

Копірайтинг: приклади текстів та розбір помилок. Що таке копірайтинг, хто такий копірайтер і скільки він заробляє (для новачків)

Раніше людям здавалося, що в інтернеті заробити гроші практично неможливо. У користувачів інтернету насилу вкладалося в голову те, що працювати і отримувати оплату за свою працю можна, не виходячи з дому. Але часи змінюються і зараз практично кожен користувач мережі хоч раз, але пробував щось заробити в інтернеті. Для когось це стало поодиноким спробою, а хтось перетворив це на джерело основного доходу.

Зараз все більшій популярності набирає такий вид заробітку, як копірайтинг. Він представляє роботу, пов'язану із написанням унікальних авторських текстів.

Плюси та мінуси бізнесу

Плюси копірайтингу

Такий вид діяльності, як копірайтинг, доступний майже кожній людині, яка знайома з правилами російської мови. Основним набором якостей копірайтера є грамотність, креативність та бажання писати свої тексти. Якщо у школі з викладами та творами були проблеми, то все-таки краще не братися за цю справу, а вибрати щось інше. Копірайтер має бути гуманітарієм.

Вагомим плюсом для копірайтерів є те, що вони можуть самостійно встановлювати свій робочий тиждень з необхідною кількістю робочих та вихідних днів. При цьому тут ховається невелика загвоздка, адже необхідно боротися зі своєю власною лінню. Тому такий вид заняття потребує обов'язкової наявності самодисципліни та організованості. Завдяки цим якостям можна почати працювати (і заробляти непогані гроші), а не просиджувати свій час, просто бовтаючись у мережі і попиваючи каву.

Ще один безперечний плюс — це можливість самореалізації. Копірайтер — це, перш за все, творча та креативна людина. Автор має не просто писати статті, а робити їх по-справжньому творчими та корисними для людей. Це дозволяє значно підвищити самооцінку та дати вихід творчим здібностям.

Мінуси копірайтингу

Мінусом є те, що новачкам у цій справі буває дуже важко. По-перше, це оплата. Вона може бути до непристойності низькою, через що новачок насправді заробляє копійки. За перший місяць у працівника-початківця сума доходу може становити від 300 до 1000 рублів. Якщо ж новачок-копірайтер працюватиме щодня з більш-менш щільним навантаженням (навіть беручи замовлення за мінімальними розцінками), його дохід на місяць може становити від 3000 до 5000 рублів. Найчастіше постійний і стабільний дохід утворюється з приходом досвіду та постійних замовників.

Для цього необхідно працювати якнайбільше і плідніше, щоб зарекомендувати себе. Копірайтер, що більш-менш відбувся, може отримувати від 10 до 20 тисяч на місяць.

Ще один мінус полягає в тому, що новачкові складніше отримати замовлення. Замовники віддають перевагу тим виконавцям, які мають необхідну кваліфікацію, більший рейтинг і, звичайно ж, портфоліо. Наявність робіт є невід'ємною частиною автора, оскільки під час перегляду замовник може оцінити рівень майстерності працівника. Завдяки цьому портфоліо можна навіть на початковому етапі знайти певне коло замовників, забезпечивши себе стабільним прибутком.

Перспективи

Копірайтинг — це не лише додатковий заробіток, а й великий досвід. Зараз в інтернеті створюється багато сайтів різних фірм. Для кожного з них важливо мати власний контент-менеджер, який наповнюватиме сайт авторськими текстами.

Професійний копірайтер може заробляти гроші не лише на біржах контенту, а й на власних сайтах.

Основи копірайтингу

Як було сказано вище, копірайтинг потребує певних знань та навичок. Знання російської мови має бути на пристойному рівні, оскільки тексти з великою кількістю помилок можуть спричинити не лише погану репутацію, але й відсутність доходу.

Отримати детальну інформацію про основу цієї сфери діяльності та навчитися писати тексти можна, переглянувши це відео:

Яким чином заробити гроші на статтях

Кожному успішному сайту потрібні авторські унікальні статті у великому обсязі. Якщо веб-майстер стежить за сайтом, своєчасно додаючи унікальну та актуальну інформацію, його сайт буде популярним, приносячи власнику стабільний дохід.

