

Купецъ Медиа: сценарий для записи

10 коротких роликов: говорящая голова + скринкаст. Реплики написаны дословно и разговорно — читаешь на камеру, не переписывая.

■ В КАДРЕ — говоришь на камеру

■ ЭКРАН — запись экрана + твой закадр

Как снимать быстро: сначала пройди весь скринкаст одним дублем (кликаешь + говоришь закадром), потом отдельно наговори куски «в кадре». Склеишь на монтаже — не придётся переснимать по десять раз. Реплики можно говорить своими словами.

ПРИВЕТСТВИЕ · НА КАМЕРУ, ~40 СЕК

«Привет! Дальше — небольшой отдельный модуль. Разберём площадку Купецъ — где можно публиковать свой контент так, чтобы тебя находили не только подписчики, но и люди из общей ленты и из поиска в Яндексe и Гугле.»

«Формат простой: десять коротких уроков, всё по шагам — от регистрации до статьи, которая реально приводит трафик. Без воды, только то, что применишь сразу.»

«К каждому уроку будет шпаргалка — открывай и повторяй за мной прямо в процессе. Погнали, начнём с самого начала.»

РОЛИКИ

01	Зачем блогеру Купецъ	~2 мин
02	Регистрация	~2 мин
03	Профиль	~4 мин
04	Первый пост	~4 мин
05	Статья, которая попадает в поиск · ядро	~7–8 мин
06	Кейс	~4–5 мин
07	Видео — формат VK Video	~4 мин
08	Свой блог компании	~4 мин
09	После публикации: правка и закрепление	~4 мин
10	Как тебя находят и что дальше	~5 мин

1 Зачем блогеру Купецъ

~2 мин

● В КАДРЕ хук

«Смотри. Ты можешь писать классные тексты, но если у тебя своя площадка с нуля — тебя тупо никто не видит. Ноль трафика, пока сам людей не приведёшь. Сейчас покажу площадку, которая это решает — Купецъ. И дальше по шагам разберём, как публиковаться, чтобы тебя находили и в ленте, и в поиске.»

● В КАДРЕ три причины

«Три вещи, ради которых сюда стоит заходить. Первое — готовая аудитория: тут есть общая лента, и твой пост видят люди, которые на тебя ещё не подписаны. Охват получаешь сразу, а не когда наберёшь базу.»

«Второе — поиск. Статьи с Купца попадают в Яндекс и Гугл. Домен уже с весом, поэтому индексируется быстрее, чем твой новенький личный сайт.»

«Третье — лиды. Это площадка, где фрилансер и бизнес находят друг друга без комиссий. Твои тексты работают как витрина — из статей и кейсов приходят клиенты.»

● В КАДРЕ переход

«План простой: пишешь у себя — дублируешь сюда — снимаешь ещё и поисковый трафик, и новых читателей. Погнали настраивать. Начнём с регистрации, это тридцать секунд.»

2 Регистрация

~2 мин

● В КАДРЕ

«Заводим аккаунт. Реально быстро, сейчас увидишь.»

● ЭКРАН

открываешь kures.media → кнопка входа в шапке

«Заходим на kures.media, жмём вход. Открывается окошко — „Войдите в кures медиа“.»

показываешь кнопки соцсетей

«Самый быстрый путь — через соцсеть. Есть „Войти через ВКонтакте“ и „Войти через Яндекс“. Один клик, ничего заполнять не надо — рекомендую так.»

вкладка Регистрация → форма email

«Если хочешь по почте — ниже, „или по email“. Три поля: почта, пароль от шести символов и повтор. Жмём „Зарегистрироваться“.»

попадаешь внутрь

«Всё, мы внутри. Обрати внимание — имя не спрашивали. Его зададим в профиле, этим и займёмся дальше.»

● В КАДРЕ переход

«Аккаунт есть. Теперь оформим профиль так, чтобы с первого же поста на тебя хотелось подписаться.»

3 Профиль

~4 мин

В КАДРЕ

«Профиль — это твоё лицо на площадке. Человек прочитал пост, кликнул на имя — и за пару секунд должен понять, кто ты и почему тебя стоит читать. Настраиваем.»

ЭКРАН

Личный кабинет → Мой профиль

«Заходим в „Мой профиль“. Пройдёмся сверху вниз.»

загружаешь обложку

«Обложка — баннер сверху, размер 1280 на 400. Ставь что-то в своём стиле, не оставляй пустоту — пустая шапка выглядит как заброшенный аккаунт.»

