



*Посвящается
моему сыну Леониду.*

Введение

Люди, которые начинают интересоваться темой заработка в интернете, рано или поздно находят в Сети информацию о таком направлении, как копирайтинг.

На 9 из 10 сайтов сказано, что копирайтинг — это написание статей за деньги и что заказы можно получать на специальных площадках, которые называются биржами копирайтинга или биржами контента (это интернет-ресурсы, помогающие заказчикам найти исполнителей). Там же говорится о том, как это здорово: свобода от начальников, походов в офис ни свет ни заря, бесконечное творчество и возможность работать из любой точки планеты.

На этом, естественно, сайты не останавливаются и активно дают реферальные ссылки на популярные биржи (что это такое и зачем эти ссылки нужны, мы рассмотрим чуть позже) или рекомендуют пройти платные курсы по написанию статей. Словом, как ни посмотри — идеальный вариант удаленной работы для всех и вся, с навыками или без — было бы желание. Только вот на практике, когда человек начинает работать на бирже, все оказывается совсем не так, как представлялось вначале: ни творчества как такового, ни денег.

Нет, возможно, кому-то и нравится вкладывать душу в материал, тратить на статью 4–5 часов и получать за это 100–150 рублей (~\$1–3), но мне кажется, что в данном случае овчинка не стоит выделки. Более того, есть масса способов потратить время на статью с большей пользой и доходом. Только об этом почему-то мало кто говорит. Или, например, почти нет информации о том, как написать и продать статью, чтобы ее купили, скажем, за 5000 рублей (если уж продавать — то продавать дорого, верно?).

Поэтому я и решил написать эту книгу. В ней я хочу рассказать вам о том, как можно создавать интересные статьи для интернета, которые люди будут находить и с удовольствием читать, и как зарабатывать на этих статьях нормальные деньги. Без бирж. Это принципиальный момент. К слову, забегаю вперед: для того чтобы зарабатывать на статьях, вам не обязательно нужны заказчики. Все это, а также многое другое мы будем подробно разбирать в последующих главах.

В своей первой книге «Копирайтинг с нуля» я писал, что биржи к копирайтингу вообще не имеют никакого отношения и что настоящие копирайтеры никогда на них не работают. Если вы всерьез рассматриваете биржи как точку отсчета, чтобы, скажем, «наработать первичный опыт», «научиться писать статьи», «освоиться в общении с заказчиками» и все такое, то у меня для вас не очень хорошие новости. Все это биржи вам в лучшем случае не дадут (в силу своей специфики), а в худшем — привьют вредные привычки (как говорят нейрофизиологи, создадут не те нейронные связи), из-за которых потом придется переучиваться — сложно, долго и дорого.

Многие, вероятно, сочтут меня предвзятым, и, боюсь, по этой причине у книги может быть масса негативных отзывов. Дескать, выискался тут борец с биржами, Дон Кихот недоделанный. Мол, не нравится — проходи мимо, чем они тебе мешают? А вот чем. Работая со студентами, я уже давно вывел для себя закономерность: научить писать качественные и дорогие статьи человека, который никогда не работал на биржах, в разы проще, чем человека после подобных площадок. И чем дольше человек работает на бирже, тем сложнее его переучить: сказываются подходы и вредные привычки.

Вот и получается, что человек, которого информация в интернете ввела в заблуждение, идет на биржу, теряет на ней время, получает вагон навыков, которые по факту являются балластом, разочаровывается в копирайтинге как направлении, а потом либо перегорает и занимается чем-то другим, либо переучивается. А время-то идет. Я все это говорю, исходя из опыта общения с авторами и копирайтерами, в том числе с бирж. А поскольку за годы практики и преподавания довелось контактировать с сотнями людей, то выборка, можно сказать, достоверная.

Да, бывает и по-другому: люди, которые работали сначала на биржах, а затем перешли в большой копирайтинг, стали профессионалами и сейчас берут крупные суммы за свои услуги. Но это, скорее, исключение, которое подтверждает правило. И чем дольше я анализирую таких людей, тем больше замечаю, что одни долгое время работали в продажах и просто переросли биржи естественным образом. Другим повезло — они начинали работать на биржах, еще когда те только появлялись и не было такой конкуренции. У третьих была развита предпринимательская жилка и т.д. В большинстве же случаев 99% людей, работающих на биржах, вписываются в общий шаблон.

