать задачи на 100%
- Творить чудеса

Нейросети, прежде всего, это помощники редакторов, а не замена для них. Тоже самое и в программировании.

Как составлять промпт (запрос)

1. Чем конкретнее вы поставите запрос, тем проще нейросети будет дать топовый ответ

К примеру, вам нужно где-то взять крутые заголовки для привлечения внимания в посте для ТГ, речь про авто BMW и Audi, но идей совсем нет.

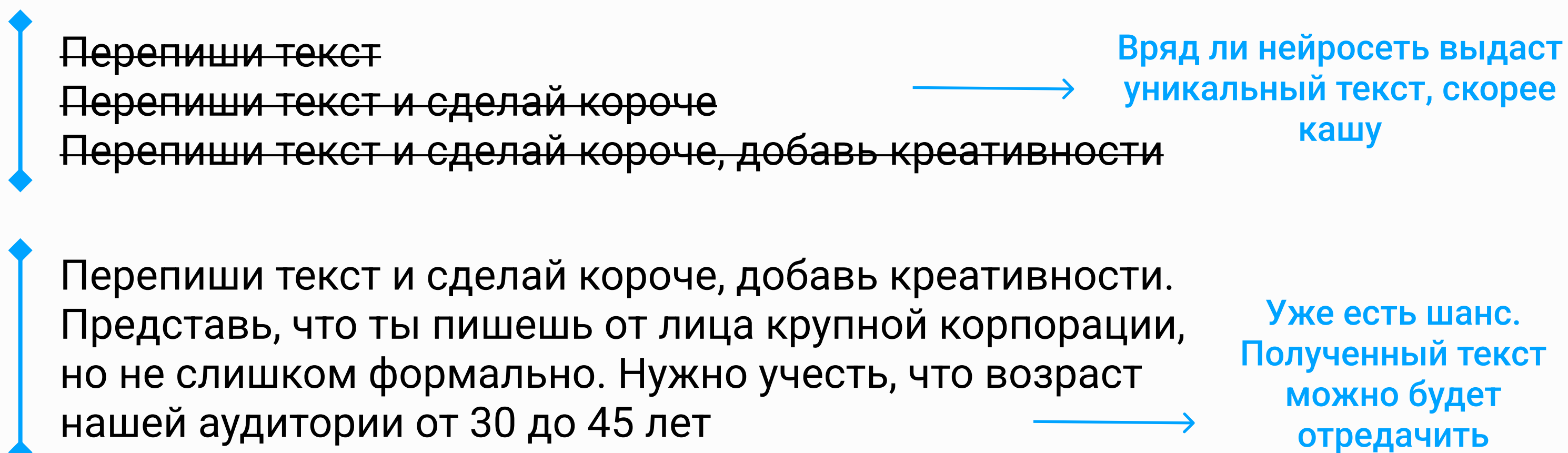
~~Составь 10 заголовков~~
~~Составь 10 заголовков про машины~~
~~Составь 10 заголовков про BMW и Audi~~

**Слабые промты —
ответ будет ужасен и
вас не устроит**

Я пишу пост для Telegram про BMW и Audi в 1980-х годах. Мне нужно 10 креативных и цепляющих заголовка, которые создадут интригу и привлекут пользователя, чтобы он прочитал весь пост

**Подробный
запрос с
уточнением всех
тонкостей**

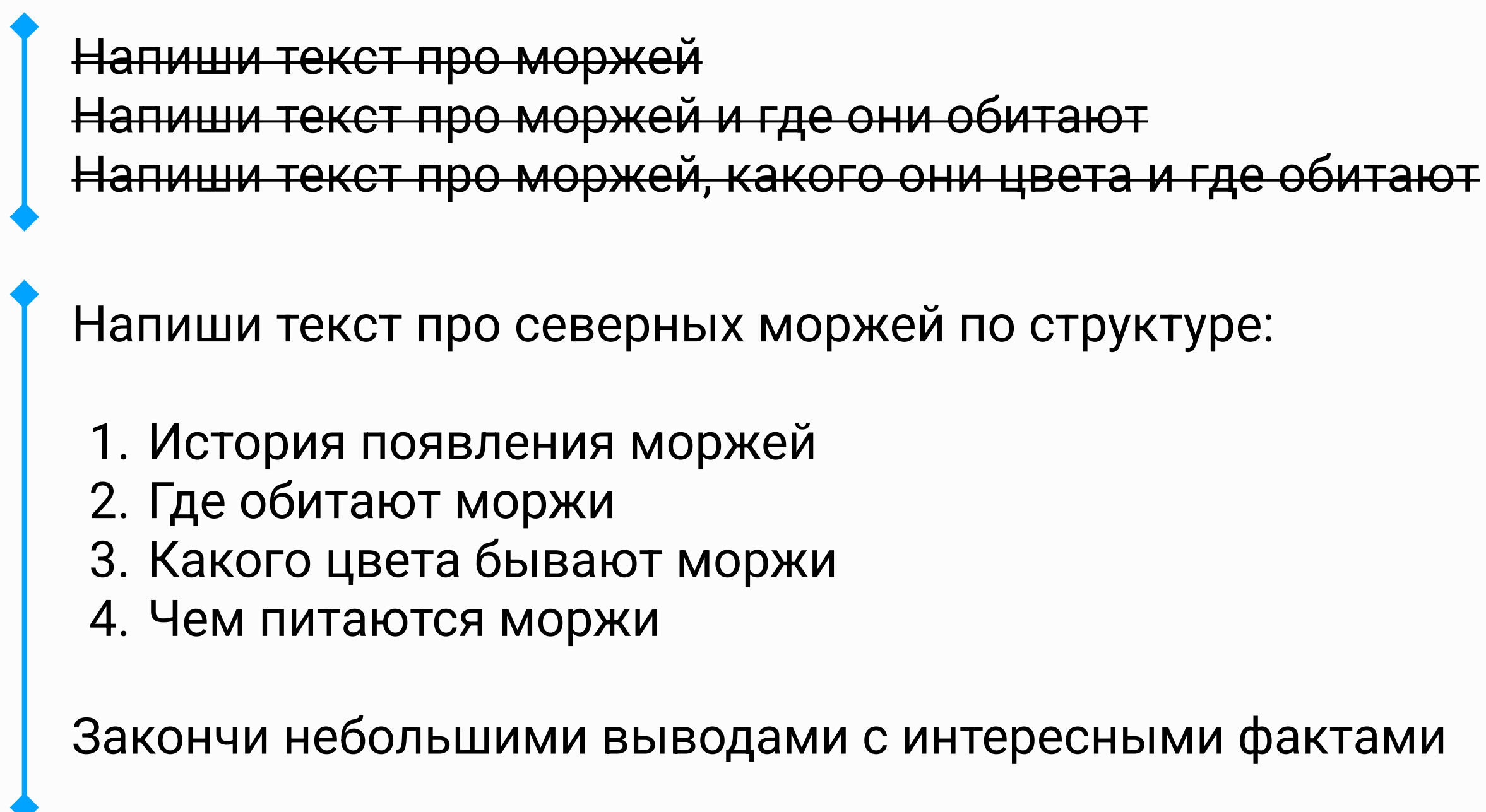
2. Уточняйте вообще все, что только приходит в голову



Чем более четко составлен промпт, тем проще нейросети вас понять. Представьте, что хотите узнать от своей мамы рецепт бабушкиного пирога. Фраза "бабушкин пирог" не прокатит, потому что их сотня, а "мам, помнишь пирог с рыбой, который бабушка готовила на мой 20-й день рождения?" уже даст конкретику и понимание

Ваша мама = Нейросеть

3. Помогайте нейросети со структурой



Четкая структура поможет нейросети определиться с заголовками и написать под каждым из них соответствующий текст. Можно сказать, что таким промптом вы убиваете необходимость в других, более мелких

Есть еще один забавный кейс, который не раз спасал меня при написании похожих текстов. Задача простая: есть FIFA 23, у нее тематические разделы, вроде Монет, Услуг, Обучения. Выходит продолжение – FC24, и я понимаю, что изменений не так и много, как и последние 20 лет в этом футбольном симуляторе. Что я сделал:

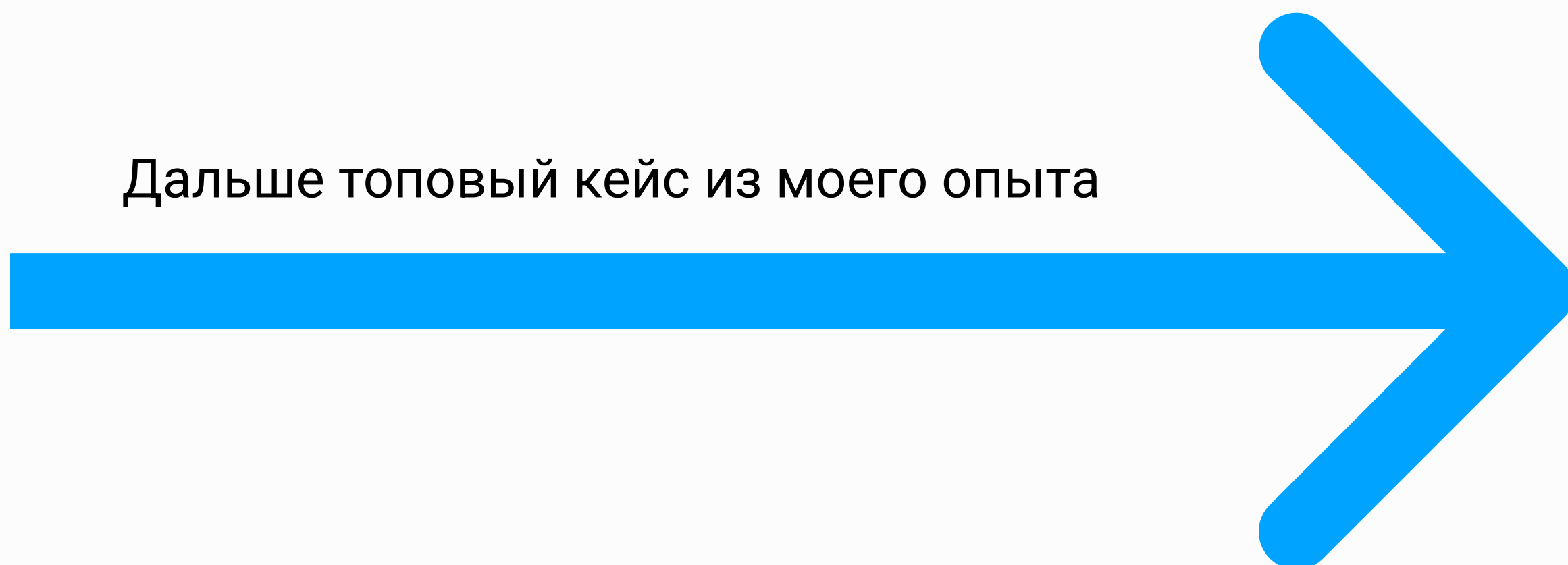
У меня есть текст про FIFA 23, где рассказано про Монеты. Мне нужен такой же текст, но уже про FC24, до 3000 знаков. Адаптируй его под мой запрос, а информацию про новую часть возьми с сайта ea.com:

тут сам текст, неважно какого размера, лишь бы он был

...
..
.

