

Платная редакция

Заказчик предоставляет готовый текст, мы редактируем. По итогу работы и по договоренности с заказчиком мы можем разместить этот текст у себя на сайте, если он не попадает в категорию рекламных.

Требования к тексту:

1. Это должна быть законченная статья, размещенная в Google Документе. Заголовок анонсирует тему материала, каждый подзаголовок — отдельные вопросы, которые будут раскрыты в статье.
2. Объем — 4-12 страниц Google Документа, максимум — 14 страниц вместе с иллюстрациями. Шрифт Arial, 11.
3. Тема материала должна быть посвящена digital-повестке: рекламным инструментам, аналитике, автоматизации работы специалиста по рекламе, внутренним процессам в агентствах, нейросетям, продвижению на маркетплейсах, развитию интернет-магазинов, менеджменту в digital и пр.
4. Срок выполнения задачи — 2 недели вместе с отработкой правок. После получения текста редактор правит материал в течение трех рабочих дней. Срок отработки правок редактора на стороне заказчика — до трех рабочих дней. Всего доступно максимум три итерации правок на стороне редакции: первичная редакция, доработка текста по информации от заказчика, финальная вычитка материала.
5. Материал должен быть достоверным и экспертным: написан специалистом в обозначенной области для других специалистов, в тексте не должно быть фактических ошибок и недостоверных данных.

Например, если статья про передачу офлайн-данных в Метрику, авторами должны быть аналитики, которые объяснят, почему передавать такие данные важно и какие могут возникать ошибки, если этого не делать, а также специалисты, которые настраивали такую передачу данных и могут показать этот процесс по шагам.

Как проходит процесс:

1. Редакция получает материал, в течение 2-3 дней вычитывает его, предлагает правки и возвращает материал на доработку заказчику. Какие это могут быть правки:
 - a. структурные — мы можем переструктурировать материал, часть текста оформить списками/таблицами/схемами, поменять блоки местами, разбить главу на несколько, объединить отдельные пункты в одну главу и т. д.;
 - b. логические — мы можем обратить внимание на несоответствие вывода целям, заявленным в начале статьи, на нарушение причинно-следственных связей, слабую аргументацию и т. д. В этом случае мы зададим уточняющие вопросы и сделаем текст более логичным;
 - c. стилистические — мы можем изменить введение/заключение, усилить отдельные слова/смыслы и придать тексту тот ToV, который был утвержден на встрече — экспертный/дружелюбный и т. д.
 - d. орфографические, пунктуационные, грамматические — разумеется.
2. Заказчик в течение 2-3 дней обрабатывает правки, отвечает на уточняющие вопросы редакции и возвращает материал.

3. Редакция в течение 2-3 дней делает финальную редактуру, доводит текст до идеального состояния, согласовывает итоговый вариант с заказчиком и передает ему готовый текст.

Такой формат работы предполагает, что редакция остается всегда в рамках текста, который прислал заказчик — ей не нужно использовать дополнительные источники информации, презентации, таблицы и видео, которые прислал заказчик, а также опрашивать его сотрудников. Вся необходимая для статьи информация уже есть в статье, которую прислал заказчик — редакция работает только с этой информацией.

Упоминания в статьях и интеграции

Тип 1. Добавление ссылки на соцсети автора материала в конце статьи

Автор присылает ссылку на свою соцсеть и короткий призыв с ключевыми УТП. Мы упаковываем это в выноски в конце статьи с призывом подписаться на канал/блог автора.

Автор на своей стороне маркирует такую рекламу: формирует токен, передает его редакции, а затем отчитывается о рекламе в ОРД.

В одной статье может быть только один оффер с предложением подписаться на канал.

Тип 2. Добавление инструментов в обзорные, уже опубликованные статьи

Заказчик предоставляет готовый текст об инструменте, обзор которого хочет добавить в статью, мы редактируем его и адаптируем под формат материала, публикуем.

В рамках этой услуги размещаем только обзоры, которые не требуют маркировки: органично встраиваются в текст наравне с другими инструментами, дополнительно в тексте не выделяются и не продвигаются.

Такой формат работы предполагает, что редакция остается всегда в рамках текста, который прислал заказчик — ей не нужно использовать дополнительные источники информации, презентации, таблицы и видео, которые прислал заказчик, а также опрашивать его сотрудников. Вся необходимая для статьи информация уже есть в статье, которую прислал заказчик — редакция работает только с этой информацией.