

# Nadpisy

## V této kapitole se dozvíte:

- Význam nadpisů
- Tvorba poutavých nadpisů

Nadpisy, někdy také titulky či headline, se dnes objevují na každém reklamním nástroji. Vidíte je v letáčích, PR článcích, ale i v inzerci, bannerech, PPC reklamách a tak dále. Titulky jsou obvykle to první čeho si všimnete. Je to dáno právě tím, že jsou výrazné. Nejen formátově (tedy odlišným větším písmem, než je zbytek textu), ale také významově.

Používání nadpisů se významně rozšířilo do skoro všech reklamních možností, a některé společnosti jich vytvářejí několik denně. Upadá ale jejich kvalita. Nesypte nadpisy jako na běžícím pásu a při jejich tvoření přemýšlejte. Opravdu je to dobrý nadpis? Je výrazný a jasný? Zaujal by mě jako čtenáře? Všechny tyto otázky si musíte zodpovědět, než daný nadpis pustíte do světa.

## Význam nadpisů

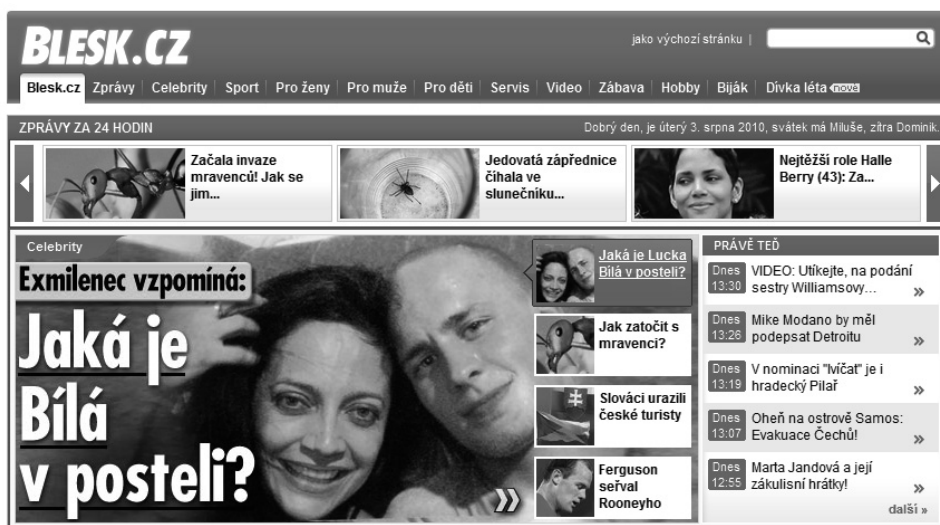
Nadpis je věc velmi užitečná. Jeho hlavní funkcí je zaujmutí čtenáře. Takový nadpis totiž většinou rozhoduje o tom, co se bude dít dál. Bude čtenář číst text vašeho PR článku? Prohlédne si leták? Klikne na váš banner nebo kontextovou reklamu? Ano, je to tak – nadpis je velmi důležitý a zásadně ovlivňuje další činnosti, spojené s vaší reklamou.

Pokud tedy budete vytvářet nadpis, ať už pro cokoliv, pamatujte na to, že jeho hlavním smyslem je zaujmout. Pokud si po jeho napsání nebudete jisti, zda je opravdu zajímavý

a jasný, zeptejte se někoho neutrálního a vyzkoušejte na něm, zda váš nadpis upoutá jeho pozornost.

## Nadpisy a bulvární noviny

U bulvárních novin jako jsou Blesk a další, jsou nadpisy velmi důležité. Sami si všimněte, když půjdete kolem stánku s novinami, co na vás z přední stránky „křičí“ za titulky. Poslední dobou se o poutavé titulky ale nesnaží jen bulvár, ale také seriózní noviny. Někteří lidé totiž nekupují stálý plátek každý den, ale rozhodují se až podle toho, co se v něm píše. Pro takové lidi je výrazný a poutavý titulek na hlavní stránce rozhodnutím, zda si dnes tyto noviny (nebo i časopis) koupí či ne.



