

Я контент-маркетолог, [вот тут можно прочесть подробнее обо мне.](#)

✉ pr@efimovilya.ru

Телеграм <https://t.me/MarketingIceberg>

Визуализация контента

Задача визуального представления контента довольно сложная и одновременно самая важная практически для всех материалов или креативов. Трудность состоит в том, что это, как правило, потребность редактора, который не обладает навыками дизайнера, но должен поставить ТЗ на картинку.

💡 Основная проблема приобретения навыка – уровень насмотренности, который обычно складывается за годы работы у медийного спеца, креативщика или дизайнера. В результате оценки тысяч иллюстраций или сайтов, человек приобретает знания сравнимые с квалификацией арт-директора. Далее он может сформулировать техническое задание и прокомментировать его реализацию в процессе. В связи с этими нюансами, к сожалению, нельзя вот так просто захотеть и получить навыки визуализации из курсов или после прочтения статей – к ним нужно постепенно прийти, выполняя по ходу проектов разные мелкие задачи.

Ещё важно иметь чувство вкуса и стиля, что сложно приобрести не дизайнеру. Далее требуются навыки райтинга и понимания UX, так как любая картинка базируется на определённых правилах композиции в пространстве.

Я не могу похвастаться тем, что владею всем этим в совершенстве, но за долгие годы отсмотрел тысячи сайтов для референсов, поставил сотни ТЗ на тексты и картинки, сформировал у себя чувство вкуса, так как люблю произведения искусства. Наверное, если бы я освоил разные программы как дизайнер, то креативы выходили бы у меня ещё лучше.

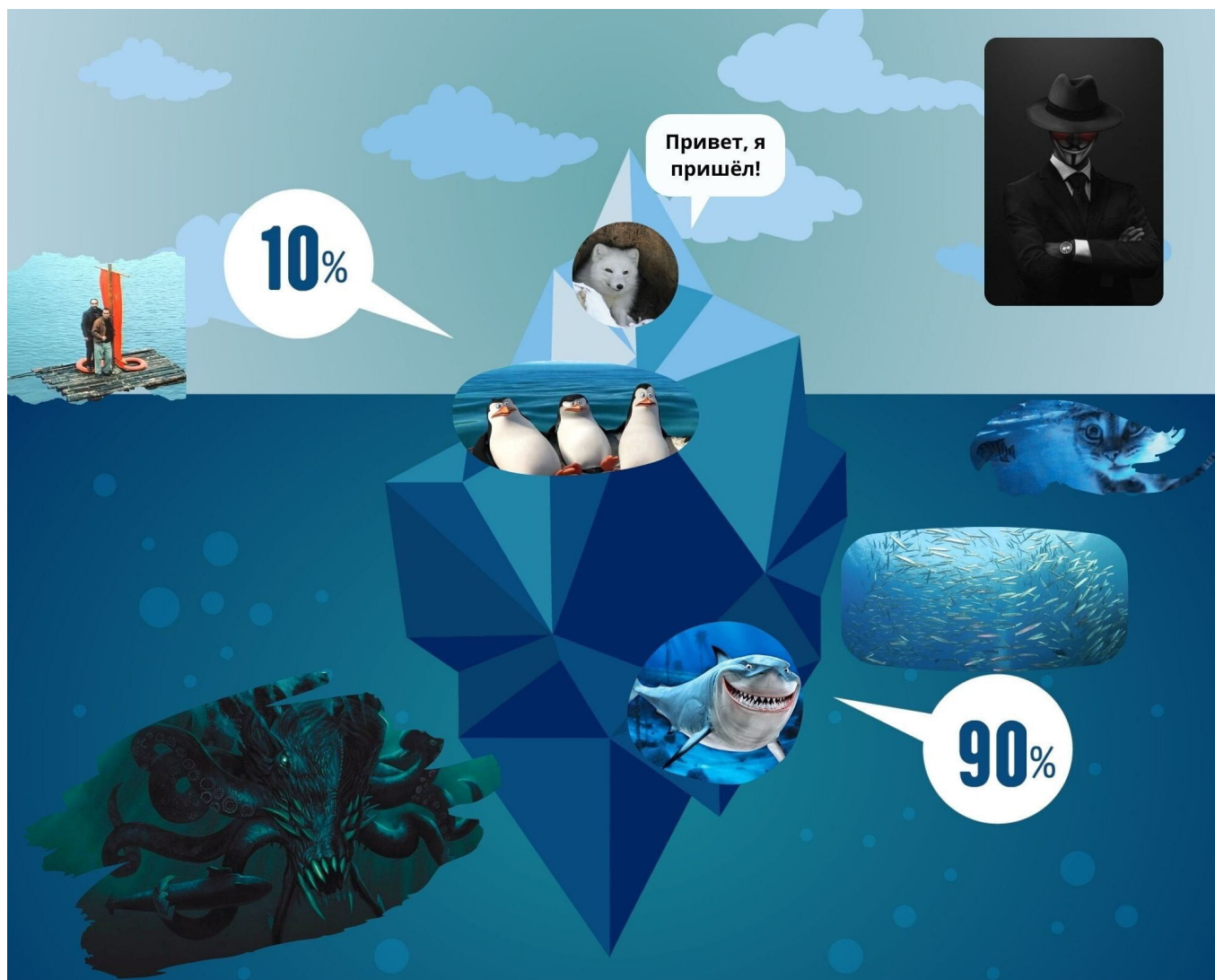
Для чего я всё это описываю? Многим компаниям и их сотрудникам не хватает всех этих качеств и скиллов для позиционирования своих брендов, потому что нет айдентики или своего стиля. Люди берут картинки со стоков или экономят на дизайнерах. В результате получают какой-то треш, который они смело пихают в свои статьи. Только нейросети хоть как-то смогли разбавить унылость, но и то не у всех компаний, потому что новыми инструментами тоже нужно уметь правильно пользоваться.

