



COPYWRITING

Vylepšení vašeho stávajícího textu (copy)

DOPLŇ [POLÍČKA K VYPLNĚNÍ]

Udělej tento text přesvědčivějším: [kopiruj a vlož text].

Udělej z tohoto textu něco, co čtenáře více osloví: [zkopírujte a vložte text].

Přepiš tento text, aby se hlouběji zabýval problémy a přáními potenciálního zákazníka: [zkopírujte a vložte text].

Přepiš tento text podle copywriterského frameworku AIDA: [zkopírujte a vložte text].

Přepiš tento text podle copywriterského frameworku PAS: [zkopírujte a vložte text].



PROMPTY ZALOŽENÉ NA OTÁZKÁCH

- Můžeš mi dát pár tipů, jak udělat můj text poutavější a přesvědčivější?
- Jak mohu vylepšit své názvy, aby více upoutaly pozornost?
- Můžeš mi pomoci zjednodušit můj text a zpřístupnit ho mojí cílové skupině?
- Jakých častých chyb bych se měl při psaní textů vyvarovat?
- Můžeš mi doporučit nějaké nástroje nebo zdroje, které mohu použít ke zlepšení svých copywriterských dovedností?
- Jak mohu využít data a výzkum ke zlepšení mého psaní?
- Pomůžeš mi vytvořit jasnou a přesvědčivou výzvu k akci v mém textu?
- Jak mohu zlepšit svůj styl psaní, aby byl poutavější a jedinečnější?

Určení jedinečného hlasu vaší značky

DOPLŇ [POLÍČKA K VYPLNĚNÍ]

Prompt 1: Analyzuj následující text z hlediska tónu hlasu a stylu. Přesně tento styl a tón hlasu použij ve všech svých budoucích odpovědích.

Prompt 2: Přidej více [humoru/statistiky/kratších vět/otázek/hravosti].

Vyjmenuj přídatná jména, která bys použil k popisu tónu hlasu a stylu tohoto textu: [zkopírujte a vložte text].

Použij přesně tento styl a tón hlasu při psaní [nový text].

PROMPTY ZALOŽENÉ NA OTÁZKÁCH

- Jaké jsou hlavní charakteristiky tohoto stylu psaní: [zkopírujte a vložte text]?
- Může mi pomoci identifikovat běžné fráze nebo výrazy, které mám tendenci používat ve svém psaní? [zkopírujte a vložte text].
- [Zkopírujte a vložte text]. Jaký je můj styl psaní ve srovnání s ostatními autory v mém oboru?
- Jaké emoce nebo pocity má toto psaní tendenci ve čtenářích vyvolávat? [zkopírujte a vložte text].
- [Zkopírujte a vložte text]. Můžeš uvést příklady z mého psaní, které ukazují můj jedinečný styl?

- Jaké jsou silné a slabé stránky tohoto stylu psaní a jak se mohou zlepšit? [Zkopírujte a vložte text].
- Jak mohu tento styl psaní přizpůsobit pro jiné publikum nebo účely? [Zkopírujte a vložte text].
- Co vypovídá tento styl psaní (například struktura vět, slovní zásoba a tón) o mé osobnosti a hodnotách? [Zkopírujte a vložte text].
- Můžeš navrhnout, jak tento text udělat výraznějším a zapamatovatelnějším? [Zkopírujte a vložte text].
- Jak mohu zajistit, aby byl tento styl psaní konzistentní napříč různými typy obsahu a platformami? [Zkopírujte a vložte text].

➤ Psaní pokročilých zadání (promptů) pro copywriting

➤ DOPLŇ [POLÍČKA K VYPLNĚNÍ]

Pomocí copywriterského frameworku PAS vytvořte vstupní stránku o 500 slovech, která přesvědčí potenciální kupující ke koupi [produktu]. Využij nedostatku tím, že uvedeš, že nám zbývají pouze 3 kusy, a připoj krátký příběh o tom, jak se jeden klient dostal ze stavu [stav a] do stavu [stav b].

Pomocí 5 Basic Objections framework napiš popis produktu [produkt], který pomůže [ideálnímu klientovi] dosáhnout [vysněného výsledku]. Zabývej se těmito běžnými námitkami potenciálního zákazníka:

- [Námitka 1].
- [Námitka 2].
- [Námitka 3].
- [Námitka 4].
- [Námitka 5].