Виходячи з цього можна зробити висновок: якщо на сайті відсутні нові унікальні статті, то відсутні і відвідувачі. У кожного веб-майстра є десятки сайтів, які щодня потребують великої кількості свіжих статей, за які власники сайтів готові платити гроші.

Де копірайтер може запропонувати свої статті

Для купівлі та продажу авторських статей в інтернеті є спеціальні біржі. Як правило, більшість бірж працюють переважно із замовниками, які формують замовлення на певну тему та відправляють його в головну стрічку. У цій стрічці виконавці залишають заявки на виконання роботи. Потім замовник обирає виконавця, який відповідає усім вимогам.

Інші біржі, навпаки, працюють переважно із продажем готових статей. Деякі біржі можуть поєднувати роботу із замовленнями та продаж статей.

Його різновиди
Копірайтинг

Копірайтинг – це написання свого власного авторського тексту на тему. Причому писати статтю потрібно з нуля. Це стосується підготовки інформації для тексту, форматування та викладення її власними думками. З першого погляду здається, що копірайтинг оцінюється значно вищим, ніж, наприклад, рерайтинг.

Якщо бути чесним, різниця в ціні між копірайтингом та рерайтингом не така вже й велика. Висока оплата за роботу насамперед залежить від професіоналізму та досвіду автора.

Рерайтинг

Рерайтинг – це переписування вихідного тексту своїми словами, яке оцінюється трохи дешевше за звичайний копірайтинг. Іноді рерайтеру не потрібно шукати матеріал для статті, оскільки замовники надають посилання на вихідний текст, з яким необхідно працювати.

Якщо справа стосується глибокого рерайтингу, то виконавцю необхідно самостійно шукати інформацію, використовуючи кілька джерел і вигадувати унікальний заголовок. Така робота має оцінюватись вище, ніж звичайний рерайт. Деякі замовники не загострюють на цьому увагу та оцінюють глибокий рерайт за ціною звичайного.

SEO-копірайтинг

SEO-копірайтинг - написання тексту з додаванням ключових пошукових запитів. Зазвичай у тексті ключові фрази виділені жирним чи кольоровим шрифтом.

Такий тип роботи вимагає від автора вміння чітко простежувати кількість ключових слів у статті. Виконавцю необхідно правильно розташовувати ключові фрази у тексті, враховуючи при цьому граматичну складову. Тому, перш ніж брати замовлення з позначкою «SEO-копірайтинг», необхідно бути впевненим у тому, що текст вийде читабельним (оскільки іноді зустрічаються складні ключові фрази, як, наприклад, «лазня гостьовий будинок проект»).

Як почати працювати, що для цього потрібно

Для початку необхідно вибрати біржу контенту та зареєструватися на ній.

Далі слід вибрати тему або теми, в яких копірайтер добре розуміється і може писати якісні статті.

Потім потрібно підібрати кілька статей для портфоліо. Портфоліо – це особа автора, яка звертатиме на себе увагу потенційних замовників.

Після його підготовки можна розпочинати написання статей. Для початку рекомендується брати не дуже об'ємні замовлення, вибираючи невеликі, обсяг яких становить у середньому від 1500 до 3000 знаків. Для новачка вартість таких замовлень може бути від 5-10 рублів за 1000 символів. Як тільки рейтинг трохи підніметься, можна починати брати дорожчі замовлення з розцінками від 25 рублів за 1000 знаків. Найголовніше – добре зарекомендувати себе.

За бажанням можна писати статті на продаж. На самому початку роботи ціни можна поставити від 10 до 15 рублів за 1000 знаків, трохи пізніше - від 25-30 рублів.

Популярні біржі
Advego

Advego з'явилася на ринку в березні 2008 року, успішно посівши своє місце у рейтингу найпопулярніших бірж контенту. Специфіка роботи біржі полягає в просуванні та описі товарів та послуг, коментуванні на форумах та соціальних мережах, створення SEO-текстів та багато іншого.

