**БЛАНК ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ**

на подготовку текстов

|  |
| --- |
| **Общая информация:** |
| **URL, для которого пишется текст** (адрес отдельной страницы, раздела или сайта, если страницы нет) **\*:** | «URL» |
| **Тип материала** (для основных страниц, для информационных страниц, для внешних площадок, РЕРАЙТ, другое) **\*:** | Для страницы услуг сайта клининговой компании |
| **Тема статьи** (общее направление) **\*:** | Нужно рассказать про то что компания Таззик оказывает такую услугу, чем эта услуга отличается от других услуг, что в нее входит |
| **Цели и задачи** (продажа; привлечение внимания; информационное наполнение; интересный контент для пользователей; другое – уточнить) **\*:** | Информационное наполнение страницы услуги, привлечение клиентов |
| **Основное ключевое слово** (речь именно про основные – их не может быть много) **\*:** | «Запросы» |
| **Дополнительные слова** (это не ключевики, а просто вспомогательные слова из тематики! Не обязательно употреблять их все, использовать на усмотрение копирайтера. Не обязательно пихать их рядом с основными, текст должен быть естественным,) **\*:** | «ДС» |
| **Интересы**  | - Описание оказываемых услуг- Особенности- Отличие от конкурентовЦеновая политика, где компания оказывает свои услуги, кто является работниками, сроки после заказа. |
| **Избранные Конкуренты (для примера текстов)** | http://www.nastenka.su/http://cldom.ru/ |
| **Число СЛОВ (объем текста)****(min – max)** | 400 – 500 |
| **Дополнительная информация:** |
| **Краткое название организации**(которое может фигурировать в тексте)**:** | http://tazzik.ru/ |
| **Целевая аудитория** (краткая характеристика)**:** | Мужчины и женщины старше 25 лет |
| **Требование по стилю:** | Стиль консультанта |
| **Другие пожелания по тексту:** | 1. В первом предложении должно присутствовать основное ключевое слово (желательно без изменений).
2. Также желательно присутствие любого ключевого запроса из верхней части списка в последнем предложении текста.
3. Нежелательно использовать заведомо «водные», не несущие смысла слова и обороты, напр.: «Всем известно, что…», «Ни для кого не секрет…», и т.д.
4. В тексте должно быть несколько абзацев, не писать сплошной стеной
5. В тексте желательно присутствие форматирования (напр. списков, если потребуется по стилю)
 |

# Памятка копирайтеру

**Текст должен быть таким, чтобы Вы сами в это поверили. Если не поверите сами – не поверят и другие**

**Требования к текстам**

**1)** Ключевые слова (запросы) необходимо употреблять столько раз, сколько указано в ТЗ

**2)** нельзя употреблять слова из ключевиков (запросов) по отдельности, если это прямо не указано в ТЗ. Например, если в ТЗ есть фраза “участки ижс”, и её нужно употребить 2 раза, а отдельных строк «участки» и «ижс» в ТЗ нет, значит слова “участки” и “ижс” по отдельности в тексте встречаться не должны.

**3)** нужно употреблять специализированные слова, относящихся к данной тематике (входят в ТЗ в графе «дополнительные слова»), например для текста “участки ижс” употребляем слова посёлки, загородные дома, и прочие…

**4)** Пользователь, вводящий поисковый запрос, должен получить страницу сайта с текстом, который дает максимально короткий и при этом исчерпывающий (точный) ответ на подразумеваемую в запросе проблему.

**5)** исключить или свести к минимуму наличие:

- вводных слов

- деепричастных и причастных оборотов

- обстоятельств, дополнений и определений с зависимыми словами

- неличных (за исключением притяжательных) местоимений

**6)** Текст должен быть обязательно отформатированным:  использовать абзацы, заголовки, подзаголовки, списки если потребуется.

* абзацы - не более 6 предложений
* предложения - не больше 8-12 слов
* чередовать короткие и длинные предложения

(это не жёсткие требования, могут различаться в зависимости от тематики)

**7)** на выходе желательно получить размеченный текст в текстовом редакторе word с выделенными заголовками, абзацами, списками и переводами строк.

**8)** Соблюдать пунктуацию и орфографию! Тексты проверяйте встроенной проверкой в word. Если сомневаетесь в правильности написания слова, то пишите его в поисковую строку яндекса, он покажет если слово было написано не правильно.

