

Obsah

Úvod	9
Členění knihy	10

KAPITOLA 1

Copywriting	11
Práce copywritera	11
Jak se stát dobrým copywriterem	12
Jak začít	15
Co budete psát	15
O čem budete psát	16
Proč budete psát	17
Pro koho budete psát	17
Co byste ještě měli vědět	18
Naplánování práce	19

KAPITOLA 2

Pro koho píšete	21
Kdo je váš zákazník	21
Cílové skupiny	22
Osobnost zákazníka	23
Potřeby a přání	25
Motivace a stimulace	27
Jak správně stimulovat	28
Stimulování zákazníků	28
Hodnoty a postoje	29
Paměť a myšlení	30
Myšlení zákazníků	30
Paměť	31

KAPITOLA 3

Jak zaujmout zákazníka	33
Zájem = základ dobrého textu	33
Trocha z marketingu	35
Firemní šablona	38
Jak vyvolat zájem	42
Jak poznat ten správný text	44
Jakých chyb se vyvarovat	45
Bez češtiny to nejde	46
I/í a y/ý	46
Koncovky i/í a y/ý	47
Bje/bě, vje/vě, mě/mně	49
Ú a ů	49
Předložky s a z	50
Předpony s-, z- a vz-	50
Cizí slova	50
Velká písmena	51
Interpunkce	52

KAPITOLA 4

Firemní a produktové slogany	55
Jak vypadá správný slogan	55
5 kroků, které byste měli udělat, než začnete vymýšlet slogan	58
Jak vytvořit slogan	58
Rytmus	58
Rým	60
Dvojsmysly	61
Slogany s „vlastními“ slovy	62
Přenesené významy	63
Emocionální slogany	64
Další druhy sloganů	65
Jak by slogan vypadat neměl	67

KAPITOLA 5

Názvy a obaly výrobků	69
Jak by měl vypadat kvalitní název	69
Jak můžete vytvořit název	70
Co napsat na obaly produktů	78
Co by měl obal obsahovat	79

KAPITOLA 6

Nadpisy	83
Význam nadpisů	83
Nadpisy a bulvární noviny	84
Tvorba poutavých nadpisů	85
Na co myslet před psaním nadpisu	86
Jak by měl nadpis vypadat	86
Nadpisy letáků	87
Nadpisy inzerátů	88

KAPITOLA 7

Optimalizace pro vyhledávače (SEO)	93
Jak funguje vyhledávání	94
Seznámení vyhledávačů s vaší stránkou	95
Internetové katalogy	96
Placené zlepšení pozic	99
Klíčová slova	100
Výběr klíčových slov	102
SEO copywriting	112
6 míst, kam vložit klíčová slova	112
5 největších chyb webových stránek	116

KAPITOLA 8

Internetová prezentace a obchod	119
Vytváření WWW stránek bez znalosti programování či kódů	119
Nástroje pro vytvoření stránek zdarma	120
Webgenerátory	122

Internetová prezentace	124
Struktura stránek	125
Klíčová slova	129
Obsah stránek	134
Úvodní stránka	137
Tipy pro internetové prezentace	138
Internetový obchod	142
Klíčová slova	142
Struktura internetového obchodu	142
Názvy kategorií produktů	145
Popisy výrobků	146
Odkazy	147
Co ještě vložit na stránku zboží	148
Články, rady a recenze	149
Katalogy zboží	151

KAPITOLA 9

Bannery a internetová PPC reklama 153

Bannery	153
Jak vytvořit kvalitní banner	155
PPC reklama	160
Jak funguje PPC reklama	161
Možnosti PPC reklamy u nás	162
Jak vytvořit kvalitní PPC kampaně	177

KAPITOLA 10

PR články 183

Charakteristika PR článků	183
Články o firmě	185
Články o konkrétním produktu či službě	187
Internetové PR články	190
Tipy pro texty PR článků	191
Inzeráty	193
Než začnete tvořit inzerát	193
Textový vs. grafický inzerát	195
Prodejní inzerce	196
Personální inzerce	199

KAPITOLA 11

Přímý (direct) marketing	203
Letáky	204
Jak by měl vypadat obsah letáku	204
Akční leták	208
Prospekty	210
Co by měl prospekt obsahovat	211
E-maily	214
Letáky	215
Novinky	216
Ceníky	216
Katalog produktů	218
Pět pravidel pro tvorbu katalogu	219

