

Pútavý web copywritting

Texty musia zaujať a predávať, preto Vám s tým radi pomôžeme. Nezabudneme ani na SEO, ktoré je tiež súčasťou copywrittingu. Správny copywritting Vám môže zvýšiť návštevnosť a získať nových klientov.

KONTAKT

CENNÍK

Čo je to copywritting?

Copywritting je tvorba reklamných textov, ktorá sa skladá z viacerých postupov. Napríklad, vytváraní persóny, analýzy kľúčových slov aj stratégie obsahu. Texty, ktoré potom napíšeme sú potom starostlivo napísané, a pripravené na publikáciu.

KONTAKT

Zlý text, odrádza

Texty sa v dnešnej dobe nečítajú, skenujú sa očami. Preto by mali byť texty starostlivo napísané, aby sa v nich ľudia našli čo hľadajú. Texty po úprave budú aj predávať a vyšvihnú vás vo vyhľadávačoch na vyššie priečky.

KONTAKT

Piliere copywrittingu

Pri písaní copywrittingu, existujú isté piliere, ktoré by nám mali dať pevný základ písaným textom. Názory ľudí sa tu môžu rozlišovať, ale všeobecne uznávame 8 pilierov. Hlavnými troma sú pre nás jednoduchosť, presvedčivosť a unikátnosť. Avšak sú tu aj tie ostatné, na ktoré nesmieme nikdy zabudnúť a to sú: gramatika, pozitívny nádyh, dôveryhodnosť, zrozumiteľnosť a záujem. Týchto osem pilierov, nám pomáha napísať texty ktoré zaujmú a nakoniec aj predajú produkt.

info grafika

jednoduchosť
presvedčivosť
unikátnosť
gramatika
pozitívny nádyh
dôveryhodnosť
zrozumiteľnosť
záujem

KONTAKT

Nechajte nám zanalyzovať celý váš web zadarmo

Vytvoríme vám kompletnú analýzu vašej web stránky zadarmo, ktorá vás informuje o tom čo je možno získať z vašej web stránky a koľko to bude stať.

Získať analýzu

Treba si na ne dávať pozor

Všade sú chyby a veci ktorým sa treba vyvarovať. To platí aj pre copywritting. Preto si treba postrážiť nejaké chyby. A tie sú, dlhý a nepretržité texty. Používanie negatív, gramatické chyby, nič nehovoriace frázy, neosobný prístup a mnohé iné.

KONTAKT

Treba si na ne dávať pozor

Model AIDA, je proces počas ktorého vedieme spotrebiteľa k finálnej fáze – ku kúpe a premene na stáleho zákazníka. Tento proces vznikol koncom 19 storočia, ale kvôli svojej presnosti našiel uplatnenie aj v modernom marketingu.

Model AIDA, si všeobecne predstavujeme ako lievik, ktoré sa skladá zo štyroch častí. Číže štyroch krokov. Kedy cez každý krok, ubúda počet záujemcov až k finálnej časti.

ATTENTION (pozornosť)

V tomto kroku upriamite pozornosť na váš produkt alebo službu. Túto pozornosť väčšinou získate v nadpise alebo obrázkami.

INTEREST (zaujatie)

Tento krok je typický tým, že spotrebiteľ sa začne o službu alebo produkt zaujímať a niečo si o ňom prečíta.

DESIRE (túžba)

V tomto kroku vyvoláte v spotrebiteľovi túžbu si váš produkt alebo službu zadovážiť. Túto túžbu môžete vyvolať ukázaním produktu.

ACTION, (akcia)

Predošlé tri kroky by boli zbytočné, keby sme sa nedostali k tomuto kroku. Potencionálny zákazník, už vie načo je náš produkt dobrý alebo služba vhodná, čo robí, dokonca už sme v ňom aj vyvolali túžbu. Teraz stačí aby si spotrebiteľ produkt kúpil.

KONTAKT

