

*I. Копирайт – същност и употреба.
Основи на рекламното писане.*

II. Копирайт и Социални Медии.



(това е бутон, който не мога да махна)

L/O/G/O

www.themegallery.com



1. Същност на рекламното писане. Що е Копирайт? А Копирайтър?

- **Копирайтът като основната „тежест“ на рекламната. Копирайт = Идея, Концепция**
- **Носител на първата (най-важна) информация. В огромен процент потребителите първо четат и гледат реклама на продукта и чак по-късно го виждат „наживо“.**
- **Основен медиатор между продукт и потребител.**
- **Водещо средство за продажба в смисъла на сегмент от рекламната**
- **Маркетинг (проучване) – Копирайт (директно внушение и подканване към действие) – Купуване/Ползване.**



Дизайнерът дава „опаковката“ на продукта, а Копирайтърът я пълни със съдържание.

Лошо послание – не купуване, отказ от действие.

**Има ли Копирайт в България.
Примери от агенции.Фрийленсъри**





Примери за креативен копирайт

Тук някъде трябваше да има картинки на....

1 Визитка на инструктор по фитнес

2 Визитка на бракоразводен адвокат

3 Списание за мъже *Che*

4 “Just do it” Nike



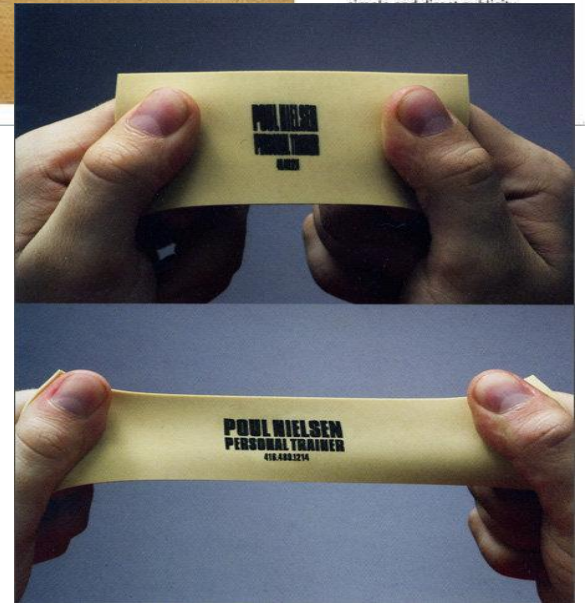
Let us keep on dreaming of a better world.

Ché
MEN'S MAGAZIN



Marisa Schmidt Silva
Couple Therapist

Marisa Schmidt, a couple therapist, had low budget and the need for a new,





2. Съставките на добрия Копирайт или Ефективно срещу Ефектно писане

Ето десет основни похвата, гарантиращи до голяма степен успех

1. Заглавия, които привличат вниманието

Основен момент – заглавието подсъзнателно трябва да активира нуждата от купуване.

2. Визуални средства за задържане на вниманието

Маркиране на отделни абзаци, болдване на акцентите или изписване с различен шрифт на ключови изрази ще разчупят текста, правейки го атрактивен и любопитен. Това се нарича „скелет на текста”.

3. Историите зад офертата

Максимата „Думите говорят, историите продават” е особено важна в Копирайта – на хората се харесва повече копие, което разказва някаква история.

4. Малко данни и статистика в подкрепа на тезата ви

Хората се доверяват на цифри, дори да не харесват математиката.



5. Едно тайно оръжие – подзаглавията

Подзаглавията правят всичко – разтоварват текста, разчупвайки тромавата му цялост.

6. Не се увличайте в признания

Вашият текст трябва да излъчва самочувствие, а не слабост.

Повярвайте ми, не искате потребителите да се питат следното:

- Ще ми свърши ли работа този продукт/услуга?

- Не е ли прекалено объркано?

- Ще имам ли време за това?

- Ами ако се наложи да върна този продукт?

- Как да вярвам на това лице?