Dokonči výčtem všech negativních důsledků toho, že nyní nebudeš jednat.

Napiš pětikrokovou SOAP OPERA e-mailovou sekvenci o tom, jak účast na [události] změní život [ideálního zákazníka]. Zahrň tyto výhody:

- [Benefit 1].
- [Benefit 2].
- [Benefit 3].

Tyto bolestivé body:

- [Bolestivý bod 1].
- [Bolestivý bod 2].
- [Bolestivý bod 3].

A tyto reference:

- [Reference 1].
- [Reference 2].
- [Reference 3].

Postupně zvyšuj naléhavost registrace na [událost], počínaje velmi malým množstvím v e-mailu 1 a velkým množstvím v e-mailu 5. V e-mailu 5 připoj závěrečnou záruku, že pokud se zúčastní, dáme jim [bonus].

Použij copywriting framework AIDA, abys upoutal pozornost [ideálního zákazníka] a přesvědčil ho k [výzvě k akci]. Začni otázkou, která upoutá jeho pozornost, předlož čísla/statistiku, která ukáže, jak závažný je [problém], uveď tyto 3 výhody našeho produktu [benefit 1], [benefit 2], [benefit 3], a požádej o [výzvu k akci].

Napiš scénář webináře s využitím frameworku "PASTOR", který se bude zabývat bolestmi [ideálního zákazníka] a představí můj [produkt] jako řešení. Identifikuj problém, se kterým se ideální zákazník potýká, zesil důsledky neřešení problému, odvyprávěj příběh související s problémem [příběh], zahrň tyto reference od spokojených zákazníků [reference], představ naši nabídku a požádej o nákup.

Napiš skript webináře pomocí the perfect webinar formula podle Russella Brunsona. Propaguj 8týdenní koučovací program na [téma], který pomůže [ideálnímu klientovi] dostat se z [bolestivých míst] a dosáhnout [výsledek]. Zmiň, že jediná věc, která jim pomůže dosáhnout všech jejich snů, je [jedinečný mechanismus] a že jediný způsob, jak se k němu dostat, je [výzva k akci].

Korektury vašich copy

DOPLŇ [POLÍČKA K VYPLNĚNÍ]

Najdi a oprav překlepy v tomto textu: [zkopírujte a vložte text].

Řekni mi, jestli jsou v tomto textu překlepy nebo gramatické chyby: [zkopírujte a vložte text].

Proveď korekturu tohoto textu: [zkopírujte a vložte text].

Ověř údaje v tomto textu: [zkopírujte a vložte text].

Navrhni spolehlivé zdroje, které by doložily tvrzení uvedená v tomto textu: [zkopírujte a vložte text].

➤ TOP frameworky pro prodejní texty

➤ Framework 'Features-Advantages-Benefits'

S využitím frameworku "Features-Advantages-Benefits" napiš prosím text, který vyzdvihne [definujte vlastnosti] našeho [produktu/služby] a vysvětlí, jak mohou být tyto [definujte benefity] užitečné pro [definujte ideálního zákazníka]. Rozved' [benefity] našeho produktu a uveď, jak může pozitivně ovlivnit čtenáře.

➤ Framework 'PASTOR'

Napiš reklamní copy s využitím frameworku "PASTOR", která se bude zabývat typickými problémy [definujte ideálního zákazníka] a představí náš [definujte svůj produkt/službu] jako řešení. Identifikuj [definujte problém], se kterým se zákazník potýká, zesil důsledky jeho neřešení, vyprávěj [popište příběh] související s problémem, uveď [vložte reference] spokojených zákazníků, představ naši [definujte nabídku] a požádej o reakci.

➤ Framework 'Before-After-Bridge'

S využitím frameworku "Before-After-Bridge" napiš reklamní copy, která představí současnou situaci s [definujte problém], kterému čelí [definujte ideálního zákazníka]. Ukaž jim svět po použití našeho [produktu/služby] a jak se jejich situace zlepšila. Poté jim poskytni [bridge/přemostění], který jim ukáže, jak mohou pomocí našeho produktu zlepšit svou situaci.

Framework 'Attention-Interest-Desire-Action'

Napiš reklamní copy s využitím frameworku "Attention-Interest-Desire-Action", abys upoutal pozornost [definujte ideálního zákazníka] a přesvědčili jej k akci. Začni odvážným prohlášením, které upoutá jeho pozornost, představ informace, které vzbudí jejich [definujte zájem], uveď benefity našeho [definujte produkt/službu], abys vyvolal [definujte touhu], a požádej o registraci nebo nákup.

