

Инструкция по созданию ТЗ на тексты

Введение

1. Цель этой работы - сделать **полное и точное ТЗ**, которое поможет копирайтеру написать текст, который даст **более полный и точный ответ на запрос пользователя**, чем это делают тексты/страницы конкурентов!

2. Полный ответ = это ответить не только на главный вопрос (т. е. фраза запроса сама по себе), а и на все возможные дополнительные и сопутствующие вопросы, логически связанные с запросом пользователя. Для примера, если пользователь искал "канализацию для загородного дома под ключ", то его наверняка интересует не просто то, что вы этим занимаетесь и можете это сделать, а как вы это делаете, сколько стоит, в каких сроках она делается под ключ, какие другие условия работы, какая она бывает, какая лучше, чем лучше то или иное канализационное оборудование, как ее обслуживать дальше и т. д. Поэтому, нужно поставить себя на место пользователя, когда делается ТЗ, а не просто механически выполнять работу по инструкции ниже (т. к. она в первую очередь подразумевает анализ конкурентов, а у конкурентов наверняка не идеальные ответы тоже, а мы хотим сделать лучше).

3. Точный = ответить максимально корректно на самый главный вопрос пользователя. Причем не словами, а по необходимости, фактом. Продолжая пример выше, если пользователь искал "канализация для загородного дома под ключ цена" - то вы можете расписать подробно все, о чем выше говорилось, но если не привели цены в цифрах, то это не будет ответ пользователю, т. к. он прежде всего интересуется ценой, и это он ясно обозначил. То есть, содержание слово "цена" в нужном количестве/параметрах в тексте - само по себе не даст результат!

В работе всегда имейте, пожалуйста, вышесказанное в виду!

Этап 0: "Анализ целевой аудитории"

- Определение и сегментация целевой аудитории;
- Выяснение потребностей и интенгов (!!)

Этап 1: "Анализ поисковой выдачи"

Просматривая выдачу ТОП 5-10, нужно:

- Выявить реальную важность текста в ранжировании - например, если на 2-3 из 5 сайтов в ТОП вообще нет текста, значит текст принципе не так важен. Но сайты должны быть реальными, фактическими конкурентами, это очень важно!
- Определить какой нужен контент: информационная статья или коммерческий текст (хотя в большинстве случаев это выяснено заранее, но не всегда это так однозначно, так что упускать этот момент нельзя).
- Определить "витальность" фраз (т. е. в результате выдачи встречаются "витальные" сайты: агрегаторы, справочники, сервисы типа "вопрос-ответ" или сильные бренды). Витальные фразы не используем.
- Определить тип страницы: страница каталога, рубрики, старница услуги, статья в блоге, главная...

Этап 3: "Определение ТОПовых конкурентов"

С помощью сервисов ниже нужно выбрать старницы сайтов, которые будут анализированы при разработке нашего ТЗ.

<https://arsenkin.ru/tools/check-top/>

<https://ru.megaindex.com/a/textanalysis>

Этап 4: "Структура и содержание текста |страницы"

Анализируя страницы конкурентов, выявляем какая структура текста, как по абзацам распределено содержание текста, о чем написано...

1. Шаблон (о чем текст, структура по абзацам):*

* Ниже - именно шаблон, а не пример - окончательный вид такого списка зависит не от данного шаблона, а от того что есть на страницах в ТОП 10 выдачи по запросу.

- Краткое описание товара/услуги (сама суть, что за товар/услуга, зачем нужно, где используется)
- Предложение купить или заказать товара/услугу
- Чем товар/услуга будет полезным, какую проблему решает/выгоду дает?
- Какие имеет преимущества перед аналогичными товарами?
- Как пользоваться (часть контента подан в виде инструкции "как сделать")?
- Как выбрать, какие основные критерии, на что обратить внимание?
- Преимущества и отличия компании, условия обслуживания (оплаты, доставки, гарантии), и т. п.
- Иное (что можно добавить, чтобы еще больше и лучше раскрыть тему?)
- Иное (что можно добавить, чтобы еще больше и лучше раскрыть тему?)
- Иное (что можно добавить, чтобы еще больше и лучше раскрыть тему?)