Но основная причина такого пристального внимания к картинкам заключается в рассеивании внимания читателей. Сегодня в сети каждый день появляются мегатонны материалов, и только красивые иллюстрации могут остановить взор пользователей на текстах или рекламе. Эту мысль активно форсит редактор всея Руси и он прав. Но его поклонники слабо воспринимают такие послы и как зомби мычат в ответ, что готовы соблюсти инфостиль в текстах. Поэтому ничего у них не получается, но это уже другая проблема рынка...

Я собрал примеры разных иллюстраций, коллажей и схематичной инфографики, которые смог сделать самостоятельно без использования сложных дизайнерских программ. В основном пользовался сервисом Canva. Он оказался довольно богатым на возможности

редактирования изображений. Всё это я применял в своих статьях или для анонсов в социальных сетях. Конечно, лучше такие задачи отдавать дизайнерам, но иногда быстрее и проще сделать самому, особенно если нужен текст или какая-то специфическая компоновка.

1. Коллажи для статьи про [менеджмент бизнеса](#)



Задача была в том, чтобы сходу показать глубину сложности разным проблем на рынке маркетинга в виде айсберга, у которого на поверхности лишь только малая часть видимых трудностей.

Нашёл картинку в сети и дополнил её сюжетными смыслами воображаемого мира.

На другой иллюстрации я показал различия в структуре представления бизнеса. Несмотря на простоту и буквально несколько слов описания, это одна из самых важных схем для понимания процессов создания любой компании.



Здесь показал схему композиции коммуникации в менеджменте.

Построение бизнес-процессов в компании при создании контента

Административная система управления						
В данном случае процесс контролирует сфера маркетинга						
Бизнес-процессы		Задача		Маркетинг		
Участники коммуникации						
Директор	Подчинённые первого уровня	Подчинённые второго уровня	Другие сотрудники компании	Маркетолог	Дизайнер	Копирайтер
Ключевая коммуникация						
Руководитель компании			Маркетолог			
Общая коммуникация – задачи						
Принятие	Проверка	Информирование		Выдача ТЗ	Создание	Текст
Результат взаимодействия – презентационный материал						
В случае найма внешних подрядчиков необходимо видеть точно такую же картину с их стороны и договориться обо всех контактах не только по иерархии, но и внутри подразделений одного уровня						

2. Инфографика материала про объявление для подбора персонала



Довольно сложная схема с кучей разных параметров и элементов. Не совсем инфографика, скорее её схематичный прообраз. Так как нужно было вместить много текста для информативности, разбавил его немного смайликами. Самые важные блоки показал в виде этапов. Дополнил контактами и призывами к действиям.