Framework 'Problem-Agitate-Solve'

S využitím frameworku "Problem-Agitate-Solve" napiš reklamní copy, která identifikuje nejbolestivější [definujte problém], s nímž se potýká [definujte ideálního zákazníka], a agituje tento problém, abys ukázal, proč je situace negativní. Poté představ náš [definujte produkt/službu] jako logické řešení problému.

Framework 'Star-Story-Solution'

S využitím frameworku 'Star-Story-Solution' napiš prosím copy, které představí hlavní postavu [definujte příběh] souvisejícího s naším [definujte produkt/službu] a udrží čtenáře v napětí. Příběh zakonči vysvětlením, jak tato postava nakonec s pomocí našeho produktu zvítězí.

Framework 'Picture-Promise-Prove-Push'

Napiš copy s využitím frameworku 'Picture-Promise-Prove-Push', abys vytvořil obraz, který upoutá pozornost a vyvolá touhu po našem [definujte svůj produkt/službu] u [definujte ideálního zákazníka]. Popiš, jak náš produkt splní své sliby, uveď reference, které tyto sliby podpoří, a trochu popostrč čtenáře, aby se rozhodl jednat.

Framework 'Awareness-Comprehension-Conviction-Action'

Napiš reklamní copy s využitím frameworku 'Awareness-Comprehension-Conviction-Action', které představí situaci nebo **[definujte problém]**, s níž se potýká **[definujte ideálního zákazníka]**, a pomůže mu ho pochopit. Vytvoř ve čtenáři požadované přesvědčení, aby použil náš **[definujte produkt/službu]** jako řešení, a přiměj ho k akci.

Framework '5 Basic Objections'

S využitím frameworku '5 Basic Objections' napiš reklamní copy, které vyvrátí běžné námitky **[definujte ideálního zákazníka]**: nedostatek času, nedostatek peněz, obavy, že produkt u něj nebude fungovat, nedůvěra v produkt nebo společnost a přesvědčení, že produkt nepotřebuje. Zahrň body, jako je **[definujte jedinečný prodejní argument]** a **[definujte požadovanou akci]**.

Framework 'Four C's'

S využitím frameworku 'Four C's' napiš jasné, stručné, přesvědčivé a důvěryhodné prodejní copy pro **[definujte ideálního zákazníka]**. Pomocí tohoto kontrolního seznamu zajistíme, že naše sdělení bude efektivně předáno a přesvědčí čtenáře k akci. Zahrň body jako je **[definujte jedinečný prodejní argument]** a **[definujte požadovanou akci]**.

Framework 'Consistent-Contrasting'

Napiš prosím reklamní copy s použitím frameworku 'Consistent-Contrasting', abys přeměnil potenciální zákazníky na platící zákazníky. V celém textu používej konzistentní sdělení nebo téma, ale zařaď do něj kontrastní jazyk nebo obrázky, které upoutají pozornost čtenáře. Zahrň body, jako je **[definujte produkt/službu]**, **[definujte jedinečný prodejní argument]** a **[definujte požadovanou akci]**.

Framework 'Strong-Weak'

Napiš copy s využitím frameworku 'Strong-Weak', abys přesvědčil [definujte ideálního zákazníka] k akci. Použij výrazný jazyk a obrázky, abys zdůraznil výhody našeho [definujte produkt/službu], ale také transparentně a upřímně přiznal případné slabiny nebo omezení. Zahrň body, jako je [definujte jedinečný prodejní benefit], [definujte bolestivý bod] a [definujte požadovanou akci].

Framework 'Emotion-Logic'

S využitím frameworku 'Emotion-Logic' napiš prosím copy, které se spojí s [definujte ideálního zákazníka] a vyvolá touhu po našem [definujte produkt/službu]. Použij emocionální apely, abys navázal kontakt se čtenářem, ale zároveň použij logické argumenty, abys ho přesvědčil k akci. Zahrň body, jako jsou [definujte emoce], [definujte bolestivý bod] a [definujte požadovanou akci].

Framework 'Personal-Universal'

Vytvoř reklamní copy s využitím frameworku 'Personal-Universal' tak, aby se náš [definujte produkt/službu] vztahoval k [definujte ideálního zákazníka]. Použij tón "vy" a zaměř se na jejich specifické potřeby a přání, ale zároveň propoj náš produkt s univerzálními lidskými zkušenostmi a hodnotami. Zahrň body jako [definujte jedinečný prodejní bod], [definujte bolestivý bod] a [definujte požadovanou akci].

