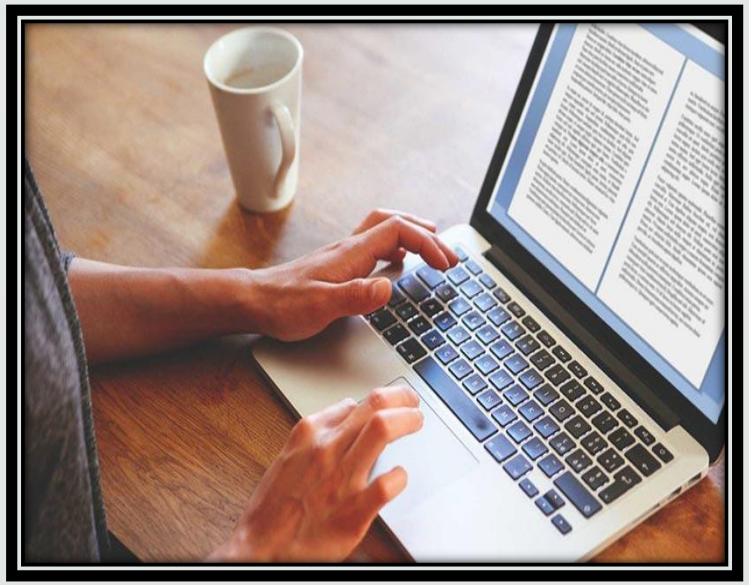
Презентация

Тема: Копирайтинг и социальная журналистика

7oom.ru



Два самых популярных вопроса от тех, кто только входит в нишу заработка на текстах: «Что такое — копирайтинг?» и «Кто такой копирайтер?». Давайте разберем по-порядку и максимально простыми словами для начинающих. ***Копирайтинг — это*** решение задач (чаще коммерческих) с помощью текста. Основная цель копирайтинга — зарабатывать деньги, продавая товары, услуги или идеи через текст или получать какой-нибудь другой полезный эффект.

7oom.ru



Копирайтинг есть процесс написания текстов – не музыки, не имиджа рынка или компании. Копирайтер не принимает решений, не анализирует рынок, не является ни в коей мере журналистом или филологом, не разрабатывает комплекс мероприятий по продвижению, не является маркетологом. Не исключено, конечно, что человек любой из перечисленных профессий может являться и копирайтером также, либо заниматься всеми перечисленными видами деятельности. Однако понятие копирайтинг включает лишь процесс написания функционального текста. Следует заметить, что текст должен быть оригинальным – анализ и синтез материалов нескольких статей, рерайтинг, переработка одной статьи в другую в идеале копирайтингом не являются.

7oom.ru



Копирайтер – это человек, который занимается написанием текстов и статей для последующей продажи. Начать работать копирайтером можно в любой момент времени, но для этого необходимо обладать определенными качествами, без которых работа копирайтером не принесет ничего, кроме проблем.

7oom.ru



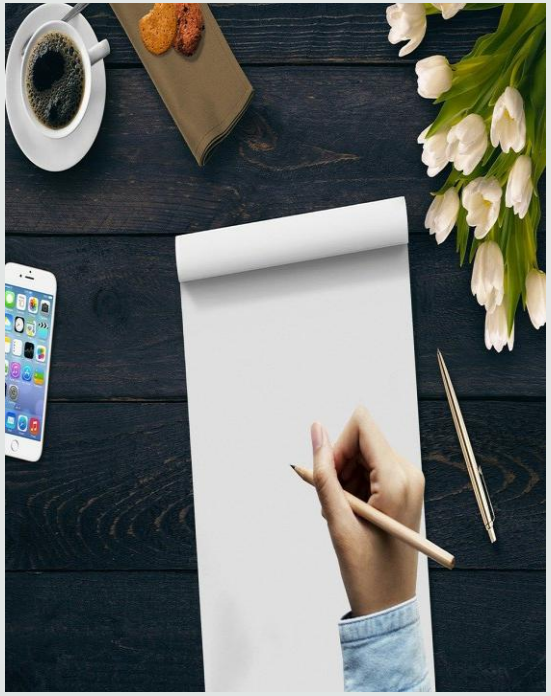
Первый и один из самых важных критериев как копирайтера-новичка, так и профессионала – это грамотность. Все тексты, которые вы публикуете, должны быть несколько раз проверены на наличие грубых орфографических и пунктуационных ошибок. В идеале ошибок не должно быть вообще, так как это поможет вам улучшить качество продаваемых текстов.

7oom.ru



Ваши статьи должны быть интересны читателям. Если вы пишете художественные рассказы, или какие-нибудь свои размышления, то здесь очень важно, чтобы читателю было интересно читать ваше творчество. Что касается определенных тем, которые вы оптимизируете под поисковые запросы, то они должны максимально освещать выбранную вами тему.