Да, биржи хороши для генерации уникальной текстовой массы. Но для серьезных и качественных материалов они, на мой взгляд, совершенно не подходят, даже если человек хочет чему-то научиться. Просто потому, что так устроена система.

Чтобы не быть голословным, я приведу двадцать поводов, по которым биржи лучше обходить стороной. Если по итогу вы со мной согласитесь, то со спокойной душой будете следовать дальше, в следующие главы, и, я уверен, эта книга щедро вознаградит вас. Если же нет, то у вас будет повод закрыть ее навсегда, распорядиться по своему усмотрению и пойти искать счастья на бирже или в любой другой отрасли, как ни в чем не бывало. Так вы хотя бы сэкономите время. Согласны?

20 поводов не работать на биржах

Все поводы можно разделить на две условные группы: причины и следствия. Причем следствия гораздо хуже и опаснее причин. Сразу скажу, что я намеренно не буду называть адреса, а также хочу особо подчеркнуть, что все сказанное ниже — это сугубо мое личное мнение на момент написания книги. В конце концов, со временем условия могут измениться, а книга останется. И сейчас я опишу реалии, которые наблюдал более 10 лет, общаясь с авторами различных бирж. Плюс выводы на базе собранной информации. Каждый пункт я постараюсь обосновать с позиции здравого смысла, но на стопроцентную активность не претендую.

Причина №1. Статьи могут приносить гораздо больше денег

Большинство авторов на биржах даже не подозревают о том, что их статьи могут приносить в разы или даже в десятки раз больше денег, чем они обычно получают. И приносят, потому что не просто же так их покупают заказчики, верно? Существует с десяток способов зарабатывать деньги на статьях без бирж, и мы их с вами рассмотрим уже в первой главе.

Причина №2. Ограничения в правах

Авторы не могут претендовать на тексты, которые передают заказчикам на биржах, и, по сути, только и делают, что наполняют бездонную бочку буквенных масс. Снова и снова. От проекта к проекту. Более того, отдельные биржи проводят довольно агрессивную политику по отношению к авторам: в большинстве случаев администрация становится на сторону заказчика в случае каких-либо споров (что, впрочем, логично: деньги приносят заказчики, и их мало (так как конкуренция большая), а авторов — много). Как результат, автора могут заблокировать, причем без выплаты денег, и что-либо доказать или изменить в такой ситуации практически невозможно. К слову, с юридической точки зрения биржи имеют на это полное право. Оно прописано в условиях публичного договора-оферты, которые принимает каждый пользователь биржи при регистрации. Другой вопрос, что большинство людей эти условия, как правило, не читают.

Причина №3. Беспольный рейтинг

На многих биржах, чтобы получать заказы с повышенной ставкой, нужно наработать рейтинг. Но вот незадача: рейтинг как таковой — это всего лишь иллюзия и способ манипуляции. Не более. Что за ним стоит? Ничего. Можно потратить годы, работать не покладая сил, и в один прекрасный день приходит жалоба от заказчика, и рейтинг снижается. В худшем случае биржа блокирует автора (это называется «бан»). Тогда вообще все печально: ни рейтинга, ни денег — ничего нет. Все исчезло, словно лопнувший мыльный пузырь. И нужно начинать сначала. А время-то и здоровье не вернуть. Разве оно того стоит?

Причина №4. Демпинг и конкуренция

Количество авторов на биржах исчисляется тысячами. На некоторых — десятками и сотнями тысяч. Само собой, заказчик при таком количестве желающих смотрит, кто может решить задачу за минимальную цену. И находит: всегда есть кто-то, кто готов работать дешевле. В результате на биржах процветает демпинг, то есть продажа товара или услуги по пониженным ценам с целью вытеснить конкурентов. В некоторых случаях цена опускается до 5 рублей за 1000 знаков. И как вы считаете: есть ли смысл брать такие заказы и тратить часы или даже дни на подготовку качественного материала? Очевидно, что нет.

Причина №5. Слишком большие издержки

Биржи выступают посредниками между заказчиками и исполнителями. И, само собой, берут за такое посредничество комиссию. Только вот она зачастую доходит до 20%. И хорошо, если автор с заказчиком делят ее поровну. Бывают совершенно дикие случаи, когда вся комиссия ложится на плечи автора. Добавьте к этому комиссию платежной системы за перевод или обналичивание, налоги — и получаем добрые 30% потерь и более. Треть и без того небольшого заработка.