Obrázek 6.1 Titulní stránka Blesk.cz



**TIP:** Až půjdete kolem novinového stánku, pečlivě si prohlédněte hlavní stránky časopisů a novin. Působí na vás jejich „žhavé“ titulky, které přinášejí zásadní, skandální nebo jen obyčejné zprávy z domova a ze světa?

U titulků bulvárních novin se ale často vyskytuje jeden hlavní problém – oznamují něco, co v dalším textu víceméně nenajdete. Tedy alespoň ne většinou doslova. Pokud budete vytvářet nadpisy, uvědomte si, že by měly korespondovat s obsahem dalšího textu, který je k nadpisu přiložen. Vyvarujte se lživých nadpisů, které nemají s vaším textem nic společného. Neslibujte něco, co nemůžete splnit. Nakonec se to obrátí proti vám.

on-line deník **SUPER.CZ** PŘIHLÁSTIT SE | SEZNAM.CZ

Články a celebrity:  HLEDEJ

DOMŮ BULVÁR CELEBRITY FANCLUBY SEX A VZTAHY SERIÁLY VTÍPKY SUPER AKCE VIDEA SOUTĚŽE

## Tereza Kostková: Takhle vypadá po plastických operacích!

Herečka a moderátorka Tereza Kostková (34) nedávno podstoupila plastiku očí a dokonce byla v rámci své role v novácké Ordinaci i při tom, jak se ženám zvětšují prsa. My jsme ji však před několika dny zachytili ve stavu, kdy už Kostková byla po svém zákroku celá zahojená a „zrenovovaná“!

[celý článek »](#)

REKLAMA

**4 DĚSIVÉ NEMOCI, KTERÉ VĚDCI NEDOKÁŽÍ VYSVĚTLIT**

**NEJHEZČÍ FOTBALOVÁ FANYNKA JEŠTĚ VÍCE SEXY**

**FOTOSPECIÁL: NEJLEGRACNĚJŠÍ SPORTOVNÍ NEHODY**

**VIDEO: JAK PAŘÍ POLDOVÉ VE ŠVÉDSKU**

Obrázek 6.2 Titulní stránka Super.cz

Od titulků bulvárních plátek se ale přece jen můžete nadpisy inspirovat, pokud se nebudete věnovat dalšímu textu. Jejich nadpisy jsou lákavé, nutí určitou skupinu lidí k jejich přečtení, i když je to vlastně obvykle vůbec nezajímá. Všimněte si, jakým způsobem působí na emoce a informují veřejnost.

## Tvorba poutavých nadpisů

Nadpisy jsou sice pouze krátké věty, někdy dokonce jen sousloví, přesto je ale jejich psaní náročnější než zbytek celého textu. Nadpisy jsou totiž první, co je vidět. Když dostanete do ruky leták společnosti, tak první čeho si s největší pravděpodobností všimnete je nadpis. Nadpis tedy „nadepisuje“ další řádky určitého textu. Proto musí upoutat pozornost natolik, aby se čtenář k dalšímu textu vůbec dostal.

Každý nadpis je tedy spojen s dalším obsahem. Tento obsah většinou bývá důležitější – tedy obsahově důležitější. O něčem informuje zákazníky, snaží se jim nabídnout nějaký skvělý produkt, pozvat je na příjemnou masáž atp. Obsah musí samozřejmě korespondovat s nadpisem. Nemůžete psát text o jablkách a nadepsat ho *Skvělé hrušky*. To přece nejde.

Možná, že to, o čem píšete, není až tak zajímavé nebo skvělé, přesto se neukazujte svým zákazníkům ve špatném světle a nenadepisujte text něčím, co nemá s dalším obsahem nic společného. Je to špatná reklama. I když ho nadpis zaujme a bude číst dál, zjistí, že to vlastně o tom není. Takže si to možná přečte, ale žádnou akci, chtivost po vašem produktu to nevyvolá. Naopak to v něm může zanechat negativní pocit pro vaše příští reklamní materiály, které by se mu mohly dostat do rukou.

