

Obsah

Úvod.....	3
Seznamte se s autory.....	4
1. Co je to copywriting?.....	15
Proč je copywriting žádaný?	17
Co je to obsahový marketing?	17
Copywriter a cílová skupina	22
Persony jako zástupci cílových skupin	23
Základy marketingu a reklamy, které musí znát každý copywriter.....	27
Shrnutí: Přístup copywritera ke spotřebiteli	30
2. Profil profesionálního copywritera.....	33
Vlastnosti ideálního copywritera	34
Kde pracuje copywriter?	36
Co potřebuje copywriter k práci?.....	36
Jak vypadá tvůrčí proces copywritera?	38
Zlovyky amatérských textařů aneb Čemu se v copy vyhnout	39
3. Online copywriting vs. offline copywriting	43
Copyútvary pro online aneb Co vše je třeba otextovat.....	48
Texty na webu	48
Texty v pozadí webu.....	48
Texty mimo web	48
Jak vzniká webová stránka aneb Co je to wireframe?.....	49
Copyediting: Když text potřebuje přešetřit	50

4. Web copy	55
Co je web copy	56
Osobní prezentace	61
Firemní prezentace	62
Internetový obchod	63
Samostatná produktová stránka neboli microsite	63
Doporučený postup textace webu	63
Struktura prezentačního webu	64
Úvodní stránka	65
Jednotlivé podstránky webu	66
Ceník	69
Představení společnosti / O nás	69
Kontakt	71
Příklad dobrého web copy	72
Příklad špatného web copy	73
Shrnutí: Jak na účinné web copy	75
5. Další prvky webu	79
Co jsou mikrotexty	80
Cíle mikrotextů	80
Akční tlačítka	81
Hlášky	82
Potvrzovací hlášky	83
Informativní hlášky	83
Návodné hlášky	83
Chybové hlášky	84
Formuláře	86
Shrnutí: Co jsou to další prvky webu a jak na ně	86
6. SEO: Jak na optimalizaci online textů	89
Co je SEO neboli optimalizace pro vyhledávače	90
Jaký je správně optimalizovaný obsah	92

Klíčová slova	92
Kde klíčová slova najít	93
Jak a kde klíčová slova na stránkách použít	96
Nejčastější chyby při optimalizaci v souvislosti s textovým obsahem ..	101
Shrnutí: Co je to SEO a jak na něj	103

7. Blog, aktuality, novinky 105

Co je to blog	106
Jak a kde blogovat?	106
3 kroky, jak rozjet firemní nebo osobní blog	111
1. Ujasněte si, pro koho píšete	111
2. Určete si cíl blogu	111
3. Vymyslete koncept blogu – hlavní téma, podtémata a formáty blog postů	112
Na co si dát při rozjezdu blogu pozor	113
Jak napsat článek na blog	114
Shrnutí: Jak na blog	117

8. PR články 119

Co je to PR článek	121
Rozdíl mezi online PR článkem a PR článkem v tisku (printu)	121
Jak napsat PR článek?	123
Recenze produktu	127
Rozhovor s majitelem firmy, osobností či tvůrcem	129
Návod k použití	131
Reportáž z akce	131
Odborný text	131
Jak postupovat při tvorbě PR článku?	131
Ukázkový online PR článek	133
Špatně napsaný PR článek	136
Shrnutí: Jak napsat PR článek	136

9. Tisková zpráva	139
Jak napsat tiskovou zprávu, která zaujme redakce médií	140
1. Stanovte si cíl.....	140
2. Stanovte si cílovou skupinu.....	140
3. Podle cílového publika vybraných médií napište TZ.....	141
4. Rozešlete tiskovou zprávu.....	143
Čeho se při psaní tiskové zprávy vyvarovat.....	144
Jak můžete tiskovou zprávu pojmout?.....	144
Shrnutí: Výhody tiskové zprávy.....	144
Shrnutí: Jak napsat dobrou tiskovou zprávu.....	144
10. Firemní publikace: Tištěné a elektronické.....	147
Typy firemních publikací podle cílové skupiny	148
Zákaznické (B2C – Business-to-consumer).....	148
Pro obchodní partnery (B2B – Business-to-business)	149
Zaměstnanecké (B2E – Business-to-employee)	150
Typické druhy textů ve firemních médiích aneb Co ve volně prodejných titulech většinou nenajdete	151
Elektronické firemní publikace	152
11. E-book	155
Proč dělat e-book	156
Co by měl dobrý e-book splňovat	156
Dobré téma	156
Stručnost a jasnost.....	157
Praktičnost.....	157
Jaký formát zvolit	158
Jak postupovat při tvorbě e-booku.....	160
Shrnutí aneb Jak napsat dobrý e-book.....	162
12. E-mailing	165
Co je e-mailing.....	166
Výhody e-mailingu	167