Помним: мы должны создать контент, который даст более полный и точный ответ на запрос пользователя, чем это делают тексты/страницы конкурентов! Соответственно, создаем контентную структуру, содержащую все блоки сайтов всех конкурентов из ТОП 5!

Самый важный критерий: Текст дает ПОЛНЫЙ и ТОЧНЫЙ ОТВЕТ на запрос пользователя!

2. Дополнительные преимущества

Думаем (!), как можем усилить ценность, что мы можем добавить контенту, чтобы он выделялся на фоне ТОП-а в выдаче:

1. Полностью ли будет раскрыт вопрос по искомому запросу? (насколько полным и исчерпывающим будет ответ на вопрос, что можно добавить - цены, инструкции, таблицы...)?
2. Насколько быстро человек сможет найти ответ на странице? (не нужно ли будет долго пролистывать страницу, будет ли самая важная информация заметна при беглом просмотре)?
3. Насколько удобно будет подан контент на странице? (не будет ли сливаться текст, не будут ли мешать изображения или другие блоки)?
4. Чего не хватает в статье конкурента?
5. Какая информация требуется для совершения целевого действия?
6. Что нужно добавить, на мой взгляд?
7. Какие заголовки написал бы я, как подал информацию?
8. Как упростить подачу текста и сделать информацию читаемой и доступной?
9. Как подтолкнуть пользователя к прочтению материала?
10. Что пишут на форумах и в соцсетях?

В итоге мы должны получить полную структуру (скелет) будущего текста.

Этап 5: "Ключевые и тематические слова и фразы"

Нужно собрать фразы и слова, которых необходимо использовать в тексте.

1. Фразы из кластера (ключевые слова)

Обычно они уже собраны, есть готовые кластеры. Если нет, см. инструкцию по сбору СЯ.

2. Дополнительные (тематические) фразы и слова: синонимы и дополняющие тематику слова.

- neilpatel.com/ubersuggest/ (предварительно выбрав русский язык)
- lsigraph.com
- coolakov.ru/tools/vmesto_tz
- arsenkin.ru/tools/sp/
- Поискковые подсказки (Яндекса и Google)
- Правая колонка «Яндекс.Вордстат»
- рекомендации Яндекса и Google (блок "вместе с этим ищут" внизу страницы поисковой выдачи)

- наиболее частотные слова (тематические!) у статей конкурентов (в istio.com/rus/text/analyz/)
- Тексты сниппетов в ТОП10
- Проверяем страницы из ТОП 10* в lemmatop.yula-group.ru. Смотрим вкладки "леммы" и "биграммы"
- Фразы, слова и словосочетания из "Параметры эталонных текстов для группы и для запроса" (тоже по отдельности) из SemParser - вкладки «Слова из текстов» > "Начальная форма", и "N-граммы из текстов" > "N-грамма"
- Программой Quintura Search выявляем доп. вспомогательные слова
- Посмотреть UCG площадки (форумы, otzovik.com, irecommend.ru и т.д.), почитать отзывы о товаре/услуге, понять на что пользователи обращают внимание и добавить эти слова в ТЗ. Потому что есть слова, которые машинам непонятны, и они не выдадут нужное количество релевантных тематических слов. Например, есть "рокмелт" или "айсмелт". Программа может и не знать, что это такое... Это антигололедный реагент - соответственно просто "руками" можно добавить такие тематические слова, как зима, гололедица, мороз, скользкие дороги, и т. д., правда?)) Пожалуйста, сделайте это!
- **Просто подумать!** Пожалуйста, сделайте и это тоже!))

Супер важно: нужно собрать как можно больше тематических слов! Именно тематические слова делают текст максимально релевантным. Если у Вас есть кластер, то у Вас автоматически есть ключевые слова. А найти максимальное количество релевантных тематических слов = это самая суть этой задачи!

Важно! Не нужно брать все без исключения полученные в разных анализах и отчетах слова и фразы. Нужны только те, которые имеют реальное отношение к конкретному тексту. Для примера: если на странице не будет отзывов (просто потому что их нет, скажем, у заказчика) – не нужно брать слово «отзывы». Или "своими руками", если не пишем инструкцию типа "как сделать". Аналогично с фото, ценами и т.д.

