**ТЗ ДЛЯ ТЕКСТА НА САЙТЕ. РЕКОМЕНДАЦИИ.**

Существует два типа текстов – для пользователей (1) и для SEO(2). Оба они предназначены совершенно для разного. Основная целевая аудитория любого интернет-магазина – интернет-пользователи. Большинство новых покупателей приходят через поисковой запрос. Набрав в текстовой строке «дизайнерская мебель» появляется множество страниц, ведущих на существующие интернет-магазины. Все они ранжируются в соответствии с алгоритмом работы поисковых сервисов, основной механизм которых в большинстве случае схож. Для того, чтобы именно наш сайт оказывался среди первых на странице результатов поиска, его необходимо оптимизировать. Этот процесс включает в себя несколько важных моментов:

* Обязательно наличие текстов, физических характеристик, главных и дополнительных фотографий, названий.
* Контент должен быть удобным и доступным для понимания.
* Текст должен содержать «ключевые слова», которые помогают в генерировании гуглом и яндексом искомых фраз.

Очень часто помимо дорогостоящих дизайнерских товаров с уникальным дизайном, попадаются товары, которые мало чем примечательны. Это касается, к примеру, посуды. Сложно писать уникальный текст для практически одинаковых товаров. В таких случаях принято писать именно так называемые «SEO-тексты». Они не несут особой смысловой нагрузки, однако в сравнении сайта с наличием такого типа текстов и сайта без них, непременно побеждает первый. В связи с чем для высокого уровня продаж подавляющее число товаров обязательно должно сопровождаться кратким описанием с ключевыми словами. Для более же дорогих, другим словом «значимых» товаров пишется полезный текст, который нацеливает на покупку, рассказывая дополнительную информацию об истории создания и особенностях производства.

**Требования к тексту (для пользователей)**

Текст должен представлять собой развернутое описание, в котором внятно, красиво и лаконично изложена следующая информация:

* Первое предложение текста должно содержать название товара (без параметров типа диаметра, размеров и т.д.) в именительном падеже и базовую информацию о нем.
* Особенности предмета. Важно описать форму, цвет, крепление, соединение частей отдельных элементов и т.д. Конструктивные фишки.
* Материал. Что за материал? Чем он хорош? Особенно важно, когда материал специфический и характерен именно для этого предмета/дизайнера. Может, это натуральное дерево, облегченный пластик, или муранское стекло – тем более надо обратить на это внимание.

Если товар доступен в разных модификациях (цвет, размер, материал и т.д.) об этом нужно упомянуть в тексте!

* Товарная группа – нужно упомянуть, к какой из них принадлежит данный товар. Например, *интерьерный стул, подвесной светильник, раскладной диван.* С товарными группами можно ознакомиться в приложенном файле – соответствующая строчка в столбце «товарная категория».
* История создания. В том случае, когда это предмет с историей. Как он был придуман, когда, при каких обстоятельствах и, разумеется, кем.
* Пара слов о создателе. Ключевые фразы («талантливый итальянский дизайнер» / «семейная пара архитекторов» / «известный своими работами в живописи»). Можно упомянуть подробности творчества и биографии. Если товар является репликой, то упоминать об этом не нужно. Имя дизайнера оригинального предмета используется! (т.е. исключать слова «копия», «реплика» и т.д.)

*Если мы пишем текст на реплику, можно использовать фразы вроде «при создании кресла X компания Cosmo вдохновлялась работами дизайнера У...*

* «Вкусные» факты. Всё, что запоминается и представляет интерес. Например, что тот или иной предмет – почетный экспонат всемирно известного музея, подарен на день рождения монарху/киноактеру/художнику, фигурирует в кинофильме /книге/картине и т.д.
* Стилевая принадлежность. В каких интерьерах может быть использован, к какому стилю/направлению принадлежит. Это важный пункт! Им нельзя пренебрегать, поскольку дизайнеры интерьеров – целевая аудитория, а их такая характеристика интересует всегда.
* Объем текста не более 1200 знаков и не менее 500 (с пробелами), и он должен быть разбит на абзацы (Тексты с меньшим числом символов не продвигают товар через поисковые системы).

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*Используйте по максимуму всё, что можно выжать из интернета, причем по большей части из англоязычных сайтов, и технических характеристик в карточке товара. Естественно, по какому-то товару может быть совсем мало информации. Тогда составляя «продающий» текст, воспользуйтесь своей фантазией.*

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Тексты для примера**

Подвесной светильник Selene — работа Сандры Линднер, которая в свое время так понравилась известному английскому дизайнеру Теренсу Конрану, что он выбрал именно этот светильник для интерьера кафе Drechsler в Вене. Этот же светильник освещает залы художественной галереи Ширн во Франкфурте и помещения отеля Риверсайд в Гамбурге. А ClassiCon включили его в линейку своих современных товаров, утверждая, что у светильника имеется достаточный потенциал, чтобы однажды стать нестареющей классикой.

Когда этот светильник загорается, он похож на светлячка в темноте. Его теплый рассеивающийся свет согревает каждый уголок помещения, а оригинальный и вместе с тем необычайно простой дизайн отличаются редкой универсальностью, которая позволяет светильнику вписаться в интерьер любого пространства.

Доступен в нескольких модификациях диаметра и цвета.