— Компания по проведению ивентов в сфере blockchain и fintech. Знание в данных сферах будут преимуществом

— Необходимо писать тексты на английском языке в основном презентации и для социальных сетей (посты, сторис), анонсы к мероприятиям, также полезные посты в сфере events, marketing, blockchain, fintech

— Оклад в зависимости от уровня английского до 20k в рублях

— График с 8-22 по мск в зависимости от задач, как правило задачи мелкие, дедлайны есть

— Для отправки резюме или подробной информации писать

SEO КОПИРАЙТЕР

Доброго всем дня!

Нам требуется выполнение тестового задания в виде написания небольшого отрывка, части текста на тему "Как выбрать рекламное агентство"

Важно

Отбор кандидатов будем проводить в 2 этапа:

1. Тестовое задание - объем текста - от 1500 до 2000 знаков без пробелов. *(не оплачиваемое)
2. В случае положительного решения, попросим написать тестовое на 6000 знаков *(его полностью оплатим)

Норматив от 20 текстов в день (объем 1 текста - 2500 знаков с пробелами)

График работы: 5/2 (с 9 до 18 по мск)

Молодая команда профессионалов (средний возраст + - 30 лет)

Удаленная работа на дому

Испытательный срок 1 месяц. (Оклад 20 000р, 15 текстов в день).

После испытательного срока Оклад 30 000 + kpi (20 текстов в день).

Условия:

- офис, Санкт-Петербург, удалёнка не рассматривается;
- интересная, творческая и немного сумасшедшая команда;
- хорошая оплата без задержек по итогам собеседования;
- корпоративное обучение, нетворкинг, участие во внешних PR и маркетинговых мероприятиях;
- много кофе, чай, молоко (обычное и растительное), какао, сиропы и чайный гриб. Иногда можно еду со съёмок доесть;

План: 30 тыс. знаков в день, 5/2 (выходные можно выбрать).

Можете больше — доплачиваем.

Не удастся получить доступ к сайту

Проверьте, нет ли опечаток в имени хоста xn--pro-8cd3cg9aphc1h.pf.

Попробуйте сделать следующее:

- ✓ Выполните диагностику сети в Windows
- ✓ Changing DNS over HTTPS settings

DNS_PROBE_FINISHED_NXDOMAIN

Check your DNS over HTTPS settings

Go to Opera > Preferences... > System > Use DNS-over-HTTPS instead of the system's DNS settings and check your DNS-over-HTTPS provider.

xn--pro-8cd3cg9aphc1h.pf

В другой иллюстрации использовал мем про безысходность и разместил самые криповые объявления о работе из сети. Для сочетания понизил прозрачность блоков и подчеркнул детали красной чертой.

3. Статья о [модели работы с заказчиками текстов](#)



Для заглавной картинкой взял смешное изображение из сети в виде карт Таро с проблемами, вырезал его из фона по контуру и вставил в новый, который отдельно сгенерировал в нейросети. Понизил прозрачность, чтобы подчеркнуть смысл. Вышло даже немного удачнее, чем планировал сначала.

Модель коммуникации в бизнесе для создания текстов

- Собственник компании – контролирует смысл и общие посылы, задаёт стратегию контент-маркетинга.
- Директор – определяет направления, конкретику и специфику, детализирует задачи.
- Маркетолог – расписывает все подробности через методологии, создаёт план и структуру контента, придумывает и заполняет брифы.
- Редактор – задаёт тему и координирует коммуникацию клиента с райтером, работает по секторам рубрик.
- Копирайтер – собирает всю основу со всех источников и пишет текст: реализует разовую задачу по одной из тем.
- Эксперты компании – дополняют материал, комментируют его на каждой промежуточной фазе написания.
- Корректор – шлифует текст.
- Узкая фокус-группа из сотрудников – критикуют первичный вариант текста для уплотнения смыслов.



Тут просто выделил картинкой смыслы, о которых писал в одной из прошлых статей.



Модель менеджмента и сбора информации для создания маркетинговых материалов

Цепочки последовательности действий и составные элементы процессов.