Причина №6. Монотонность и скука

Работа на биржах копирайтинга в большинстве случаев сводится к генерации уникальных текстов по заданию заказчиков. А поскольку расценки оставляют желать лучшего, приходится генерировать текстовую массу с упором на количество, без какого-либо разнообразия. Это неблагоприятный и монотонный труд, который сильно выматывает и со временем приводит к выгоранию. Со всеми вытекающими последствиями.

Причина №7. Отсутствие объективности

Иногда для продвижения по рейтингу или получения дополнительных статусов на бирже нужно пройти тестовое задание. Так сказать, получить квалификацию. Оценивают подобные работы специальные люди, которые называются модера-

торами. И здесь нужно отметить, что оценка эта весьма субъективна — она привязана к правилам русского языка, а самих модераторов по-хорошему тоже надо бы проверить на профпригодность. Если модератору текст не нравится (а не понравится он может по десяткам причин), то страдает от этого в первую очередь автор. При этом оценка модератора, как правило, окончательная и обжалованию не подлежит. Люди, которые спорят с модераторами, знают, что ничем хорошим это не заканчивается. В худшем случае можно получить блокировку учетной записи.

То же самое относится и к оценке заказчика. Не понравился текст — негативный отзыв или спор с лишней нервозностью. И нередко в результате — пожизненный черный список без оплаты работы (к слову, есть отдельная категория недобросовестных заказчиков, которые любят таким образом получать бесплатные тексты). И если в настоящем копирайтинге качество и уровень текста объективно показывают цифры, то в случае с биржами последняя инстанция тот, кто делает заказ и платит деньги.

Причина №8. Нет профессионального развития

Никаких полезных знаний и навыков, необходимых для профессионального роста, биржи не дают. Наоборот, в 99% случаев они приучают авторов лишь создавать дешевую бесполезную текстовую массу и переписывать существующие в интернете тексты уникальными словами с заданными показателями. Дальше бирж подобные навыки никому не нужны. И работать с заказчиками на бирже особо не учат: кто выполнит работу дешевле с заданными параметрами качества, тот и получает заказ. В конце концов, голодных до работы исполнителей — пруд пруди, а если заказчику исполнитель не нравится, то в большинстве случаев разговор короткий: в черный список, и — «Следующий!».

Причина №9. Строгие запреты

Биржи, как правило, тщательно следят, чтобы авторы не общались с заказчиками напрямую. Еще бы: тогда они теряют свой смысл как посредники, а вместе с ним — комиссионные.

Вот почему на авторов накладывают массу запретов: переписка только через сайт биржи, никакого обмена личными контактами. У отдельных платформ даже в оферте прописано то, что модераторы имеют право читать переписку авторов и заказчиков. Словом, получается закрытая система со своим уставом.

Причина №10. Фактор толпы

На бирже у авторов нет индивидуальности. Вы можете в этом убедиться, просто посмотрев отклики на задания. Они практически все одинаковые. Исполнителей тысячи, и для заказчиков не имеет значения, кто возьмет и выполнит проект. Лишь бы придерживались задания. Казалось бы, ну и что тут такого? А то, что в подобных условиях работы смазываются личностные качества. Человек привыкает чувствовать себя частью безликой массы, и со временем это приводит к непоправимой профессиональной деформации.

Итак, я познакомил вас с 10 причинами. Многие из них могут показаться незначительными. Мол, ну, подумаешь, запреты. Подумаешь, монотонная работа — кто-то же тоже должен ее выполнять. Подумаешь, часть толпы, зато ближе к народу! Но это только начало. Сейчас я хочу перечислить вам следствия этих причин, и вот они-то вызывают у меня серьезные опасения.

Следствие №1. Неправильное позиционирование

Авторы на биржах привыкают, что заказчики общаются с ними сверху-вниз и диктуют, что и как делать. Если автор планирует затем выходить в свободное плавание и работать с заказчиками напрямую, например, создавать серьезные статьи, то придется ломать привычки. Хороший статейщик — это специалист, который работает либо на свои, либо на клиентские проекты. И когда к нему приходят клиенты, то уже он им говорит, что писать и как надо решать задачу, а не наоборот.

