# Требования к Контенту на Площадке Лемма.Плейс

##

[**Требования к Контенту на Площадке Лемма.Плейс**](#_s9pzjoy8h73e) **1**

[ВВЕДЕНИЕ](#_9tg4fk6lu4b1) 1

[ТРЕБОВАНИЯ К СТАТЬЯМ](#_eoqc1zlzhhu8) 1

[ТРЕБОВАНИЯ К ИНТЕРВЬЮ](#_ix0ykvwwuf89) 5

[ТРЕБОВАНИЯ К ВЕБИНАРАМ, КОНФЕРЕНЦИЯМ](#_xdlat2o03lww) 8

[ТРЕБОВАНИЯ К ВИДЕОКОНТЕНТУ](#_knj9yieydn3k) 8

[ТРЕБОВАНИЯ К ПОЛЕЗНЫМ МАТЕРИАЛАМ](#_5zrmao9q3ixl) 9

## ВВЕДЕНИЕ

Уважаемый автор, спасибо, что Вы выбрали нашу Площадку для самореализации и развития своего потенциала.

Мы надеемся на долгую и плодотворную совместную работу.

Ниже обозначены основные требования к принимаемым материалам на образовательном сайте для рестораторов Лемма.Плейс, которые способствуют логичности и актуальности образовательного контента для наших пользователей.

## ТРЕБОВАНИЯ К СТАТЬЯМ

1. 1 статья – 1 файл (формат doc или docx).
2. Если вы используете профессионализмы, англицизмы, аббревиатуры, пожалуйста, давайте расшифровку для читателей в сносках или тут же в теле статьи (в скобках).
3. Пишите Times New Roman 14.
4. Ориентируйте на количество знаков/символов (ниже будет указано количество).

Для подсчёта знаков используйте Microsoft Word. Количество знаков указано с пробелами. 



1. С первым материалом нужно прислать информацию об авторе.

5.1. Карточка для заполнения: <https://docs.google.com/document/d/1o5wIvPPSIDWbqBtl8yFmkwF72bIPCeuo12LAtnrS86U/edit?usp=sharing> (необходимо сделать КОПИЮ и вносить свои данные в ней, ШАБЛОН НЕ ТРОГАТЬ!)

5.2. Отдельным файлом отправьте фотографию в высоком качестве (лучше загрузить в облако и отправить ссылку на нее или несколько фотографий).

5.3. Используйте наименование файла:
Фамилия автора\_название статьи\_дата.

1. Отправляйте, пожалуйста, готовые файлы через Телеграм или WhatsApp по номеру 79085045079 (Анастасия Карпачева, редактор) или отправляйте на почту: 79085045079@yandex.ru с пометкой в названии «Автор\_название статьи\_дата».
2. Статья должна быть уникальной в рамках Интернета, не опубликована ни на одном сайте и не проиндексирована поисковыми системами. **Ни до опубликования на ресурсе Лемма.Плейс, ни после.** Статьи с уникальностью менее 85% не принимаются к размещению. Рекомендуется использовать сервисы text.ru, Advego Plagiatus для оценки уникальности статьи.

Так она будет получать большую симпатию, у читателей не будет возникать эффект дежавю или ощущения, что ему дают второсортный продукт.

1. Статья должна нести смысловую нагрузку, иметь логическую структуру (вступление, основная часть, завершение). Статья должна быть написана для людей: генерация, синонимайзинг, поверхностный рерайт не допускаются. Рерайт в целом допустим ранее опубликованных материалов, но уникальность должна быть в итоге не менее 85%.

|  |
| --- |
| **Шаблон статьи**Дескриптор (краткое описание основного смыслового содержания документа, выжимка, анонс – ведь читатель должен понять: будет ли ему полезен этот материал. Это описание поисковые системы покажут пользователю при запросе информации). Не более 50 знаков с пробелами.Структура (содержание). Помогает структурировать то, что вы хотите сообщить аудитории. Составив план, будет проще написать хороший текст, который будет последовательным и легко считываемым.Основной текст.От 3 000 до 4 500 знаков с пробелами. Это от 1,5 страниц А4 до 2,5. Важно не просто набрать нужное количество символов, а раскрыть обозначенную тему.Допускается использование фото с разрешением не менее 600\*600 (\*.jpg), таблиц, схем, графиков, картинок внутри статьи. Сайт не поддерживает использование эмодзи. |

1. Статья должна соответствовать нормам и правилам русского языка, без орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок (по возможности).
2. Ключевые слова должны быть вписаны гармонично.

Ключевые слова - это те слова/фразы, которые станут крючками для поисковых систем. Максимально допустимое количество ключевых слов (включая словоформы) в статье не более 15 на каждые 2000 символов.

1. Тематика статьи должна соответствовать следующим направлениям:

управление, учет, государственные вопросы, персонал, стандарты, франшиза. брендинг, маркетинг, коронавирус, про кофейни, опыт рестораторов, технологии, юридические вопросы, обзоры, как открыть, про пекарни, дизайн, ресторан в онлайне, барная индустрия, онлайн-марафон, мой бизнес, поварам, ХАССП, новости, мероприятия.