Потоки коммуникации:

Директор → руководитель → эксперт → менеджер → райтер с брифом и моделью работы

Менеджер → эксперт → руководитель → директор → собственник → директор →
руководитель → эксперт → команда → менеджер → внутреннее согласование информации

Менеджер → согласование модели работы с райтером



Условия для работы:

- Стратегия бизнеса
- Стратегия маркетинга
- Контент-стратегия



Шаги в менеджменте

- Бриф на проект
- Техническое задание на отдельный текст



Ход реализации задачи:

- Концепция материала
- Созвон с экспертом
- Тезисный план
- Черновик
- Чистовик

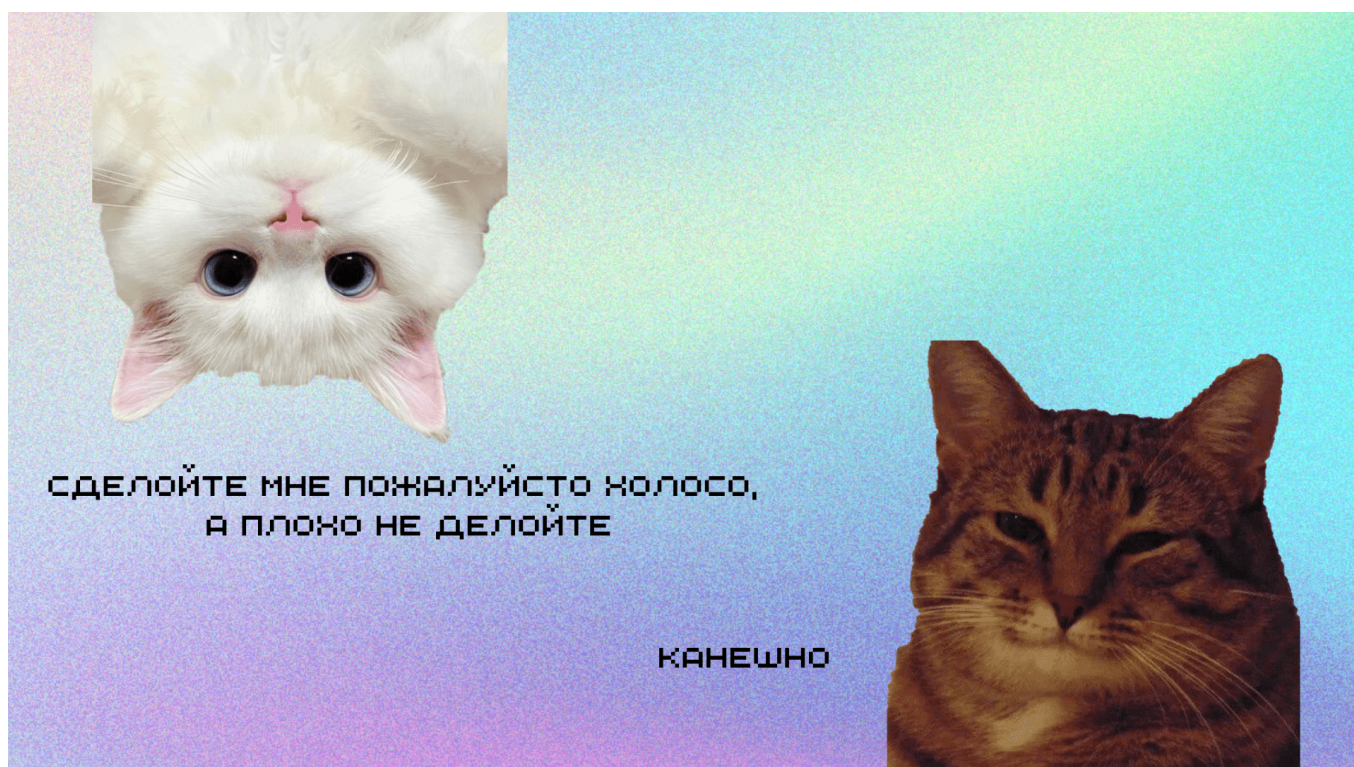


Сделайте в компании отдельные
бизнес-процессы для работы
по созданию контента



MarketingIceberg

Ну а это уже нечто среднее между схемой, инфографикой и визуализацией текста. Показал важные шаги по теме, разбил всё на блоки и добавил дефолтных иконок из Canva для того, чтобы немного оживить картинку.



Ещё немного переосмыслил два разных мема и сделал свой вариант. Поковеркал речь и подобрал смешной шрифт.

Текст разделов также разбавил коллажами с переосмыслением мемов.



