

COPYWRITING

- je psaní čtivých a komerčně úspěšných textů
- díky dobrému „Copy“ můžete jen získat
- je nástroj pro zlepšení pozic ve vyhledávačích (podpora SEO)
- kvalitní texty zvyšují návštěvnost webu, přitahují pozornost
- zviditelňuje značku/produkt/e-shop ...

Copywriter je textař, který píše reklamní a propagační texty na weby nebo blogy, posty na sociální sítě, chystá prodejní i neprodejní e-maily a další. Píše texty, které informují, nenásilně přesvědčují a zároveň baví. Jeho texty můžete potkat jak v online prostředí, tak i offline prostředí.

Kde je copywriting potřeba?

- nadpisy (článků – PR, článků v blogu, článků na webu,...)
- předměty e-mailů
- formuláře na webu
- texty pro funkční tlačítka
- úderné texty pro placenou reklamu (ať už to jsou PPC reklamy nebo letáky do schránky)
- pro komunikaci se zákazníkem

Umění copywritera přesahuje do více disciplín

- musí být jazykově a stylisticky zdatný
- má přesah do psychologie
- umí se vžít do cílového zákazníka
- zná základy marketingu (ví, proč a pro koho texty tvoří a pomocí písmenek dokáže zaujmout a přesvědčit)
- ví, jak se tvoří weby
- umí změřit výkon jeho textů

Jak na dobré nadpisy

Víte, že 8 z 10 čtenářů si přečte nadpis, ale jen 2 z nich si přečtou článek? Nadpis je totiž nenalákal k přečtení celého článku. A i to je práce copywritera – nalákat.

Copywriter radí: 5 tipů, jak psát nadpisy, které zaujmou vašeho zákazníka

1. Používejte u nadpisů číslovky

Vždy počet pište číslem, ne slovem, číslice osloví čtenáře rychleji.

2. Vložte akční sloveso

Poznej, přečtete si, pochopte, odhalte ...

3. Ptejte se

Používejte otázky – proč, jak, kolik, kdy, ...

4. Probudte zvědavost

Titulek má čtenáře v první řadě nalákat. Klidně použijte i reálná čísla. Např. „Jak jsme za poslední rok zvýšili tržby o 200 %“

5. zmiňte klíčové slovo

Jak na dobré popisky zboží v e-shopech

- vysvětlíte, co daný produkt zákazníkovi přinese (vypíchněte tu správnou výhodu)
- popište základní parametry (velikost, barva, materiál, ...)
- do textu propašujte emoce
- řekněte zákazníkovi, proč si má dané zboží koupit právě u vás
- nekopírujte popis, který vám dá dodavatel, ale vytvořte svůj, originální
- buďte kreativní
- používejte malé „v“ v textech „váš, vás, vaše, ...“

Ukázka rozdílů práce s textem ve dvou rozdílných e-shopech:

Popis výrobce:

www.krby-bef.cz



POPIS KRBOVÁ VLOŽKA BEF FEEL 6

MOC (bez DPH)

20999 Kč

- Inovativní oplach skla a bezchybně čisté sklo. Vzduch je veden zády přes nahřívací komory. Ty zajišťují vyšší teplotu přivedeného vzduchu pro oplach skla a jeho pomalejší proudění
- Optimalizovaný tvar carconového topeniště vyvinutý pomocí aerodynamického modelu
- Nejmasivnější akumulční materiál na trhu carcon, který je až o 100 % masivnější než u starších typů. Disponuje ale i mnohem větší akumulční schopností, vydrží nahřátý až 12 hodin
- Strukturovaný aktivní povrch carconů zachycuje partikulární částice s následným dopalováním
- Externí přívod vzduchu umožňuje připojení elektronické regulace hoření
- Jednoduché ovládání jedním regulačním prvkem a klička potažená pravou kůží
- Možno doobjednat čtyřstranný zazdívací rámeček s lemem 90st.

