

13 правил сильного, качественного текста

1. Неизбыточный

Текст должен быть без воды вообще! Каждое слово, предложение и фраза должны иметь смысл и нести пользу. Если слово /фраза /предложение /абзац не представляет ценную информацию или значимый факт - удаляем.

Примеры воды в тексте:

В сегодняшнем мире автомобиль является необходимым средством передвижения. Но ситуация на дорогах не всегда небезопасна, особенно в больших городах аварии случаются довольно часто. Если вы попали в ДТП, вам может понадобиться адвокат по ДТП. - Нет никакой ценной информации, банальные общеизвестные факты. Лучше просто написать: Попали в ДТП? Опытный адвокат поможет - например.

«SEO продвижение - тариф VIP» – высокоточное продвижение вашего сайта, целиком и полностью оправдывающее свое название, ведь его выбирают персоны уважающие себя. Высококвалифицированные специалисты компании проанализируют ваш сайт до мельчайших подробностей и точно найдут проблемы на нем, из-за которых вы теряете клиентов. Наша концепция, наработанная годами, полностью соответствует высоким требованиям сегодняшнего маркетинга. - Слов много, а смысла ноль.

2. Простота изложения (в тексте нет сложных фраз)

Все написано простым и понятным языком. Простыми, а не сложными или длинными речевыми оборотами! У пользователя:

- не должны возникать вопросы “что это”. Если используется профессиональный жаргон (а он иногда необходим, чтобы подчеркнуть экспертность), всегда нужно дополнительно объяснить, “перевести” на простой язык;
- не должна возникнуть необходимость перечитывать еще раз, потому что не понял о чем речь с первого раза (из-за сложного или длинного предложения).

Сложные предложения:

- Он настолько виртуозно парковался задом, что водители стоящих рядом на парковке машин хватались за сердце, когда видели, как он, не сбавляя газ и сделав замкнутую петлю на узком пятачке, на расстоянии 5 сантиметров от соседней машины, занимал парковочное место.

- В работе мы всегда выбираем максимально релевантные URL документы, значение текстовой релевантности которых, рассчитанных по алгоритму BM25, ранжируется поисковыми системами высоко.

Простые предложения:

- Он виртуозно парковался задом. Водители стоящих рядом машин хватались за сердце, наблюдая за его трюками. На узком пятачке он делал петлю, не сбавляя газа, и занимал место в 5 сантиметрах от соседней машины.
- Мы оптимизируем страницы на сайте так, чтобы они лучше отвечали на запрос пользователя и решали его задачу. Это положительно влияет и на оценку сайта поисковой системой и его позиции в поиске.

3. Без стоп-слов и паразитов

(канцеляризмы, вводные, штампы, заумные слова, отглагольные и т.п.)

Стоп-слова и фразы-паразиты исключаются полностью.

Иные слова, не являющиеся важной информацией или фактом, используются исключительно (!) в случае, когда без них теряется читабельность текста (т.е. без него нельзя построить предложение). В любом другом случае - вырезаем безжалостно. Ни одного лишнего слова не должно быть.

Пример использования слов-паразитов: Вдобавок ко всему, выяснилось, что вакансия, на самом деле, была закрыта. Вернее сказать, они уже нашли специалиста.

Это же предложение без слов-паразитов: Выяснилось, что вакансия закрыта - они уже нашли специалиста.

4. Без спама

Ключевые слова и фразы органично вписаны в предложения, согласованы в роде, числе, падеже. Предложения при этом несут смысл.

Неправильно: спецтехника арендовать москва

Правильно: арендовать спецтехнику в Москве

5. Без ошибок и опечаток

В тексте вообще не должно быть каких-либо ошибок: грамматических, орфографических, пунктуационных, стилистических, опечаток. Проверяйте пожалуйста текст. Сервисов много.

6. Текст целостный, развивается логично

Текст развивается логично, последовательно, без перескоков по смыслу. Начинаем с того, что пользователю важнее всего, далее развиваем мысль по убыванию важности.

Например, текст на тему “грузоперевозки по России” будет иметь примерно следующую структуру:

- стоимость: тарифы, от чего зависит, как рассчитать;
- сроки отправки грузов;
- условия и процедура транспортировки, необходимые документы, иные критерии;
- типы перевозимых грузов;
- требования к условиям хранения и перевозки грузов;
- преимущества и особенности именно того типа перевозок, о котором речь в тексте (допустим, железнодорожных);
- о компании перевозчике: реализованные проекты, доп. услуги, преимущества предложения и т.п.;
- контактная информация, как связаться.

Пример нецелостности и непоследовательности: “Мы занимаемся грузоперевозками по России. Транспортные контейнеры бывают разные. Цена перевозок зависит от расстояния и типа транспорта. У нашей компании опыт 10 лет.