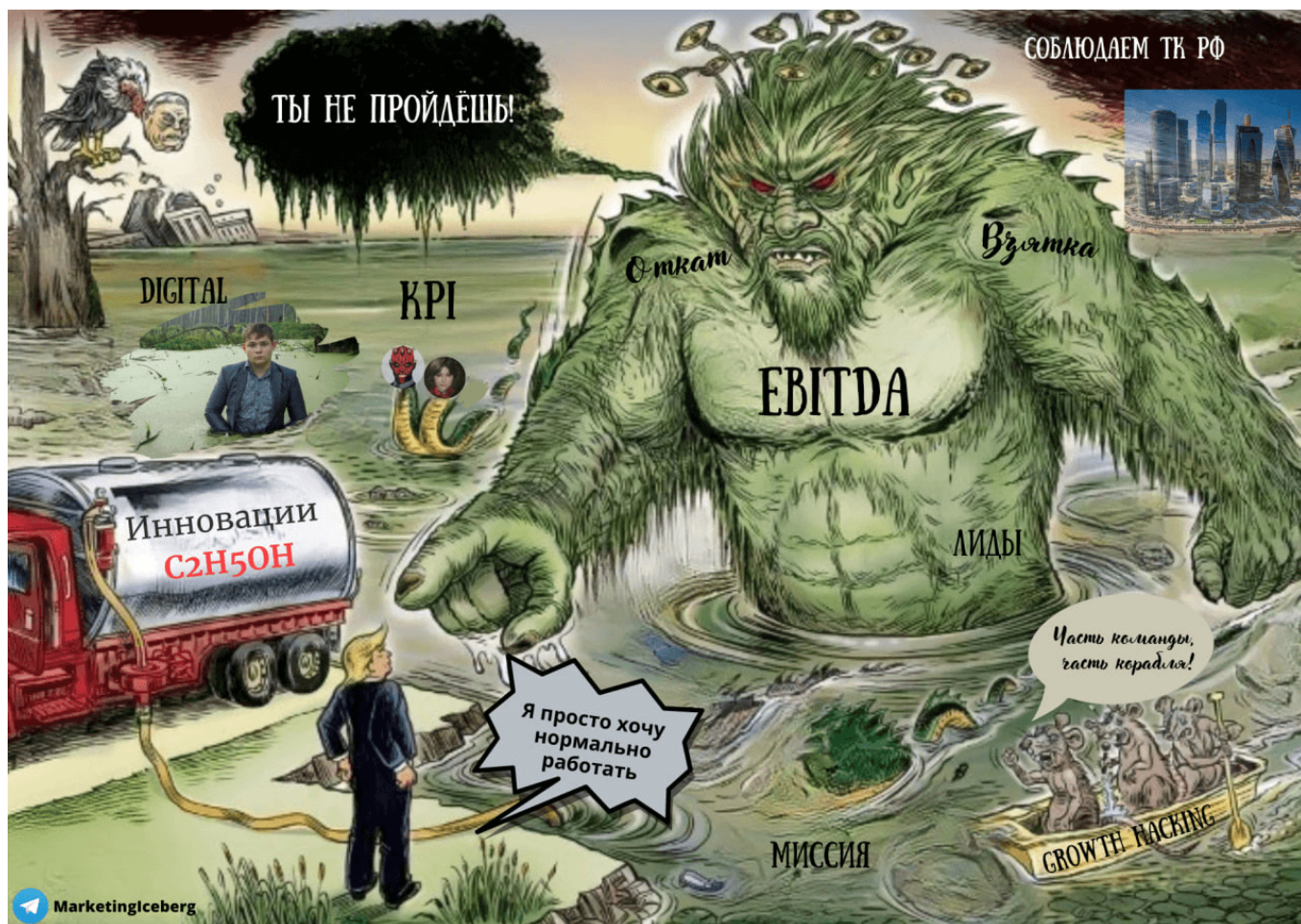
4. Статья про [создание коллажей](#)



Показал начальный референс.



Потом описал, как всё очистил через специальный сервис редактирования изображений.



Далее результат – придумал мини-сюжеты, подписи и разные элементы под текст.



А на заглавной картинке совместил все этапы в разрезе.

