**О главном: каким должен быть правильный текст на сайт**

Прежде чем начать ходить, нужно научиться ползать — поэтому, прежде чем изучать лучшие советы по копирайтингу для веб-сайтов, давайте рассмотрим, что такое хороший текст и какими характеристиками он должен обладать.

Некоторые принимают любой формат текста на сайте как нечто универсальное: будь то описание страницы, пост в блоге, тематическое исследование и так далее. Но я не думаю, что вы захотите читать руководство из 20 000 слов, поэтому сосредоточусь на тексте, размещенном на ключевых страницах — карточках продуктов, услуг, страницах «О нас», «Контакты» и так далее.

Цель этих разделов — удержать посетителей и продвинуть их по воронке продаж. Достичь их поможет только текст для сайта, который обладает следующими качествами:

1. **Он должен привлекать внимание.** Текст, написанный по шаблону, не работает. Мы живем в цифровую эпоху, поэтому давайте посмотрим правде в глаза: независимо от того, насколько узкая у вас ниша, вы сталкиваетесь с огромным количеством конкурентов. Текст на страницах должен быть интересным и уникальным, чтобы у вас было больше шансов выделиться.
2. **Он должен иметь выраженную**[**эмоциональную привлекательность**](https://contenteam.ru/blog/marketing-4-emocionalnyh-triggera/). Сторителлинг — ваш лучший друг! Выберите правильные слова, приведите нужные примеры, и вы поймаете клиентов на крючок.
3. **Он должен обращаться к читателю.** Копирайтеры пишут для масс, но если они профессионалы, их текст будет выглядеть так, как будто обращен к конкретному читателю. Свободно используйте слова *you* и *your*. А затем добавьте еще больше. Посчитайте, сколько раз я обращаюсь к вам в этой статье (подсказка: очень много)!
4. **Он должен описывать преимущества вашей компании и работать с болевыми точками.** Посетители не хотят услышать: «Наш сервис лучший, потому что он получил 5-звездочные отзывы и используется миллионами людей по всему миру». Не поймите меня неправильно, такая формулировка прекрасно подходит для укрепления вашего авторитета, но сначала нужно установить связь между преимуществами продукта и потребностями читателя. Какие у него болевые точки? Как вы их устраните?
5. **Он должен включать уникальное торговое предложение.** Вы лучшие в своей нише, верно? Сейчас самое время доказать это. Понятное УТП, статистика и отзывы — ваши лучшие друзья. Текст должен позиционировать вас как лидера отрасли и эксперта.
6. **Он должен направлять читателя к следующим действиям.** Составьте убедительный CTA и включите в него стимул стать вашим клиентом. Предусмотрен ли подарок за действие? У вас обычно запись на месяц в перед, но сейчас появилось окно? Упомяните об этом здесь! И не забудьте рассказать читателю, как сделать следующий шаг. Нужно ли им заполнить форму? Позвонить вам? Отправить электронное письмо? Укажите, что им нужно сделать для перехода на следующий этап.

## Краткое руководство по SEO-копирайтингу для сайта

Я уже несколько раз упоминала в этой статье, почему SEO важно для копирайтинга, так что с моей стороны было бы упущением не рассказать об этом подробнее! Вот мои лучшие советы по SEO текстам для сайта, которые помогут вам занять более высокие позиции в поисковых системах.

**Совет 1. Всегда начинайте с исследования ключевых слов.** Вместо того чтобы начинать с написания текста, вы должны позволить популярным ключевым словам определить, о чем вы будете писать. Для этого нужно сформулировать задачу, найти запросы, по которым вы хотите показываться в выдаче, и изучить поисковое намерение. Существует четыре вида поисковых намерений: информационное, навигационное, коммерческое и транзакционное. Ваши страницы могут иметь одно из этих намерений или их комбинацию. Задача копирайтера — создать страницы по ключевым словам и в соответствии с намерениями пользователей.

**Совет 2. Подготовьте текст.** Прежде чем веб-копирайтер начнет писать, он должен задать себе несколько вопросов: какая у статьи цель? На какой ключевой вопрос нужно ответить? Кто целевая аудитория и что ищут эти пользователи? Как будет структурирован текст?

**Совет 3. Оптимизируйте мета-заголовок, мета-описание и заголовок.** Мета-заголовок должен состоять максимум из 60 символов и содержать ваше ключевое слово. Описание должно быть не более 160 символов, включать CTA и целевые ключевые слова, а также точно описывать вашу страницу. Заголовок (тег H1) должен укладываться в ширину 600 пикселей и содержать призывающие к действию слова.

**Совет 4. Используйте внешние и внутренние ссылки.** В первом случае вы вызовете доверие, а ссылки на авторитетные источники подтвердят ваши слова. С помощью вторых вы проведете посетителей сайта дальше по воронке продаж и направите их на конвертирующие страницы.