На выходе я получал не просто рерайт, а сохраненную структуру и посыл моего прошлого текста, адаптированного под реалии новой части игры. Сказать, что это сэкономило мне часы времени – ничего не сказать. Попробуйте сами, не пожалеете, а потом вместе скажем спасибо тому, кто научил нейросети считывать сайты по ссылкам

Дальше топовый кейс из моего опыта



На самом деле я не знаю, вправо вы листаете или вниз. Не кидайте помидорами, пожалуйста, это просто крутая стрелка

Одна из серьезнейших работ с нейросетями у меня была совсем недавно: однажды ночью мой руководитель написал, что нужно продумать драйверы или киллер-фичи подписки на ближайшие пару лет. Спустя пару часов обсуждений, брейншторма в полусонном состоянии и аргументов в разные стороны, мы поняли, что пора обратиться к нейросетке

Что я сделал:

- ◆ Скормил ей важные мысли из нашего диалога
- ◆ Подробно описал состав подписки
- ◆ Дал пищу для размышлений и направления, которые нам интересны (лайфстайл, health-care, мобильность)
- ◆ Несколько раз менял направление мыслей и давал подробные подсказки

Что я получил на выходе:

- ◆ Классные идеи, которые соответствуют действительности и которые можно реализовать
- ◆ То, о чем я сам в жизни не додумался бы
- ◆ Выдержку из всего диалога и идеи, которые “мне понравились”
- ◆ Похвалу от руководителя

Что значит “мне понравились”? Во время диалога я писал: “О, эта идея с хабами для каршерингов крутая, а что скажешь про...”. ChatGPT понимал, о чем я говорю, и запоминал это, чтобы в итоге на мой промт “сделай выдержку идей, которые мне понравились, сократи их” выдать точный ответ

Отлично. Агрегируй всю информацию, выбери максимально перспективные предложения на 2025-2026 год с учётом тенденций в мире, возьми понравившееся мне варианты и сделай краткую сводку того, как и куда мы можем двигаться.

Раздели киллер-фичи на 2 столбца:

1. Продажи, увеличение общей базы, маркетинговый уклон на бизнес цели
2. Лайфстайл, забота, health care, удобство, мобильность



Урок №4

- Саморедактура и критичность
- Начинаем с чистого листа
- Пустые состояния и ошибки
- Эмоциональность в тексте
- Работа с дизайнером

Саморедактура и критичность

Вы делаете большие успехи и вас есть потенциал! Во-первых, вы добрались до этого урока. Во-вторых, вы уже знаете многое и того, что пригодится вам в работе. Но не знаете самое главное, к чему я пришел спустя столько лет работы редактором – самокритичность. И скажу вам об этом не только я, ведь многие редакторы пишут, что осознали это спустя годы. А вот вы теперь знаете, на старте своей карьеры

В чем суть: вы написали текст, считаете его лучшим, потратили на него пару часов, а потом приходит душнила маркетолог и говорит, что нужно переписать все с нуля, потому что закладывался совсем другой посыл

Ваши мысли в этой ситуации:

1. Ну и дурак, ниче я не буду переписывать, так лучше, ты ничего не понимаешь
2. Ух, в следующий раз не буду брать задачу, пока нормально описание не пропишешь со всеми своими посылками
3. Ладно, сейчас все переделаю, ничего страшного

Выбрали третий вариант (после первых двух обычно все заканчивается плохо) и идете переписывать.

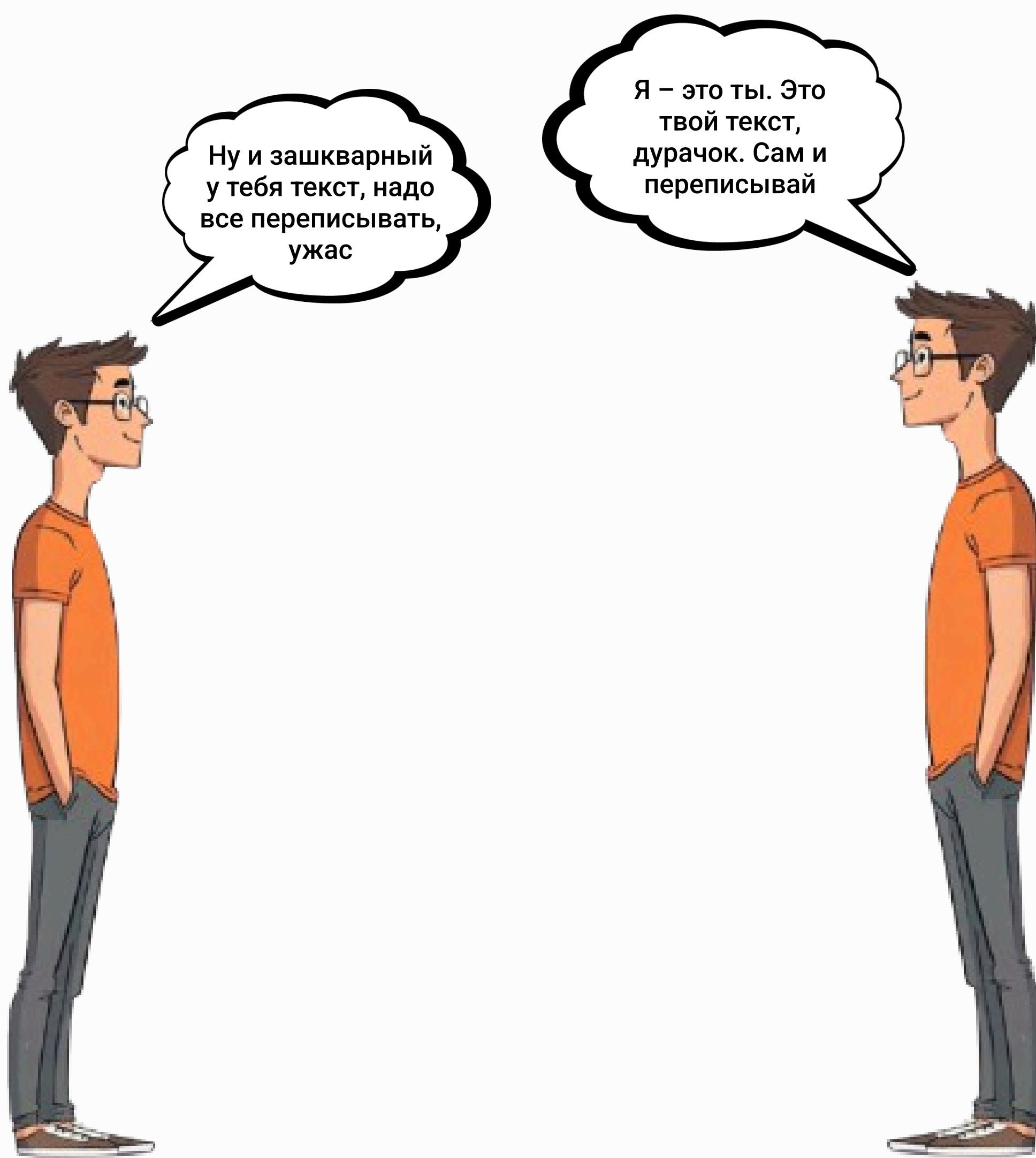
Показываете маркетологу и... он просит еще раз поправить. И еще раз. Bravo, теперь вы думаете, что вы плохой редактор. Но это не так. Снова есть два варианта развития событий:

1. Эскалация, обращение к руководству или продактам с целью решить вопрос
2. Попытка разобраться, сходиться на созвон и обсудить
3. “Накидай текст, как видишь, а я уже поправлю по ToV и редполитике”

Второй вариант отнимает уйму времени, а третий в целом лояльный, если маркетолог сможет изложить свои мысли. Почти в 100% это победа. Вы не прогнулись, смогли отказаться от своих “идеальных текстов” и сделать так, как хочет бизнес или маркетинг. Вам в копилочку летит плюсики

Самокритичность – важный софт-скилл, который поможет работать быстрее и продуктивнее, а не спорить с командой по поводу того, почему ваш текст важно оставить. Но и это нужно иногда делать, если их желания противоречат здравому смыслу. Взгляните на свой текст со стороны, потом от лица пользователя, который его прочитает, а потом представьте себя душным маркетологом и еще раз перечитайте задачу, которую вам поставили. Вас точно все устраивает? Нет момента, к которому можно придраться? Обычно такой результат получается через несколько часов возни с текстом и обсуждений, но и это не утопия, так что есть куда стремиться

Саморедактура – вообще непонятная тема. Но я справляюсь с этим просто: представьте, что вы первый раз видите продукт, допустим, вас просто позвала другая команда на аудит. Это же лакомый кусочек, сразу хочется все переписать и сделать по своему, показать себя и свои скиллы, потому что “вы все плебеи, без меня не можете даже текст написать! Аха-ха-ха-ха (типа злобный смех)”, ну и все в таком роде. Вот также отнеситесь и к своему тексту



С чистого листа

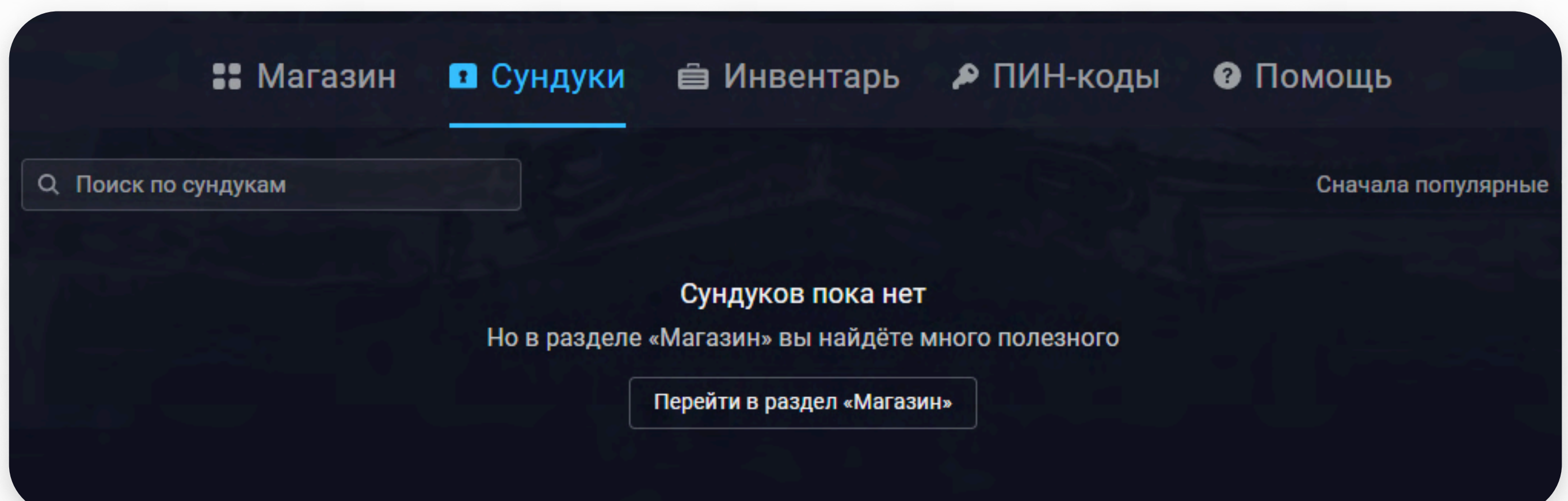
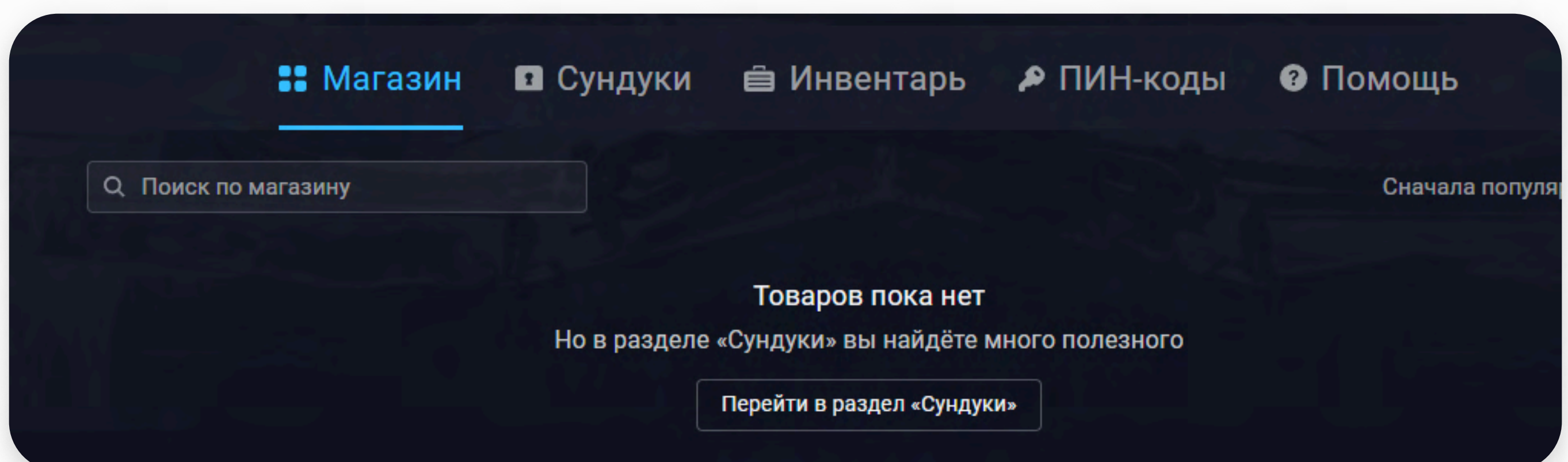
Ох, сколько же меня раз спасало одно простое правило – если переделать существующий текст не получается, нужно просто 10 раз в день.... Надеюсь, до этого я так не шутил