7oom.ru



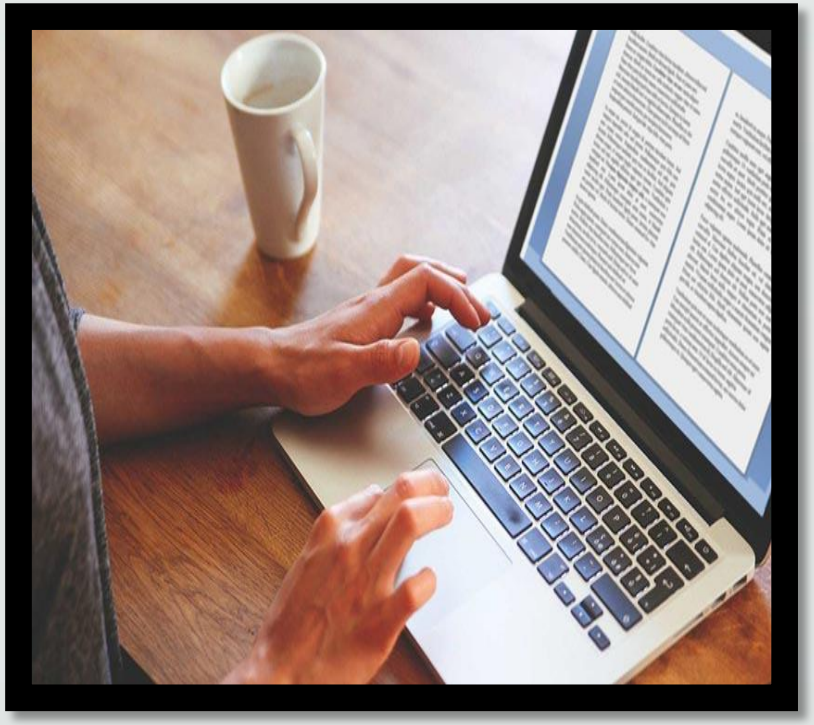
Для того чтобы зарабатывать нормальные деньги на написании статей, вам придется писать их очень часто. Отсюда можно сделать вывод, что для копирайтера необходимо наличие свободного времени. И чем больше, тем лучше.
Начинающему копирайтеру необходимо иметь хорошую фантазию, а также разбираться во многих аспектах человеческой жизни, чтобы писать красиво и уверенно. Также будет неплохо, если перед тем, как написать статью на определенную тему, копирайтер хорошенько изучит эту тему, чтобы не брать информацию «с потолка».

7oom.ru



При работе копирайтером нелишним будет большой запас терпения, так как вам придется часто общаться с заказчиками, которые бывают не всегда вежливы и компетентны. Кроме того, понадобится хорошая усидчивость, так как вам придется много времени проводить за работой.

7oom.ru



Какие задачи ставят копирайтерам в штате:

Написание текстов под разные цели.
Работа с инфографикой.
Внесение текстов на сайт.
Перевод зарубежных текстов.
Участие в создании видеороликов.
Создание презентаций.
Сбор материалов — опросы клиентов, интервью, фотографии.
Составление и корректировка контент-плана.
Корректирование текста.
Структурирование текста.
Написание заголовков и сочинение слоганов.

7oom.ru



Знания и навыки копирайтера:
Знание основ верстки и принципов интернет-маркетинга.
Знание основ HTML, CSS;
Знание английского языка на уровне pre-intermediate и выше.
Админки сайтов (wordpress, joomla, UMI и прочие для размещения статей на сайтах). Изредка требуется высшее образование в филологии, журналистике или маркетинге.

7oom.ru



Копирайтеру могут поручить разные по уровню сложности виды работ, связанные с текстами.

Постинг — написание постов на форумах, комментариев в онлайн-блогах и в других интернет-ресурсах. Иногда попадаются задания, где в комментарий нужно вставить ссылку на указанный заказчиком ресурс.

Перевод текстов с зарубежных сайтов и статей. На биржах попадаются задания на перевод и с других языков: немецкий, испанский, французский, наиболее часто — с английского языка.

Рерайтинг — переработка имеющегося текста без изменения его содержания и структуры. По факту, это переписывание чужих материалов своим языком. Основное требование рерайтинга – уникальность текста.





Копирайтер должен уметь думать, обобщать, анализировать, видеть перспективу, делать прогнозы, находить объяснение чужим и собственным поступкам. Копирайтеру нужно быть отчасти и психологом, и философом – в целом «мыслителем». Если он будет писать банальности, то его тексты не будут читать. Помогут такие качества:

7oom.ru





Любознательность. Чем шире эрудиция автора, тем больше людей он заинтересует.