вводишь имя

«Отображаемое имя — обязательное. Либо реальное имя, либо название бренда. Это видят все.»

заполняешь «О себе»

«„О себе“ — до пятисот символов. Главная ошибка — писать „маркетолог, эксперт“. Это ни о чём. Пиши конкретно: кто ты, кому и чем полезен, и один факт-доказательство. Смотри: „Таргетолог. Веду рекламу для онлайн-школ, больше трёхсот проектов. Пишу про связки, которые реально окупаются“. Сразу понятно, зачем подписываться.»

блок ссылок

«Ниже ссылки — Телеграм, ВК, Ютуб, сайт, Дзен, Макс. Заполни всё, что есть. Это бесплатный трафик с Купца на твои площадки.»

Сохранить → при необходимости «Активировать профиль»

«Жмём „Сохранить“. Если профиль в черновике — появится „Активировать профиль“, жмём и её. Готово, профиль живой.»

● В КАДРЕ [переход](#)

«Профиль готов. Дальше — публикуем контент. Начнём с лёгкого формата, с поста.»

4 Первый пост

~4 мин

● В КАДРЕ

«Пост — короткий формат, как запись в соцсети. Идеально, чтобы быстро засветиться в ленте и собрать первую реакцию. Публикуется мгновенно.»

● ЭКРАН

жмёшь «Написать»

«В шапке кнопка „Написать“. Жмём — площадка спрашивает: что публикуем?»

показываешь четыре формата

«Четыре формата — пост, статья, кейс, видео. Разберём все, сейчас берём „Пост“.»

пишешь текст поста

«Пишем текст, до четырёх тысяч символов. Можно накинуть картинок — соберутся в карусель или сетку. Заголовок вводить не надо — система возьмёт из первой строки.»

публикуешь

«Публикуется сразу и падает в общую ленту. Ни темы, ни обложки не нужно — лёгкий формат.»

открываешь ленту

«Важный момент про ленту: она показывает не только твоих подписчиков. У Купца есть бонус охвата — контент от новых авторов подмешивается тем, кто на тебя ещё не подписан. Поэтому даже с нуля тебя видят. Но чтобы бонус сработал — пост должен собирать реакции. Отсюда формат: инсайт, вопрос или короткая история, то, на что хочется ответить.»

● В КАДРЕ [переход](#)

«С постами разобрались. Теперь тяжёлая артиллерия — статья, которую находят в поиске. Это самый важный урок, не проматывай.»

5 Статья, которая попадает в поиск • ядро

~7-8 мин

● В КАДРЕ

«Вот это ключевой урок всего модуля. Покажу, как написать статью так, чтобы её находили в Яндексе и Гугле. Тут пара неочевидных вещей, про которые почти никто не знает — а они решают. Погнали по полям.»

● ЭКРАН

Написать → Статья

«Написать — Статья. Разберём каждое поле и сразу — как оно влияет на поиск.»

Поле 1 — Заголовок

курсор в поле заголовка

«Заголовок — самое главное поле, до ста двадцати символов. Почему главное: это и заголовок статьи, и то, что показывается в выдаче, и из него же строится адрес страницы. Три функции в одном. Правило первое — главный поисковый запрос ставь в начало, пиши так, как человек реально гуглит.»

печатаешь плохой → хороший вариант

«Смотри разницу. „Немного мыслей о рекламе“ — так не найдёт никто, это ни под какой запрос. А „Реклама ВКонтакте для интернет-магазина: пошаговая настройка“ — вот это ищут. И правило второе — никакого капса и эмодзи: из заголовка собирается адрес страницы, насыёшь мусора — получишь кривую ссылку.»

Поле 2 — Первый абзац (самое неочевидное)

начинаешь печатать тело статьи

«А теперь фишка, ради которой стоило смотреть урок. В выдаче под заголовком есть описание — сниппет. На Купце оно берётся автоматически из первых примерно двухсот символов твоего текста. Значит первые одно-два предложения — это НЕ „всем привет, сегодня расскажу“. Это ёмкое резюме с ключевым запросом, ради которого кликнут из поиска.»

печатаешь плохой → хороший первый абзац

«Плохо: „Привет, друзья! Давно не был на связи, но вот решил накатать статью“ — это уходит в сниппет, человек проматывает. Хорошо: „Разбираю на реальных цифрах, как настроить рекламу ВКонтакте для интернет-магазина: аудитории, креативы, ставки и типичные ошибки, которые сливают бюджет“. Вот на это кликают.»