Нужно просто стереть его и написать новый

Работает с любыми текстами, особенно со сложными, которые вы уже 10 раз раскроили, добавили новые выражения, которые “точно сделают понятнее и лучше”, а на деле получился Франкенштейн

Пустые состояния и ошибки

Пустые состояния – забавное поле для творчества, но настолько же опасное для будущего пользователя и багов, с которыми может столкнуться продукт. Один из живых примеров, которые я недавно подметил для себя в рунете в магазине VK Play. Думаю, тут и объяснять ничего не надо



Работа с пустыми состояниями требует разностороннего мышления, чтобы сразу продумать все исходы событий, написать что-то важное и отправить пользователя дальше по сайту, при этом не обидеть его. Если вы уверены, что в каталоге у вас есть товары – ведите из корзины в каталог. Если плейлист пользователя еще пуст – принесите ему рекомендации и позвольте сразу добавить новый трек

Если же в чем-то не уверены, просто отправляйте пользователя на главную

Тексты ошибок

Для меня тексты ошибок – что-то ужасное. Если я вижу задание на проработку ошибок – я бегу, притворяюсь мертвым, не захожу в сеть... Вы спросите, а почему так, ведь можно просто написать “Ой! Что-то пошло не так, попробуйте еще раз позже!”. Конечно, иногда можно, и без “ой!”, но только если вам все равно на пользователя или ситуация совсем безвыходная. Что я имею в виду:

Если есть возможность указать причину ошибки и помочь пользователю, надо это сделать

Какие ошибки бывают:

- ◆ Нет интернета у пользователя
- ◆ Ошибка на вашей стороне
- ◆ Не прошла оплата
- ◆ Страница не существует
- ◆ Ведутся тех. работы
- ◆ И еще сотня других

В идеале прописать каждую ошибку и закрыть все вопросы пользователя. Спросите у продакта или инженеров, известен ли триггер, и отталкивайтесь от этого. Но не берите всю вину на свой сервис, иначе можно оставить негативные эмоции и уронить удовлетворенность продуктом



Нет интернета

Проверьте подключение и повторите попытку



У нас тех. работы

Постараемся закончить к 13:00, извините за ожидание



Ой! Что-то пошло не так

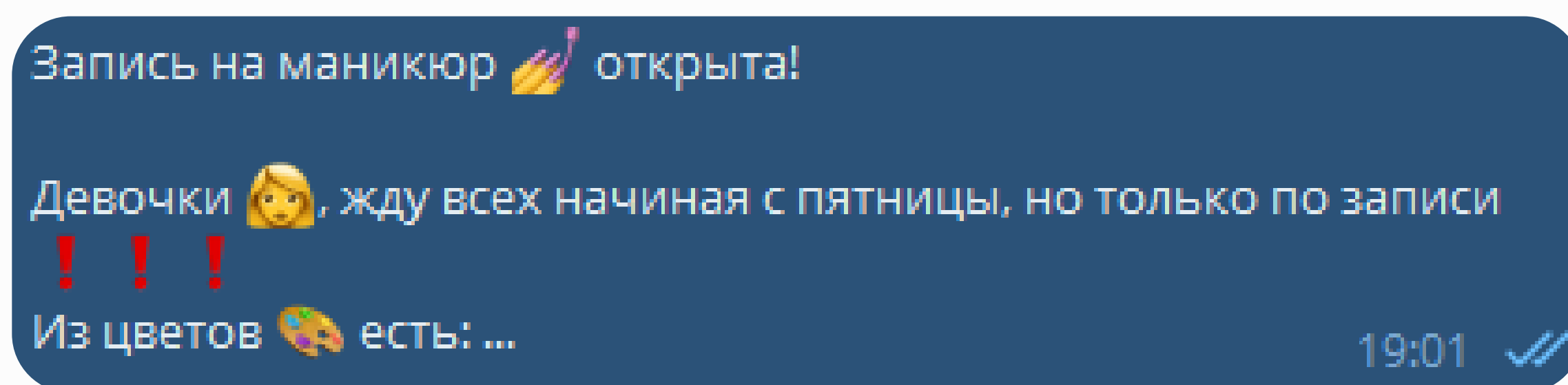
Пожалуйста, повторите попытку позже

Эмоциональность и эмодзи

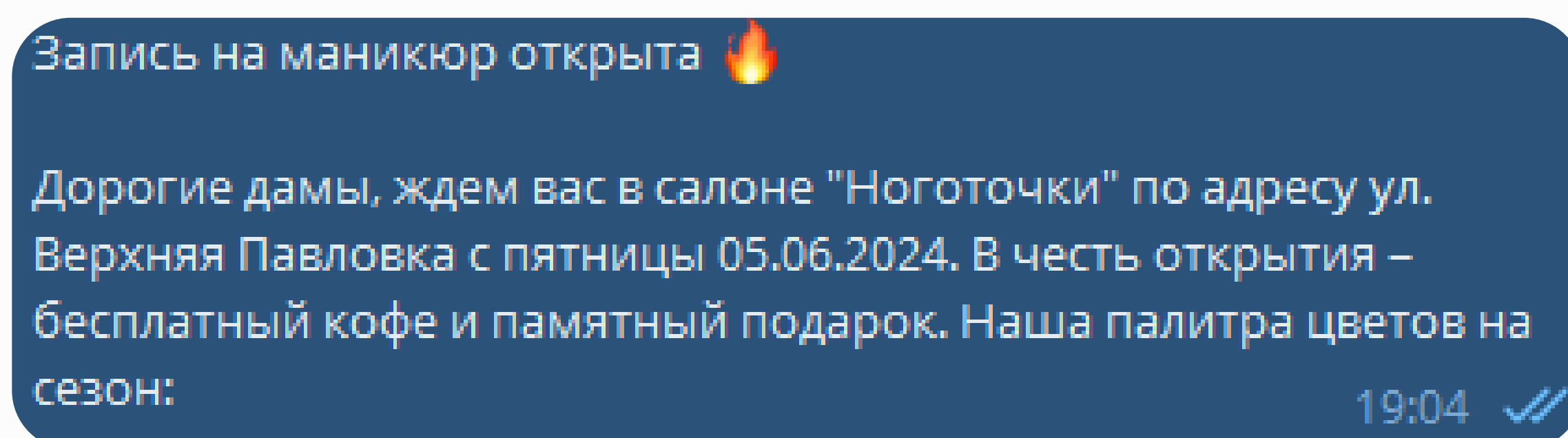
Часто SMM-специалисты, контент-менеджеры и прочие специалисты, которые работают с социальными сетями, считают, что эмодзи – прямой путь к сердечку пользователя, поэтому начинают ставить их почти всегда и везде. Лично мне от этого совсем не весело, а даже грустно. Я не против эмодзи, если они реально в тему, как например в пушах (спойлер, дальше обсудим), но есть тонкая грань между “мамина подруга, у которой свой паблик в VK” и реальным специалистом

“НО ВЕДЬ ЭМОДЗИ ПОДКУПАЮТ ВСЕХ ТЕТЕНЕК, КОТОРЫЕ ХОТЯ ЗАПИСАТЬСЯ НА МАНИКЮР, ОНИ ВИДЯТ ЗАБОТУ О СЕБЕ 😡😡😡”

Неа. Не правда. Один эмодзи ноготочков может и не помешает, но нужно знать меру



Это рэд флаг для адекватного человека, не делайте так, пожалуйста



Одного эмодзи в начале или в конце заголовка достаточно. Еще можно вынести адрес в конец поста и поставить эмодзи-пин или локацию, чтобы тематически подсветить смысл. Туда же линк на карты

📌 ул. Верхняя Павловка

Как работать в паре с дизайнером

Почему нельзя просто взять и начать работать с дизайнером? Да нет же, на самом деле можно. Главное, обоим участникам диалога помнить о своей зоне ответственности и не выходить за ее пределы

Самый простой способ работы с дизайнером выглядит так:

1. Диз получает задачу от продакта или СJ-эксперта на создание лендинга, модалки, айки, чего угодно
2. Диз делает свою работу, красиво все красит и оставляет пространство под будущие тексты (с возможностью написать чуть больше, если потребуется)
3. Отдает макет редактору, ставит задачу или просто объясняет суть

Повезло, если ваш дизайнер не поленился и оставил заглушки под будущий текст, который вы просто приведете в человеческий вид, согласуете с ToV и редполитикой. Если этого не произошло, то можно созвониться и вместе накидать тексты, которые в итоге превратятся в что-то нормальное. Ваша задача в этой ситуации – понять маркетинговый или продуктовый посыл, какая боль или цель преследуется в тексте

Если дизайнер лезет в ваши тексты и начинает чему-то учить, это может быть и хорошо, и плохо

Хорошо

Если он и правда разбирается в продукте и не преследует цели принизить вас, а хочет лишь получить должный результат и видит проблему, которую не заметили вы

Плохо

Если у вас не сложились коммуникации и вас еще не воспринимают как специалиста

Попробуйте разобраться в причинах неожиданных комментариев и, если что, оставьте последнее слово за владельцем продукта

В остальном же процесс выглядит так:



Дизайн



Задача



Редактура



Обсуждение



Утверждение

Дам небольшой лайфхак: если вы брейнштормите или просто обсуждаете тексты онлайн на созвоне, нужно что-то быстро решить, но совсем ничего в голову не приходит, как бы вы не крутили текст – удалите его. Точнее, уберите написанное в сторону, вспомните все вводные и проговорите их в слух, чтобы и вы и дизайнер поняли, с чего начать. Это и будет ваше первое предложение. И так пишете, пока не закроете все боли пользователя

Как проводить А/Б-тесты и что это такое

А/Б-тесты – это когда у вас есть два разных элемента интерфейса, которые вы готовы показать на одинаковую по количеству аудиторию. Например, нужно проверить, какую конверсию в переход покажет новая модалка. Изменить можно все тексты, заголовки или подзаголовки, зависит от ваших потребностей

Для чистоты эксперимента и получения реальных конверсий лучше использовать один дизайн. Иначе не поймете, что сработало лучше, текст или новая картинка

Важное объявление

Мы обновили дизайн, но вы можете вернуться на старый

[К старой версии](#) [Заккрыть](#)



Версия А

Новый дизайн

Теперь все вокруг новое, но вы всегда можете вернуться на...

