

Редактор в TYPICAL&WANNABE: создавать материалы, статьи, гайды

Привет, это Ира Ильяхова.

Сейчас я строю редакцию в образовательных проектах TYPICAL&WANNABE. Мне нужен редактор для написания статей в корпоративные медиа проекта. Начинать работу надо уже сейчас.

Давайте сначала подробнее расскажу про проект, потом — про работу и кого ищу.

Образование для руководителей, продакт-менеджеров и дизайнеров

[TYPICAL](#) — образовательная платформа для руководителей. Обучаем руководителей, топ-менеджеров, предпринимателей эффективно управлять командой, чтобы они достигали целей бизнеса. Мы делаем интенсив для руководителей, проводим корпоративное обучение, помогаем руководителям решать их управленческие задачи. Это проект Валерии Розовой.

Мы делаем много контента:

— [Есть «База знаний» со статьями](#), которые помогают руководителям расти и решать проблемы.

— Проводим сложные исследования. Например, [исследование по OKR](#), [исследование корпоративной культуры](#).

— Проводим онлайн-мероприятия, которые помогают руководителям погружаться в базовые компетенции и делать свою работу эффективнее. Публикуем [анонсы в телеграм-канале](#).

— Помогаем компаниям сделать их работу еще более нацеленной на результат и [пишем об этом кейсы](#).

[WANNABE](#) — образование, которое помогает проектировать, запускать и продвигать цифровые продукты. Здесь два направления:

1. Курс для менеджеров продукта от Валерии Розовой: работа с продуктом от проработки стратегии до запуска.
2. Курс для дизайнеров от Миши Розова, основателя студии Pinkman: системные знания для работы с продуктовыми страницами и интерфейсами.

Здесь тоже делаем много контента:

— «Библиотека» с глубокими и насыщенными статьями по работе с продуктом. Например, [«Зачем нужна юнит-экономика и как подойти к ее разработке»](#);

— [канал «Продуктовая культура»](#).

Наши образовательные продукты строятся на большом количестве обратной связи, практике, нетворкинге и получении реального результата от учебы.

Например, на интенсиве для руководителей участники сначала составляют свой персональный план развития, а потом планомерно с помощью заданий и решения кейсов прорабатывают каждую компетенцию, которая нужна для эффективной работы и управления командами. Это примерно одна десятая плана развития, просто для примера:

АА Компетенция	Категория	Оценка	Объяснение оценки	Развитие	Приоритет	Период
Разработка миссии и видения компании	Верхнеуровневые УК	2	<p>Что ок:</p> <ul style="list-style-type: none">— иногда встречаю и читаю миссии других компаний— у меня есть образ того, для чего работает мой отдел и как мы должны работать, и я доношу это до команды (но я не называла это миссией и видением) <p>Не ок:</p> <ul style="list-style-type: none">— четко не понимаю, чем миссия отличается от видения, в голове абстракция— поверхностное понимание вопроса: всегда считала, что это для больших компаний и что это что-то про какие-то идеальные идеальности (и вообще зачем?)— не знаю миссию и видение компании, где сейчас веду проект (а они там вообще есть? сформулированы? — надо узнать)— не понимаю, как правильно формулировать и транслировать миссию и видение, как они должны быть связаны с целями команды	<p>Теория:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Изучить разницу между миссией и видением + прочитать https://www.wannabelike.ru/library/product-strategy-guide2. Понять, как должны быть связаны миссия и видение с целями — прочитать 3-5 практических кейсов про это. Что-то вроде такого: https://www.it-agency.ru/academy/ita-values/ <p>Практика:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Начать собирать базу знаний миссий и видения разных компаний с заметками о том, на чем они делают акцент.2. Узнать миссию и видение Посифлоры — есть ли они, как прописаны, рассказать руководителю, зачем это нужно и вместе с ним прописать.3. Сформулировать миссию и видение своей редакции — то, что сейчас транслирую своей команде, но что никак не прописано. Пусть это пока будет коряво и на колёнке, но будет. Потом можно улучшать.	Low	Новогодние 2024
Разработка стратегии компании/направления	Верхнеуровневые УК	3	<p>Что ок:</p> <ul style="list-style-type: none">— формулирую стратегию работы с контентом компании на определенный период— перестраиваю стратегию, когда меняются вводные, чтобы она была актуальна тому, что делает и к чему стремится компания— анализирую конкурентов, продукт, кадры, конкурентные преимущества, использую это для формирования стратегии— довожу стратегию до команды <p>Что не ок:</p> <ul style="list-style-type: none">— у меня нет глубоких знаний, какие бывают стратегии, скорее я просто формулирую, как	<p>Теория:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Прочитать раздел про стратегии: https://www.wannabelike.ru/strategy2. Найти материалы в зарубежном и российском интернете (3–5), которые объясняют разные виды стратегий.3. Найти примеры стратегий разных компаний и изучить, понять, на чем они фокусируются, как это описывают, как это складывается с миссией и видением (и складывается ли)4. Изучить 3–5 материалов о том, как внедряют стратегию.5. Прочитать книгу https://www.amazon.com/Growth-Handbook-brought-you-Intercom-ebook/dp/B07F91MYWC	Medium	Q4

На каждое задание участники получают индивидуальную обратную связь от преподавателя, практикующего руководителя. У них есть возможность поработать с каждым заданием в несколько итераций.