Другие образцы текстов на сайте *cosmorelax.ru*:

<http://www.cosmorelax.ru/catalog/Podvesnyye/podvesnoy_svetilnik_flower_pot_d25/#9687>

<http://www.cosmorelax.ru/catalog/Podvesnyye/podvesnoy_svetilnik_pl_13078/>

<http://www.cosmorelax.ru/catalog/interernye/kreslo_sf9356a/?bitrix_include_areas=N#9515>

<http://www.cosmorelax.ru/catalog/Podvesnyye/podvesnoy_svetilnik_rose_ball/#4543>

<http://www.cosmorelax.ru/catalog/Nastolnye/nastolnyy_svetilnik_molecule/>

1) Дизайнерская вещь

[**Подвесной светильник Copper Shade**](http://www.cosmorelax.ru/catalog/Podvesnyye/podvesnoy_svetilnik_rose_ball/#4543)

«Честно говоря, не могу припомнить, чтобы когда-либо хотел стать дизайнером», – говорил британец Том Диксон, создатель культовой мебели и светильников, которые выставляются в музеях и получают награды по всему миру. Всё решил несчастный случай: две аварии – и подающий надежды музыкант Том не мог больше играть, зато всецело сосредоточился на дизайне. В 1985 году он открыл свою мастерскую Creative Salvage (Творческий Утиль), где создавал уникальную мебель и светильники, экспериментируя с металлоломом и сварочным аппаратом. Диксон работал без эскизов, используя в качестве материалов все, что блестит и плавится: рельсы, арматуру, запчасти и кастрюли.

Тепло металла и огни сварки – стихия Диксона, которую он воплотил в Сopper Shade, доступный в трех вариантах размера. В этом светильнике из стекла и стали сошлись блеск ламп из индустриальных цехов и фантазийная игра поп-арта. Прозрачный шар кажется огромным солнцем за счет тончайшего слоя металла, распыленного по внутренней поверхности, и при этом задает хай-тек настроение. Повесьте **светильник Copper Shade** над журнальным столиком или в кабинете для чтения при теплом блеске металла, в детской или гостиной для забавных селфи в его зеркальной поверхности или несколько светильников в ряд над обеденным столом – будто вы на пикнике в солнечный день.

*Комментарии к тексту:*

1-й абзац: история самого дизайнера, факты из жизни и особенности творчества.

2-й абзац: непосредственно про светильник. Прямое вхождение (выделено желтым). Есть пара слов о внешних особенностях (*за счет тончайшего слоя металла, распыленного по внутренней поверхности*) и описание предмета с точки зрения применимости в интерьере (*задает хай-тек настроение; над журнальным столиком или в кабинете для чтения при теплом блеске металла, в детской или гостиной*).

2) Дизайнер неизвестен, но сам дизайн и название предмета дают возможность построить на этом текст:

[**Настольный светильник Molecule**](http://www.cosmorelax.ru/catalog/Nastolnye/nastolnyy_svetilnik_molecule/)

«Теория большого взрыва», «Чудики и чокнутые», «Компьютерщики» – сериалы про гиков, стартапы и молодых задорных ученых пользуются во всем мире бешеной популярностью. А вместе с ними и «гик»-мода на нормкор и интерьеры, переносящие нас в модный офис в Силиконовой долине или закрытый компьютерный клуб для своих.

Превратить свою квартиру в храм науки и технологий проще-простого: начнем с аксессуаров. Забавные часы с математическими формулами и сложными вычислениями, подушки в форме гаджетов, вазы-пробирки и, конечно, правильное освещение. Создать «научный» антураж поможет наш стальной светильник-молекула, копирующий модели с уроков химии.

Поставьте **настольный светильник Molecule** в детскую в качества стимула к занятиям естественными науками, на прикроватный столик в спальню, удивив вторую половину, или в гостиную – порадовать гостей-любителей сериалов. Серо-черный отлично подойдет к интерьеру любой цветовой гаммы, а для достижения эффекта полного торжества науки повесьте потолочный светильник из этой же серии.

Ещё один пример здесь <http://www.cosmorelax.ru/catalog/Napolnye/napolnyy_svetilnik_molecule/>

3) Дизайнер неизвестен, описывать предмет нужно, опираясь исключительно на свои знания и фантазию:

**Кресло Trigone**

Мода на геометрию в интерьере не проходит с середины пятидесятых годов прошлого века – чистота линий и пропорций создает ощущение упорядоченности и размеренности. К тому же его легко создать, не прибегая к радикальной перестановке и перепланировке: обои с орнаментом, коврики с повторяющимся рисунком, яркие светильники-мобили с вращающимися кругами или цилиндрами и, конечно, мебель – полочки в виде трапеций и треугольников, столики-цилиндры и фигурные стулья и кресла.

**Кресло Trigone** – воплощение геометрии – стальные треугольники подлокотников, четкие углы спинки и сиденья – лаконично, функционально и универсально. Его можно поставить в гостиную или кабинет, как яркий пример простой красоты, или рядом с журнальным столиком, когда к вам придут друзья. Если геометрии вам не хватает, используйте дополнительные аксессуары: подушки с ярким геометричным орнаментом или стильные [ковры](http://www.cosmorelax.ru/catalog/kovry/kover_adelphi/), создав оригинальный акцент в комнате.

Важно: в тексте не нужно применять жирный шрифт, курсив, подчеркивания, ссылки. Форматирование – простой текст. Можно применять теги <p> и <br>.