

# [2/14] Tajemství copywritingu je...

Martin přednáší

PLIN052 Copywriting (jaro 2023), Martin Brablec  
21. 2. 2023

Napiš děkovný e-mail studentkám copywritingu za účast a příjemnou atmosféru první hodiny a odkáž materiál ke kurzu.

Vážené studentky copywritingu,

chtěl bych Vám vyjádřit velkou vděčnost za účast na první hodině kurzu copywritingu a za příjemnou atmosféru, kterou jste vytvořily. Část hodiny jsme strávili seznámením se a diskutovali jsme o účelu kurzu, abychom se mohli dostat do pořádku.

Opravdu si vážím Vaší účasti a už se těším na další hodiny. Doufám, že se v kurzu všichni zúčastnění cítíte pohodlně a můžeme společně pokračovat v práci na tom, abychom splnili cíle, které jsme si předsevzali.

Všechny materiály, které jsme zatím zpracovali, najdete na webu kurzu copywritingu. Zde najdete všechny informace, které jste potřebovali, i odkazy na další materiály.

Díky za Vaši účast a jsem si jistý, že společně dosáhneme skvělých výsledků.

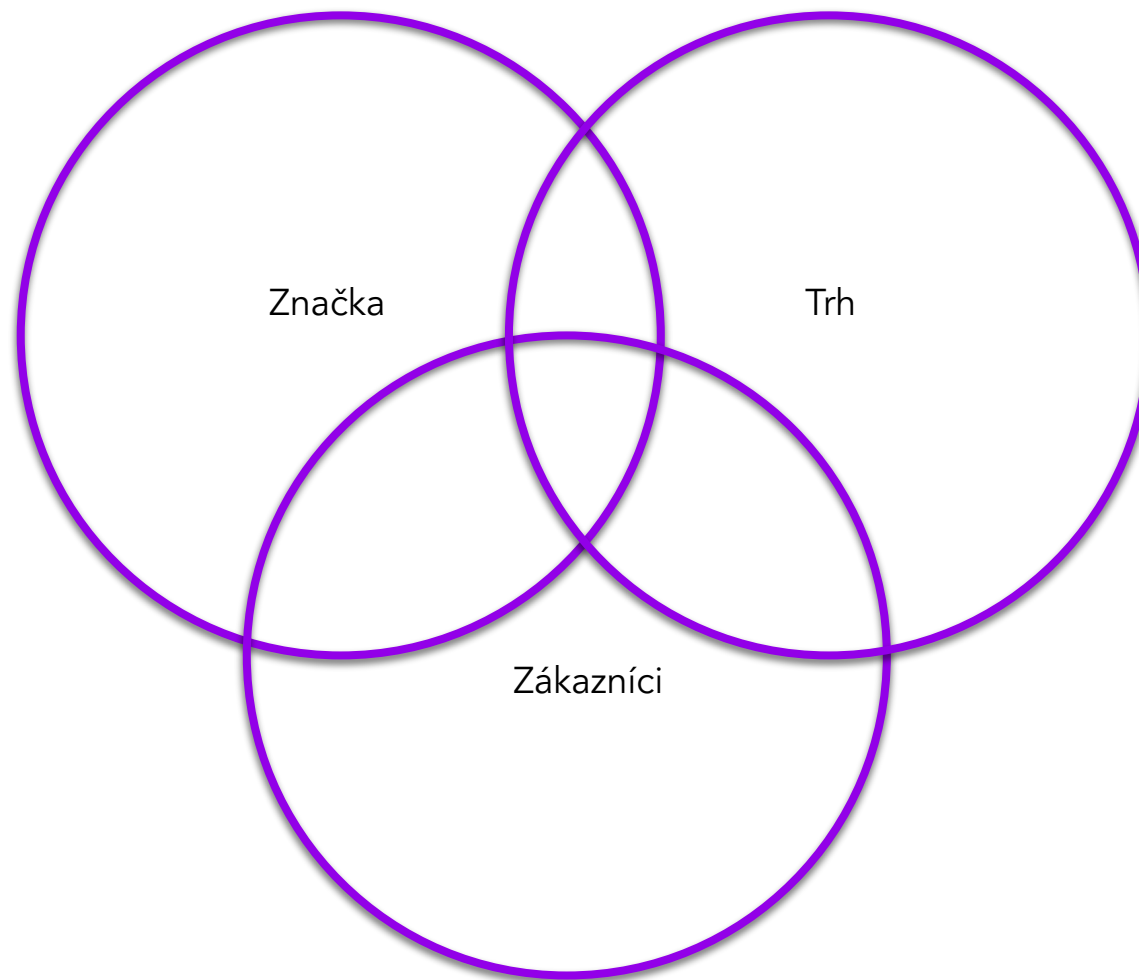
S pozdravem,

[Jméno]

Je zde nějaká  
prompterka?

# Čas na rozcvičku!

# Tajemství copywritingu je... v dobré přípravě



# Značka

- Jaké máte hodnoty, misi a vizi?
- Jaké máte cíle?
- Jak chcete působit?
- Máte něco unikátního?
- Máte nějaké nefér výhody?
- Co jste už zkoušeli a jak to šlo?
- Kde jsou mantinely?
- Jak to funguje?
- Jaké si stojí oproti konkurenci?
- Kolik to stojí a jak se platí?
- Jak se nakupuje a jak často?
- Potřebuje servis?
- O čem se nesmí mluvit?

# Trh

- Kdo je přímá konkurence?
- Kdo je nepřímá konkurence?
- Jaké pozice jsou obsazené?
- Jaké limity trh má?
- V jaké fázi vývoje trh je?
- Vidíte nějaké trendy/události?

# Na co se ptát lidí?

# Zákazníci

- Kdo to je?
- Odkud je?
- Kdy za námi přichází?
- Jak moc se vyzná?
- Jak dlouho se rozhoduje?
- Kdo mu do toho mluví?
- Co potřebuje?
- Čeho se bojí ?
- Jak mu nejvíce pomůžeme?
- Má nějaké předsudky?
- Čemu dokáže uvěřit?
- Potřebuje něco specifického?
- Kde jej zastihneme?
- Co po něm chceme?



Máme ještě čas? Tak hurá  
na kreativitu

# Úkol

- Najděte značku, která cílí na vás – pro kterou jste vy dokonalou zákaznicí.
- Projděte si copy (jakékoliv) a zkuste identifikovat:
  - vychází z toho, co vás baví, štve, motivuje...?
  - využívá nějaký specifický styl a tón?
  - reaguje nějak na dění na trhu, trendy...?
  - co se vám snaží prodat?
- Příště to probereme