Участники делают задания применительно к своим проектам:

— после интенсива для руководителей участники уходят с проработанными стратегией, декомпозицией целей, оргструктурой и другими инструментами для управления;

— если говорить про направление продакт-менеджмента и дизайна, там идет глубокая работа по каждой компетенции, а в конце участники уходят с рабочими портфолио, групповыми проектами или запущенными продуктами.

[Групповой проект: Как спроектировать A/B-тест и получить от него пользу для бизнеса](#)

Отзыв: [«Не просто фитнес-трекер: как я спроектировала недушное приложение с заботой о пользователе»](#)

Нужен редактор в корпоративные медиа: регулярно выпускать материалы

Я уже упомянула, что есть два корпоративных медиа:

— [Библиотека](#) — для продуктовых команд: продуктов и дизайнеров

— [База знаний](#) — для руководителей с разным опытом.

Для достижения целей нужно, чтобы статьи выходили регулярно, в разных форматах: шортриды — короткие статьи, с ответом на один вопрос; лонгриды и SEO-статьи; разборы кейсов; истории выпускников; гайды и чек-листы. Для этого мне нужен редактор.

У нас много экспертов. Интенсив по продакт-менеджменту прошли уже более 2000 студентов. Постоянно запускаются новые потоки для дизайнеров и руководителей. Студенты работают в разных компаниях, у них много практического опыта, многие согласны давать фактуру и мнения для статей. Плюс еще внутри компании работают профессионалы в управлении, продакт-менеджменте и дизайне — к ним тоже можно обращаться: они ответят сами или соберут список материалов, которые нужно изучить.

В компании уже наработана огромная база материалов: воркшопов, разборов, писем, статей. Плюс сами интенсивы: видео, гайды, материалы, домашние задания, кейсы, тесты — всё это можно использовать в подготовке материалов.

Работая в проекте и изучая информацию, еще сам учишься и получаешь новые знания и навыки в управлении и продакт-менеджменте.

Что нужно будет уметь и делать

Редактор отвечает за создание и выпуск готового материала в срок.

Что делать:

— писать статьи — длинные и короткие форматы: изучать тему, разрабатывать структуру, собирать материал в открытых источниках, накопленной базе знаний компании и у экспертов

— писать гайды и чек-листы: перерабатывать статьи и другие материалы из базы знаний в короткие форматы

— возможно, со временем участвовать в создании других материалов, например контентных рассылок.

Что знать и уметь:

— базовая гигиена текста: чистый и понятный текст, все эти правильные кавычки, тире, расстановка ссылок, сокращение текстового мусора. В общем, знание инфостилля

— выстраивать структуру повествование, использовать элементы визуального повествования и управления внимания. Это тоже база качественного материала — [правила в этом чек-листе от Максима Ильяхова](#)

— находить информацию в открытых источниках и перерабатывать большие объемы накопленной информации в базе знаний

— работать с нейросетями и сервисами, которые автоматизируют и облегчают работу. Например, не расшифровывать текст самому, а обратиться к сервисам, чтобы ускорить работу.

— задавать вопросы, если что-то непонятно.

Будет большим плюсом:

— работали в эдтехе, писали статьи, которые связаны с бизнесом, управлением, работой продуктовых команд, дизайном

— работали в проектах, где приходилось разбираться в сложных продукте или теме и структурировать большие объемы информации

— знаете английский на уровне «читать, находить нужную информацию, использовать для статей». Много источников на английском.

Нужен редактор с опытом.

Что у нас уже есть

У нас есть дизайнеры, корректор, чтобы производить статьи. Сейчас строю внутреннюю редакцию, обновляю процессы, создаю базу знаний для авторов. Наполняю редполитику, уточняю тональность коммуникации бренда. У нас небольшая команда, нет долгих согласований, всё будем решать напрямую.

Талантливые выпускники курсов становятся экспертами и кураторами, участвуют в исследованиях и групповых продуктах — с ними можно общаться, получать информацию и использовать ее для материалов. Внутри компании можно обращаться к продуктовой и академической команде.

Для работы придется глубоко погружаться в наш продукт — смотреть курсы, читать отзывы, запрашивать у экспертов и авторов курса информацию. Что здесь круто: недостатка в информации нет, скорее я постоянно думаю о том, как всё это успеть переработать. Моя задача — вместе с командой научиться производить материалы быстро.

Еще меня в проекте восхищает: очень качественная проработка самих интенсивов, я такого еще не видела на рынке. Год назад сама проходила курс для руководителей, и он дал мне большой толчок вперед.

Условия

Сейчас мне нужно обеспечивать производство 5 статей в месяц + запас. Готова разделить между двумя редакторами.

- Нужна самозанятость.
- За короткую статью сейчас — 5000 рублей, за лонгрид и SEO-статью — 10 000 рублей.

Как откликнуться

[Нужно ответить на вопросы и выполнить небольшое тестовое задание.](#) писать ничего объемного там не надо, уйдет минут 20 или меньше.

Всем, кто подходит, отвечу, приду с вопросами и предложу небольшой созвон.