7. Доказателства в ефективността на продукта

Показването на конкретни облаги и преимущество от ползване на продукта ще затвърди решението на потребителя да купи.

**Знаете ли кой е най-продаваният продукт от директния ТВ маркетинг?
Космодиск. Защото всеки път виждаме доволни потребители,
изтъкващи подобрението от ползването му.**



8. „Оферта, на която не можете да устоите”

Нарисувайте ясна и точна картина на продукта: какво всъщност е, защо точно тази стока, каква е ползата от него. Убедете потребителя че има нужда точно от този артикул и то точно в този момент.

9. Няма риск, никакъв риск

Как да се преборим с клиентското недоверие? Ето как - внушавайте доверие. Бъдете убедителни, но и открити.

Обещавайте гаранции (но реални и изпълними, разбира се) и ги спазвайте.

10. С(т)илен завършек, убеждаващ клиента

Като всеки текст и вашият трябва да завърши. Старайте се крайт да е ефектен, стилизиран, но и убедителен. Важната роля на последните думи е да затвърди и окончателно убеди потребителя, че трябва да купи или ползва.

STORY OF A SIGN



II. Копирайт и Социалните медии

Кое сбира хората? (подсказка)

1. Как се пише в социалните медии. За какво се пише? За кого?

- в огромен процент Копирайтът не е насочен към директно продаване

провокира любопитството или желание

ЗАЯВЯВА ПРИСЪСТВИЕ

„другият“ не потребител, а приятел



2. Как да пишем за конкретната медия

facebook

Всички са приятели. Ау, уау и бау.



Скрития коз на блогъра. Как да кажем много в 140 символа.



Емотикон до файл, емотикон до файл.



„Всеки потребител – ЕООД“



„Аз гледам, ти гледаш, ние гледаме...“ ,



Блоговете – добре дошли в Копирайтърския рай



3. Блоговете като некомерсиален Копирайт

-Защо са популярни и успешни в България.

- Причините да станеш блогър – ефективност и изява, споделяне, корпоративен интерес...

- Блогопедия

-Родни примери за различни видове блогове.

Sulla.bg.

Ivanbedrov.com

Newtrend.bg

Novaveshtica.blogspot.com

и накраяutremer.blog.bg ☺



4. Как да не пишем или 7те смъртни блогърски гряха

1.Егоизъм

Не се скъпете на знания, давайте ги безкористно и свободно на всички. Затова и текстове, които обещават универсални облаги рядко имат голям успех. Защото те не дават, а изискват – внимание, средства, време.

2. Леност

Ето това не могат да разберат повечето хора – че писането също е дейност, уморителна при това. Просто е различна.

3.Нетърпение

Ако все още търсите правилната аудитория си задайте следните въпроси:

- Интересни ли са постингите за други, освен за котката и гаджето ми?
- Давам ли повече на читателите, отколкото изисквам от тях?
- Обръщам ли внимание на техните блогове, както те правят в момента с моя?

4. Претупване

Писането в блогове не е като традиционната реклама, в която наливате повече средства, за да достигнете до по-голяма клиентска аудитория.



5. Идентичност

Някои от вас може и да не са съгласни с това мнение, но си мисля че е страхотно да започнете своя блог, защото сте зарибени от някой друг. Но много по-важно е да имате собствено лице пред читателите си.

Вашето място в интернет пространството се определя от читателите ви, а не обратното.

6. Интимничене

Съгласни ли сте, че в текстовете ви трябва да има емоция, да покажете истинската си същност и да разкриете истинското си лице? Да? Тогава, ако не сте от Полски Тръмбеж и не се казвате Теменужка, този текст е абсолютно излишен за вас. По-добре си догледайте „Море от любов”.

7. Грубост

Какво е блогът за вас: изповедалня, маркетингов инструмент или трибуна за радините ви вълнения?



Време е за край да покажем и един последен визуален копирайт, а именно





Това бе всичко от мен. Лека вечер.



Благодаря ви !

Можете да потърсите повече
информация на www.nextcopy.net

L/O/G/O

www.themegallery.com