

Требования к рекламному посту в Телеграме/ВК

1. Актуальность и польза

Ваш текст должен быть нужным и полезным для читателей. Целевая аудитория – управляющие организации и ТСЖ, кооперативы, а не потребители ЖКУ.

2. Язык

Мы пишем просто, логично и на русском языке, используем «ё», среднее тире – и правильные кавычки. Придерживаемся принципов информационного стиля.

3. Иллюстрации

В посте может быть одно изображение в формате .png или .jpg (в высоком качестве). Картинка должна быть в формате для мессенджера/соцсети, а текст на ней (при наличии) – легко читаемым. На изображении допустимо размещать данные eRID.

Структура поста

Лид. Основная, главная мысль текста, заголовок.

Основная часть. Можно использовать цитирование и списки.

Последний блок. Посыл, ссылки, инструкции (например, если нужно зарегистрироваться).

Размеры и содержание

Размер поста – не более 1 500 знаков с пробелами.

В посте можно использовать:

- эмодзи (не более одного на абзац);
- один нумерованный и один маркированный список;
- до трёх ссылок с utm-метками.

Как мы готовим пост

Вы присылаете нам ссылку на текст в Google Docs, предварительно открыв доступ на редактирование: Настройки доступа – Включить доступ по ссылке – из выпадающего списка выберите «Редактировать могут все, у кого есть ссылка» – нажать «Готово». Мы редактируем текст и присылаем вам на согласование, при необходимости оставляем замечания в комментариях. Вы согласовываете правки и исправляете замечания. Мы формируем пост и присылаем вам на согласование.

Материал выйдет с пометкой «Реклама» и атрибутами eRID.