## Na co myslet před psaním nadpisu

Základem je prostudovat si obsah, který nadpis reprezentuje, a zaměřit se na:

- Celkový obsah – o čem vlastně je?
- Důvod vytvoření obsahu – proč byl vůbec vytvořen?
- Cíl obsahu – co od něj očekáváte?
- Pointa obsahu – jaká je základní pointa celého obsahu?

Nejdůležitější je základní myšlenka obsahu. Základní myšlenku musíte v obsahu najít. Ta by totiž měla být vložena nějakým způsobem do nadpisu. Pokud si nebudete vědět rady při hledání myšlenky, nebo je jich tam více – zkuste přijít alespoň na univerzální význam daného obsahu, který byste do nadpisu mohli dát.

Nevytvářejte nejprve nadpis a potom teprve zbytek obsahu. Nechte si tuto práci až úplně na konec. Není vhodné nadepsat něco, co v konečné podobě může mít jiný smysl i cíl. Po napsání textu, si ho nejprve několikrát přečtěte a odpovězte si na výše uvedené otázky. Potom se teprve dejte do psaní nadpisů.

## Jak by měl nadpis vypadat

Nadpis musí být zajímavý, musí upoutat pozornost vaší cílové skupiny. Ta musí po nadpisu nabýt dojmu, že chce číst dál, dozvědět se více, nebo dokonce i zakoupit něco ve vašem obchodě. Jak ale vytvořit nadpis tak, aby byl zajímavý? Zamyslete se nad tím, co vlastně vy považujete za zajímavé a proč. Zkuste si prohlédnout jiné nadpisy, ať už u konkurence, nebo klidně u bulvárních plátek. Co vás zaujme na nadpisu? Jak by měl vypadat, abyste chtěli číst dál?

Zajímavý nadpis by měl být:

- neotřelý
- nápaditý
- jasný
- stručný
- jiný (nový)

Nadpis nemusí být pouze strohý a informativní. **Vtipné nadpisy** jsou také zajímavé a mnohdy zajímavější než obyčejné nadpisy. U vtipných nadpisů si ale dejte pozor, aby to byl vhodný vtip, který neuráží a je opravdu vtipný, nejen pro vás. U vtipných nadpisů musí být zpětná vazba. Vyzkoušejte si ho na ostatních, třeba na vašich známých. Jsou i pro ně vtipné? Vtip musí být opravdu vtipem, ne jen vynuceným rádobytipem, který v konečném důsledku nejen že není vtipný, ale navíc je nevhodný.

Z nadpisů by mělo být jasné, co se skrývá v dalším obsahu, který je s ním spojen. Pokud chcete vyvolat zvědavost ve čtenářích, buďte přítom alespoň nad věcí a nezkoušejte na ně laciné triky jako „*Nejlepší ceny*“. Chvástání v nadpisech je jejich častým neduhem. Tento nadpis navíc říká jen, že máte nejlepší ceny. Nehledě na to, jestli je opravdu máte, čeho jsou to nejlepší ceny? Když už chcete odkázat na to, že máte levné, nebo snad dokonce nejlevnější zboží na trhu – upřesněte alespoň jaké.

## Nadpisy letáků

Letáky už samy o sobě mají vyvolat v jejich čtenářích zájem. Zájem o to, nakoupit zboží, které je na něm zobrazené. Leták musí být líbivý – při práci na něm nezapomínejte úzce spolupracovat s grafickým oddělením. Nadpis letáku musí být hlavně výrazný a nepřehlédnutelný. Když si svůj leták vezmete do ruky – musí na vás titulék letáku skoro vyskočit. To znamená, aby byl nejen dobře vytvořen graficky, ale také obsahově.

Co vlastně leták ukazuje? Většinou informuje o nějakém zboží, případně službě, kterou propagujete (může to být novinka, nebo propagace již staršího produktu). Důležité je tedy to, co je v letáku obsaženo. Stejně jako u jiných nadpisů, i zde je důležitý obsah. Uvědomte si tedy, v čem vlastně tkví cíl vašeho letáku.