В итоге мы должны получить список ключевых и дополнительных слов.

Этап 6: "SEO параметры текста"

Проанализировав ТОПовых конкурентов, нужно выявить "идеальные" параметры текста.

**Все анализы проводятся только с содержательной частью страницы/текста, без сквозных блоков! Это важно, обратите пожалуйста внимание!*

1. Обозначить объем текста в символах (не точно, а в диапазоне "от - до"). Объемы можно посмотреть в отчете в СемПарсер, но объем это не главное! Не нужно стремиться к объемам, нужно стремиться к полному и точному ответу!
2. Поставить в ТЗ значение по уникальности текста - фиксированное значение, не менее 90% по адвего.
3. Определить количество уникальных слов (значение "от", ближе к самому высокому значению из всех конкурентов из ТОП 5). проверяем тексты в istio.com/rus/text/analyz/
4. Определить водность текста (в выражении "не более %", ближе к самому низкому значению из всех конкурентов из ТОП 5) - проверяем тексты в istio.com/rus/text/analyz/

Дополнительно для контент менеджера и верстальщика

Этап 7: "Оформление контента на странице сайта"

1. Анализ верстки и оформления контента у конкурентов

Анализируя сайты из ТОП 5-10, выделяем такие особенности текста:

- в тексте используются изображения (сколько в среднем?)
- в тексте присутствует видео
- в тексте присутствует инфографика
- в тексте выделенные блоки с полезной/интересной информацией, призывом к действию и т. п. (например, на другом фоне или в рамке).
- как располагается текст - например разделен на две логические части (текст - каталог - продолжение текста), или полностью ниже каталога, или наоборот, вверху страницы ...

- есть много/мало сквозных блоков (или не "совсем сквозных")
- иное (что?)
- иное (что?)
- иное (что?)

Это важная часть ТЗ, не стоит ею пренебрегать!

СУТЬ! Мы создаем страницу, которая должна быть лучше чем у конкурентов! Соответственно, создаем контентную структуру, содержащую все блоки сайтов всех конкурентов из ТОП 5!

Если оформление страницы подразумевает и требует большее количество элементов/блоков, нужно создать и визуальную структуру страницы в виде макета (<https://wireframe.cc/>), с учетом всего анализа и дать ссылку на нее контент-менеджеру в ТЗ!

2. Усиление страницы

Примеры "усиления" контента страницы:

1. Прайс-лист
2. Блок типа "Почему мы" с выгодами/преимуществами
3. Выделенный инфо-блок с полезной информацией и тезисами
4. Форма обратной связи
5. Инфографика
6. Фотогалерея
7. Содержание статьи и якорное меню
8. Возможность скачать презентацию, прикрепленные файлы и т. п.
9. Видео
10. Инструкция (как пользоваться)
11. Таблицы размеров, сравнения и пр.
12. Возможность самостоятельно рассчитать стоимость (онлайн калькулятор)
13. Руководство к использованию
14. Обзор инструментов / технологий
15. Реализация интерактивных элементов
16. Квизы, опросы, и т.п.
17. Иное (что?)

В итоге, должны получить файл EXCEL по образцу (см. лист "Образец ТЗ")

Пример ТЗ копирайтеру

Текст №1: Название текста для страницы "URL страницы" (коммерческий, продающий текст / информационная статья (или/или))

1. Содержание и структура текста (это коммерческий текст)

- Вводная часть - Представиться + суть коммерческого предложения.
- Описание предложения (чуть более подробное).
- Особенности, характеристики, отличия, преимущества конкретного товара/услуги.
- Выгоды/преимущества для потребителя (часто смешивается с пунктом выше) - но это нужно четко обозначить!
- Преимущества компании и данного предложения.
- Условия работы - как заказать, оплатить, сроки монтажа, пусконаладки, доставки и т. п.
- Иное (что?)
- Иное (что?)
- Завершение - Призыв к действию, форма связи, последнее предложение....