Это можно сравнить с ситуацией, когда к врачу приходит пациент, чтобы первый избавил его от боли. Вы можете представить себе, что пациент начнет диктовать доктору, что назначать и как его лечить? Нет, конечно, бывают и такие кадры, но

это скорее исключительные случаи. В серьезных проектах, где платят хорошие деньги, специалист общается с позиции либо равной заказчику, либо выше заказчика. Биржи в этом плане — настоящее королевство «кривых зеркал», и перестроиться после них на нормальную работу непросто.

Хуже всего то, что у авторов на биржах часто очень занижена самооценка. А если человек себя не уважает, то и заказчики к нему будут относиться так же. Получается порочный замкнутый круг. И если из него не выбраться, то путь в дорогие клиентские проекты закрыт.

Следствие №2. Зашоренность

На биржах авторы генерируют в огромных количествах преимущественно бесполезную текстовую массу. Бесполезную, потому что они не являются профильными специалистами и просто переписывают существующие в интернете тексты с помощью уникальных слов. Да только плодят ошибки. В некоторых тематиках, например медицинской, это даже опасно.

Пользователи интернета воспринимают такие материалы за чистую монету и чего только не вытворяют, подвергая риску здоровье свое и родных.

У меня есть друг, который работает на скорой и много чего повидал. Однажды он рассказал очень показательную историю. Девушка, 25 лет, вызвала скорую помощь с жалобами на боли в области сердца. Скорая выехала. Спустя пять минут в скорую позвонил ее парень. Сказал, что девушке стало плохо и она теряет сознание. Оператор задал уточняющие вопросы, и выяснилось, что в ожидании скорой девушка начала искать статьи в интернете, в которых вычитала, что при сердечных приступах назначают нитроглицерин. А если одна таблетка не помогает — то помогают две. Вот она сразу две, на всякий случай, под язык и положила. Итог закономерный: сосуды расширились, давление упало — получите, распишитесь. Такие случаи, увы, не единичные.

Вот почему я твердо убежден, что подобные материалы должны писать только профильные специалисты. А толку от пустых переписываний дилетантами никакого. Один вред. По крайней мере, для пользователей. Единственные, кому это

нужно и выгодно, — владельцы сайтов, потому что такие статьи — их заработок. О том, как они это делают, мы поговорим чуть позже.

В итоге получается, что все навыки большинства биржевых авторов сводятся к решению одной-единственной задачи — переписывать существующие тексты уникальными словами. При этом копирайтеры на биржах не могут иначе, да и зачем, когда нужно столько текстов еще написать. Это работа исключительно на количество, но не на качество. И оказавшись в свободном плавании, например после очередной блокировки на бирже, автор впадает в ступор. Он не знает, что делать без заказчиков и заданий, ведь корпеть над текстами по-другому не умеют. И это делает его крайне уязвимым. В результате автор вынужден опять идти на биржу, только другую, и все повторяется снова и снова. Конечно, биржам это выгодно: стимулируя подобный формат работы, они удерживают копирайтеров и сохраняют свои комиссионные.

Следствие №3. Отсутствие удовлетворения от работы

Чтобы получать удовлетворение от работы, человеку нужно видеть в ней смысл, ощущать, что она важная и нужная. К сожалению, как я уже говорил, большинство заказов на биржах — это рерайтинг, то есть переписывание, генерация бесполезных тысяч знаков пустой текстовой массы. Никому, кроме заказчиков, эта масса не нужна, да и они с ней не церемонятся: часто размещают на сайтах сомнительного качества, увешанных всевозможной рекламой, чтобы заработок был максимальным.

В 99% случаев такие тексты не приносят пользы для аудитории. Имени же авторов заказчики, как правило, не указывают. Получается, что смысла в такой работе для копирайтера нет. А если учесть, что за нее еще и платят копейки, все становится совсем грустно. По той же причине на биржах нет смысла делать качественные материалы. В конце концов, зачем? Это равносильно тому, что французский шеф-повар будет десять часов готовить блюдо высокой кухни, которое скормят свиньям на ферме. О каком удовлетворении можно говорить? Тут не до самореализации: авторы зачастую вынуждены делать упор на количестве килознаков (то есть 1000 знаков) за единицу времени, а это еще один шаг к выгоранию и неврозам.