У стрічці замовлень можна знайти велику кількість доступних і простих робіт. Замовлення, які мають великі розцінки, переважно йдуть за білими списками, тому виконавцю-початківцю доведеться докласти великих зусиль, щоб довести свою майстерність.

Біржа розробила свою програму перевірки унікальності тексту «Advego Plagiatus».
TextSale

На сьогоднішній день є найстарішою біржею контенту, а також лідером серед сайтів із продажу статей. Перевага біржі полягає в тому, що автори можуть продати статті за адекватними та гідними цінами. На біржі діє система рейтингу авторів.

ETXT

Ще один майданчик для виконавців та замовників. Початківцям зарекомендувати себе тут набагато простіше, ніж на інших біржах. У стрічці можна знайти замовлення, спрямовані спеціально на виконавців-початківців. Біржа відома найнижчими розцінками.

На біржі передбачено чат, де можна поставити запитання модераторам або поспілкуватися з користувачами. Репутація виконавців та замовників визначається відгуками, рейтингом, білими та чорними списками, а також наявністю рівня кваліфікації (зірочками). Найдорожчі замовлення орієнтовані на виконавців із високим рейтингом та великим досвідом роботи.

Так само, як і Advego, ETXT розробили свою програму перевірки унікальності тексту «Etxt антиплагіат». Виведення коштів із сайту здійснюється протягом 5 робочих днів, терміновий висновок відбувається протягом доби.

Скільки на цьому можна заробити?

Середня ціна копірайтингу за 1000 знаків коливається на наступному рівні:

Рерайтинг - 15-20 рублів за 1000 знаків;
Копірайтинг - 30-60 рублів за 1000 знаків;
SEO-копірайтинг - 70-100 рублів за 1000 знаків;
Статті на продаж - 25-30 рублів за 1000 знаків.

Копірайтинг - це вид діяльності, який може стати не тільки додатковим, але й основним видом доходу при правильному підході до справи.

33 хв. читання

Оновлено: 18/03/2019

У цій статті розберемо хто такий копірайтер і що являє собою робота копірайтером. З'ясуємо, що таке копірайтинг, які види існують (рерайт, seo-копірайт, Ісі-копірайтинг) і чим вони відрізняються. Розкажемо історії та відгуки реальних копірайтерів, які заробляють на цьому гідні гроші. Підкажемо як стати

копірайтером і де шукати вакансії цієї спеціальності. Також дамо поради, які допоможуть вам швидко стартувати у професії та вийти на стабільний, високий дохід.

Привіт, друзі! Я з гордістю називаю себе копірайтером, бо для мене це робота мрії. Робота, яка дозволила мені переїхати з холодної півночі на море, бути самому собі господарем, ні від кого не залежати, гідно заробляти, творчо розвиватися. професію, поділюся хитрощами та тонкощами роботи, які допоможуть вам швидше стартувати на цій ниві та почати заробляти гідні гроші.

У цій статті вам зустрінуться наступні терміни та поняття:

Контент- те, із чого складається стаття в інтернеті: текст, картинки, відео, аудіо, графіки тощо.

Біржа контенту- спеціальний сайт-посередник, на якому зустрічаються Замовники та Виконавці. Замовникам потрібен контент, а Виконавці за певні розцінки готові надати цей контент.

Вебмайстер- творець та власник сайту. На біржах контенту постає як замовник статей.

Унікальність тексту(Рідкість, неповторність, винятковість, єдиність) - параметр за яким визначається наявність або відсутність дублікатів тексту в інтернеті. Вимірюється у відсотковому співвідношенні. Якщо написаний текст не зустрічається в інтернеті, його унікальність становить 100%. Якщо текст складався на основі наявних матеріалів в інтернеті, тобто копіювався з інших джерел, його унікальність буде 0%, 30%, 60% залежно від того, скільки контенту було скопійовано.

Копірайтер – хто це такий і що він займається?

Щоб розібратися з тим, хто такий Копірайтер і чим він займається, потрібно зробити невеликий екскурс в історію, тому що той сенс, що спочатку був закладений у слово Копірайтинг у нашій країні, зараз має інше значення.