1. Тематики статей, запрещенные к размещению.
* материалы, очерняющие репутацию физических и юридических лиц;
* статьи агитационного политического характера.
1. О чем можно писать на площадке?
* Об эффективных кейсах: как ваши клиенты экономят и повышают эффективность, за счет каких именно инструментов. За столько лет наверняка у вас накопилось немало таких. Да, придется потрудиться и собрать контент (провести опрос), если такое ранее не собирали.
* Про область, которую вы автоматизируете: про электронный документооборот (ЭДО), про новые изменения в законодательстве, о грядущих изменениях. Но не рекламного характера, а информационного.
* Обо всем, что касается ресторанного бизнеса и может быть интересно/полезно читателям.
1. Проверьте свою статью, ответив на вопросы ниже.

**Какая цель?**

*Выбрали направление, определились с темой. Теперь самый важный момент – ответить на вопрос: какие задачи должна решать конкретно эта статья? (это мегаважный вопрос). Проинформировать о ближайших изменениях в законодательстве? Дать ряд реальных кейсов (с цифрами) с использованием инструмента/модуля. Дать топ-n лайфхаков по общению с государством и помочь выкрутиться из любой ситуации, если пришла проверка...*

**Статья раскрывает обозначенную тему?**

*Самое сложное – это раскрыть тему. Написать так, чтобы контент соответствовал теме и достигал поставленные задачи, был полным и достаточным, исчерпывающим (если, конечно, это не серия).*

**Написана простым и доступным языком?**

*Очень часто авторы усложняют язык и отходят от темы. Воспользуйтесь сайтом https://glvrd.ru для самостоятельной проверки материала.*

**Статья содержит «независимые» (объективные мнения)?** **В статье нет рекламы конкретного бренда?**

*Аудитории не нужна реклама, ее и так сейчас много, им нужен полезный контент, который они могут применить и поделиться со своим знакомыми в ресторанном бизнесе. Еще должна быть глубина. Поверхностные материалы не приведут Вам лиды. Через Вашу работу можно понять степень профессионализма и увидеть подход к клиенту, если читатель решит им стать. Наша площадка – это своего рода ярмарка профессионалов, где в продукте – материале можно считать всю информацию о потенциальном партнере.*

**Хорошо, если статья содержит цифры, примеры, исследования?**

*Да, все мы любим статистику и цифры, конечно же реальные. Потому что, если это будет хоть немного похоже на фантазии, то обязательно возникнут вопросы у читателей и это породит недоверие. А это не нужно ни нам, ни автору.*

15. Редакция площадки https://place.lemma.ru имеет право вносить изменения в текст, оформление статьи, вставлять в текст статьи картинки, видео, размещать статью в соответствующем разделе, если это не нарушает смысловой целостности статьи.

## ТРЕБОВАНИЯ К ИНТЕРВЬЮ

Рекомендации по подготовке к интервью

**Ключевые вопросы хорошего интервью: «ЗАЧЕМ?!»**

***1.*** ***Зачем мы гостю?***

*(этот вопрос можно ему задать напрямую)*

***Как сделать, чтобы дать ему это?***

***2.*** ***Зачем он нам*** *(мне как человеку, мне как менеджеру, мне как представителю всех зрителей)?*

**Правила хорошего интервьюера**

1. «Для танго нужны двое» - создание доверительных отношений. Баланс системы «брать-давать».

2. Определение позиции: кто я в этом интервью? «Ролевая модель» интервьюера:

· нейтральность – если вы не провокатор;

· адекватная ролевая позиция.

3. Лучший экспромт – это подготовленный. Успешное интервью – подготовленное интервью (информация, список вопросов с возможными ответами).

**Подготовка к интервью**

1. **Определение цели.**
* ***Какая прямая цель***  ***у вас?*** (развлечь 1000 сотрудников, показать, что о них заботятся, дать новые идеи).
* ***Какая ваша косвенная цель как человека*** (чем вам этот человек интересен?).
* ***Что вашей аудитории важно в этом человеке?*** Как вы думаете, что они хотят услышать? Закон ПЗС (что в финале они должны понять, запомнить, сделать)
1. **«Нулевая позиция».**  **Первая стадия подготовки вопросов** – до изучения материалов.
2. **Сбор информации и анализ**
* общая биография;
* интервью в разных журналах, видео;
* интересные моменты личной истории, которые, может быть, «недокрутили» журналисты;
* хорошие вопросы и истории (кейсы), которые можно использовать.

Составляем длинный список вопросов, анализируем, постоянно держим в голове цель, которую записали!!!

1. Еще раз проверяем «нулевой» список. Если есть открытия, дописываем в свой большой список.
2. **Отбираем вопросы**, в зависимости от времени интервью и своей цели (примерно 5 минут на вопрос, учитывая, что могут возникнуть дополнительные вопросы).
3. **Простраиваем внутреннюю драматургию интервью.**

**10 правил формулирования вопросов**

1. Открытые вопросы (Почему? Зачем? С какой целью? Когда?).
2. Вопрос должен быть коротким.
3. Вопрос должен быть ОДИН!
4. Вопроса может и не быть! Эмоция.
5. Не озвучивать вопросы по списку!!!! Присоединение и дополнительные вопросы (парафраз, уточнение).
6. Форма вопроса – задать русло ответа.
7. Не подсказывать ответ - нет «само собой разумеющегося» («нулевая» позиция) – не додумывать, а уточнять.