[Попробовать новое](#) [Вернуться к старому](#)



Версия Б

Примерно через неделю сможете отследить результаты с помощью метрик и решить, какой вариант оказался эффективнее

Краткие итоги урока

Саморедактура и критичность

- ◆ Самокритичность ускоряет работу и улучшает результат
- ◆ Важно оценивать текст с позиции пользователя и маркетолога
- ◆ Перепроверяйте цель текста, чтобы устранить недочеты

Пустые состояния и ошибки

- ◆ Придумайте действия для пользователя в пустых состояниях
- ◆ В случае ошибки предложите альтернативные варианты
- ◆ Если нет выхода, отправляйте пользователя на главную

Эмоциональность и эмодзи

- ◆ Используйте эмодзи умеренно и по делу, и если это позволяет ToV
- ◆ Один эмодзи в начале или конце заголовка – достаточно

Как работать в паре с дизайнером

- ◆ Согласуйте задачи и роли с дизайнером
- ◆ Понимайте цели текста с точки зрения бизнеса
- ◆ Уважайте мнение друг друга в совместной работе

А/Б-тесты и ошибки

- ◆ А/Б-тесты проверяют, какой текст эффективнее
- ◆ Недели достаточно, чтобы определить победителя

Практическое задание

Собираем знания воедино и выполняем сразу несколько заданий, которые помогут закрепить тему

Задания:

1. Саморедактура: вы получили задание создать текст для новой страницы FAQ. Напишите три коротких ответа на часто задаваемые вопросы (3-4 предложения каждый). Затем перечитайте текст с разных точек зрения:

- ◆ Клиента, который читает этот FAQ
- ◆ Маркетолога, который заботится о четкости и соответствии бренду

Перепишите или измените текст, чтобы он отвечал задачам всех этих ролей

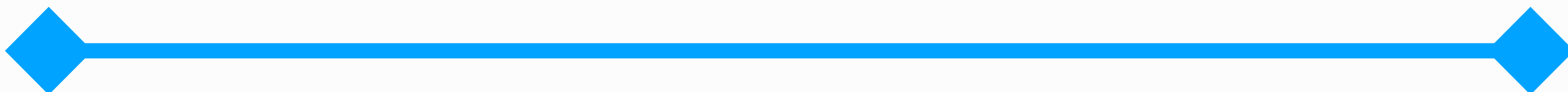


2. Пустые состояния: представьте, что на сайте закончились все доступные товары в определенной категории. Напишите текст для пустой страницы, который:

- ◆ Сообщит пользователю о пустой категории
- ◆ Предложит альтернативные действия (например, перейти в другой раздел или подписаться на уведомления о новых поступлениях)



3. Ошибки: напишите два варианта текста для ошибки, которая возникает, когда у пользователя не прошла оплата. Один вариант – нейтральный и вежливый, другой – строгий и по делу



В поисках вдохновения

- **Как писать тексты, если нет идей**
- **Либа**

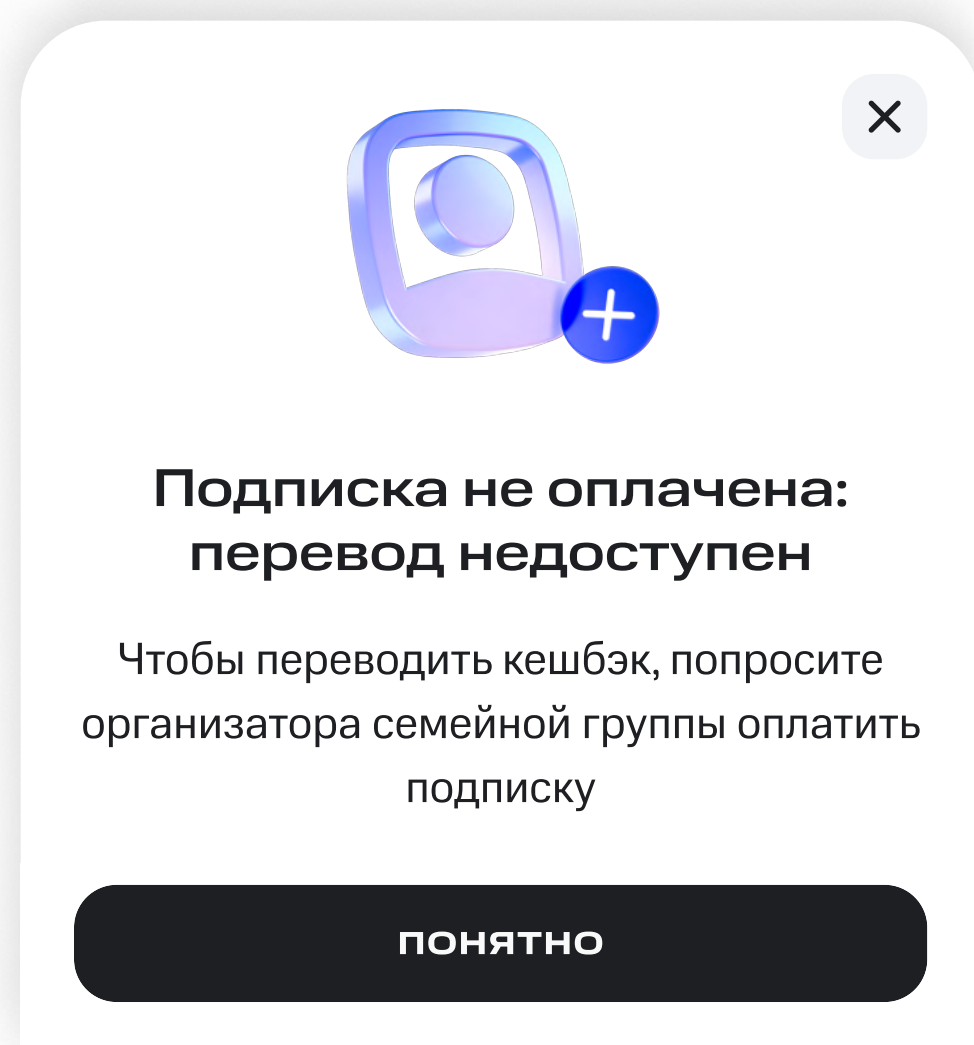
Как писать тексты, если нет идей

“Если нет идей, надо выжимать из себя что-то креативное через силу” – фатальная ошибка. Чем меньше у вас вдохновения, тем хуже получится тот самый “креативный текст”

Если идей нет, пишите самый обычный текст. Это умеют все, даже если совсем нет сил. Не надо издеваться над организмом и пользователями

Достаточно еще раз перечитать задачу или ТЗ, вычленив основной смысл и передать его пользователю простыми словами

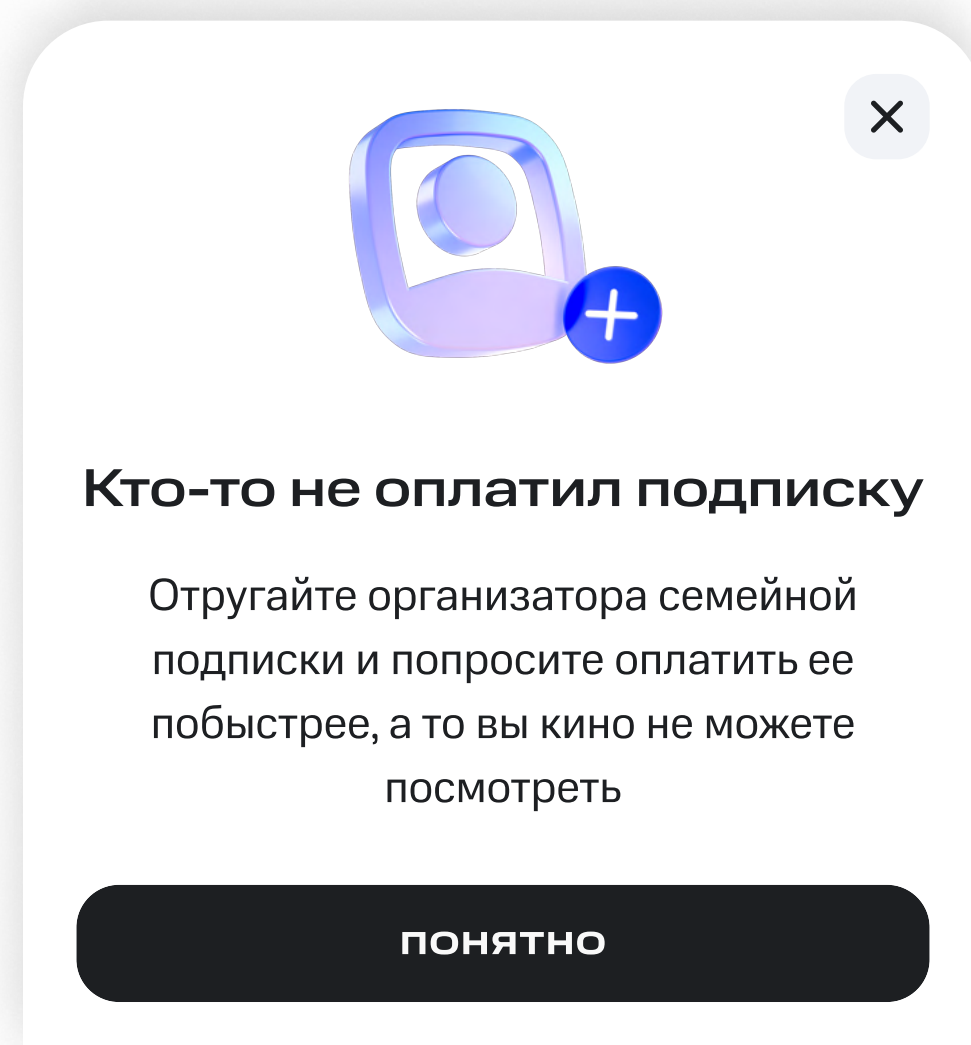
Например: нужен короткий заголовок и текст для шторки ошибки о том, что организатор подписки вовремя ее не оплатил и нужно сходить к нему и попросить это сделать



Обычный текст, все понятно



Пользователь жмет “понятно” и уходит довольный просить организатора оплатить подписку



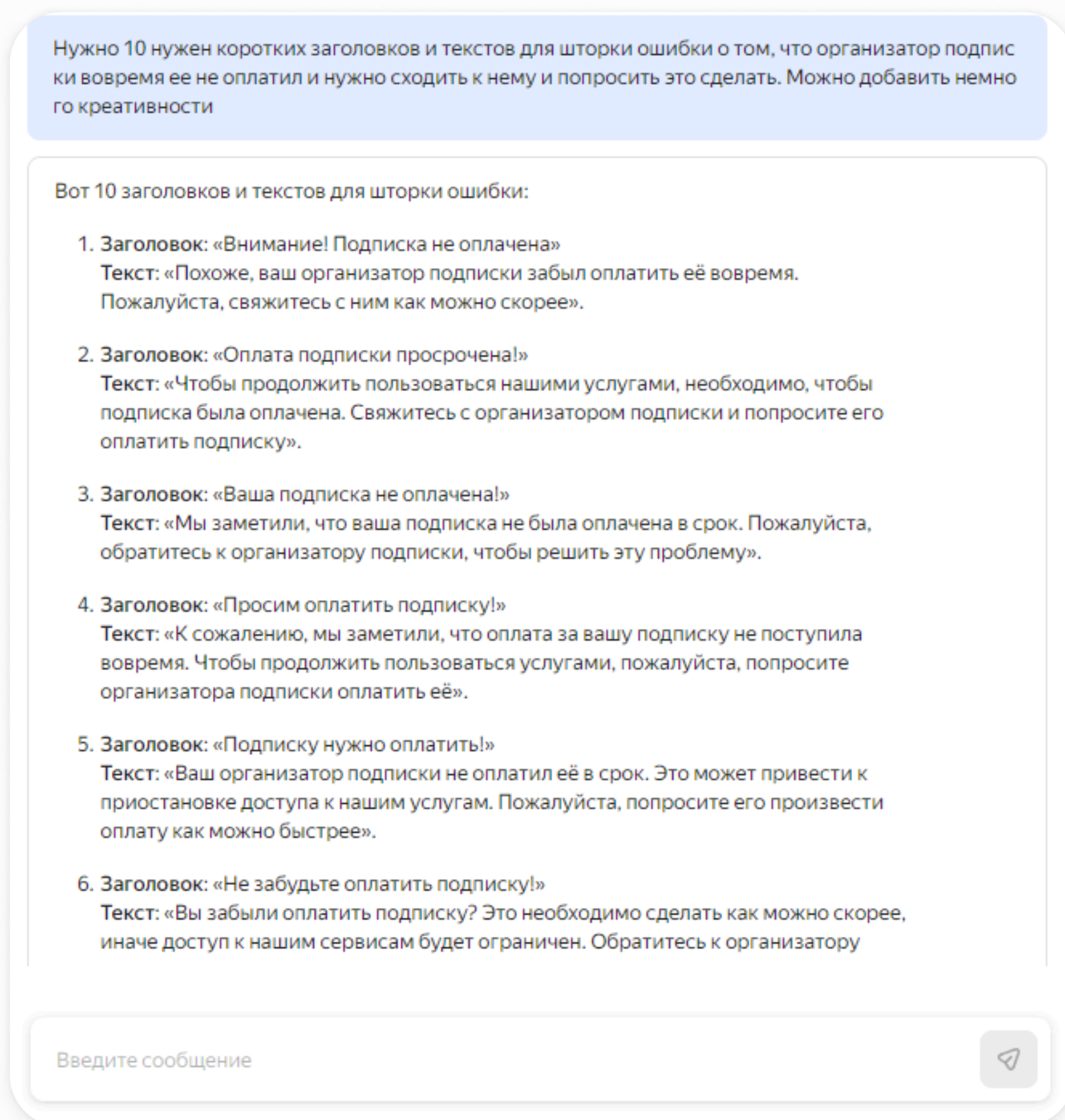
Попытка сделать креативный текст



Пользователь не понимает прикол и недовольный идет ругаться с организатором

Креативные, заботливые и понятные тексты не рождаются

Еще один простой вариант, как я уже и писал раньше – обратиться за помощью к нейросетям, но не использовать их текст, а подумать над идеями и переделать под свои нужды.



