

Изначально копирайтингом называли создание рекламных текстов. Термин произошел от английского copywriting, где copy — текст, а write — писать. Копирайтером, соответственно, называли того, кто пишет эти самые материалы. Потом понятие расширилось и стало включать в себя другие направления.

### Чем занимается копирайтер

Копирайтер пишет любые тексты, даже тот, который вы сейчас читаете. Он может работать с самыми разными форматами и создавать:

- информационные статьи в блог;
- тексты для страниц сайтов — от главной до какого-нибудь раздела каталога;
- SEO-тексты для [продвижения в поисковиках](#);
- тексты для [лендингов](#) — одностраничных сайтов;
- посты для групп в социальных сетях;
- цепочки писем для email-рассылок;
- сценарии для роликов и многое другое.

Копирайтер — обобщённое название разных направлений. Например, так называют себя те, кто пишет уникальный текст «из головы» или общается с экспертом и пишет на основе этой информации. В отрасли также есть рерайтеры — они создают контент на основе того, что уже есть в интернете. Это как изложение в школе: прочитали, запомнили суть, пересказали своими словами. Есть и те, кто называют себя коммерческими писателями, авторами, райтерами/веб-

райтерами, SEO-копирайтерами и другими терминами.

Копирайтер может работать по одному из двух вариантов:

- **Писать строго по чужому ТЗ (техническому заданию).** Вам сказали, что надо сделать, — вы делаете. Шаг влево, шаг вправо — расстрел. Не надо задумываться о целях текста, месте размещения, роли контента в воронке продаж и других вещах.
- **Самостоятельно решать задачу клиента.** Не просто делать текст, а увеличивать продажи товаров/услуг с его помощью. Создавать информационные статьи, чтобы они полностью отвечали на вопросы пользователя и повышали доверие к бизнесу. А рекламные — чтобы люди покупали товар, переходили по ссылкам, подписывались или делали что-то ещё.

### Как можно работать копирайтером

По-разному. Копирайтеры — это и штатные специалисты, и свободные фрилансеры. Есть три варианта работы:

- **В агентстве.** Где занимаются только текстами или предлагают комплексное продвижение бизнеса. Компания генерирует постоянный поток заказов для множества клиентов, а вы занимаетесь созданием самых разных текстов. Каждый раз нужно будет вникать в задачу и изучать информацию о компании/товаре/услуге, чтобы выдать

качественный материал. Можно работать как в офисе, так и дома, на удалёнке.

- **В штате.** В этом случае вы работаете на одного клиента и знаете о нём практически все. Это удобно: не нужно каждый раз вникать в специфику нового заказа, как в агентстве. В штате можно работать и дома, но большинство компаний пока ищут специалиста в офис. По такой схеме можно работать с разным бизнесом: интернет-магазинами, логистическими компаниями, заводами, службами такси и так далее.

- **На себя.** Это фриланс или предпринимательство. В этом случае вы сами ищете себе новых клиентов, ведёте переговоры, согласуете список задач, заключаете договоры, платите налоги и так далее. Фриланс может быть разным: некоторые перебиваются разовыми заказами и всё время находятся в поиске работы, а другие работают с несколькими постоянными клиентами и хорошо зарабатывают.

### Как научиться копирайтингу

Можно просто получить заказ на одной из [бирж фриланса](#) и начать писать. Первое время вы будете получать мало, ориентировочно *до 10 000 рублей в месяц*, потому что новичку никто не доверит большой бюджет. И придётся долго (*до полугода и дольше*) расти: учиться методом проб и ошибок, пробовать разные гипотезы, постоянно думать над улучшением качества текста.

А можно сначала получить навыки, которые помогут много зарабатывать. Например, научиться:

- писать полезные, грамотные, понятные и структурированные тексты;
- разговаривать с целевой аудиторией на одном языке;
- упаковывать контент — работать с акцентами, подбирать [иллюстрации](#), верстать одностраничники;
- работать с разными форматами — от текста на посадочную страницу до письма в email-рассылку;
- разрабатывать контент-стратегию и анализировать эффективность материалов;
- грамотно вести переговоры с клиентами.

С таким багажом знаний сможете сразу брать хорошие проекты.

Понять, как решать задачи бизнеса, можно на курсе по копирайтингу от Skillbox. По ходу обучения вы уже найдёте первые заказы и попрактикуетесь на них, пообщаетесь с реальными клиентами и подготовитесь к собеседованию в компаниях-партнёрах.

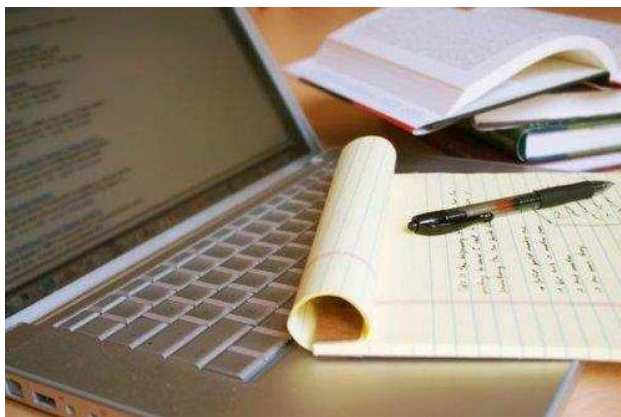
### Есть ли у копирайтера карьерный рост

Конечно есть. Следующая ступень развития специалиста — **редактор**. Обычно он делает больше, чем копирайтер. В одних компаниях он плотно общается с клиентом, организует

работу команды авторов, помогает им делать качественный контент и отвечает за конечный результат. В других — разрабатывает контент-план и следит за эффективностью публикаций. В третьих — руководит [контент-менеджерами](#) и работает над редполитикой. Всё зависит от компании и отрасли.

Если идти ещё дальше, можно стать **главредом**. Главред тоже может заниматься разными вещами, как автор и редактор: например, координировать работу целого направления, ставить задачи другим специалистам, отслеживать эффективность всего блога или вообще готовить публикации для внешних площадок.

Есть и другие точки роста. Навыки копирайтера помогают быстро войти в [интернет-маркетинг](#), [поисковую оптимизацию](#), [PR-менеджмент](#). А ещё можно переквалифицироваться в сценариста, художественного писателя, [веб-дизайнера](#), неймера и любого другого диджитал-специалиста.



МКУК «ЦБС Мамско-Чуйского района – ЦРБ»  
Информационный центр открытого доступа

## Кто такой копирайтер?



Серия информационных буклетов по  
профориентации

«Познакомься с профессией»

Составитель:  
библиотекарь ИЦОД Шпак Т.Н.

п. Мама  
2021 год