Копірайтер – слово не російське і прийшло до нас із Заходу (англ. copy – рукопис, текстовий матеріал + write – писати). Там копірайтерами називають людей, які створюють рекламні, політичні та презентаційні тексти, комерційні пропозиції, сценарії для реклами, слогани та заклики. Основне завдання таких текстів – переконувати та продавати.

Копірайтер на Заході – це людина, яка вміє продавати товари, послуги, ідеї за допомогою тексту.

Одним із родоначальників копірайтингу називають Джона Кейплза, популярність якому приніс рекламний буклет, який розповсюджується поштою в 1927 році. У цьому листі він «продав» послуги музичної школи та починав його зі слів:

Вони сміялися, коли я сів за піаніно. АЛЕ КОЛИ Я ПОЧАЛ ГРАТИ!..

Сам текст починається з історії про вечірку тих пір, коли ще не було діджеїв, магнітофонів, оглушувальних колонок, нічних клубів і люди бавили вечори на таких ось посиденьках, як на картинці зверху.

Один із учасників вечірки на ім'я Джек зміг підкорити публіку своєю шедевральною грою на піаніно, хоча починалося все не дуже вдало для нього. Присутні жодного разу не бачили раніше, щоб він сідав за музичний інструмент. Вони хихикали за його спиною, підночували і чекали, коли цей нещасний зганьбиться. Але все змінилося, варто йому торкнутися клавіш піаніно.

Герой зміг підкорити публіку своїм виконанням. Всі кинулися вітати його і стали випитувати, де він зміг навчитися так незрівнянно грати. На що він розповів присутнім про "Американську музичну школу", яка займається прискореним дистанційним навчанням гри на піаніно, де кожен охочий зможе освоїти інструмент та нотну грамоту лише за кілька місяців.

Склавши цікаву, захоплюючу дух історію, Джон Кейплз зміг органічно вписати туди рекламодавця та його послуги. У тих, хто прочитав це послання, виникало непереборне бажання освоїти гру на піаніно, щоб стати королем вечірок. .

А ось кілька прикладів копірайтингу часів СРСР. Так-так, у нас на той час теж уже існували копірайтери, щоправда, називали їх якось інакше. Натисніть, щоб збільшити зображення.

А ось «шедеври» сучасних копірайтерів:

Тих копірайтерів, що я описав вище, зараз прийнято називати рекламниками та маркетологами, а приклад Джона Кейплза зараз би назвали «продавцем».

У Рунеті термін копірайтинг має неоднозначне поняття. Є ще роботодавці та прихильники старої школи, які мають на увазі під копірайтерами авторів, які пишуть рекламні та продають тексти. Таких, навіскидку, відсотків 10% не більше. У своїх вакансіях вони зазвичай уточнюють, що їм потрібен копірайтинг, що «продає». До речі, якщо ви захочете повніше зануритися в тему копірайтингу, що продає, то рекомендую вивчити книги Джона Кейплза, Джозефа Шугермана, Девіда Огілві, Роберта Чалдіні, Дена Кеннеді - це класики продає тексту, автори справжніх шедеврів.

Відео: ТОП 5 книг з копірайтингу

В інших випадках у Рунеті під копірайтерами на увазі авторів, які будуть писати тексти для сайтів. У тексти для сайтів входить:

Інформаційні статті для веб-сайтів, блогів, порталів. Те, що ви читаете зараз якраз приклад інформаційної статті. Інформаційна стаття відповідає на запитання та/або розважає читача.

Опис товарів для інтернет-магазинів.

Тексти для соціальних мереж. Аналог інформаційної статті лише у стислому форматі.

Коментарі на форумах та в блогах, по-іншому постінг.

Сучасну інтерпретацію копірайтинг отримав завдяки Біржам контенту. Це спеціальні сайти-сервіси, посередники між копірайтерами та власниками сайтів. На них зустрічаються замовники та виконавці. Біржа, крім зводницької функції, також виконує роль арбітра, судді у випадках, якщо між авторами та замовниками виникають спірні ситуації. Докладніше про Біржі контенту поговоримо нижче.

Чому Біржі вкоренили у Рунеті інше розуміння копірайтингу? Все просто. Їм потрібно було розділити тексти на різні типи, щоб між авторами та замовниками не було плутанини.

