



Как организовать работу редакции

В данном чек-листе представлены советы о том, как эффективно организовать работу редакции, привлекая авторов контента. Идеи взяты из видео Романа Морица «Строим редакцию: как запустить создание контента чужими руками».

Поиск и найм авторов: оценка портфолио и откликов

Признаки некачественного портфолио

Слишком длинный рассказ о себе, много деталей, которые не относятся к работе, неструктурированное портфолио на Google Диске, отсутствие или небольшое число коммерческих текстов, автор хвастается продажами и регистрациями после публикации своего текста и т.д.

Неподходящие кандидаты

Текст о себе написан по-канцелярски, нелогично, без учеба ЦА. Закрыт доступ к портфолио, те работают ссылки. В текстах портфолио нет базового форматирования

Тестовое задание

Важно привязывать тестовое задание к реальным задачам редакции. Лучше платить за тестовые задания, чтобы уважать время авторов. Оплачиваемое задание можно сделать больше и сложнее - это поможет лучше оценить скиллы автора. Если тестовое задание не оплачивается, то на его выполнение нужно тратить не больше часа, например: написать один пост, собрать структуру лендинга. Заготовить несколько тестовых заданий.

Размер гонорара

Максимальный гонорар. При работе с клиентскими проектами обычно гонорар составляет 20-30% от клиентского чека. Но не стоит ориентироваться на максимум, так как одни статьи сложнее, другие проще и всегда есть риск форс-мажоров. Цена складывается из объёма текста, сложности, объёма работы и затраченного времени. Эффективнее оценивать каждый материал отдельно э, закладывая резерв на

Работа редакции

Внутренние и внешние дедлайны

Внутренний дедлайн - для автора. Это срок, когда он должен принести в редактуру готовый текст. Внешний дедлайн - для вас, это срок когда на руках отредактированный, готовый к публикации материал

Редакционная политика

Жизнеспособная редполитика – та, которую вы пишете в процессе работы. С учетом ошибок и удачных решений авторов и редакторов на основе конкретных особенностей проект

Масштабирование: расширяем редакцию, комбинируя модели работы авторов

В чём суть комбинированной модели

Определяем: - Какие будут контент-задачи - Для каких задач нужны проверенные люди на фултайме или на парттайме с фиксированной оплатой - Какие задачи смогут закрыть фриласеры с выгодой для компании

Примеры комбинированной модели

*Фултайм+парттайм – приглашение на несколько часов в день автора на парттайм
Фултайм+проектная работа – конечная цена идет за проект
Парттайм+проектная работа – на крупную разовую задачу приглашаем нового проектного автора*

Это основные элементы для того, чтобы грамотно и качественно организовать работу редакции и нанять авторов