

{ SZKOLENIE COPYWRITING SPRZEDAŻOWY

DLA KOGO



Czy potrafisz w sposób przekonujący przedstawić swoją historię?
Zaczarować klientów słowem?
Pokazać, że każdy materiał promocyjny może być oryginalny i nieszablony?
Jeśli nie możesz z pełnym przekonaniem odpowiedzieć „TAK” na te pytania- to, to szkolenie jest dla Ciebie!

O SZKOLENIU



John Caples w książce „Sztuka reklamy”, uznawanej przez wielu za Biblię Copywritingu, udowadniał, że tekst w reklamie jest równie ważny jak grafika - nie przekonamy klienta do zakupu samym zdjęciem produktu i kilkoma zdawkowymi informacjami obok niego. Niestety, dziś często zapominamy o tej podstawowej zasadzie, pokładając całą nadzieję na sprzedaż w ciekawie przygotowanej grafice.
Podczas szkolenia dowiesz się jak sprzedawać słowem i przede wszystkich - jak robić to dobrze.

CEL SZKOLENIA

- Poznasz metody copywritingu;
- Dowiesz się, czym jest persona i jak ją tworzyć;
- Poznasz sposoby na przyciągnięcie uwagi oraz nauczysz się pisać językiem korzyści;
- Poznasz elementy, jakie powinien zawierać dobry tekst;
- Zobaczysz przykłady dobrych tekstów sprzedażowych;
- Dowiesz się, jak testować to, czy Twój tekst naprawdę okaże się skuteczny.

PROGRAM SZKOLENIA

Sprzedaj słowami. Co tak naprawdę chcesz osiągnąć?

- Analizy wstępne, czyli co musisz zrobić przed rozpoczęciem pisania?
- Fakty, emocje i...akcje. O pudełku narzędzi copywritera.
- Persona: podstawowa analiza wstępna.
- Word Ci przeszkadza w pisaniu. O modelach distraction free oraz markdown.

Jaki powinien być dobry tekst? Bierzemy się do pracy

- Zaskoczenie- o modelach przyciągania uwagi Twojego odbiorcy.
- Język korzyści- jak pisać by odbiorca nie mógł się odezwać od czytania?
- Wąż między wierszami- czyli o sztuce obiecywania.
- Wisielec, czyli najgorsza rzecz, jaką copywriterzy robią na zakończenie tekstu. Jak go przegonić?

Techniki budowania. Bo dobry tekst budujemy z klocków.

- Wiarygodność- o używaniu detali oraz znajomości Twojego odbiorcy.
- Mentalne obrazowanie- techniki, dzięki którym Twój przekaz zostaje w głowie.
- Matka Teresa i współczesny PR- o tym, jak Twój odbiorca zapamiętuje tekst.
- Strzelanie podczas wykładu- czyli czego nie możesz, a co musisz zrobić na początku.
- Storytelling w warsztacie copywritera.

Dobre praktyki. Konkretnie: jak pisać na przykład newsletter?

- Trójkąt miłości w warsztacie copywritera.
- Percepcja witryny internetowej- pisanie dla www.
- Żona vs. użytkownik Twittera, czyli o byciu mistrzem krótkiej formy.

Inspiracje. Jak być lepszym copywriterem?

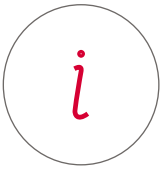
- Jak dostać się do opary?
- O testach A/B.
- Psychologia copywritingu.

WYKŁADOWCA:



Paweł Tkaczyk

Prowadzi blog o budowaniu silnej marki i nowoczesnym marketingu. Razem z Markiem Jankowskim prowadzi podcast „Mała Wielka Firma”, w którym pomagają ludziom w prowadzeniu ich firm. Wierzy, że silna marka to dobrze opowiedziana historia. Dlatego jego firma - MIDEA- pomaga klientom w snuciu ich opowieści, a w konsekwencji w budowaniu silnej pozycji rynkowej.



ORGANIZACJA ZAJĘĆ:

Lokalizacja

Stowarzyszenie
Komunikacji
Marketingowej
SAR
Czerska 8/10,
00-732 Warszawa



Koszt udziału:

800 zł dla członków SAR
1300 zł dla firm niezrzeszonych

Zapisy

szkolenia@sar.org.pl



Zapewniamy

Materiały dydaktyczne
Pomoce naukowe
Kawa, herbata, ciastka
Obiad

