

Общие рекомендации для авторов онлайн-курсов по написанию лонгридов

Лонгрид (от англ. **longread** — «долгое чтение») — это формат текста, который обычно имеет объем от 1500 слов и затрагивает комплексную и глубокую тему. Лонгриды включают различные жанры, в том числе расследования, аналитические статьи, интервью, портреты, рефлексии, репортажи, истории и мемуары. Лонгриды предназначены для тех, кто готов уделить много времени чтению материала и получить подробную информацию о теме, которая интересна. Лонгрид позволяет полностью погрузиться в заданную тему благодаря тексту и интерактивным элементам: иллюстрациям, цитатам, инфографике, видео, сноскам. Формат лонгрида в большей степени адаптирован к электронным носителям:

Лонгрид и конспект — это два разных вида текстов.

Конспект — это краткое изложение основных идей и информации из оригинального текста, которое помогает запомнить и организовать информацию в более легком доступном для понимания формате. Он содержит только ключевые факты и предложения.

Лонгрид, с другой стороны, представляет собой более длинный и подробный текст, который обычно содержит множество примеров, ссылки, аналитических данные, исследований и т.д. Лонгриды пишутся, чтобы читатель получил более глубокое понимание темы или ситуации. Как правило, лонгриды представлены в формате статей или публикаций, и охватывают различные аспекты темы.

Таким образом, главным отличием между лонгридом и конспектом является то, что первый представляет собой более полный и подробный текст, который может содержать много примеров и доказательств, в то время как конспект содержит только ключевые аспекты информации из первоначального источника.

Преимущества лонгридов:

- Оформлено кликабельное содержание — читатель видит, какие темы раскрыты в материале и может сразу перейти к наиболее интересной.

Содержание

1. Суть понятия, зачем нужен бизнесу.
2. А кому-то и не нужен!
3. Плюсы и минусы канала.
4. Типы и форматы.
5. Площадки для размещения.
6. Как запустить с нуля: пошаговая инструкция
7. Бонус: основные ошибки бизнеса

- Четкий и короткий лид-абзац раскрывает тему и дает понять читателю, что время за чтением он проведет с пользой.

Кому нужен контент-маркетинг, а кому нет

В последние годы мы видим тенденцию, что любой уважающий себя бренд считает долгом запустить свое медиа или хотя бы блог. Кажется, текстов скоро будет больше, чем читателей!

- Тело статьи разбито на короткие блоки. Каждый из них выделен подзаголовком. Для удобства пользователей авторы используют маркированные списки, подчеркивают важные фразы, а иногда и целые абзацы — шрифтом или выделяют как цитаты,

Конверсия

Конверсией называют соотношение предыдущего этапа воронки продаж к следующему. Если на сайт зашло 100 человек, но только 10 заполнили форму сбора **лидов**, конверсия из перехода в лид будет составлять 10 %.

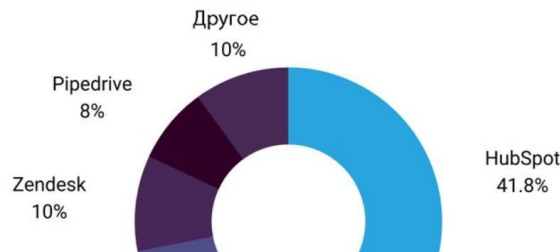
При чем тут юзабилити? Все просто — если посетителям неудобно или непонятно пользоваться сайтом, они не будут оставлять лиды и делать заказы. Такой сайт может получить трафик из контекстной рекламы, но продаж не принесет.

Пример: Пришел клиент, у него магазин отделочных материалов. Сами собрали сайт, сделали квиз для большего интереса посетителей и конверсии в лид, запустили рекламу. Показы идут, клики идут, квиз кликают, продаж нет. Первый же аудит сайта показал проблему, что на сайте не было цен — ни отдельного прайса, ни на страницах с товаром.

добавляют в текст фото, диаграммы и графики. Все это в разы облегчает чтение статьи.

Какой CRM-инструмент самый популярный или используется чаще всего? 41,8 % опрошенных экспертов посоветовали HubSpot. 17,1 % упомянули Salesforce. 13 %, 10 % и 8 % выделили Zoho, Zendesk и Pipedrive соответственно. Оставшиеся 10 % назвали другие инструменты.

Какой CRM-инструмент вы используете?



- Лонгриды написаны простым языком, при этом их совсем не простые темы глубоко раскрыты. Видно, что авторы хорошо изучили свою целевую аудиторию и ее популярные запросы.

Написание лонгрида требует тщательной подготовки и исполнения. Следуйте этим шагам для написания успешного лонгрида:

1. **Выберите** тему, о которой вы хотите написать, исследуйте ее и соберите достаточно информации. Информация может быть извлечена из разных источников, таких как научные исследования, интернет, книги, журналы, эксперты и интервью. Привяжите гиперссылки при упоминании того или другого источника.

2. **Определите** свою целевую аудиторию. Это поможет вам определить стиль, тон и форму, которые вы будете использовать в своем лонгриде. Всегда помните, что ваша цель - заинтересовать свою аудиторию и заставить их прочитать ваш лонгрид до конца.

3. **Разбейте** свою тему на разделы и укажите, какие ключевые темы и события вы будете рассматривать. Это поможет вам ориентироваться в информации, а также рассказывать свою историю последовательно и логично. Желательно составить кликабельное оглавление в начале лонгрида для удобства навигации.

4. **Составьте** набросок своего лонгрида, включая предисловие, основную часть, выводы и предложения для будущих исследований. Предисловие должно привлечь внимание вашей аудитории и заинтересовать их продолжать чтение, основная часть должна развивать главные темы вашей истории, выводы должны подводить итоги и оформлять основные выводы.

5. **Напишите** свой лонгрид, используя яркий и менее понятный язык. Избегайте повторений и старайтесь возвращаться к ключевым темам вашей истории. Добавляйте интересные факты, где это возможно, и рассказывайте свою историю с привлекательным и персональным подходом. Визуализируйте свой текст фотографиями, иллюстрациями, схемами, таблицами, картами и пр.

6. **Перечитайте** свой лонгрид и убедитесь, что вы действительно рассказали все, что вы хотели, и что ваша аудитория найдет его интересным. Исправьте орфографические ошибки, пунктуацию и другие недостатки.

Обратите внимание, что создание увлекательного и оптимально длинного лонгрида требует времени и труда, но может привести к тому, что читатели будут привязаны к вашей истории с самого начала до конца.

Рекомендуем посмотреть примеры удачных лонгридов:

1. https://lifehacker.ru/special/100books/?utm_source=spec&utm_medium=tilda&utm_campaign=longreads
2. <https://kokoc.com/blog/chto-takoe-longrid/>
3. <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-longread/>