Плохой пример:<https://www.youtube.com/watch?v=ty-ymKiKXxo> «С самого начала у меня была какая-то тактика и я ее придерживался».

1. Вытаскивать истории – иллюстрации. «Расскажите, как это было…» (хорошо подготовить их заранее или продумать, где они могут быть – у любого человека есть какие-то этапы, где есть что рассказать).
2. Не перебивать, но закруглять.
3. Если вы задаете вопрос «за кадром» - не давать отвечать частичным ответом.

Также посмотреть интервью нескольких интервьюеров и прописать, что понравилось, а что нет, чтобы вы взяли, а что нет.

Например (необязательно эти спикеры и эти интервьюеры):

<https://www.youtube.com/watch?v=U_mRFZCSIEo> – «Белая студия» Дарья Златопольская

<https://www.youtube.com/watch?v=nQ4xxF9vyyk> – «#ещенепознер» Николай Солодников

<https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=O2317vI1gk8&feature=emb_logo> – «А поговорить?» Дарья Шихман

<https://www.youtube.com/watch?v=Uv5dEcM-g3k> – Елена Погребижская (исследовательские интервью, авторская работа, мастерская работа со спикерами)

Требования к видеоформату

1. За неделю предоставляется информация о том, с кем, о чем, список вопросов - из этого мы пишем анонс.
2. Проверка и настройка оборудования, стыковочный созвон, чтобы все шло гладко на самом интервью.
3. В день проведения нужно быть пунктуальным.
4. По итогу интервью автор предоставляет тайминг диалога и расшифровку (слово в слово) для последующей редактуры и публикации на Плейсе. Редактура - с нас).

Требования к текстам

Уникальность, грамотность, стилистика (оставляем разговорный стиль, в формате диалога). Это в случае, если предоставляете готовый текст интервью для публикации.

## ТРЕБОВАНИЯ К ВЕБИНАРАМ, КОНФЕРЕНЦИЯМ

1. Бронирование даты производится за 1 месяц.
2. Проводятся вебинары по четвергам в рабочие дни (время можно обсуждать). Допустимо смещение даты и времени вебинара.
3. Отмена вебинара производится не позднее, чем за 3 дня.
4. За неделю необходимо прислать всю информацию: тему, описание, тезисы, презентацию.
5. За один день до вебинара необходимо протестировать оборудование с сотрудником площадки. Пока мы используем Zoom.
6. В день вебинара быть за 15 минут на связи возле компьютера, с которого будет воспроизводится доклад.

## ТРЕБОВАНИЯ К ВИДЕОКОНТЕНТУ

1. Технические особенности:

1.1. Расположение камеры должно быть горизонтальное.

1.2. Удаленность от камеры - Вас должно быть видно по пояс/грудь.

1.**3. Формат видеофайла только mp4.**

1.4. Не должно быть никаких фоновых посторонних звуков во время записи.

1.5. Должно быть достаточно света.

1.6. Рекомендуем использовать микрофон (петличку или наушники) - так будет лучше звук.

1. Контентные требования:

2.1. Убедитесь, что камера чистая (всегда протирайте).

2.2. Подготовьте заранее структуру доклада.

2.3. Обязательно в начале нужно упомянуть площадку Лемма.Плейс.

2.4. Начинаем видео с небольшой паузы, с молчаливого спокойствия, чтобы можно было подрезать, поставить заставку.

2.5. Между логическими блоками делаем паузы.

2.6. Если сказали что-то не так - делаем паузу и повторяем по новой - лишнее вырежем.
2.7. Помогаем себе жестами, но не машем руками, а немного используем, задействуя предплечья и кисти рук, используем повороты/наклоны головы для усиления эффекта.

1. Требования к внешнему виду:
3.1. Убрать блеск кожи лица, блики очков.

3.2. Прическа аккуратная, одежда опрятная.

1. Пример хорошего расположения, света, звука: https://www.youtube.com/watch?v=m1E-FCzteDc
2. Готовое видео заливаем на облако (гугл, яндекс, мейл, другой), открываем доступ по ссылке для редактирования, отправляем в вотсап ссылку по номеру телефона +7 908 504 50 79 (Анастасия).

## ТРЕБОВАНИЯ К ПОЛЕЗНЫМ МАТЕРИАЛАМ

1. Что может быть отнесено к ПМ?

1.1. ПМ должен нести ценность, пользу тому, кто его использует, решать конкретную задачу пользователя.

1.2. Это может быть шаблон, готовые формы, чек-листы, - все, что можно взять и использовать в своем заведении.

2. Требования к оформлению и присутствию контактной инфы.

Мы реализуем функционал, чтобы в карточке каждого автора были контакты, поэтому настаиваем на том, чтобы не прописывать прямые контакты. Допустимо подписать/оставить свой логотип.

**С уважением,**

**Лемма. Плейс**