

Базовые требования к текстам

1. Тексты необходимо сдавать в формате Google Docs ([создаем так](#)).
2. Перед каждым текстом необходимо указывать заголовок или url-адрес страницы, для которой он написан. Все тексты требуется нумеровать.
3. Абзацы должны быть **не более** 500 символов без пробелов.
4. Размер предложения **не более** 250 символов.
5. Уникальность каждого текста **90-95%** по сервису [Адвего Plagiatius](#).
6. Для каждого текста необходимо прикрепить скриншот с результатами проверки. Например [скрин Адвего](#).
7. Тексты должны быть уникальны между собой.
8. **Не нужно** самостоятельно писать основной заголовок текста H1, если в техническом задании к тексту не указано противоположное.
9. Прописать как **минимум два** подзаголовка H2. Заголовки должны отвечать основным тезисам текста (не дублируя их в качестве подзаголовков) и тематике сайта, содержать ключевые слова, отличаться между собой и от названия статьи (H1).
10. Все заголовки должны быть прописаны в документе в формате заголовков: **H1 = Заголовок 1, H2 = Заголовок 2, H3 = Заголовок 3** и т.д. ([скриншот](#)).
11. Текст **не** должен содержать грамматические и пунктуационные ошибки.
12. Все тексты должны быть легко читаемым и простым для понимания. Отсутствие тавтологии — используем синонимы и тематическую лексику.
13. В каждом тексте необходимо использовать **минимум один** маркированный ([скрин](#)) или нумерованный ([скрин](#)) список. Если описывается порядок действий, можно использовать нумерованный список. Если до или после списка идет подзаголовок, они должны разделяться минимум 1 предложением.
14. Допускается увеличить или уменьшить объем текста **не более чем на 200 символов**.
15. Для каждого текста нужно указать количество символов, а в конце задания указать полный объем написанного контента **без учета** пробелов, если в задании к самому тексту не указано обратное. **Пример** — тексты для Outreach, где объем контента строго ограничен. Заголовок H1 не учитывается при подсчете количества символов (объема текста).
16. Необходимо проверять тексты на стилистические проблемы и наличие “воды” через сервис <https://turgenev.ashmanov.com/> и <https://glvrd.ru/>. Устранить максимально возможное количество [замечаний сервиса](#) по стилистике и пустым словам. Оценка не более 5 на <https://turgenev.ashmanov.com/>. На сервисе <https://glvrd.ru/>. Оценка не менее 7.5.

Требования к употреблению ключевых слов

1. **Все** ключевые слова обязательны к использованию!
2. Процент вхождения ключевых слов — **не более 3%** (проверяем [здесь](#)).

3. Для каждого текста необходимо прикрепить скриншот с показателями проверки спамности следующего вида: [скриншот](#).
4. Каждое ключевое слово необходимо использовать в количестве **не менее 2 вхождений**.

Детальная информация представлена в [руководстве для копирайтеров](#).

В тексте не должны использоваться:

- **Точные вхождения ключевиков** (словосочетания, используемые для продвижения сайта в неизменной форме (например: купить окна в Киеве недорого, окна недорого в Москве) – их употребление не только вредит читабельности текста, но и негативно сказывается на ранжировании поисковыми системами).
- **Вода** (бесполезные, очевидные, неинтересные, шаблонные фразы и выражения, скучные элементы текста).
- **Вводные слова** (например, проще говоря, конечно, разумеется, итак, тем не менее, возможно, скорее всего, наверное и т. д.) – только в крайних, действительно необходимых случаях.
- **Клише, избитые фразы** («команда опытных профессионалов», », «приятные цены, которые удивят/порадуют/осчастливят каждого покупателя» и тому подобное).
- **Чрезмерно длинные предложения** – длинные мысли делим на короткие, понятные и последовательные предложения.
- **Сложночитаемые конструкции из ключевиков** (Купить товар, вы можете в магазине Магазин, по низким ценам без переплат.)

Техническое задание по внутренним ссылкам

1. Все ссылки обязательно должны использоваться в тексте.
2. Ссылку необходимо вставлять в текст в виде гиперссылки (клавиши “Ctrl + k”). То есть в виде кликабельного анкера (например: [Inweb](#)). Анкор ссылки (текст ссылки) - любое релевантное слово или словосочетание по отношению к странице на которую стоит ссылка.
3. Ссылка должна размещаться в верхней части статьи (1-2 абзац).
4. Если в техническом задании указано несколько внутренних ссылок, их необходимо разместить равномерно по тексту. **Запрещается** внедрять все ссылки в одно предложение или абзац.
5. Ссылка должна выглядеть естественно и органично вписываться в текст.