Podsumowując, copywriting to sztuka tworzenia tekstów reklamowych, która wymaga umiejętności zrozumienia potrzeb i pragnień klientów oraz umiejętności przekazywania odpowiedniego przekazu. Jest to niezwykle ważny element marketingu, który może przyczynić się do sukcesu firmy na rynku.





KOMPENDIUM COPYWRITERA

Jak zostać copywriterem i zarabiać na pisaniu!

Archetypy marki

4 kierunki motywacji i 12 archetypów

Dalszy rozwój koncepcji archetypów marki doprowadził do wyszczególnienia czterech **głównych kierunków motywacji** oraz **12 archetypów**, chociaż ich ilość jest tak naprawdę nieograniczona.



STABILIZACJA

Kreowanie kontroli i poczucia bezpieczeństwa.

- **Władca** — Kontrola, porządek, odpowiedzialność.
- **Opiekun** — Bezpieczeństwo, troska, stabilność.
- **Mędrzec** — Wiedza, prawda, analiza, racjonalność.

PRZYNALEŻNOŚĆ

Bycie częścią wspólnoty z elementami przyjemności.

- **Towarzysz** — Bliskość, relacje, akceptacja.
- **Błazen** — Radość, zabawa, optymizm.
- **Kochanek** — Przyjemność, pasja, piękno, zmysłowość.

MISTRZOSTWO

Przyciąga odbiorców poszukujących osiągnięć, perfekcji i odrobiny ryzyka.

- **Bohater** — Osiągnięcia, odwaga, przezwyciężanie przeszkód.
- **Twórca** — Kreatywność, innowacja, wyjątkowość.
- **Czarodziej** — Transformacja, wizja, inspiracja, zmiana.

NIEZALEŻNOŚĆ

Oferuje spełnienie oraz dążenie do osiągnięcia pełnej niezależności.

- **Odkrywca** — Wolność, podróże, poszukiwanie, autonomia.
- **Buntownik** — Niezależność, odwaga, łamanie schematów.
- **Niewinny** — Autentyczność, prostota, optymizm, nowe początki.

Stabilizacja

Stabilizacja dedykowana jest kreowaniu **kontroli** i poczucia bezpieczeństwa. Marki wykorzystujące ten kierunek motywacji budują zaufanie i przewidywalność.

Przynależność

Przynależność skupia się na byciu częścią wspólnoty z elementami przyjemności. Marki w tym obszarze tworzą więzi, budują relacje i dają poczucie akceptacji.

Mistrzostwo

Mistrzostwo przyciągnie odbiorców poszukujących osiągnięć, perfekcji, a jednocześnie odrobiny ryzyka. Te marki inspirują do rozwoju i przekraczania granic.

Niezależność

Niezależność oferuje spełnienie oraz dążenie do osiągnięcia pełnej niezależności. Marki w tym kierunku motywują do wolności, samodzielności i życia na własnych zasadach.

Przykład?

Klient widzi przecenioną kurtkę: „Cena regularna 799 zł, teraz tylko 399 zł!”.

I chociaż realna wartość produktu mogła nigdy nie wynosić 799 zł, to właśnie ta liczba staje się kotwicą. Na jej tle cena 399 zł wydaje się prawdziwą okazją – nawet jeśli produkt jest wart znacznie mniej!



I. Wypisz IO cech, umiejętności, kompetencji, dzięki którym jesteś lub staniesz się świetnym copywriterem. Do każdego punktu dodaj krótkie wyjaśnienie.

2. Napisz post na media społecznościowe wyjaśniając, jak współpraca z copywriterem może wzmocnić działania przedsiębiorców.

3. Napisz tekst promujący Ciebie - jako rzetelnego i skutecznego copywritera.

4. Stwórz swą unikalną nazwę marki oraz slogan, który wyróżni Cię spośród konkurencji. Uzasadnij swój !

5. Napisz oryginalny elevator pitch - wyjaśnij, czym się zajmujesz i dlaczego warto wybrać właśnie Twoje usługi!