**Текст должен быть по возможности информационным. Проверить текст можно сервисами** [**http://test-the-text.ru/**](http://test-the-text.ru/) **и** [**https://glvrd.ru/**](https://glvrd.ru/) **- они укажут на лишние слова. Но без фанатизма! Информативность и удобство восприятия для пользователя важнее любых сервисов!**

**Копирайтер написал плохой текст:**

"В настоящее время синхрофазотрон является незаменимым устройством для специалистов. Каждый знает, что купить синхрофазатрон в Москве так же просто, как и молоко. Достаточно вбить в Яндекс запросы типа "купить синхрофазотрон" или "приобрести синхрофазотрон"".

**Копирайтер написал хороший текст:**

"Синхрофазотрон - резонансный циклический ускоритель с неизменной в процессе ускорения длинной равновесной орбиты. Чтобы частицы в процессе ускорения оставались на той же орбите, изменяется как ведущее магнитное поле, так и частота ускоряющегося электрического поля".

**Копирайтер написал плохой текст:**

Навесы для автомобилей у частного дома, коттеджа – это не роскошь. Каркасный авто навес гораздо дешевле и быстрее построить на своем участке, по сравнению со строительством капитального гаража. Если у Вас есть такой гараж, то наличие **автомобильного навеса** все равно не помешает. Автонавес обязательно пригодится для стоянки автомобилей Ваших гостей.

**Копирайтер написал хороший текст:**

Навесы для автомобилей устанавливаются быстро и просто. Для установки не требуется фундамент. Навесы крепятся анкерными болтами или штифтами в зависимости от консистенции почвы. Структура может быть модульной или комбинированной. Модули крепятся друг к другу позволяя создать парковку любых размеров. Конструкция опорной рамы позволяет добиться идеальной устойчивости к снеговым и ветровым нагрузкам.

**Слова -вода, которые нельзя употреблять:**

безусловно

всем известно, что

каждый знает

как говорится

трудно переоценить

а сегодняшний день

многочисленное количество факторов

не стоит забывать

Ни для кого не секрет

это не просто

самые важные

обращаясь к нам вы получите

предоставляем всё необходимое

всё самое необходимое

особое внимание

стоит уделить

В наши дни

Ни один

может стать лучшим

подчеркнуть вашу индивидуальность

сможет подчеркнуть

Если вы

что ничто не способно

сможет стать

может стать

не только красива

максимально комфортным

выгодно подчеркнёт

В последнее время

В наши дни

Прошло совсем немного времени с тех пор

пожалуй, только

широчайший ассортимент

по большей части

Несмотря на то

В настоящее время

в большинстве случаев

в каждой квартире

в каждом доме

если раньше

Наряду с отличной

являются несомненными преимуществами

незабываемое чувство

незабываемые ощущения

незабываемые впечатления

В двадцать первом веке

с каждым годом

с каждым днём

предлагает Вашему вниманию

вы можете

вы сможете

если вы

если вы хотите

если хотите

если желаете

...

И прочие словосочетания, не несущие полезной информационной нагрузки

**Исключить из текста шаблонные фразы;**

•    Мы динамично развивающаяся компания

•    Мы работаем на рынке более 10 лет

•    Мы предлагаем качественные услуги по доступным ценам

•    В свете бурного развития современных рыночных тенденций

•    Мы…, мы…, мы…, мы…, у нас…, а еще мы… и т.д.

**Желательно исключить из текста такие слова-**

•    Качество

•    Уникальный

•    Инновационный

•    Нестандартное мышление

•    Ситуационная гибкость

•    Сдвиг парадигмы

•    Лучшие практики

•    Проактивный

•    Высокотехнологичный

•    Технологичный

•    Оперативно (быстро)

•    Непревзойдённый

•    Отличный сервис

•    Мирового класса

•    Революционный

•    Креативный

•    Суперсовременный (и другие «супер»)

•    Критически важный

•    Лидирующий на рынке

•    Отраслевого стандарта

•    Лучший в своём классе

•    Модернизация

Стараться не использовать уточняющие предложения, например, «производимый нами», «которым мы занимаемся» «услуги которые мы предоставляем» и т.д.

**Не использовать в тексте конструкции, которые Вы бы не сказали человеку тет-а-тет.**