### Z PRAXE: Leták na vlasové produkty

V letáku na vlasové produkty chce firma ukázat, jaké produkty nabízí. Konkrétně chce inzerovat řadu, která působí proti lupům. Základní myšlenkou jsou tedy lupy. Lupy jsou nepříjemné pro jejich nositele, chtějí se jich zbavit – nejlépe levně, rychle a účinně. Jak by tedy mohl vypadat nadpis pro opravdu účinné vlasové produkty proti lupům?

*Zbavte se lupů jednou provždy!*

*Neomezujte se kvůli lupům, ...*

*Vlasy bez lupů již po dvou umytích.*

Působení na emoce je u nadpisů vhodné, obzvlášť když produkt nabízí řešení problémů, které veřejnost trápí. Jako je tomu třeba u již zmíněných lupů. Ukažte v nadpisu, co vaše produkty nebo služby poskytují. Vysvětlete jim, proč je mají zakoupit.

U akčních letáků se nadpisy spíše nepoužívají. Obzvlášť u pravidelně vycházejících letáků potravinových a jiných řetězců. Ty by měly být hlavně označeny logem společnosti

a časovým trváním cen, uvedených v letáku. Výjimkou mohou být speciální akční letáky, které přinášejí něco nového, nebo zvláštního než obvykle. Může to být například týden specialit a k němu vytvořený leták. Zde již můžete leták nadepsat tím, co vlastně speciálního nabízáte, jako např. *Italský týden* apod.

## Nadpisy inzerátů

### Personální inzeráty

U personálních inzerátů je vhodné použít jako nadpis název pozice. Většina uchazečů o práci totiž shání určitou práci, a tak ji podle názvu mezi inzeráty hledají. V tištěných inzercích si totiž nemohou tak jako na Internetu, pomocí funkce hledání, vybrat jednoduše pouze inzeráty pozic, které chtějí. Musí si je pročíst a podle nadpisu si vybírají, zda váš inzerát budou číst dál, nebo zdali je to taková pozice, kterou oni hledají.

Pokud chcete v nadpisu personální inzerce vyzkoušet něco jiného, než je název inzerované pozice, můžete použít různá slovní spojení, která nějakým způsobem charakterizují vaši pozici. Může to být:

- Charakteristika uchazeče – Práce pro maminky na mateřské.
- Ukázka výdělku – Vydělejte si až 50 000 Kč za měsíc.

**www.jobs.cz**  
SPOJENÍ S ELITOU

Nejste přihlášen - [Přihlásit se](#) | [Založit si nový účet](#)

Titulka Můj Jobs **Nabídky práce** Briřady Absolventi / Studenti Poradna Osobnosti

**NOVÉ HLEDÁNÍ**

Výpis: [podrobný](#) | [jednoduchý](#)      Seřadit: [dle relevance](#) | [dle data](#)

**Area Sales Manager - Cabins** (Challenge CZ, s.r.o.)  
Naším klientem je nadnárodní společnost s centrárou v Helsinkách, jejíž aktivity jsou zaměřeny na výrobu produktů z metalických kovů a prodej/dodávky konstrukci, komponentů a řešení na klíč pro stavební a strojírenský průmysl. Společnost již řadu...  
[Uložit do košíku](#)

**Key Account Manager** (START PEOPLE s.r.o.)  
Pro zahraniční obchodní společnost hledáme vhodného kandidáta, či kandidátku na pozici Key Account manager (technická oblast) pro Přešpýský kraj -SŠ/VŠ vzdělání ekonomického, či technického směru -Obchodní dovednosti, vztah k technické oblasti...  
[Uložit do košíku](#)

**Inženýr kvality - junior** (La Brava s.r.o.)  
• VŠ technického zaměření nebo relevantní praxe • zkušenosti s nástroji plánování jakosti • znalost QM systému (TS 16949, ISO 13485) výhodou • zkušenosti v oblasti měření (znalost výkresové dokumentace) výhodou • znalost práce s PC – Excel, Word...  
[Uložit do košíku](#)