1. Содержание и структура текста (это информационный или информационно- коммерческий текст)

- Вводная часть - Суть водосточных систем, для чего используются (кратко)).
- Из чего состоят водостоки - составные частим
- Критерии выбора хорошей водосточной системым
- Правила расчета водостока - рассмотреть водосточные системы прямоугольного и круглого сечениям
- Правила расчета водостока - рассмотреть водосточные системы прямоугольного и круглого сечения.
- Как мы это делаем - преимущества и выгоды - рассмотреть предложение компании с точки зрения выгоды для клиентам
- Условия работы - как заказать, оплатить, сроки монтажа, пусконаладки, доставки и т. п.
- Иное (что?)
- Иное (что?)
- Завершение.

2. SEO параметры текста

1. Уникальность: 90-95 % по Advego Plagiatius и Text.ru. *

*Проверка текстов на уникальность нужна в том числе и между собой, если тексты однородные.

2. Объем текста = 2700 - 4000 зн. без пробелов.

3. Водность текста = не более 45% по istio.com.

4. Информативность: не менее 7,5 по glvrd.ru.

5. Количество уникальных слов = не менее 220.

6. Слова и словосочетания, которые нужно использовать в тексте.

3. Ключевые фразы/слова

НЕ ВАЖНО, точное или неточное, полное или неполное вхождение ключевых фраз - ВАЖНО использовать по отдельности все слова и/или словосочетания, содержащихся в фразах! (проверка в <http://cabinet.seo-case.com/fraznum.php>).

Главная фраза - инкассаторские автомобили

Ключевые фразы:

для инкассации
машина

бронированные
броневые
инкассаторский
производство
переделка
купить
продажа

Доп. (тематические) слова и словосочетания

авто, Транспортное средство
Броневой
панцирный
защищенный
ремонт и обслуживание
блиндированный
авто для сопровождения
характеристики и требования
для банка
бронирование
надежные
классы защиты
служба инкассации банков
инкассаторы
для защиты экипажа
Для перевозки денег и ценностей
бронированность
специальный, специального назначения
лицензирование, сертификация, регистрация
и т. п.

Чем больше слов, тем лучше (но реально тематических!)

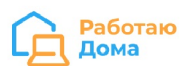
- В ТОП 3 слов по istio.com/rus/text/analyz/ и advego.ru/text/seo/ могут быть только слова из списка ключевых слов/фраз
- В ТОП 10 слов по istio.com/rus/text/analyz/ и advego.ru/text/seo/ могут входить только слова, перечисленные выше.

ПАМЯТКА КОПИРАЙТЕРУ:

<https://docs.google.com/presentation/d/1GqoAOOtCfEJ7AHpJGBL6n78vFXuPTP-f/edit#slide=id.p1>

4. Оформление страницы (информация для контент-менеджера, не для копирайтера!)

- в тексте должно быть 1-2 изображений;
- в тексте присутствует видео (на 2 из 5 сайтов);
- в тексте 2 блока с инфографикой - Наши преимущества и Этапы работы;
- в тексте есть выделенные блоки с полезной/интересной информацией или призывами к действию. Например: 1. Призыв "Получить консультацию" с формой связи, 2. Блок "а Вы знали это?", 3. Выделены контакты фирмы в отдельном блоке внизу страницы), 4. Выделен блок "Акция - скидки 20% до...";
- в конце страницы есть форма обратной связи;
- внизу страницы представлены все услуги компании в виде блока с фотографиями;
- на странице есть сквозной блок "Услуги";
- в конце есть ссылка на страницу где можно заказать услугу/купить товар;
- текст находится выше / ниже каталога;



РаботаюДома.РФ

vk.com/rabotayu.doma

- есть возможность рассчитать стоимость онлайн (онлайн калькулятор) - на 2 из 5 сайтов;
- есть фото сотрудников;
- есть отзывы, рекомендации и логотипы клиентов.

Все вышеприведенное - пример. Любой из этих пунктов может не быть, и много чего еще может быть. Нужно серьезно относиться к оформлению страницы.