Так, крім копірайтингу, з'явилися такі поняття, як переклад з іноземних мов, LSI-копірайтинг, постінг. Всі ці поняття ми обов'язково розберемо трохи пізніше, а поки давайте визначимось, що далі за текстом статті, згадуючи термін копірайтинг і розбираючи роботу копірайтера, ми відштовхуватимемося від сучасного поняття цього терміну, нав'язаного нам біржами контенту. Чому? Тому що 90% усієї роботи пов'язаної з текстами зараз перебуває саме на біржах контенту. А якщо ви хочете освоїти роботу копірайтера, то вам потрібно приймати правила та спілкуватися мовою того майданчика, на якому ви хочете виступати як гравець.

Робота копірайтера, в сучасному розумінні, дуже подібна до роботи журналіста. Проте стаття, що пишеться для газети та стаття, що пишеться для інформаційного сайту - різняться.

Що спільного?

Тема статті. І в газеті, і в якомусь блозі може бути написана стаття на якусь конкретну тему, наприклад, Як недорого зробити ремонт у квартирі.

Висвітлення події. Наприклад, вибори президента. В обох випадках це приблизно однакова стаття.

Вирішення проблеми читача. Стаття для газети або онлайн-журналу може бути написана з конкретною метою – вирішити якусь проблему читача, наприклад, опис нової дієти, поради та рекомендації щодо догляду за собою, кулінарні рецепти для новорічного столу тощо.

План статті. Як правило, стаття для газети та будь-якого сайту пишеться за класичними канонами: Вступ – Основна частина статті – Висновок.

Тепер пройдемося по відмінностям.

Розмір статті. Газета обмежена розмірами та тиражем, тому статті для них пишуться певним обсягом. А сайт подібних обмежень не має. Тому стаття за обсягом може бути цілою газетою.

Зміст статті. Якщо не йдеться про політичні матеріали, то стаття для газети заточується під читача. Тобто, вона має бути цікавою і корисною йому, інакше наступного разу читач не купить цю газету чи журнал. Стаття для сайту заточується під пошукову систему (Яндекс або Google) і потім під читача. Так пишуть 95% сайтів. Ще відсотки 4% намагаються знайти золоту середину, щоб сподобатися і пошуковим системам та читачам. Ми відносимо наш сайт до цієї категорії. І 1% сайтів, що залишилися, пишуть виключно для читача, без прив'язки до пошукових систем. Йдеться про великі, серйозні видання, такі як Forbes, Відомості або Комерсант. По суті, це самі газети, але зустрічаються сайти і без друкованих видань.

Помилки та пунктуація. До сайтів пред'являються менші вимоги, тому помилки зустрічаються на порядок частіше.

Збір інформації. Це пункт можна було віднести і до подібностей, тому що найчастіше збір інформації для статті приблизно схожий на газету, що на сайті. Необхідно вивчити наявні матеріали, опитати експертів, пережити якийсь досвід, щоб на його основі написати статтю. Але тут я хотів би акцентувати увагу на помилках, які можуть завдати шкоди. Це яскраво простежується у сайтах медичної тематики, де статті пишуть далеко не завжди компетентні лікарі та фахівці. Поради з таких неперевіраних статей можуть завдати реальної шкоди здоров'ю. Авторитетна газета ніколи не дозволить собі публікувати неперевірену інформацію, а ось на сайтах це часто.

Освіта. Якщо авторитетне видання без профільної освіти потрапити нереально, то двері у світ копірайтингу відкриті сьогодні для будь-якої людини, навіть для тих, хто пише з помилками і з російської мови в школі була трійка.

Це не повний список подібностей та відмінностей, але цього переліку достатньо, щоб показати вам різницю роботи копірайтера та журналіста.

Давайте закріпимо матеріал наступним формулюванням копірайтингу та копірайтера:

Копірайтер- це спеціаліст, який займається збором та обробкою інформації для подальшої публікації на різних сайтах за певну винагороду.

Копірайтінг- це діяльність, пов'язана з підготовкою та подальшою публікацією інформаційних матеріалів в інтернеті, в якій беруть участь замовник та виконавець.