Popis copywritera:

www.webpro-krby-a-kamna.cz

Krbová vložka BEF Feel 6 do nízkoenergetických domů

- Malá hloubka je prostorově nenáročná pro obestavby
- Výkonem jsou krbové vložky BeF Feel určeny pro nízkoenergetické domy
- Vzduch je veden do krbové vložky zády přes nahřívací komory, ty pak zajišťují vyšší teplotu přivedeného vzduchu pro oplach skla a jeho pomalejší proudění. Tím je sklo „oplachováno“, a je čisté.
- Jako vyzdívka je použit materiál Carcon, ten je jeden z nejmasivnějších akumulčních materiálů na trhu. Tento materiál je oproti starším typům inovován a o 100% masivnější než dříve. Carcon je materiál, který zaručuje **větší akumulční schopnost**, díky tomu topeniště vydrží nahřáté **až 12 hodin**.
- Carconového topeniště má optimalizovaný aerodynamický tvar. Tento tvar spalovací komory je konstruován na základě aerodynamických testů. Tím výrobce dosáhl **dokonalého modelu proudění spalin**. Povrch carconů pak zachycuje partikulární částice s následným dopalováním. To zaručuje účinnosti krbové vložky až 84% při průměrné spotřebě paliva 1,53 kg/hodinu.
- **Externí přívod vzduchu** je samozřejmostí a umožňuje připojení elektronické regulace hoření.
- Jednoduché ovládání této krbové vložky je pouze jedním regulačním prvkem. Ten je standardně v barvě krbové vložky, ale je možné přikoupit ovládání v nerez. Měnit lze i krytku sekundárního vzduchu v topeništi.
- Krbové vložky mají regulaci přívodu vzduchu ve spodní části krbu pod dvířky. Touto regulací regulujete přívod spalovacího vzduchu do primární komory, přívod spalovacího vzduchu do sekundárního kanálu i čistící vzduch předního skla. Poměry množství vzduchu v jednotlivých kanálech se regulují automaticky.
- Krbová vložka je buď bezroštová nebo s litinovým roštem a popelníkem. Litinový rošt a popelník můžete nahradit carconovou záslepkou (ta umožňuje vytvoření bezroštového topeniště, zpomaluje proces hoření, prodlužuje interval přikládání, umožňuje snížení nominálního výkonu, zvyšuje teplotu v topeništi a nejvíce vzduchu směřuje na oplach skla tím je sklo čistější)
- Ke krbové vložce můžete dokoupit sadu akumulčních nástavců. Tak plně využijte tepelnou energii vaší krbové vložky, neboť vysoce kvalitní žárobeta je schopný rychle akumulovat teplo. Materiál rychle naakumuluje přebytečnou energii a následně ji předává do prostoru dlouhé hodiny i po vyhasnutí krbové vložky. Snadné a rychlé zvýšení akumulční schopnosti vaší obestavby. Řešení, které snižuje spotřebu paliva a zvyšuje tepelnou pohodu, protože sálavé teplo je zdravější a nevíří vzduch. Jednoduchá montáž přímo na daný typ krbové vložky. Spolu s dvojitým prosklením krbové vložky je to ideální řešení pro nízkoenergetické domy. Pro cenovou kalkulaci a řešení přímo pro vás na míru mi napište.
- Ke krbové vložce lze dokoupit i opláštění, které z něj udělají kamna. Vybírat můžete z osmi druhů barevných kombinací, doplňkem může být i barevný carcon. Levné řešení, pokud nemáte čas a finance na obestavbu. Cena pláště je od 15.000Kč. Pro cenovou kalkulaci a řešení přímo pro vás na míru mi napište.

Další příklad

Popisek zboží nejmenovaného e-shopu:

Kopačky Umbro Velocita PRO HG white/orange

- Třívrstvá vnější konstrukce
- Vyrobeno z neoprenu a vzdušných vláken



A jak jde na popisky Alza.cz?

Umbro Velocita PRO HG White/Orange

Správné kopačky jsou základem skvělého fotbalisty! Umbro Velocita Pro HG v barvě bílé a oranžové jsou lisovky na tvrdý přírodní povrch. Nabízí komfort a pevné usazení na noze díky třívrstvé vnější konstrukci. Podešev byl navržen tak, aby vás boty poslouchaly a chovaly se přesně tak, jak chcete. Získáte tak lepší akceleraci, trakci a mrštnost, což se hodí pro hráče, kteří neběhají v rovných liniích. Zadní část boty je vyrobena z neoprenu, přední je naopak ze vzdušných vláken pro lepší cirkulaci vzduchu. Střed boty byl tepelně "svařován" pro co nejlepší stabilitu. A v poslední řadě na botách oceníte povrch z TPU, který jim dodá odolnost a vy na noze lépe ucítíte míč.

