# 3.6. Інформаційне наповнення сайту

**Контент (Content, вміст)** — це інформаційне наповнення сайту, інформація, яку розробник складає самостійно або копіює з дотриманням відповідних законодавств. Весь контент охороняється законом про авторське право, оскільки він є продуктом інтелектуальної праці і має своїх авторів і власників.

Якісний контент - це матеріал, що поєднує ряд властивостей: унікальність, корисність, актуальність, оздоблення, інформативність. Якісний контент дозволяє сайту краще ранжируватися в пошукових системах і привертає на сайт більше відвідувачів.

Користувач, заходячи в Інтернет, має на меті певні потреби і задовольнити їх є першочерговим завданням будь-якого контенту.

* **Потреба в інформації**. Користувачеві потрібна інформація, для нього Інтернет - це величезна бібліотека, де відповіді можна знайти на будь-яке питання.
* **Потреба в розвагах.** Людина хоче відпочити і подивитися відео-ролики, пограти в онлайн-ігри, розглядати фотографії.
* **Потреба в комунікаціях.** Користувачеві хочеться з кимось поговорити, зв'язатися.

Алгоритми роботи пошукових систем стрімко розвиваються і тепер потрібно наповнювати сайт хорошим контентом. Пошукові системи враховують унікальність контенту через середній час, які користувачі проводять на сайті, читаючи статті. Враховується дата додавання матеріалу та дата останнього оновлення. Якщо інформацію додано недавно, то вище актуальність вмісту, тим швидше сайт потрапить в топ видачі.

Хороші матеріали швидше зацікавлять користувачів. Якщо написано цікаву статтю, нею стануть ділитися, збільшиться потік відвідувачів, про сайт дізнаються, складеться хороша репутація. Все це допоможе досягти основної мети – сайт стане популярним.

## Типи контенту

### Текст. Це пости, новини, замітки.

* **Копірайтинг.**  Авторський унікальний матеріал, що ґрунтується на особистому досвіді автора, його знаннях.
* **Рерайтінг.** Дані беруться з різних джерел, обробляються, переписуються. Текст виходить унікальним, але дані, що використані для написання, запозичено ззовні.
* **Оптимізовані тексти (SEO-тексти)**. Текст, що перероблений спеціально під пошукові системи і містить ключові слова. Від грамотності автора залежить, наскільки ключі будуть вдало вписані в текст, чи не будуть вони різати око.
* **Копіпаст, плагіат**. Скопійований текст з джерела без змін або з мінімальною корекцією.

### Відео-контент

Це зміст сайту, що представлений в відео-форматі. Ролики, огляди, інструкції - кожному виду знайдеться своє застосування. В кожного відео повинна бути мета: залучення користувачів, підвищення довіри, навчання, демонстрація продукту тощо.

#### За призначенням відео-контент буває:

* **Інформаційне відео**. Це відео, яке призначене для передачі інформації або навчання. Це можуть бути лекції, навчальні матеріали, новинні репортажі, документальні фільми та інші відео, мета яких – освіта та інформування. Як варіант інформаційного відео - **скрінкасти**. Це запис того, що відбувається на екрані, з додаванням пояснюючих коментарів. Так записуються навчальні відео.
* **Розважальні відео.** До цієї категорії входить розважальний контент, такий як фільми, телешоу, серіали, музичні кліпи, комедійні шоу, ігри та багато інших видів відео, створені для розваги аудиторії.
* **Соціальне відео.** Відео контент, створений з метою поширення в соціальних медіа та мережах. Основне завдання соціальних відеороликів – привернути увагу аудиторії до певної проблеми, що турбує широкі маси населення. Показується проблема та шляхи її вирішення, викликати обговорення та дії з боку користувачів, такі як коментарі, лайки, репости тощо. Подібна реклама повинна бути тонкою, ненав'язливою, максимально природною.
* **Рекламний та маркетинговий контент.** Компанії використовують відео для реклами своїх продуктів та послуг. Це може бути реклама на телевізорі, відеоролики на YouTube, відеоогляди та багато іншого.
* **Анімація.** Анімаційні відео створюються з використанням анімації і можуть включати мультфільми, анімаційні короткометражки, ролики з використанням комп'ютерної графіки.
	+ Різновид таких роликів - **дудл-відео**. Це анімований відеоролик, в якому певна особа малює в режимі реального часу. До нього можна додавати корпоративних персонажів, текст, озвучення. Динамічні ролики мимоволі утримують увагу глядача. А значить, він активно сприймає всю інформацію з дудл-відео.
	+ Залежно від цілей компанії та її аудиторії можна використовувати **мультиплікаційні ролики** або **ролики з 3D-анімацією**. Цей формат допомагає змоделювати найважчі робочі процеси і наочно показати їх споживачеві.
* **Відеоблоги (вебінари).** Влогери створюють відеоблоги, щоб ділитися своїм життям, досвідом, думками і пригодами з аудиторією. Відеобоги можуть охоплювати різноманітні теми, від подорожей та кулінарії до оглядів продуктів та ігор.
* **Відео в реальному часі** - це можливість для покупця задати питання та отримати відповіді, побачити в ролику знаменитість або подивитися демонстрацію продукту, наприклад на виставці. Деякі компанії навіть проводять навчальні вебінари.
* **Геймінг та стрімінг.** Відеоігри та стрімінг ігрового процесу стали популярною категорією відео-контенту. Геймери створюють контент, в якому вони грають у ігри, обговорюють їх та діляться своїми враженнями з аудиторією.
* **Вірусне відео.** Це відео, яке стає популярним у мережі інтернет і поширюється дуже швидко завдяки широкому його поширенню через соціальні мережі, платформи відеохостингу, електронну пошту та інші канали. Основною характеристикою вірусного відео є його здатність швидко набирати багато переглядів і зробити це органічно, без великих рекламних зусиль.