5. Визуализации анонса статей для социальных сетей в виде карточек



Выделил основные смыслы текста, разбил на блоки, добавил смешных эмодзи и пункты навигации. Потом подсократил, чтобы всё влезало на картинки. Всё это также хорошо подходит не только для анонсирования материалов, но и для ресайзов текстов.

Натянуть соба на шобус или хотя бы собёнка на кулак: трудности найма российских компаний, часть вторая



Основные блоки затруднений при найме:

В этой статье

4. Некоторые размышления и примеры.
5. Модель уровней управления-воздействия в структуре компании.
6. Как быстро проверить насколько, что у вас в порядке.



Типичный диалог при поиске людей

- Так, что там у нас с подбором программиста?
- Все какие-то странные щеглы 25 лет и при этом хотят по 300 000 рублей!!! А некоторые даже 500 000. Вот куда им столько? Нормальному человеку на год жизни хватит. У меня дома в деревне за ставку в 40 000 очередь с дракой была бы...
- Хм. Хм...
- И это, они ещё при этом хотят удалённо работать, вообще в офисе не появляться.
- Чё? Совсем оборзели. Ну, ищите студентов тогда.
- Это и есть студенты...



Значимость менеджмента для HR

Самое главное для каждой компании – разработка методологий и в идеале технологий действий. А с этого ракурса на проблему не смотрит вообще никто. Таких слов нет даже в лексиконе, хотя как можно что-либо делать, когда нет банальных инструкций, не то, что технологий? Только некоторые рекламные агентства пытаются создавать свои корпоративные базы знаний. Но на это уходят годы, а всё очень динамично меняется и знания устаревают каждые 3-5 лет.

В коммерческих компаниях об этом просто не думают, поэтому в 90% случаев даже в крупном бизнесе подавляющее большинство людей занимается непонятно чем не пойми как.



Желательный минимальный состав структуры бизнес-процессов компании:

- Инструкции – должностные обязанности сотрудника;
- Регламенты – порядок действий в разных ситуациях;
- Чужие методологии – как сделать сайт или отдел продаж;
- Чужие адаптированные методологии – как вы работаете со своим брендом, учитывая кейсы с рынка;
- Собственные методологии – как организован менеджмент в вашей компании;
- Чужие технологии – сквозная аналитика, коллтрекинг, CRM;

Как быстро проверить насколько что у вас в порядке

Бриффы – идеальный маркер.

1. Вы отвечаете за 1-2 часа после просмотра запроса – великолепный уровень менеджмента.
2. Вы отвечаете на следующий день – хороший уровень.
3. Вы отвечаете 3-5 дней – нужно разное согласовать. Терпимо, если всё зависит от размера задачи.
4. Вы отвечаете 2 недели. Что-то идёт не так – работа в компании серьёзно буксует.
5. Вы можете ответить только через месяц. Надо всё прогонять по цепочкам отделов, потом вверх и обратно вниз: согласовывать.

Два сегмента ключевых проблем при найме персонала

Со стороны компаний:

- Нет внимания к структуре и иерархии;
- Не решаются вопросы по хард- и софт-скиллам;
- Сектор HR не работает с персоналом;
- Директор и управляющее звено всё спихивают на зйчара;
- В компаниях нет моделей сочетания найма и бизнес-процессов.

Со стороны хантинга:

- Рекрутеры низового звена некомпетентны и уже всех достали;

Потом я написал вторую часть статьи, но представил анонс уже в другом стиле – добавил чуть больше акцента через фон, в котором всё так же понизил прозрачность изображения, чтобы текст был читабельным.

Резюме

Рекомендую для представления бренда или продукта тщательно продумывать оригинальные изображения и делать красивые презентации или инфографику. Это привлекает большое внимание и пользуется на рынке высоким спросом.

Я не дизайнер и поэтому не создаю картинки на заказ, делаю только технические задания на них по ходу проектов. Иногда komponую сам для своих текстов, как показал в примерах.

Есть ещё некоторые работы, которые не выкладываю из конфиденциальности в открытый доступ, могу показать по запросу.

Придумал модель для создания инфографики, но пока не всё оттестировал на практике.

Я занимаюсь разными задачами в сфере контент-маркетинга, вот тут можно посмотреть детали и [расценки на мои услуги](#).



pr@efimovilya.ru

Телеграм <https://t.me/Glamurbear>

Мой канал <https://t.me/MarketingIceberg>