Лично мне заголовки не нравятся, но есть парочка неплохих текстов, которые можно переиспользовать

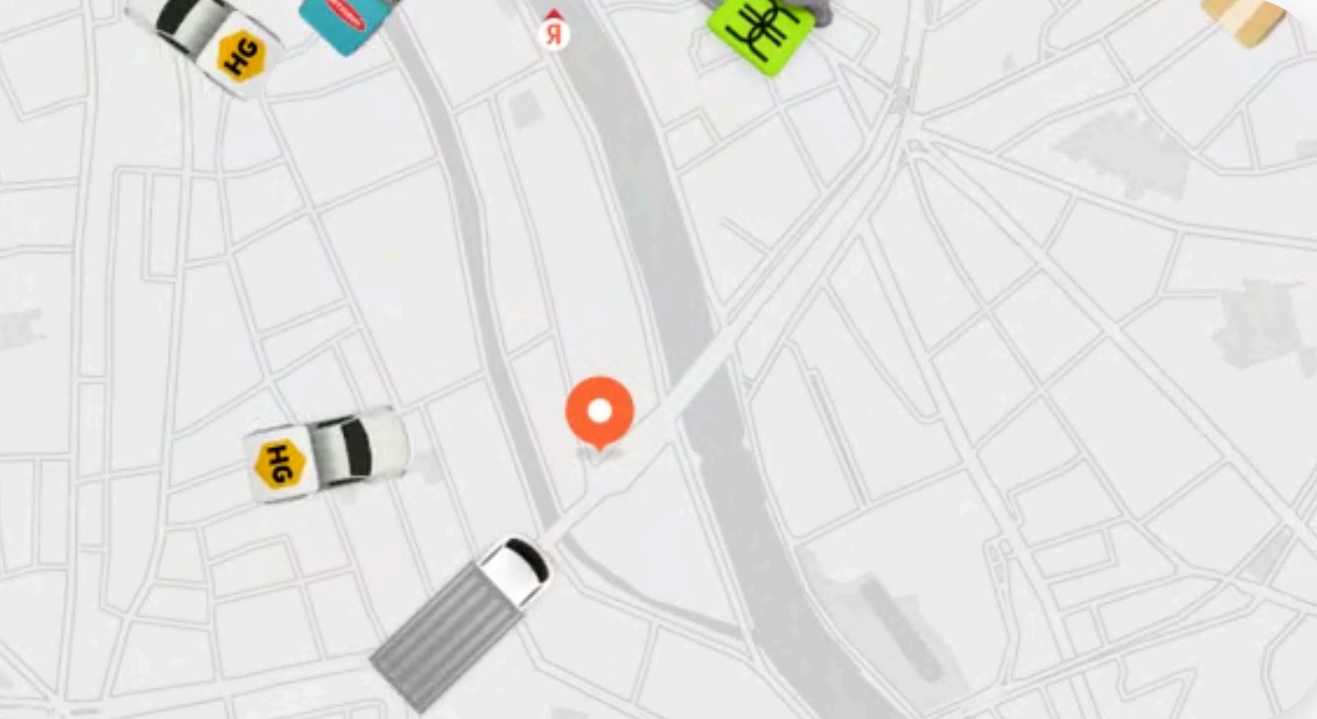
Еще один простой вариант, как я уже и писал раньше – обратиться за помощью к нейросетям, но не использовать их текст, а подумать над идеями и переделать под свои нужды

Креативность коварна и может сыграть с вами злую шутку. Например, большая часть пользователей вообще не поймет, о чем шла речь, после чего отправится штурмовать колл-центр со своими претензиями

Поищите идеи на других сайтах

Не буду врать, но я часто захожу на сайты других компаний, которые продают похожие товары или просто зарекомендовали себя

Яндекс



Мы совсем рядом 📍

Курьеров в городе так много, что для вашего заказа легко найдётся исполнитель поблизости

Приятный заголовок, чувствуется забота

Доставка по вашим правилам

Экономит время

Собирайте данные о заказах и доставках в одном месте — так не придётся переносить всё из одной системы в другую

Понятна для сотрудников

Вашей команде не нужно осваивать новое ПО — Доставка встроится в уже знакомый интерфейс

Полезное предложение, все четко разъясняется

Альфа Банк

Свой человек в банке


Не нужно ездить в банк — персональный менеджер поможет совершить все операции удаленно и проконсультирует по телефону

Приятная фраза “Свой человек” + объяснение

Контакты

Подписывайся на рассылку
Будем присылать только важное

Подписаться



По всем вопросам
t.me/alfa_students_support


Следи за новостями
t.me/alfastudents

Отличное оформление Контактв через оффер
"никакого спама"

OZON

**Вы сэкономите с Premium
в среднем 724 ₽ в месяц**

Уведомления Ozon Банка	59 ₽
Подписка KION	249 ₽
Доставка	416 ₽




Показана экономия, это подкупает

МТС

**МТС Fog Play
Облачный гейминг**

Играйте в любимые игры на ПК, смартфонах Android,
телевизорах и приставках с Android TV