Поля 3–4 — Тема и обложка

выпадающий список «Тема»

«Сверху выбираем Тему из списка. Не пропускай — статья попадёт на страницу темы и к её подписчикам. Дополнительный охват.»

загружаешь обложку 1280×720

«Обложка, 1280 на 720. Это не только красота — именно она подтянется, когда скинешь ссылку в соцсети. Без неё репост выглядит бледно.»

Тело статьи

показываешь подзаголовки, списки

«Текст разбивай на подзаголовки, списки, цитаты — структура нужна и читателю, и поисковику. Объём — от восьмисот слов, с конкретикой и цифрами; статья на два абзаца в поиск не выйдет. И ссылайся на свои прошлые статьи, внутренние ссылки усиливают.»

Публикация и посев

кнопки Черновик / Опубликовать

«Статья сама сохраняется в черновики каждые пару секунд, можно уйти и вернуться. Готово — жмём зелёную „Опубликовать“. И последний шаг, про который все забывают: сразу кинь ссылку в свой Телеграм или ВК. Первые заходы и внешние ссылки ускоряют индексацию — поисковик быстрее замечает страницу.»

● В КАДРЕ финал урока

«Запомни две вещи, даже если забудешь всё остальное. Заголовок — под то, как ищут. И первые двести символов — это твой сниппет в Гугле, поэтому никаких „приветов“, сразу суть. Сделаешь так — статьи будут приводить трафик из поиска месяцами.»

● В КАДРЕ переход

«Дальше — формат, который приносит деньги напрямую. Кейс.»

6 Кейс

~4–5 мин

В КАДРЕ

«Кейс — это формат-доказательство. Статья учит, а кейс показывает: вот работа, вот цифры был-стал. Именно с кейсов чаще всего пишут в личку с заказом. Разберём, как собрать сильный.»

ЭКРАН

Написать → Кейс

«Написать — Кейс. Редактор почти как у статьи, но два отличия.»

поле «Название кейса»

«Первое — поле называется „Название кейса“. Правила те же: под поисковый запрос, без мусора.»

выпадающий список «Площадка»

«Второе — вместо Темы тут „Площадка“. Выбираешь, где велась работа — ВК, Телеграм и так далее.»

В КАДРЕ структура кейса

«Теперь скелет сильного кейса, запиши. Пять блоков. Первый — задача и клиент: ниша, что было на входе. Бренд можно обезличить — „онлайн-школа по такому-то“, если клиент не разрешил называть.»

«Второй — точка А, что было плохо, обязательно в цифрах. Третий — что сделали: связка, шаги, решения. Четвёртый — точка Б, результат в цифрах: было-стало, ROAS, стоимость лида, выручка. Пятый — вывод: что повторяемо, что читатель заберёт себе. Публикуешь так же — черновик или „Опубликовать“.»

● В КАДРЕ переход

| «Дальше — ещё один формат: видео.»

7 Видео — формат VK Video

~4 мин

● В КАДРЕ

«Кроме текста Купецъ умеет и видео — разборы, интервью, обучалки. Один момент сразу: формат работает с VK Video. То есть само видео должно быть залито во ВКонтакте, а сюда мы вставляем ссылку. Ютуб и Rutube в этом формате не подходят — их можно вставить только блоком внутри статьи.»

● ЭКРАН

Написать → Видео

«Написать — Видео.»

вставляешь ссылку vk.com/video-...

«Копируем ссылку на видео из ВК — вида [vk.com/video](https://vk.com/video-...) и цифры — и вставляем. Смотри: обложка и длительность подтянулись автоматически, прямо из ВК.»

нет обложки — грузишь свою

«Если авто-обложка не подтянулась — загружаешь свою картинку, до десяти мегабайт.»

заголовок + описание

«Заголовок — до ста двадцати символов, по тем же правилам, что у статьи: под то, как ищут. И описание, до двух тысяч символов — оно идёт и под видео, и в сниппет поиска, поэтому первые строки пишем по делу, а не „привет всем“.»

Опубликовать

«Черновик или Опубликовать. Видео уходит в отдельный раздел „Видео“ и в общую ленту.»

● В КАДРЕ [переход](#)

«Дальше покажу, как собрать все свои материалы в один раздел под брендом — свой блог.»

8 Свой блог компании

~4 мин

В КАДРЕ

«Купец даёт завести собственный блог — твой личный раздел бренда или агентства прямо внутри площадки. Весь контент собирается в одном месте под твоим именем. Делается за минуту.»

ЭКРАН

открываешь `/groups/create`

«Идём на создание блога. Форма „Новый блог компании“.»

