



ZÁKLADY COPYWRITINGU

NAUČTE SE PÁR ZÁKLADNÍCH PRAVIDEL, JAK
NAPSAT KVALITNÍ PRODEJNÍ TEXTY.

OBSAH

- 1** Než začnete psát, přemýšlejte
- 2** Dokážete zákazníka zaujmout?
- 3** Dokážete zákazníka přesvědčit?
- 4** Co zaručeně funguje?
- 5** Čeho se vyvarovat?
- 6** Mýtus ceny
- 7** Slovo na závěr



01

NEŽ ZAČNETE PSÁT,
PŘEMÝŠLEJTE

NEŽ ZAČNETE PSÁT, PŘEMÝŠLEJTE

Bez analýzy zákazníka a produktu / služby to nepůjde.

Znáte svého zákazníka?

Znáte jeho potřeby, starosti, co je pro něj důležité?

Znáte svůj produkt / svou službu?

Znáte výhody svého produktu / služby?

Znáte nevýhody produktu / služby?

Víte, co Vás odlišuje od konkurence?

Víte, v čem jste lepší než konkurence?

Víte, v čem zaostáváte za konkurencí?



02

DOKÁŽETE ZÁKAZNÍKA ZAUJMOUT?

DOKÁŽETE ZÁKAZNÍKA ZAUJMOUT?

5 sekund. Tolik času máte, abyste zapůsobil.

Máte 5 sekund abyste zákazníka zaujal. Co je pro něj nejdůležitější? Tím začněte.

Jaký problém zákazník řeší? Popište ho, dejte najevo, že zákazníka chápete a pak navrhněte řešení.

Příběhy prodávají. Pokud umíte vyprávět příběh, máte koncept, se kterým zákazníka zaujmete.

Vyvolejte v zákazníkovi emoce a zároveň mu umožněte, aby mohl nákup logicky odůvodnit.

Pište tak (hlavně na začátku), aby s Vámi zákazník souhlasil.



03

DOKÁŽETE
ZÁKAZNÍKA
PŘESVĚDČIT?

DOKÁŽETE ZÁKAZNÍKA PŘESVĚDČIT?

To, že ho zaujmete, je jen začátek.

Popište benefity, tj. jak změníte / zlepšíte život zákazníka.

Pište tak, aby si zákazník představil, že už produkt / službu užívá.

Vždycky buďte naprosto upřímní.

Pokud Váš produkt / služba má nevýhody, neskrývejte je.

Zodpovězte všechny možné dotazy, které zákazník může mít.

Představte si, jaké námitky může zákazník mít a na všechny reagujte.

Buďte (až extrémně) konkrétní při popisu produktu / služby. Konkurence to určitě nedělá.



04

CO ZARUČENĚ FUNGUJE?

CO ZARUČENĚ FUNGUJE?

Pár cenných tipů, jak psát.

Na začátku textu udělejte vše pro to, abyste si udržel pozornost zákazníka.

Nepište složité věty, ztratíte zákazníkův zájem.

Měňte rytmus – střídejte krátkou větu s delší.

Na konci odstavce dejte důvod, proč by měl zákazník číst dál.

Pokládejte otázky. Lidé pak hledají odpověď, tak funguje náš mozek (vyžaduje odpověď).

Hlavní nadpis je strašně důležitý, věnujte mu maximální pozornost.

Rozdělte delší text pomocí poutavých podnadpisů.

Delší text, pokud máte o čem psát, je lepší než kratší text, ve kterém něco vynecháte.

CO ZARUČENĚ FUNGUJE?

Vždycky uveďte výzvu k akci (call to action) – volejte, objednejte si, etc.

Stimulujte v zákazníkovi FOMO (Fear of Missing out) a dáte mu důvod proč jednat ihned.

Použijte recenze zákazníků, optimální množství jsou 3.

Použijte sílu autority k vytvoření důvěry (chválí Vás nějaká organizace? Celebrita?)

Prodlužte zkušební lhůtu / záruku. Získáte si okamžitě důvěru.



05

ČEHO SE VYVAROVAT?

ČEHO SE VYVAROVAT?

Pár cenných tipů, jak nepsat.

Nepište moc o sobě a své firmě. Nikoho to nezajímá.

Nepoužívejte cliché.

Přídavná jména typu “nejlepší”, “skvělý” apod. nefungují.

Nebudte arogantní a nepodceňujte zákazníka.

Nepoužívejte fotky modelů z fotobank, větší úspěch budete mít s obyčejnými lidmi.

Ve většině případů doporučuji vyvarovat se žertování / pokusů o vtipy.



06

MÝTUS CENY

MÝTUS CENY

Jste draží? Nevadí.

To, že jste dražší, než konkurence, neznamená, že jste v nevýhodě. Musíte si ale dát víc práce s textem.

Obecně řečeno: čím dražší je produkt / služba, tím víc práce budete mít s přesvědčením zákazníka.



07

SLOVO NA ZÁVĚR

SLOVO NA ZÁVĚR

Copywriter je jen člověk. Ne superhrdina.

Pokud je Váš produkt nekvalitní, žádný copywriter Vás nezachrání. Obzvlášť v dnešní době (sociální sítě).

KONTAKTUJTE MĚ

Jakub Pajer
+420 607 830 463
info@jakubpajer.cz

KONZULTACE ZDARMA