KAPITOLA 12

Facebook a Twitter	225
Facebook	226
Stránky	230
Události	233
Bannery	235
Twitter	238
Rejstřík	245

Úvod

Dnešní doba mnoha produktů a firem si žádá různá specifika. Každá firma potřebuje být něčím odlišná, snaží se vytvářet reklamní kampaně, kterými by na sebe upoutala pozornost a přilákala zákazníky. Právě na vytváření reklamních kampaní, ale vlastně i celkového vzhledu společnosti se poslední dobou stále častěji podílejí profesionální copywriteri, někdy nazývaní jako reklamní textaři. Ti se snaží pomoci firmě – protože slova prodávají, a dobrý copywriter umí pomocí svých slov zvýšit prodej.

Tato kniha vznikla jako pomocník právě začínajícím copywriterům, ale také webdesignérům, webmasterům, marketérům, redaktorům, produktovým manažerům, ale i malým živnostníkům či majitelům menších firem. Copywriter musí mít nejen určité vlastnosti, ale musí také umět psát a mít všeobecný přehled. **Jak se stát dobrým copywriterem**, zjistíte v první kapitole, která se právě copywritingu jako celku věnuje.

Stejně jako firma nemůže žít bez svých zákazníků, tak ani copywriter ne. Zákazníci jsou jeho středobodem, protože právě pro ně píše a musí je dobře znát, aby slova, která vytvoří, na ně působila správným směrem. Poznání zákazníků se věnuje druhá kapitola: **Pro koho píšete**.

Správný text, který copywriter vytvoří, musí v první řadě zákazníka zaujmout, aby mohl splnit i další cíle, kvůli kterým byl vytvořen. Ať už je to prodej produktů, nebo zvýšení pozornosti na značku – zájem je to první, co musí každý copywriterův text vyvolat. Právě tématu zaujetí se věnuje kapitola tři: **Jak zaujmout zákazníka**.

V dalších kapitolách už najdete tipy pro psaní textů na různé reklamní materiály. Neexistují samozřejmě jasné postupy, které by vás dovedly k úspěchu. Takové tato kniha nenabízí, protože ony bohužel nejsou. V knize najdete různé tipy, které by se vám při vytváření textů mohly hodit, stejně tak různé ukázky již vytvořených nebo smyšlených reklamních materiálů. Cesta k tomu, abyste se stali skvělým copywriterem nebude jednoduchá. Je potřeba neustále se snažit zdokonalovat se a zkoušet různé texty. Neházejte ale hned flintu do žita, nemějte strach, že to nedokážete. Tato kniha se vám bude snažit pomáhat při psaní textů tak, abyste se dobrým copywriterem stali.

Mezi reklamní materiály, pro které najdete tipy v této knize, patří *názvy produktů a firem, slogany, nadpisy* (titulky), *PR články* a nástroje *přímého marketingu* (letáky, prospekty, katalogy, ...). Najdete zde také i **SEO copywriting**, tedy copywriting zaměřený na vytváření textů, které jsou optimalizované pro vyhledávače – ty pak budou vaše stránky lépe zobrazovat. V tomto tématu se tedy můžete dočíst nejen zkráceně o *SEO problematice*, najdete zde ale i tipy pro SEO copywriting při *vytváření webových prezentací* či *obchodů, bannerů, PPC reklam* a také při *publikování na sociálních sítích*.

Členění knihy

V knize najdete ilustrační obrázky, které vám nejen pomohou pochopit daná témata, ale mohou vás i inspirovat k vaší tvorbě. Nachází se v ní i další pomůcky, jako:



Z PRAXE: Praktické ukázky ukazují nejen reálné, ale také smyšlené příklady a ukázky z praxe, které vám předvedou teoretické znalosti v praxi.



TIP: Tipy poukazují na různé zajímavé věci, o kterých byste také měli vědět, nebo dávají doporučení k dané problematice.



CVIČENÍ: Cvičení se nacházejí vždy za shrnutím na úplném konci podkapitol. Přinášejí praktické příklady, na kterých si můžete vyzkoušet získané informace z dané podkapitoly.

Shrnutí: Na konci každé hlavní podkapitoly najdete shrnutí (*Na co byste neměli zapomenout*), která v odrážkovém seznamu ukazují hlavní body probraného textu.