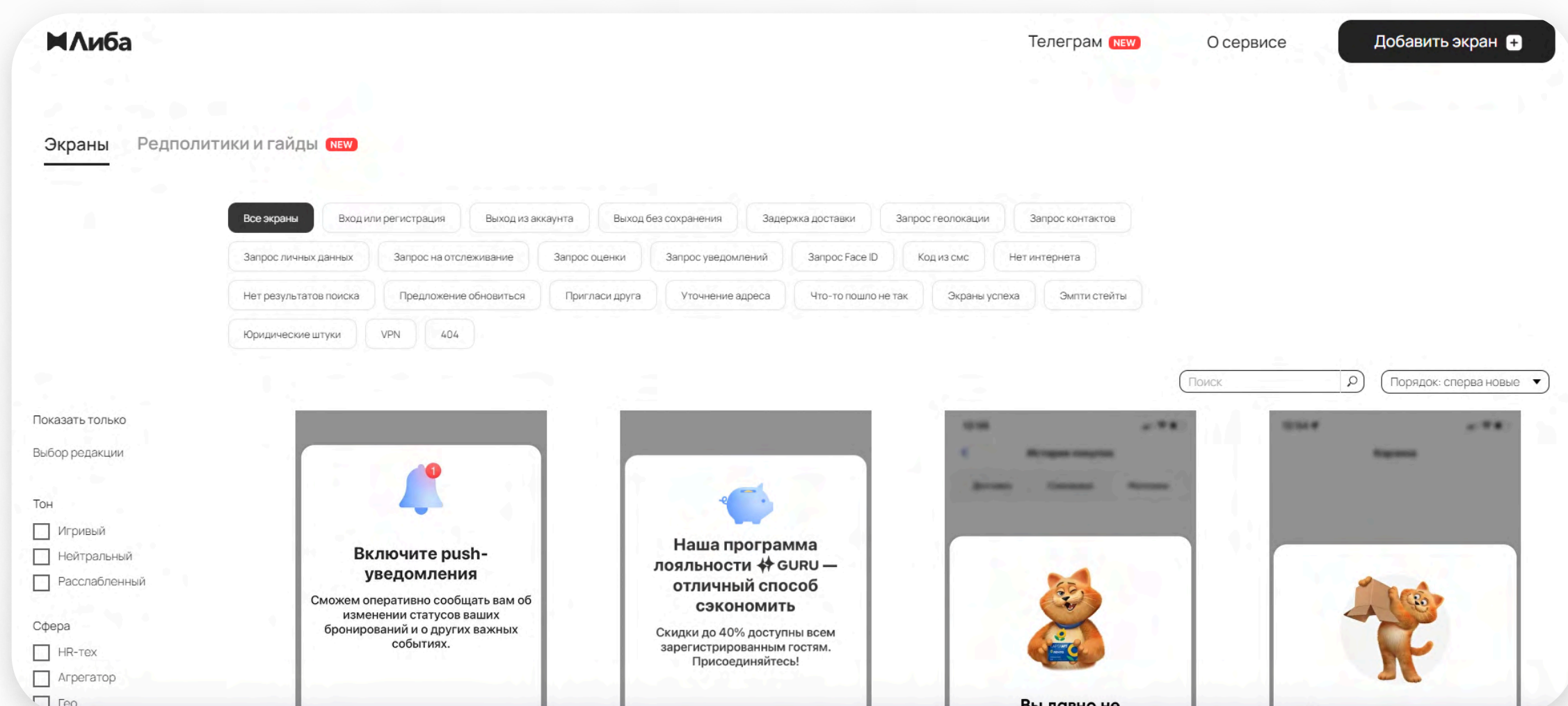
Выбрать игру



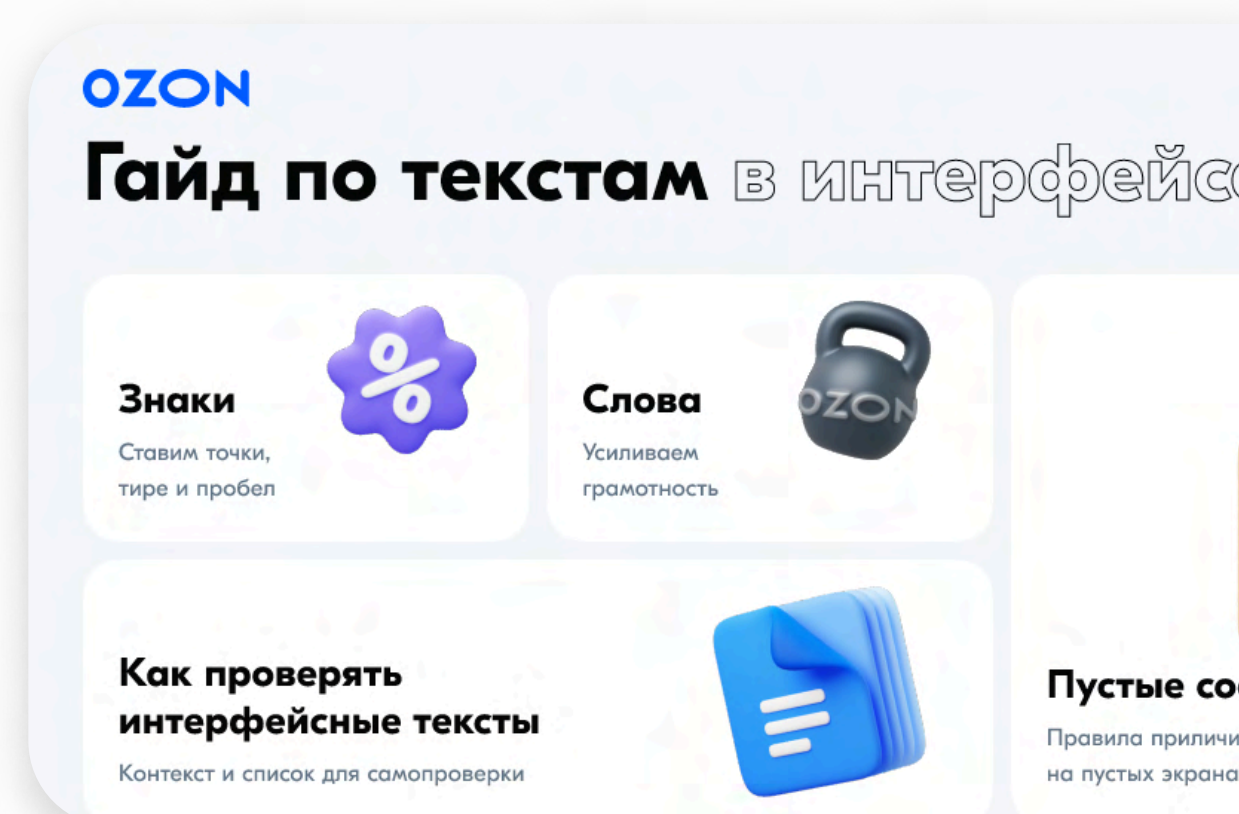
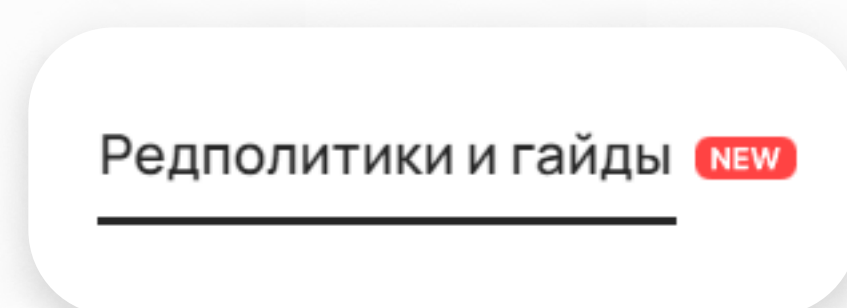
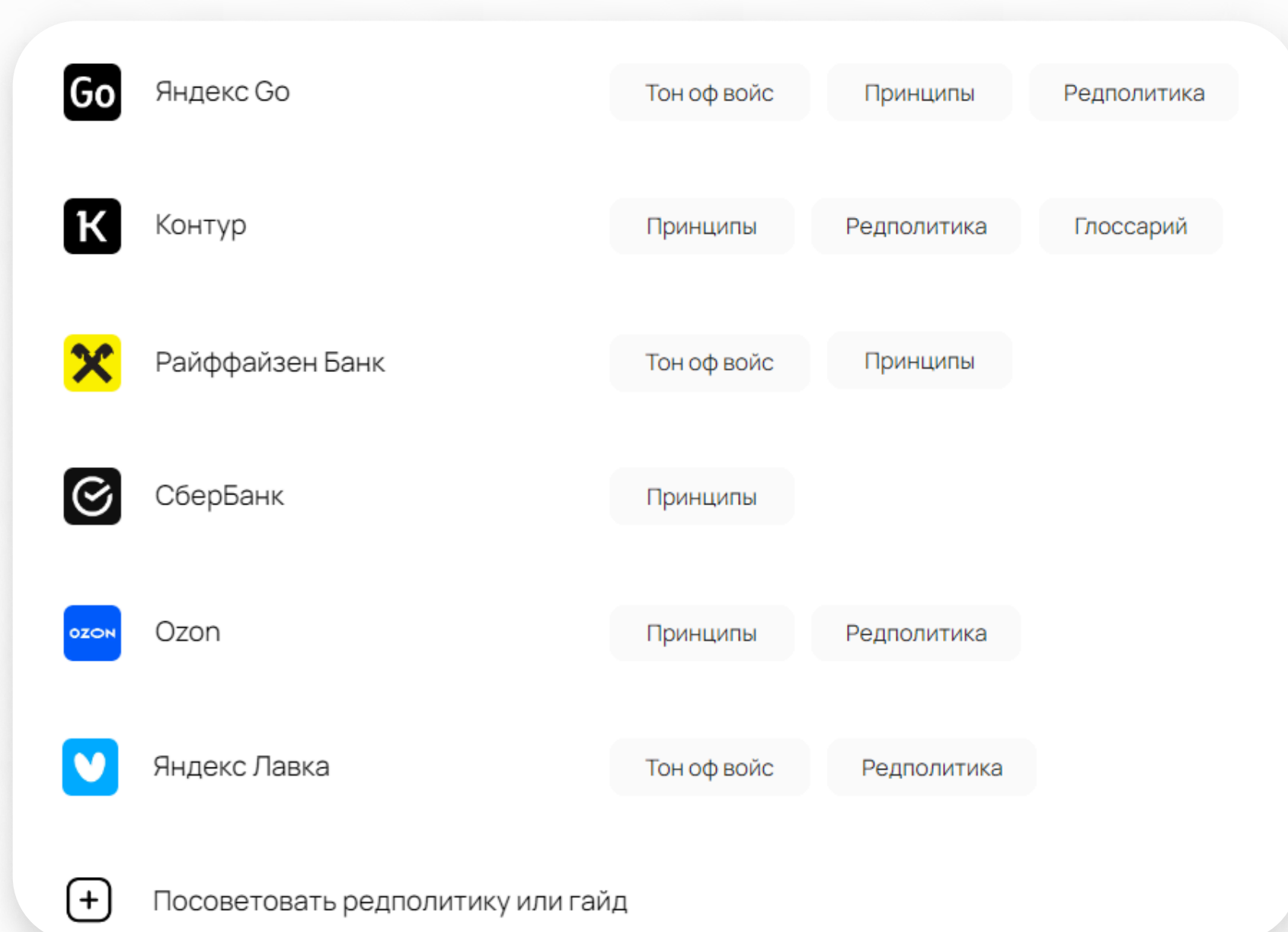
Все по фактам, никакой воды, только нужная инфа

Либа = крутые идеи

Максимально простой сервис, хоть все еще и не имеет должного наполнения. Для простейших задач вам точно хватит, но если речь идет о проработке текстов ошибок в количестве 10+, придется включать голову. А так – пользуйтесь на здоровье, тема огонь



Там же недавно появилась вкладка Редполитики и гайды, где находятся редполитики и гайды, очевидно. Можно поизучать, отметить для себя важное



Я советую начать с редполитики OZON, поскольку она красиво оформлена в фигме и полностью интерактивна, можно провалиться в раздел и увидеть классные кейсы с телефона или компа. Создала ее Кира Калимулина, лид UX-редактуры Озона

Урок №5

- СМС и пуши
- Риски в текстах
- Как писать в контент
- Как писать на лендинги
- О тексте в интерфейсе

СМС и пуши

Компания, агентство, команда маркетологов, не важно, ведь все пишут СМС и пуши по разному в зависимости от ToV и редполитики. Если есть редактор – здорово, он сможет задать тон для коммуникаций и выстроить процесс взаимодействия с юзерами. Если нет, то надо определиться с направлениями:

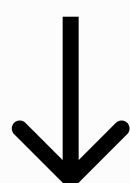
1. Креативные коммуникации
2. Классические коммуникации

В зависимости от тематики вашего продукта, может отличаться и направление

Пример

Сервис автоподбора

К коммуникациям подходим профессионально, без шуток, больше фактов, можно проявить заботу



Ищем боли

Новые китайцы Changan, Haval, Exeed со скидкой до 3% при подборе у нас. А еще кредитование у 90 банков-партнеров под 15% годовых.
Узнать больше: [ссылка](#)

Стендап мероприятия

Люди ожидают смех и эмоции на каждом этапе, но без клоунизма, можно подшучивать и попробовать иронию



Даем предвкушение

Встречайте, великий и ужасный ... впервые в Лужниках!
Обещаем, шуток будет больше, чем людей, которые не знают, что такое "стендап". Покупайте билеты на [ссылка](#)

В обоих случаях ориентируйтесь на свою целевую аудиторию и подстраивайтесь под ее настроение. Важно понимать, что один планируют потратить 3 000 000 рублей, пока другие готовы купить билет подешевле. Возможно, вместо шутки сразу стоит написать "Горящие билеты на ... в Лужниках от 700 рублей. Покупайте на [ссылка](#)". Коротко и ясно

Как писать СМС

Структура всех СМС разная, но я стараюсь идти по простым шагам:

◆ Думаем о самом важном, размещаем это в начале СМС, потому что дальше пользователь может не прочитать. Пытаемся зацепить ЦА

Лига Чемпионов в баре “Британия”.

◆ Даем подробности, какие-то параметры, даты, стоимость, все что нужно для быстрого восприятия и построения планов пользователя

Лига Чемпионов в баре “Британия”. Начало 09.12.2024 в 19:00 по МСК.

◆ Уточняем нюансы, которые могут повлиять не негативный опыт пользователя

Лига Чемпионов в баре “Британия”. Начало 09.12.2024 в 19:00 по МСК. **Бронировать столик лучше заранее, количество мест ограничено.**

◆ Помогаем пройти путь, если пользователь заинтересован в предложении

Лига Чемпионов в баре “Британия”. Начало 09.12.2024 в 19:00 по МСК. Бронировать столик лучше заранее, количество мест ограничено. **Забронировать стол можно на [ссылка](#) или по номеру +7 XXX XXX-XX-XX**

Посмотрите, все ли нюансы вы учли, проверьте написание по редполитике и подачу по ToV, работает ли ссылка и доступен ли номер телефона

Лига Чемпионов в баре “Британия”. Начало 09.12.2024 в 19:00 по МСК. Бронировать столик лучше заранее, количество мест ограничено. **Забронировать стол можно на [ссылка](#) или по номеру +7 XXX XXX-XX-XX**

Все СМС обязательно тестировать перед отправкой. Нет, А/Б-тесты проводить не надо, но на свой номер написанную СМС отправить придется. Прочитайте еще раз, протыкайте на ссылки и попробуйте отправить дозвон на указанный номер