Умение анализировать данные. Сначала автор изучает вопрос по теме, читает книги и статьи конкурентов. На этом этапе важно понять какая информация действительно ценна и полезна для читателей, а какая – лишняя.

Оригинальность мышления. Если при проверке выясняется, что уникальность текста низкая, то за работу не заплатят.

Усидчивость. Копирайтинг — работа монотонная и однообразная, и зачастую темы не всегда интересны для исполнителя. Написание текста занимает много времени, иногда может пройти несколько часов, пока специалист поймет, что именно нужно написать и в какой форме.

7oom.ru



Есть две стратегии развития в профессии копирайтера:
Берите много простых и быстрых заказов на бирже. Каждый такой заказ займет немного времени, но сразу принесет деньги.
Пишите в СМИ и участвуйте в крупных проектах. На них может уйти больше времени, но зато вы прокачаете различные навыки и заработаете себе имя.
Первая — позволяет быстро получить первые деньги, вторая — получить развитие, навыки и потенциально — достойный доход.

Можно создать профессиональный блог, рассказ о своих проектах, ведение соцсетей, общение со специалистами в своей сфере.

7oom.ru



В университетах нет факультета копирайтинга, но существует журналистика, реклама и филология, где отчасти учат работать со словом. Наиболее близкая к профессии специальность — реклама и PR. В рамках этой специализации изучается сам предмет рекламы, ее виды и свойства, технологии создания рекламы и оценки ее эффективности.

Обучиться копирайтингу можно самостоятельно: почитать книги, посетить тренинги, посмотреть видеоуроки. Они дадут представление о будущей профессии, о требованиях, сложностях и вероятных проблемах.

7oom.ru



Штатные должности копирайтеров встречаются в интернет-агентствах, веб-студиях, СМИ, учебных заведениях и других компаниях.
Копирайтер требуется везде, где есть потребность в хороших статьях:
электронные СМИ: популярных газет, журналов;
новостные проекты, которым ежедневно нужны горячие новости;
сайты, которым для создания текстов требуется копирайтер, пишущий профессионально.

7oom.ru

Социальная журналистика



Журналисту без социальных сетей – как без рук. К хорошему привыкаешь быстро – это правило вполне можно назвать непреложным. Социальные сети относительно недавно вошли в нашу жизнь, но уже сегодня практически невозможно представить себе полноценную работу журналиста без их использования. Особенно в наш век онлайн-СМИ, когда оперативность работы выходит на первое место.

7oom.ru





1. Журналист может делиться своим контентом в социальных сетях. Половина пользователей Facebook и Twitter признались, что постоянно читают новости в своих лентах. При этом 78% пользователей не ищет целенаправленно новости в Facebook, но практически каждый пользователь время от времени делится в своей ленте какой-нибудь статьей, новостью, фотографией или видео. То есть для журналистов это оказывается очень удобный способ, позволяющий приобщить к своему творчеству больше людей.

7oom.ru



2. Чем больше журналист пользуется социальными сетями, тем выше его погруженность в события.

Статистика, собранная Cision, показывает: в 2015 году по всему миру каждый день социальные сети используют 67% журналистов. Это на 29% больше, чем было в 2012 году. За это же время количество же журналистов, которые вообще не пользуются соцсетями, сократилось вдвое: с 12% до 6%.

А теперь самая важная цифра этой статьи: 50% опрошенных журналистов признались, что не смогли бы сегодня работать без использования социальных сетей. Самыми активными в этом смысле оказались австралийские журналисты: из них 60% говорят, что не представляют свою профессиональную жизнь без социальных сетей.

7oom.ru



Обилие информации в соцсетях неожиданно улучшило репутацию СМИ. Вдруг оказалось, что журналисты — профессионалы, что они следуют этическим стандартам и предоставляют проверенную, объективную информацию. Никогда прежде журналисты не наделялись такими прекрасными эпитетами. Двадцать лет назад эти характеристики, применяемые к СМИ, вызвали бы усмешку.

7oom.ru





Но все это так или иначе приводит к тому, что журналисты уже сейчас ищут более эффективные социальные инструменты. Рискну предположить, что для большинства альтернативой станет переход от сетей «общего пользования» (Facebook, «ВКонтакте») к более узкоспециализированным социальным проектам. Дело в том, что наиболее интересные для журналистов персоны – например, высококвалифицированные эксперты, – все больше «разбегаются» как раз по все более популярным специализированным соцсетям (www.expinet.ru, zakon.ru, «Богема», Yelp.com). Понятно, что заинтересованные журналисты отправятся туда вслед за своими экспертами.

7oom.ru



Спасибо за внимание!!!

7oom.ru