**Odborný/á vedoucí projektu** [Collegium Bohemicum, o.p.s.]  
Collegium Bohemicum, o.p.s. vypisuje pracovní místo ODBORNÉHO/Ā VEDOUČÍHO PROJEKTU „Škola demokratického vzdělávání“ Máte pedagogické zkušenosti, chcete rozvíjet občanskou společnost? Není vám jedno, jací občané ze škol vycházejí? Škola...  
[Uložit do košíku](#)

**JobsTip:**

- [Konstruktér JUS](#)
- [Pracovník kontroly kvality](#)
- [Technik laboratoře-technolog](#)
- [Pracovník ochodu a zákaznického servisu](#)
- [Technik povrchových úprav](#)
- [Leasing Manager](#)
- [Bankéř - Teplice - 1908](#)
- [OBLASTNÍ ZÁSTUPCE - region Kutná Hora, Nymburk, Kolín](#)
- [Systémový administrátor pro Jobs.cz](#)

[Další nabídky >>](#)

Obrázek 6.3 Nabídky práce na Jobs.cz

- Nabídka benefitů – Služební auto a mobil samozřejmostí.
- A další.

Ovšem dejte si na tyto nadpisy pozor. Ne vždy mají pozitivní vliv na uchazeče o práci, naopak z nich nemusí mít dobrý pocit a raději sáhnou po jasnější verzi s názvem pozice.

## Reklamní inzeráty

S nadpisy u reklamních inzerátů je to velmi podobné jako s nadpisy u letáků. Opět je zde třeba zajímavě, jasně a třeba i vtipně ukázat, co vaše služba nebo zboží umí, v čem pomůže a co vyřeší. Promyslete si tedy hlavní klady produktu či služby, kterou inzerujete a vyzdvihněte je v nadpisu.

I zde můžete působit na emoce lidí, ale dělejte to s citem, abyste čtenáře nevystrašili a neznechutili jim váš produkt. Na obrázku 6.4 je ukázka reklamního inzerátu společnosti Tutor na jazykové kurzy. Všimněte si, že je jednak výstižný, jasný a lehce vtipný. Jeho nadpis a celkové zpracování je neotřelé a právě to je na tom zajímavé.

Cizí jazyky tak, že jim porozumíte

OSVĚŽUJÍCÍ NABÍDKA LETNÍCH KURZŮ! [zmrzlivo]

- Letní intenzivní AJ**  
 mírně pokročilí  
 Po-Čt 18:00-20:30  
 Praha 1, 2 999,- Kč > další angličtina
- Letní intenzivní FJ**  
 mírně pokročilí  
 Po-Čt 18:00-20:30  
 Praha 1, 2 999,- Kč > další francouzština
- Letní intenzivní IJ**  
 mírně pokročilí  
 Po-Čt 18:00-20:30  
 Praha 1, 2 999,- Kč > další itaština
- Letní intenzivní IJ**  
 mírně pokročilí  
 Po-Čt 18:00-20:30  
 Brno, 2 499,- Kč > další itaština

**TUTOR**  
Komplexní vzdělávání

Obrázek 6.4 Reklamní inzerát na jazykové kurzy

U akčních reklamních inzerátů je důležité zdůraznit v nadpisu tu akci, kvůli které vlastně celý inzerát tvoříte. Dejte najevo, že je vaše zboží akční a řekněte to přímo zákazníkům v nadpisu. Co se týče délky nadpisu, resp. počtu slov, který by měl obsahovat – je to čistě na vás. Nadpis může být krátký a stejně tak delší. Ovšem vyvarujte se až příliš dlouhých nadpisů. Všeho moc škodí. Ukázkou velmi krátkého nadpisu je reklama Mall.cz na obrázku 6.5. Nadpis je velmi krátký, obsahuje vlastně pouze klíčové slovo. Ale díky celkovému zpracování je jasný a srozumitelný.