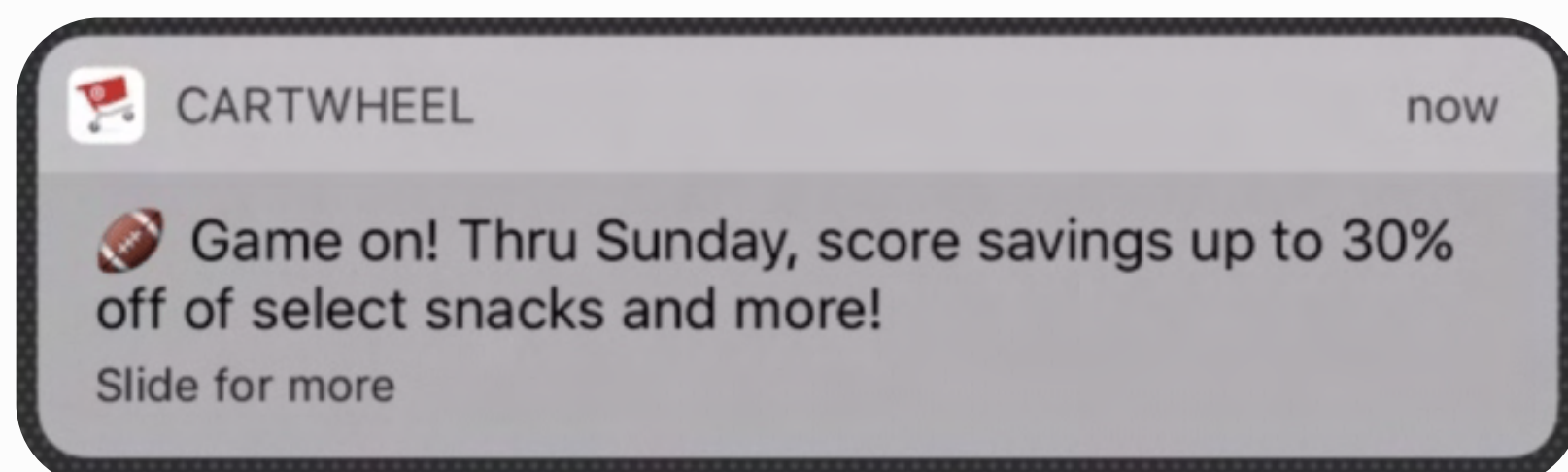
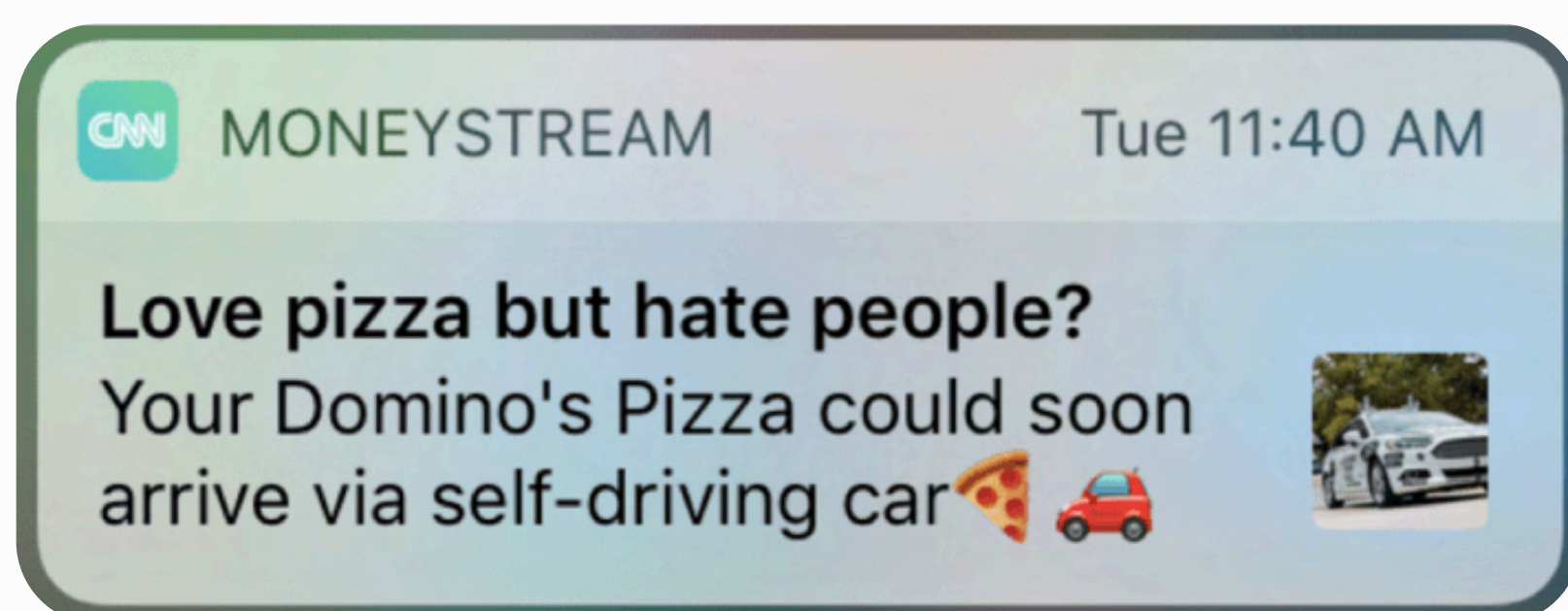
Как писать пуши

Суть та же, что и в СМС, только в пушах больше свободы и есть заголовки. И как раз заголовок должен зацепить, хотя можно и без него. Попробуйте собрать мысли воедино и написать большой текст в одну, максимум две строки – получите пуш

Джокер уже на Кинопоиске 🤪

Смотрите по подписке с любого устройства и не забудьте взять попкорн

Да, здесь можно использовать эмодзи, если они уместны. Это бывает прикольно, особенно в детских и тематических приложениях, чтобы добавить красок, ну и в пушах все эмодзи отображаются корректно, в отличие от СМС. Таким приемом часто пользуются зарубежные компании. Вот примеры с пиццей и игрой на скидки:



Главное – не провоцировать пользователя и не манипулировать, как это делает команда Duolingo. Хотя у них это показывает (или уже нет) хорошие результаты, пользователи не любят грубость, излишнюю решительность и навязчивость

Какие бывают пуши и СМС

Если не углубляться в подробности, то маркетинговые и сервисные

Маркетинговые нацелены на продажи, предполагают какой-то уникальный оффер и последующий переход пользователя. В них можно рассказать про актуальные акции или какую-то новинку, заодно предложить перейти к покупкам

Сервисные помогают ближе взаимодействовать с компанией или продуктом. Например, если речь о подписке, это может быть напоминание о ближайшем списании. К ним же относятся и транзакционные

Эти детали не так важны, если у вас есть какая-то конкретная цель, но они точно понадобятся, если придется самостоятельно создавать и отправлять шаблоны. От этого могут зависеть триггеры отправки и подставляемые в вашей платформе параметры

Риски в текстах

Вообще это зона ответственности PR-отдела, но не в каждой компании он есть, а вы не всегда будете работать в компаниях. Поэтому, чтобы избежать лишних разбирательств в суде, избавиться от недовольных пользователей и осуждающих взглядов руководства, надо знать и думать о всех рисках

Прежде чем написать текст, проверьте:

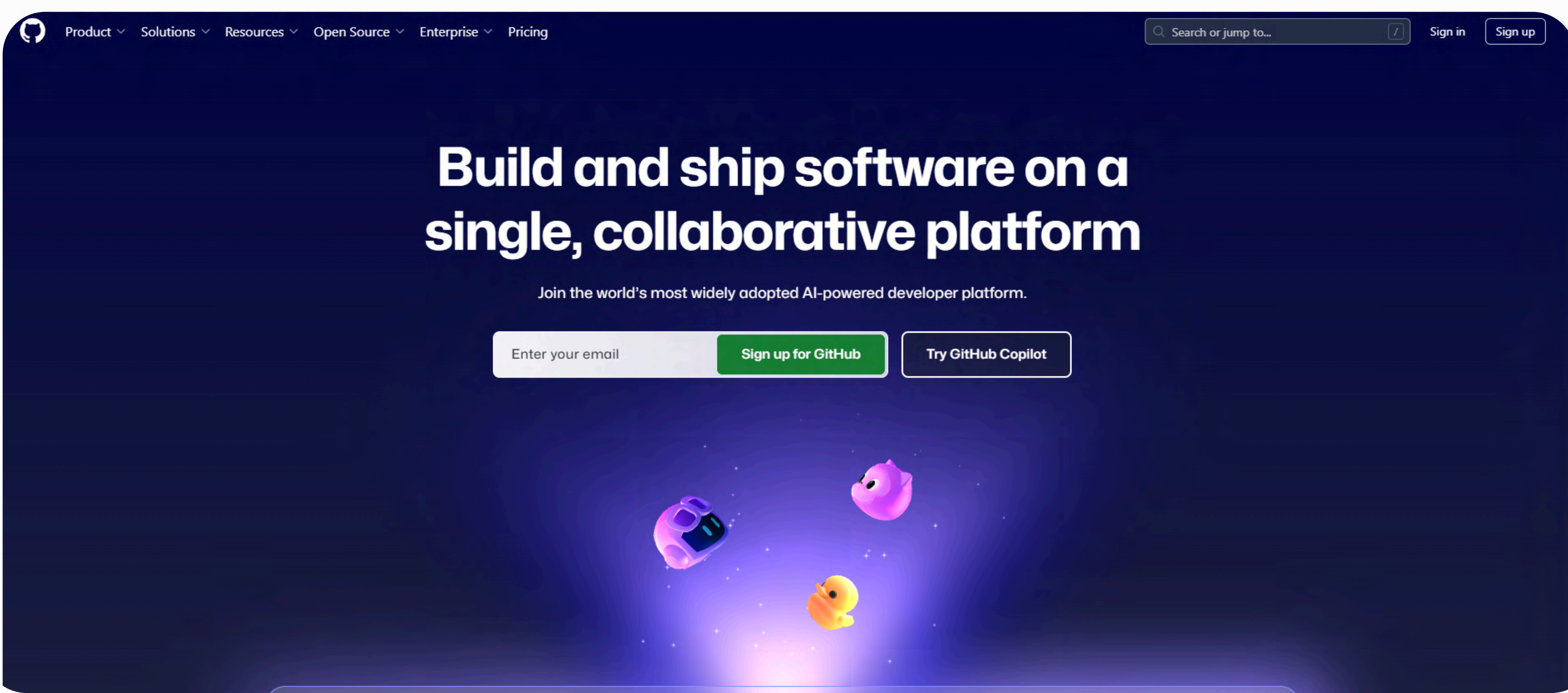
- ◆ Не оскорбляете ли вы церковь, чувства верующих и представителей других религий
- ◆ Не шутите ли вы над заболеваниями, например, при описании эпилепсии в играх с резкими вспышками
- ◆ Насколько вашу тему можно связать с политикой или ситуацией в мире. С этим поможет нахождение в инфополе, о чем я говорил раньше
- ◆ Не высмеиваете или не оскорбляете ли вы другие народы, нации, расы
- ◆ Не упоминаете ли вы иноагентов – информацию всегда можно уточнить в интернете
- ◆ Не идет ли речи о запрещенных товарах, веществах, намеков на наркотики
- ◆ Не считаете ли вы пользователей идиотами, даже завуалированно. Часто встречается в предложениях по типу “Даже дурак справится” и тд
- ◆ Не несет ли ваш текст юридические риски – пишете о том, что товар раздается “бесплатно”, но там скидка 99% или есть дополнительные условия
- ◆ Не несет ли ваш текст имиджевые риски для компании – какие-то неуместные или пошлые шутки, публичные высмеивания, шутовство в социальных сетях и все, что может навредить бренду
- ◆ Не используете ли вы контент, защищенный авторским правом. Это относится и к цитатам, например, из мировой культуры, знаменитостей
- ◆ Нет ли в вашем тексте пропаганды насилия, агрессии, эротики и 18+, нецензурной лексики, разжигающей расовую ненависть информации, анорексии и булимии, суицида, азартных игр и тд
- ◆ Проявления излишних эмоций относительно события, резких высказываний, который могут повлечь за собой последствия

Тексты для лендингов

Начну с того, что сам по себе лендинг – своего рода аномалия. Если воспринимать интернет как большую газету с текстами и картинками, то это одностраничная колонка с важной информацией, возможностью что-то купить или куда-то записаться. Это удобно, это экономит время пользователя и помогает ему быстро найти решение своей проблемы. Именно поэтому лендинги стали феноменом бизнеса, который позволяет в короткие сроки запустить акцию, создать страничку товара, раскрыть тему

Чтобы написать качественный и продающий текст для лендинга, запомните эти слова и фразы: экономия времени, удобство, не более двух кликов. На лендинге важно писать коротко и понятно, а еще лучше – сразу переходить к УТП и продать товар на первом скролле пользователя, иначе потом удержать его внимание будет тяжело. Во многом это зависит от красоты лендинга, но поверьте, продать можно что угодно даже без дизайна, несмотря на предрассудки современных пользователей относительно “качественных” сайтов

Пишите коротко, понятно, вкусно, убирайте лишнее и оставляйте только полезное. Любой текст можно сократить, но не все смогут сделать это правильно и качественно, чтобы пользователь не потерял смысл и не забыл, зачем он пришел на сайт



О тексте в интерфейсе

Когда меня спрашивают про UX, как стать CJ-экспертом, редактором или UX-дизайнером, я почти всегда отвечаю одинаково: нужно перестроить мышление. Работа с UX подразумевает начальную и конечную точку пользователя, и то, как пользователь пройдет этот путь. Это отличает тексты в интерфейсах от, например, текстов на баннерах или в пушах, где есть лишь один клик. В UX надо продумать весь путь, и если этим не занимается CJ-эксперт или UX-дизайнер, то придется брать все в свои руки. Тут же должны активироваться все ваши скиллы: насмотренность, опыт, понимание инфополя и актуальных тем, чтобы сделать путь не только удобным и быстрым, но и приятным и эффективным

