# **Техническое задание для копирайтера**

**Задача:**

[Какой текст нужен — информационный или рекламный, о чем, какую основную идею нужно отразить]

## Общая информация:

* **Целевая аудитория:** [пол, возраст, профессии, предпочтения, интересы, боли ваших клиентов в 2-3 предложениях]
* **Где будет размещена статья**: [конкретный URL-адрес, аккаунты в соцсетях, ссылка на сайт]
* **Цель текста:** [например, подтвердить экспертность, дать ценность, продать товар или услугу. Укажите, к какому целевому действию нужно подтолкнуть читателя: подписка, регистрация, покупка и т. д.]
* **Объем:** [ориентировочный размер статьи по количеству символов или слов]

## Содержание и стиль:

* **Стиль:** [Разговорный, официально-деловой, научный, публицистический. Отметьте, уместно ли использовать сленг, профессионализмы, жаргон, юмор]
* **Структура и форматирование:** текст должен быть разбит на абзацы длиной 300-500 символов, содержать подзаголовки. Желательно (но не обязательно) использовать маркированные и нумерованные списки, цитаты.
* **План статьи** (не является окончательным руководством — можно менять подзаголовки, порядок изложения, добавлять новые блоки):

[Список тем и вопросов, которые нужно раскрыть в тексте, логические блоки и подзаголовки]

* **Ключевые слова**. В тексте необходимо использовать слова из таблицы ниже. Слова можно склонять, объединять, разбавлять, менять число. Содержательность и читабельность важнее, чем включение абсолютно всех слов.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Ключевые слова** | **Леммы** | **Подсветки** | **Слова, задающие тематику** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

*Леммы* – уникальные слова из списка ключевых фраз. Чем выше число в скобках, тем приоритетнее фраза. Каждое слово из первого столбца нужно употребить в тексте как минимум 1 раз.

**Обратите внимание: приведенные в таблице цифры — не точное количество вхождений, а ориентир, показывающий, насколько то или иное слово приоритетнее по сравнению с другими.**

*Подсветки и слова, задающие тематику*. Дополнительная семантика, которую желательно, но не обязательно использовать в тексте. Если нет возможности вставить слово без ущерба для содержательности и качества контента, его не стоит употреблять.

## Технические требования:

* **Уникальность:** 100% по [text.ru](https://text.ru).
* **Заспамленность:** <45%.
* **Водность:** <15%.
* **Оценка по** [**https://glvrd.ru/**](https://glvrd.ru/) — не меньше 7,5 баллов.
* **Оценка по сервису** [**https://turgenev.ashmanov.com/**](https://turgenev.ashmanov.com/)— не выше 5 баллов (без красных фраз и баллов в разделах «Повторы и запросы».
* **Академическая тошнота по Адвего** — не выше 6-7%.

## Дополнительно:

1. Подобрать изображения.

[Укажите, сколько картинок нужно и откуда нужно их брать (с сайта компании/бесплатных стоков и т. д.]

1. Придумать атрибуты alt и title для каждой картинки (минимум 3-4 слова в каждом, но не более 90 символов)

[Alt — альтернативное описание картинки, которое отображается на странице, если изображение по каким-то причинам не загрузилось. Title — текстовая подсказка, которая появляется при наведении курсора мыши на картинку]

1. Написать мета-теги title (55-70 символов) и description (150-180 символов). Указать перед текстом.

[Title и description— заголовок и краткое содержание статьи для поисковых систем. Отображаются в сниппетах поисковой выдачи].