В тексте выше несколько различных мыслей пересекаются в одном абзаце. Так нельзя. Одна мысль = один абзац. Развитие сюжета и мыслей - последовательно и логично. Каждое предложение является логическим продолжением предыдущего. Каждый абзац является логическим продолжением предыдущего.

7. В текста используются заголовки и подзаголовки

В тексте соблюдается структура и иерархия, и она отражена заголовками и подзаголовками (H1 - H6). Заголовки четко отражают содержание части текста, которую оглавляют.

В заголовке H1 использована главная ключевая фраза, в остальных заголовках использованы другие ключевые и тематические слова, и отсутствуют лишние обороты (необязательные слова).

В заголовках также доносится выгода для читателя (потенциального клиента).

В конце заголовка точка не ставится (редко допускается знак “?” и “!”).

Плохо: Что надо знать о видах транспорта по России

Хорошо: Виды транспорта по России или Каким транспортом мы перевозим груз

Отлично: 5 видов транспорта, на котором мы бережно перевозим груз по России

Плохо: От мечты к результату: продвинь свой сайт!

Хорошо: SEO оптимизация и продвижение сайта с гарантией результата

Отлично: Продвину ваш сайт в ТОП поиска за 4 месяца с гарантией заявок и звонков!

8. Текст форматирован

Текст разделен на логические части и абзацы.

В тексте используются маркированные / нумерованные списки, таблицы (когда уместно). Есть выделенные блоки с полезной, важной информацией: "Важно!", "Обратите внимание!" и т.п.

На странице используются иллюстрации, видео, иной контент. Обязательно формы связи и призывы к действию.

Соблюдается единый стиль форматирования текстов: знаки пунктуации, списки, заголовки (заголовки разного уровня отличаются между собой, заголовки одного уровня - одинаковые).

9. Содержательность, полезность и информативность текста! (самое важное)

Текст адресован конкретной аудитории (!), написан на ее языке, затрагивает и решает ее проблемы /потребности /намерения /задачи. Текст по-настоящему предлагает читателю выгоду и пользу, помогает ему принять решение, получить по-настоящему необходимую информацию в рамках данного запроса.

ВАЖНО: для этого нужно понимать интенды (намерения) и потребности аудитории, т.е. знать для кого пишется текст.

10. Текст раскрывает тему полностью

Текст должен:

- соответствовать базовым намерениям пользователя.

Например, пользователь искал "перевозки контейнерами по россии цена". Очевидно, его главное намерение или цель - узнать цену. Ответ на этот вопрос в тексте обязательно должен быть: прайс-лист, тарифы, или калькулятор расчета.

- дать расширенный ответ на запрос пользователя.

Это значит, что ему все-таки нужно к основному тезису рассказать вообще про услугу (вряд ли его волнует только цена и ничего больше).

Пример расширенного ответа.

Пользователь ввел в поисковой строке “канализация для загородного дома цена”. Если бы мы исходили только от принципа точного ответа базовому запросу, можно было бы просто написать, что “канализация под ключ” стоит 100 000 руб. и все. Но так не бывает. Логично и очевидно, что у пользователя есть еще вопросы, хоть он их в своем запросе и не задал. Его наверняка интересует какие септики вы будете использовать, в какие сроки сделаете, какие гарантии дадите, что за компания у вас, какой у вас опыт, какие-то дополнительные рекомендации и т.п. Это будет “полный ответ”.

11. Факты и фактчекинг

Нужно использовать конкретные цифры и факты всегда и везде, где это возможно. В тексте должна быть исключительно достоверная информация, а не “взятая с потолка”.

12. Текст не должен быть сухим, скучным

Допускается добавить эмоциональности, подключить читателей к размышлению. Для этого можно использовать следующие фразы: “Согласны?”, “Да ведь?”, “Теперь давайте поговорим о...”.

Хорошим заключением могут стать фразы: “А вы как думаете? Поделитесь мыслями в комментариях”, “Что вы скажете по этому поводу?”.

Нужно “общаться” с читателем. Но не переборщить - не более 2-3 раз на текст. *НО! Всегда отталкивайтесь от темы статьи и сайта, для которого пишете. Далеко не всегда уместны эмоциональные вставки, вопросы. В некоторых тематиках нужен действительно сухой, безэмоциональный текст.

13. Текст оптимизирован

Уникальность текста не менее 90% по Адвего. В тексте использованы все заданные ключевые и тематические слова. Тошнота текста и частотность слов находятся в рамках параметров сайтов из ТОПа.

Помните: сильный текст получается НЕ при написании, а при редактировании.
Редактируйте свои тексты.

Научим вас работать удаленно!

 rabotayudoma.rf

 vk.com/rabotayu.doma