Качество и понятность текста зависят не только от ваших знаний русского языка, но и напрямую, пропорционально, да вообще как угодно, именно от вашего опыта. Чем больше вы видели интерфейсов в своей жизни, чем больше заметок оставили и классных идей сохранили, тем лучше вы сможете понимать, что именно нужно пользователю в той сфере, о которой вы пишете. Подмечайте для себя все тексты, которые видите в интернете и приложениях, будь то страничка с автомобилями, сайт Apple или доставка шаурмы. Если бизнес работает, значит его понимают и с него можно брать пример

Трудоустройство

- Первое трудоустройство и зарплаты: как устроиться на работу без опыта
- Фриланс

Первое трудоустройство и зарплаты

Главный критерий любого работодателя – наличие опыта. Да, возможно вам придется быть опытным, даже если вы нигде не работали, это неизбежно, но не стоит отчаиваться, у меня уже есть план:

Соберите все свои работы

Дизайнером, SMM-специалистом, таргетологом, копирайтером, не суть важно, лишь бы сферы были смежные, и используйте их как “опыт на фрилансе”. Да, официального подтверждения вашим словам не будет, но на собеседовании легко узнают, насколько вы были честны. Указывайте только реальный опыт, иначе дальше собеса не уйдете

Создайте небольшое портфолио

Большое портфолио все равно никто смотреть не будет, на это уходит много времени, а вот маленькое, с 4-5 кейсами – самое то. Важно выбрать только лучшее, чтобы произвести впечатление, показать креативность

Определитесь с направлением

Копирайтер – пишет статьи и иногда тексты для сайтов, много денег за свою работу не получит

ЗП от 30 000 ₹ на руки, вилка ~80 000 ₹

UX-редактор – работает с текстами интерфейсов, кнопками, лендингами, сайтами, путями. Профильный специалист

ЗП от 60 000 ₹ на руки, вилка ~300 000 ₹

Продуктовый редактор – работает с контентом, админками, маркетологами, продактами, и на бизнес цели

ЗП от 60 000 ₹ на руки, вилка ~300 000 ₹

Редакторов много, а смысл один – придется много думать и печатать. Просто кто-то больше думает, а кто-то больше печатает. За первое, конечно, платят больше

Опишите свои хард скиллы

Это какой-то софт или платформы, которые помогают в работе.
Как Photoshop у дизайнеров, например

Обязательно укажите опыт работы с Google Docs, Notion и прочими текстовыми редакторами. Figma тоже важна, особенно для UX-редакторов, так что это станет плюсом. Чем больше – тем лучше

В больших компаниях часто требуются знания Jira и Confluence, или смежных платформ

И софт скиллы

Это ваши коммуникативные навыки: умение сохранять хладнокровие в трудных ситуациях, общаться с коллегами, какие-то положительные черты характера

Пример: критическое мышление, многозадачность, умение брать на себя лидерские обязанности, креативность в работе и тд

Не стоит перебарщивать

Хвалить себя любят все, но вы будущий или настоящий редактор в поисках работы, и один из этапов вашего трудоустройства – продажа своего резюме

- ◆ Пишите резюме коротко, не стоит себя хвалить слишком сильно
- ◆ Не стоит лить водицу о своем жизненном пути, как вы сдали ЕГЭ по русскому на 100500 баллов и отлично писали сочинения в школе
- ◆ Указывайте только нужные в профессии хард скиллы, например, редактору важно владеть Figma, Notion, Google Docs (Word), различными сервисами по типу Грамота.ру или Главреда
- ◆ Опишите лучшие кейсы, если они есть, которые попадались вам за время работы на фрилансе: продающие лендинги, СМС, что угодно

За годы в редакции через меня прошло минимум 30 кандидатов, которые “очень хотели у нас работать”, но почти всегда диалог заканчивался после двух минут копания в бесконечном резюме. Ну или после первого проваленного тестового

Про нейросети не забудьте

Редактор без навыков промтинга в наше время – редактор без одной руки. Буквально. Прямо так и пишите в резюме:

“Навыки промтинга в chatGPT, умение использовать текст нейросети для генерации идей, быстрого редактирования текста и в качестве помощника. Опыт работы с нейросетями более X лет”

Современные работодатели требуют современных сотрудников, тут никуда не денешься, а нейросети – отличный генератор идей и помощник редактора. Еще лучше, если у вас есть полноценный стэк из ИИ по генерации картинок, текстов, идей и всего на свете. Главное, уметь этим пользоваться

Идеальное резюме

Кто-то скажет, что такого не существует, но ведь редакторы не просто так появились на свет, правильно? Не забывайте, что на работе вам придется отвечать за текст, а значит от правильного построения предложений, структуры и выделения ключевой информации напрямую зависит, получите вы оффер или нет. Вычитайте свое резюме на очепятки, уберите лишнюю информацию, посоветуйтесь с нейросетью, чтобы ничего не забыть, выкиньте его в мусорку и напишите заново, с учетом того, что вам не понравилось в первой версии. Делайте это, пока не получите лучший результат

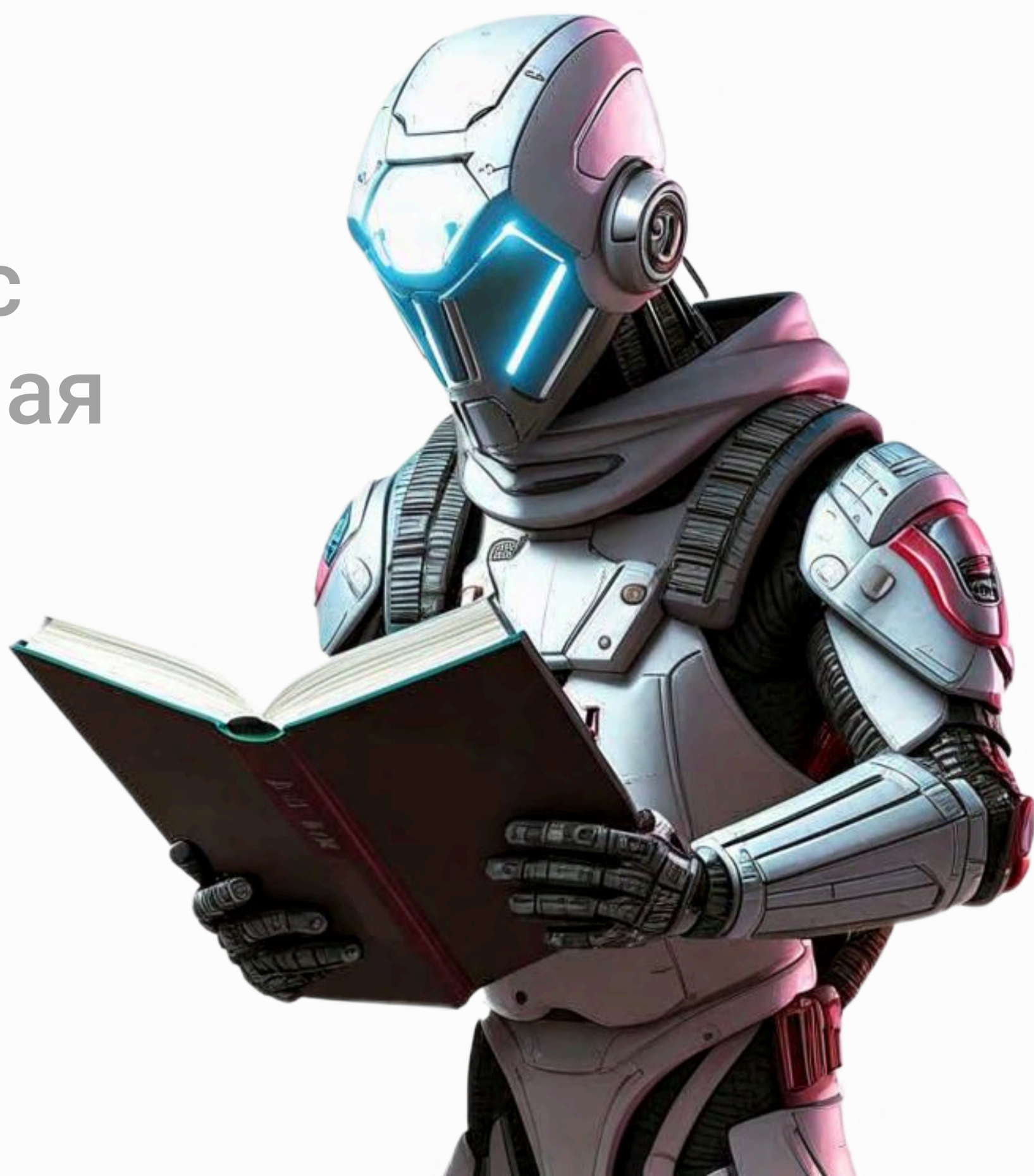
Работа на фрилансе

Вот что я скажу: это отличный план, если у вас совсем нет опыта в редакции или копирайте. А еще после заказов на фрилансе проще найти официальную работу, особенно, если у вас есть годик-полтора опыта. Еще лучше, если это был аутсорс для крупных компаний

Но и на фрилансе есть свои минусы: душные заказчики, которые “знают лучше” и низкая оплата труда. Средний ценник по рынку копирайта – 100р/1000зн без пробела, а значит писать статьи вам придется долго. Но и так вы наберетесь опыта и подтянете свои знания в какой-либо сфере. Еще 5 лет назад я начинал со статей на тему страхования, что открыло мне путь в другие компании

Будьте терпеливее, научитесь исполнительности и дисциплине – эти навыки точно пригодятся во время работы в найме, которая будет значительно проще, особенно на этапе стажировки. Еще лучше, если вы попадете в команду, стартап, в любое место, где вам дадут ментора: впитывайте всю информацию и постоянно учитесь, а когда поймете, что падаван превзошел джедая – отправляйтесь на поиски официальной работы

Да пребудет с
вами нормальная
оплата труда



Мысли о UX

Эпилог

Мысли о UX

Если же чуть отойти от темы уроков и бешеной продуктивности, просто поделиться своими мыслями, то UX — это скорее про опыт, нежели про то, чему можно научиться. Важно знать паттерны поведения пользователей в интернете, постоянно копаться в метриках, изучать зарубежные кейсы и не бояться потратить пару часов в день на исследования. Если ваша компания их проводит, конечно, в противном случае можете найти качественные и количественные UX-исследования в открытом доступе

Когда же пишете текст, важно не задумываться, получится он идеальным или нет, что для этого сделать. Накидайте драфт, обдумайте все, обсудите с продактами и представьте им новую версию. Не понравилось? Послушайте комментарии снова и вперед делать новую версию. На моем опыте некоторые тексты переделывались и утверждались десятки раз, а потом кто-нибудь приходил и спрашивал: “- А вы показывали этот текст PR?”. Приходилось идти к PR и утверждать там, а зачастую это 100500 ужасно душных правок, которые по сути не влияют на риски в большинстве случаев. Но и это был полезный опыт, перестроение мышления и какие-то заметки на будущее. Процессы налаживаются, а вот кто их будет налаживать — совсем другой вопрос

Эпилог

Это был долгий путь, особенно для меня. Возможно, вы прошли этот курс за пару дней, а может изучали его несколько недель. Я же делал его несколько месяцев, скитаясь в поисках дополнения и рассуждая насчет структуры, продумывая каждый урок до мелочей. Если вам чего-то не хватило и хочется узнать еще больше о профессии редактора — подписывайтесь на мой канал в ТГ, где я регулярно публикую советы, разборы реальных кейсов других компаний и делюсь своим опытом и мыслями. Буду рад увидеть каждого. Можете даже передать привет своим родным в комментариях и сказать, что вы знаменитость! Шучу, конечно, в этот раз до нашей следующей встречи



t.me/uxroomka



vk.com/uxroomka