Це лише деякі з видів відео-контенту, і кожен із них може мати свої підкатегорії та особливості. Важливо вибирати відео-контент, який відповідає інтересам та цілям цільової аудиторії.

### Інфографіка

Інфографіка - це графічне представлення складної інформації. Вона необхідна, коли складні дані потрібно доступно викласти для широкої аудиторії. В інфографіці використовуються різні засоби візуалізації: графіки, зображення, діаграми, таблиці, карти, схеми.

#### Типи інфографіки

* **Інформаційна інфографіка.** Призначена для подання фактів, статистики, числових даних та іншої інформації. Вона зазвичай містить графіки, діаграми, таблиці і графіку, яка допомагає візуалізувати числа і факти.
* **Тематична інфографіка.** Використовується для пояснення певної теми чи концепції. Вона може містити ілюстрації, графіку і текст, щоб допомогти аудиторії зрозуміти певну тему або процес.
* **Процесна інфографіка.** Використовується для покрокового пояснення процесів та послідовності дій. Вона може бути корисною при інструкціях зі збирання, рецептах, опис бізнес-процесів та інших сценаріях.
* **Інтерактивна інфографіка.** Використовують тільки на сайтах, оскільки на папері реалізувати задумане не вийде. Така інфографіка може змінювати показники в залежності від обраних раніше значень. Дозволяє користувачеві взаємодіяти з даними чи змістом. Це може включати прокладання шляхів, вибір опцій, прогортання і багато інших інтерактивних елементів.
* **Порівняльна інфографіка.** Використовується для порівняння різних елементів або параметрів. Може містити графіку, стовпчасті діаграми та інші елементи, які допомагають порівняти дані.
* **Графічна інфографіка.** Сконцентрована на візуальному аспекті і може містити ілюстрації, зображення та інші графічні елементи для передачі інформації.
* **Картографічна інфографіка.** Використовується для візуалізації географічної інформації та даних на картах. Може містити карти, графіку і текст, щоб допомогти аудиторії зрозуміти географічні дані.

Інфографіка може бути представлена ​​в двох формах.

* В єдиній є лише один блок, де всі елементи пов'язані між собою.
* В роздільній може бути кілька блоків, які не залежать один від одного.

### Графічний контент

Правильно підібрані графічні файли здатні пожвавити текст, дозволяють проілюструвати слова, продемонструвати наочні приклади і привертають увагу аудиторії. Зображення мають бути належної якості і пасувати до змісту тексту.

Щоб збільшити інформативність тексту для пошукових систем варто слідувати нескладним правилам попередньої обробки.

* **Правильна назва графічного файлу.** Назва файлу має відповідати його вмісту. Так пошуковим роботам буде простіше зрозуміти, що зображено на картинці.
* **Розмір файлу.** Велика вага зображення значно уповільнює завантаження сторінки. Перед публікацією слід попередньо обробити зображення спеціальними інструментами для стиснення. Вони дозволяють зменшити розмір та зберігти при цьому якість і чіткість картинки.
* **Підписи до зображення.** Користувачі звертають увагу на текст, який супроводжує зображення, навіть коли побіжно переглядають статтю. Це така ж важлива частина структурування контенту, як заголовки, підзаголовки і списки. Звісно, що є зображення, які таких підписів не потребують
* **Атрибути Alt і Title.** Не слід нехтувати атрибутами Alt і Title, що описують зображення. Це важлива інформація для пошукових систем та пристроїв читання з екрану. Опис може бути розлогим і стосуватися саме цього графічного файлів.
* **Розміщення зображення.** Варто, щоб зображення оточував пов'язаний текстовий контент.