Nástrahy e-mailingu a legislativní pravidla	167
Trocha čísel	168
Druhy e-mailů	168
Obecný obchodní e-mail (direct e-mail)	168
Systémové a transakční e-maily v e-shopu	169
Druhy e-mailů podle nákupní fáze	169
Předprodejní fáze	170
Prodejní fáze	170
Poprodejní fáze	170
Copywriting pro e-mailing: Než začnete psát	171
Části e-mailu	172
Předmět	172
Pre-header	175
Odesílatel	175
Obsah e-mailu	176
A/B testování obsahu	178
Shrnutí: Jak na úspěšný e-mailing	179

13. PPC reklama **183**

Co je PPC reklama	184
Co PPC reklama umí	184
Jak funguje PPC reklama	184
Druhy PPC reklamy	186
Výhody PPC reklamy	188
Nevýhoda PPC reklamy	189
Vztah SEO, PPC reklamy a copy	189
Copywriting pro PPC: Jak napsat krátký úderný text	191
Textový inzerát	191
Než začnete psát	192
Jak na poutavé titulky	194
Pravidla pro psaní titulků	195
Jak na poutavé popisky	195

Pravidla pro psaní popisků.....	196
Ostatní části inzerátu.....	196
Další typy inzerátů.....	197
Klasické statické bannery.....	197
Responzivní bannery.....	198
9 tipů pro úspěšné texty v placené reklamě	199
Shrnutí aneb Jak na PPC reklamu	199
14. Sociální sítě.....	201
Specifika sociálních sítí	202
Facebook	202
Twitter.....	207
LinkedIn	210
Instagram.....	218
YouTube	225
Shrnutí: Jak na copywriting pro sociální sítě a na co nezapomenout ..	226
15. Copywriting pro e-shopy: V čem je specifický?	229
Co všechno musíme otextovat?	231
Homepage	232
Statické stránky	233
Variabilní stránky	241
Mikrotexty	247
Další rozvoj obsahu v e-shopu.....	247
Metadata (meta texty)	248
Související obsah, který poslouží k propagaci mimo samotný e-shop..	248
Shrnutí: Hlavní zásady při textování e-shopu	249
16. Copywriterské útvary pro offline.....	253
Co je offline copywriting aneb Co vše lze textovat.....	254
Názvy	254
Jak na správný název	255
Název firmy	255



Název produktu	257
Shrnutí: Jak na název firmy nebo produktu.....	259
Claimy a slogany	259
Jak vypadá správný claim či slogan.....	259
Shrnutí: Jak na claim a slogan.....	262
Printová reklama.....	262
Jak na reklamu v tisku.....	262
Jak na textování printové reklamy.....	263
Advertorial	265
Jak na advertorial	265
Shrnutí: Jak na printovou reklamu a advertorial	267
Billboard	268
Jak na billboard a jinou outdoor reklamu	268
Shrnutí: Jak na billboard a outdoor reklamu.....	270
Direct mail.....	270
Jak na direct mail.....	270
Shrnutí: Jak na direct mail.....	271
Televizní a rozhlasová reklama	272
Jak na televizní a rozhlasovou reklamu	272
Televizní reklama.....	273
Rozhlasová reklama	274
Shrnutí: Jak na televizní a rozhlasovou reklamu	275
Obaly	275
Jak na obal.....	275
Shrnutí: Jak na obal produktu.....	277
Katalogy, brožury, letáky, POS materiály.....	277
Jak na katalogy, brožury, letáky a POS materiály.....	278
Katalog	278
Brožura	281
Leták	282
POS materiály	283
Shrnutí: Jak na katalogy, brožury, letáky a POS materiály	284

17. Publikační plány a obsahová strategie:

Pište s jasnou vizí 287

Publikační plán	288
Obsahová strategie	290
Cíl obsahové strategie	292
Příprava a cílení obsahové strategie	292
Design obsahové strategie	293
Tvorba	298
Propagace	298
Správa	299
Shrnutí: Jak obhájit důležitost obsahové strategie před klientem?	300

18. Měření výkonu vašich textů a vyhodnocování

úspěšnosti 305

Jak měřit výkon textů	306
Na jakých úrovních můžete výkon obsahu měřit?	307
Jak měřit jednotlivé typy obsahu?	308
Jak vyhodnocovat plnění 3 nejobvyklejších cílů obsahového marketingu .	308
Navýšení prodeje	309
Návštěvnost webových stránek	311
Povědomí o značce a její vnímání	312
A/B testování: Jak vylepšit své texty na základě dat	314
Jak funguje A/B testování	314
Jak postupovat při A/B testování	316
Další testovací metody obsahu: Heat mapy, klikací mapy a oční kamery	317

Závěr 321

Copywriterský slovníček 323

Použité zdroje 349