логотип или эмодзи

«Ставим логотип. Если логотипа нет — можно просто выбрать эмодзи, тоже норм.»

Название + Описание → Создать

«Название обязательное, от двух символов. Описание — чем занимаешься, о чём будешь писать. Жмём „Создать“ — и ты владелец блога.»

публикация из блога

«Чтобы писать в блог — заходишь в сам блог и оттуда создаёшь статью или кейс. Редактор покажет плашку „Публикация в блог“ — значит, всё уйдёт именно сюда.»

профиль → «Блог в профиле»

«Финальный штрих: возвращаемся в „Мой профиль“, там теперь появилось поле „Блог в профиле“. Выбираем свой блог — и он показывается прямо в профиле.»

В КАДРЕ переход

«Теперь короткий, но важный урок — что делать с уже опубликованным материалом.»

9 После публикации: правка и закрепление

~4 мин

● В КАДРЕ

«Опубликовал — не значит забыл. Короткий урок про то, что можно делать с уже вышедшим материалом: править, закреплять, репостить.»

● ЭКРАН

меню «...» на своём посте

«На любом своём посте, статье или кейсе — и в ленте, и на странице материала — есть меню из трёх точек. Открываем.»

Редактировать

«Редактировать — открывается тот же редактор: правишь заголовок, текст, обложку и сохраняешь. Напомню: сниппет в поиске — это первые двести символов, так что меняешь первый абзац — меняется и то, что видно в выдаче.»

Удалить (с отменой)

«Удалить — не бойся промахнуться: восемь секунд висит кнопка „Отменить“.»

Закрепить

«И Закрепить — твой лучший пост или кейс встаёт вверху профиля. Это витрина: зашёл новый человек — и сразу видит самое сильное. Если есть блог — там своё „Закрепить в блоге“.»

● В КАДРЕ черновики и репост

«Ещё две вещи. Черновики — раздел в меню по твоей аватарке: всё, что сохранил, но не выложил; статьи, кстати, сохраняются туда сами. И репост — на каждом материале есть кнопка „Поделиться“: Телеграм, копировать ссылку и „Поделиться у себя“ — это репост поста в твою собственную ленту, с комментарием.»

● В КАДРЕ [переход](#)

«А теперь финал — как сделать так, чтобы весь этот контент реально набирал охват.»

10 Как тебя находят и что дальше

~5 мин

● В КАДРЕ

«Ты умеешь публиковать всё. Теперь про механику — как контент доходит до людей и что делать регулярно, чтобы аудитория росла.»

● В КАДРЕ четыре канала охвата

«Тебя находят через четыре канала. Лента — ранжируется по свежести и вовлечённости, плюс бонус для новых авторов; вывод: важны первые реакции, провоцируй комментарии. Страницы тем — за счёт выбранной Темы статья живёт на странице темы и попадает к её подписчикам. Поиск — Яндекс и Гугл, про это был пятый урок. И профиль с блогом — твоя постоянная витрина.»

● В КАДРЕ работа с аудиторией

«Что делать руками. Отвечай на комментарии — добивает вовлечённость и поднимает пост в ленте. Подписывайся на авторов в своей нише и комментируй — так замечают тебя. Отвечай в разделе вопросов-ответов по своей теме — бесплатный способ показать экспертизу. И следи за достижениями и бейджами — они копят за активность и работают как соцдоказательство в профиле.»

● ЭКРАН по желанию

открываешь аналитику в дашборде

«Обязательно смотри аналитику — тут видно просмотры и статистику по каждому материалу. Правило простое: смотришь, что зашло лучше всего, и делаешь такого больше.»

«И последнее — ритм. Оптимально: два-три поста в неделю плюс одна статья или кейс. Каждую статью после публикации сеешь в свои каналы. И раз в неделю заглядываешь в аналитику. Держишь этот ритм пару месяцев — и Купецъ начинает стабильно приводить и читателей, и клиентов. Всё, ты умеешь пользоваться площадкой на полную. Иди публикуй.»

ХРОНОМЕТРАЖ

#	РОЛИК	~ВРЕМЯ
1	Зачем Купецъ	2 мин
2	Регистрация	2 мин
3	Профиль	4 мин
4	Первый пост	4 мин
5	SEO-статья (ядро)	7–8 мин
6	Кейс	4–5 мин
7	Видео (VK)	4 мин
8	Свой блог	4 мин
9	После публикации	4 мин
10	Охват и рост	5 мин
Итого		~43–48 мин