Klíčové vlastnosti Umbro Velocita Pro HG

- Kopačky Umbro Velocita Pro HG se hodí pro všechny aspirující fotbalisty
- Na noze budou pevně sedět díky třívrstvé vnější konstrukci
- Nabídnou skvělou trakci a neomezený pohyb
- Komfort je samozřejmostí, boty jsou jak vzdušné, tak pohodlné
- K tomu všemu ještě vypadají skvěle a budou se vyjímat na každém

Byla by práce copywritera pro vás?

Zkuste si pár úkolů – výsledek nám můžete poslat na e-mail: info@a-v-o.cz, předmět „copywriter“ a my se na vaši tvorbu podíváme a odpovíme vám.

Tak s chutí do toho 😊

1. Vymyslete poutavý název pro níže uvedený článek
2. Napište krátkou anotaci, kterou byste napsali do postu na Facebook – souhrn v pár větách, kterými nalákáte čtenáře k přečtení článku

Pokud vlastníte nebo spravujete e-shop a chcete se dozvědět, na jaké chyby si dát pozor, určitě čtěte dál. Zjistíte, jaké SEO chyby dělají majitelé e-shopů nejčastěji a jak je snadné je napravit. U naprosté většiny e-shopů je možné vše dát do pořádku pouze malými technickými zásahy.

Záplava e-shopů v Čechách je obrovská a vyniknout mezi konkurencí je rok od roku těžší. Přestože jsou firmy podobné, každá může mít naprosto odlišný business model a naopak stejné modely mohou být úspěšné každý jinak. Je třeba se tak opravdu zamyslet nad svým podnikem, sortimentem, prozkoumat konkurenci a přinést zákazníkovi „něco navíc“.

Je nutné si uvědomit, že SEO nejde zapnout, nastavit, koupit, atp. **SEO je dlouhodobá práce, založená na plánu, jehož cílem je přilákat zákazníky pomocí vyhledávačů.**

V Česku je přes 43 tisíc e-shopů. Přitom Česká obchodní inspekce odhalila chyby až u 83 % z nich. Abychom tohle procento snížili, rozhodli jsme se pro vás shrnout **14 nejčastějších chyb**.

1. málo/žádné popisky zboží
2. duplicita popisků s konkurencí – jedinečnost textů
3. špatné používání filtrů (špatně nastavené URL filtrované stránky)
4. duplicitní/chybějící titulky (= to co vidíme na záložce) nebo jejich názvy jsou příliš dlouhé či krátké
5. duplicitní/chybějící metapopisky (metadescription) = text popisu stránek, který by měl přiblížit zákazníkovi o čem stránka vlastně je
6. žádné nebo špatně zvolené nadpisy (minimálně H1, H2)
7. špatně zvolené URL (příliš dlouhé nebo nezajímavé)
8. chyby v přesměrování
9. nejsou zapnuté metriky (konkrétně modul eCommerce v Google Analytics) – nejsou statistiky odkud zákazník přišel, jak dlouho zůstal na webu, reporty o nákupech apod.)
10. nejsou zapojeny recenze na produkty (tzn. nulové budování důvěry)
11. špatně pojmenované kategorie v e-shopech
12. pomalé načítání stránek (mnoho grafiky, tlačítek, interaktivních prvků)
13. přehnané využívání klíčových slov (vyhledávač vyhodnotí jako Spam)
14. nepoužívání tzv. Long tailů

Všechny tyto faktory jsou důležité nejen při rozjezdu e-shopu, ale i při jeho dalším provozu. Poučte se z chyb konkurence a vyšvihněte své podnikání zase o kus nahoru!

3. A pokud máte ještě chuť, zkuste napsat krátký popis zboží

UV
400
PVC 100%



Dámské sluneční brýle „pilotky“. UV filtr 400. Zlaté kování.
Výrobce Giil.eu

Hotovo – a i toto je práce copywritera

Psaní textů odkudkoli a kdykoli 😊