## Принципи якісного контенту

**Унікальність.** Хороший контент - унікальний контент. Пошукові машини цінують авторські тексти і зображення, які не збігаються з матеріалами інших сайтів. Сторінки з унікальними статтями частіше індексуються пошуковими системами, піднімаються в топі видачі, залучають більше відвідувачів. Кращий спосіб створити унікальний контент - писати його самостійно. Це складний і довгий шлях, але витрати себе виправдовують.

**Інформативність.** Матеріал повинен бути корисним для відвідувачів.

**Достовірність.** Для цікавого матеріалу потрібні хороші джерела інформації. Публікуються лише достовірні факти, це викличе довіру читачів.

**Актуальність.** Контент на сайті повинен бути актуальним. Актуальність - це не просто огляд подій, які відбулися недавно. Актуальність - це те, що саме зараз читач може взяти і втілити. Посилатися можна і на факти, які мали місце кілька років тому, але все ще не втратили своєї значущості.

**Грамотність.** Правильна мова, письмова або усна, завжди приємна. Тексти мають обов’язково перевірятися на наявність орфографічних і граматичних помилок.

**Структурування та ієрархія тексту.** Заголовки, підзаголовки, списки. З такими текстами зручніше працювати читачеві. І пошукові боти віддають перевагу саме тому контенту, в якому є чітка структура.

**Наявність доцільних посилань.** Допомагають читачам орієнтуватися в матеріалах, надають можливість швидкого доступу до важливих розділів.

**Розставити контент за пріоритетністю.** Перш ніж компонувати елементи на сторінці, їх слід розмістити за ступенем пріоритетності. Елементи, на які потрібно звернути увагу користувачів в першу чергу - розміщають в "гарячих точках" Z або F-патерну, щоб домогтися потрібного ефекту.

**Надання можливості швидкого ознайомлення.** Перші два екрани сторінки - найважливіші. Найважливіший контент розміщається якомога вище, щоб відразу повідомити читачеві головну ідею і призначення сайту (або сторінки). Верхній рядок користувачі, зазвичай, читають цілком по горизонталі, а значить це доцільне місце для панелі навігації.

**Проектування вмісту під сканування, а не під читання.** В першу чергу варто орієнтуватися на користувачів-сканерів. Додавати контент, який може їх зацікавити, на лініях патернів сканування:

* Починати новий параграф з ключових слів, які привернуть увагу "сканерів".
* Люди в першу чергу звертають увагу на елементи або області з великою візуальною вагою. Збільшувати візуальну вагу важливих речей: якщо це текст, то використовувати типографіку (наприклад, виділити в тексті ключові слова), а якщо це кнопка – оформити її в яскравому кольорі.
* Один параграф - одна ідея. Частіше використовувати списки.
* Розміщення важливого контенту (наприклад, заклик до дії) зліва чи справа - там, де користувач починає і закінчує сканування. У цих точках погляд користувача на мить зупиняється - а значить, він приділить для важливої інформації дещо більше уваги.

**Використання бічної панелі**. Бічна панель потрібна, щоб залучати користувачів у взаємодію на більш глибокому рівні:

* Додати до бічної панелі все, що не має першорядної важливості, але заслуговує на увагу користувача. Це може бути реклама, список статей за темою, календар архівних новин.
* Перетворити бічну панель в джерело спеціалізованого контенту. Наприклад, там можна розмістити список категорій, хмару тегів, віджет з популярними постами, кнопки соціальних мереж.

**Уникати довгих монотонних макетів.** Користувачам швидко набридають довжелезні тексти, тому варто пожвавити область сканування певним елементом (картинка, художня лінія, оформлена цитата тощо).

## Контрольні питання

1. Навести визначення поняття «контент сайту».
2. Перелічити типи текстового контенту
3. Перелічити типи відеоконтенту за призначенням
4. З якою метою застосовують інфографіку на сайті
5. Які правила слід застосувати до графічних зображень, щоб збільшити інформативність тексту?
6. Перелічити правила якісного контенту
7. Що називають F та Z патернами?

## Використані джерела

1. Контент сайту, види і формати, критерії хорошого контенту - <https://kokoc.com/blog/chto-takoe-kontent-sajta/>
2. Основні типи візуального контенту - <https://astera.ru/how-to/cont/tipy-kontenta>
3. Відеоконтент: створення, типи и необхідність для бізнесу - <https://marketing.hse.ru/news/448503038.html>
4. Головні тренди YouTube-контенту - <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/consumer-insights/consumer-trends/the-future-of-video-viewing/>
5. Що таке інфографіка - <https://videoinfographica.com/infographic/>
6. Унікальний контент на сайті - <https://ag.marketing/blog/ru/unykalnyj-kontent-pochemu-on-vazhen/>
7. Візуальна ієрархія головної сторінки - <https://www.uprock.ru/articles/vizualnaya-ierarhiya-glavnoy-stranicy>