Obrázek 6.5 Reklamní inzerát na stany v akci

## Nadpisy soutěží

Pokud vytváříte soutěž a chcete vymyslet dobrý nadpis, asi se nevyhnete použití slov: soutěž, vyhrajte, soutěžte s námi apod. Je pravdou, že to nejsou zrovna neotřelé kombinace, ale jsou jasné a zaručené. Soutěže jsou většinou oblíbené už samy o sobě. Kdo by taky rád něco nevyhrál, obzvláště jedná-li se o hodnotné ceny.



**TIP:** Všimněte si sami, když narazíte na nějakou soutěž. Prohlédněte si pořádně, co se u ní vlastně píše. Jaký má nadpis?



U soutěží se moc originální nadpisy dělat nedají. Tím vás samozřejmě od jejich tvoření nechci odradit, ale už víte, že v nadpise by se měl objevit další obsah, který je s nadpisem vázaný. A pokud je dalším obsahem soutěž o nějaké ceny – je základem celého textu slovo soutěž. Jelikož český jazyk nenabízí žádné další vhodné možnosti (synonyma) ke slovu soutěž, je vhodné tedy slovo soutěžení nebo vyhrávání použít.



Obrázek 6.6 Vánoční soutěž

V nadpise ale nemusíte použít jen slovo soutěž a nic víc. Připojte k němu i další informace jako ceny, které je možné vyhrát, nebo alespoň název vaší firmy.



#### Z PRAXE: Ukázky nadpisů soutěží s komentářem

**Vyhrajte mobil** – je hodně široký. Jaký mobil? Tato formulace je většinou používaná, když mobil, který lze vyhrát, není žádný zázrak. I když mobil, který v soutěži inzerujete, není nejdražší a nejoblíbenější, zvolte raději konkrétnější podobu nadpisu jako: **Vyhrajte telefon Nokia**. Konkrétní model pište pouze v případě, že se jedná buď o kratší název nebo obecně známý název jako iPhone nebo Nokia n95.

**Hrajte s námi o herní počítač** – akční sloveso ve spojení s konkrétní věcí, kterou lze vyhrát, je vhodným nadpisem.

**Soutěžte s Funny Travel o dovolenou snů** – ukázka, jak může vypadat spojení slova soutěž, výhry a pořadatele soutěže.

## Na co byste neměli zapomenout:

- Nadpis je většinou to první, co čtenář vidí. Musí ho zaujmout natolik, aby pokračoval v další činnosti, kvůli které jste ho vytvořili.
- Obsah, který je spojen s nadpisem, by tomu měl odpovídat. To znamená, že nesmíte říkat něco jiného v nadpisu, a pak mluvit o něčem jiném v dalším textu.
- Nadpis by měl obsahovat základní myšlenku celého obsahu, který je za ním.
- V nadpisu můžete použít akční slovesa, jako *nakupte*, *vyhrajte* apod.
- Nadpis by měl být neotřelý, jasný, srozumitelný a stručný. Může být také vtipný, ale opravdu vtipný a ne nevhodný.
- Délka nadpisu záleží čistě na vás – můžete použít krátký i dlouhý nadpis.



### CVIČENÍ: Vytváření nadpisů

1. Vytvořte nadpis pro následující obsah:

Výrobek ANTILUK je přírodní produkt, který obsahuje výtažky z bylin a ovoce. Jeho léčivé účinky pomáhají odstranit účinně celulitidu a strie. Výsledky se objeví již po týdnu používání ANTILUKU.

2. Vytvořte nadpis pro následující obsah:

Dovolená v Turecku patří mezi nejlepší zážitky, na které budete vzpomínat po celý život. Navštivte s námi hotel LOY BERF, který patří mezi nejluxusnější hotely v turecké části Antalya. K dispozici jsou dvou až čtyřlůžkové pokoje a také apartmány pro šest osob. Hotel je situován přímo na soukromé pláži s lehátky a slunečníky zdarma. Využít můžete také osm bazénů u hotelu.