Образец сбора ключевых слов

НЕТ

Инкассаторские автомобили

купить инкассаторскую машину
инкассаторский автомобиль купить
автомобили +для инкассации
бронированные автомобили инкассации
броневые автомобили +для инкассации купить
броневые автомобиль инкассаторский купить
бронированные автомобили +для инкассации купить
инкассаторский автомобиль купить
переделка инкассаторского автомобиля
броневые автомобили инкассаторские
продажа инкассаторский автомобиль
производство броневых автомобилей
броневые автомобиль инкассация

ДА

Инкассаторские автомобили

для инкассации
машина
бронированные
броневые автомобиль
инкассаторский
производство
переделка
купить
продажа

Доп. слова

автомобиль, Транспортное средство
Броневые
панцирный
защищенный
ремонт и обслуживание
бронированный
автомобиль для сопровождения
характеристики и требования
для банка
бронирование
надежные
классы защиты
служба инкассации банков
инкассаторы
для защиты экипажа
Для перевозки денег и ценностей
бронированность
специальный, специального назначения
ПТС
учет
ГАИ, МРЕО
Форд, Фольксваген, Мерседес, Рено, Газель,
Ситроен,
лицензирование, сертификация, регистрация
бойница
безопасность
тип ТС
автомобиль спецназначения
переоборудование



[РаботаюДома.РФ](https://www.rabotayudoma.ru)

vk.com/rabotayu.doma

ТО, техническую экспертизу
допуск к эксплуатации

Чек-лист

Выполнить (копирайтеру) / Проверить (редактору)

Соответствует (Да/Нет)

Структура и оформление текста соответствуют ТЗ

- текст разделен на блоки (абзацы);
- в тексте разделен на логические части подзаголовками H2-3;
- в тексте используются маркированные списки;
- в тексте есть выделенные блоки с полезной/интересной информацией;
- иное (что еще есть в ТЗ?).

Содержание и план текста соответствует ТЗ

В тексте есть: 1. "коммерческая"; 2. "продающая".

1. Коммерческая: текст четко и ясно "делает предложение" читателю, описывает характеристики, особенности, преимущества продукта, предложения и компании.

2. Продающая: текст цепляющий, доносить выгоды и пользу которые пользователь получить от использования продукта/товара/услуги.

Содержание текста (по блокам или абзацам) полностью соответствует ТЗ.

Текст полезный, информативный, чему-то научил, что-то выяснил.

Текст целостный, легко воспринимается, с максимумом конкретики.

Нет бесполезных и бессмысленных оборотов (!), банальностей, лишних слов и предложений без смысловой нагрузки.

Будьте предельно строги, оценивайте получаемый материал со стороны посетителя. Статья должна пробуждать интерес к содержанию и убеждать в совершении целевого действия на вашем сайте.

Все SEO параметры соответствуют ТЗ

- Уникальность (в том числе и между собой, если тексты однородные) > 90%
- Объем текста
- Количество уникальных слов
- Водность текста % < 55
- ТОП 3 слова
- ТОП 10 слова
- Информативность: не менее 7,5 по glvrd.ru
- Минимальное количество стоп слов по contentmonster.ru/empty
- Грамотность и полное отсутствие ошибок*

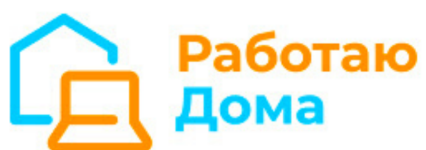
*Проверка в orfogrammka.ru.

- Главная фраза использована один раз в начале текста и в H1

- Слова из ключевых фраз + тем. слова в заголовках H2-3

- Все слова и словосочетания из ТЗ в тексте использованы *

*проверка в <http://cabinet.seo-case.com/login.php?pg=%2Ffraznum.php>



Научим вас
работать
удаленно!

Автор курсов

- ✓ Работаю в Интернете с 2011 года
- ✓ Практикующий специалист в 5 онлайн-профессиях
- ✓ В штате 15 удаленных сотрудников прямо сейчас
- ✓ Автор 8 курсов по фрилансу и онлайн-маркетингу
- ✓ Основал и веду 4 собственных онлайн-проекта
- ✓ Суперопытный заказчик на биржах для фрилансеров
- ✓ Регулярно публикую удаленные вакансии

Ивчевски Игор

Основатель проекта
РаботаюДома.рф