Framework 'Urgency-Patience'

Napiš copy s využitím frameworku 'Urgency-Patience', abys přiměl [definujte ideálního zákazníka] k akci. Vytvoř pocit naléhavosti, abys čtenáře povzbudil k okamžité akci, ale zároveň mu připomeň, že používání našeho [definujte produkt/službu] přinese dlouhodobé výhody

na které se vyplatí počkat. Zahrň body, jako je [definujte jedinečný prodejní bod], [definujte bolestivý bod] a [definujte požadovanou akci].



Framework '**Expectation-Surprise**'

Napiš prosím copy s využitím frameworku 'Expectation-Surprise', abys vzbudil zájem a podnítil akci ze strany [definujte ideálního zákazníka]. Nastav čtenáři očekávání, co může od našeho [definujte produkt/službu] očekávat, ale pak ho překvap nečekanými výhodami nebo funkcemi, které tato očekávání předčí. Zahrň body, jako je [definujte jedinečný prodejní argument], [definujte bolestivý bod] a [definujte požadovanou akci].



Framework '**Exclusive-Inclusive**'

Napiš copy s využitím frameworku 'Exclusive-Inclusive', abys náš [definujte produkt/službu] prezentoval jako žádoucí pro [definujte ideálního zákazníka]. Dej jasně najevo, že náš produkt je v určitém ohledu exkluzivní nebo elitní, ale zároveň zdůrazni, že je přístupný pro širokou škálu zákazníků. Zahrň body jako je [definujte jedinečný prodejní bod], [definujte bolestivý bod] a [definujte žádoucí akci].



Framework '**Positive-Negative**'

S využitím frameworku 'Positive-Negative' napiš prosím copy, které se zaměří na pozitivní aspekty našeho [definujte produkt/službu] a benefity, které přinese [definujte ideálního zákazníka]. Rovněž připuť a konstruktivně řeš případné negativní důsledky nebo nevýhody. Zahrň body, jako je [definujte jedinečný prodejní bod], [definujte bolestivý bod] a [definujte požadovanou akci].

Framework 'Past-Present-Future'

Vytvoř copy s využitím frameworku 'Past-Present-Future', abys propojil náš [definujte produkt/službu] s minulými zkušenostmi nebo vzpomínkami [definujte ideálního zákazníka]. Ukaž, jak může zlepšit jejich současnou situaci, a poté ukaž, jak může pozitivně ovlivnit jejich budoucnost. Zahrň body jako je [definujte jedinečný prodejní bod], [definujte bolestivý bod] a [definujte požadovanou akci].

Framework 'Friend-Expert'

Napiš copy s využitím frameworku 'Friend-Expert', abys navázal spojení s [definujte ideálního zákazníka] a prezentoval naši značku nebo [definujte produkt/službu] jako odborníka v našem oboru. Použij přátelský a přístupný tón, abys navázal kontakt se čtenářem, ale zároveň zdůraznil naši důvěryhodnost a odbornost v našem oboru. Zahrň body jako je [definujte jedinečný prodejní bod], [definujte bolestivý bod] a [definujte požadovanou akci].

Framework 'Pain-Agitate-Relief'

Napiš prosím copy s využitím rámce 'Pain-Agitate-Relief' pro přeměnu potenciálních zákazníků na platící zákazníky. Identifikuj bolestivé body, se kterými se potýká [definujte ideálního zákazníka], zdůrazni negativní důsledky neřešení těchto bolestivých bodů a představ náš [definujte produkt/službu] jako řešení, které přináší pomoc. Zahrň proměnné jako je [definujte produkt/službu], [definujte jedinečný prodejní argument] a [definujte požadovanou akci].

Framework 'Solution-Savings-Social Proof'

Napiš reklamní copy s využitím frameworku 'Solution-Savings-Social Proof', abys přesvědčil [definujte ideálního zákazníka], aby podnikl akci. Jasně uveď problém, který náš [definujte produkt/službu] řeší, zdůrazni čas, peníze nebo jiné zdroje, které může zákazník ušetřit používáním našeho produktu, a použij reference zákazníků, abys prokázal účinnost našeho řešení. Zahrň proměnné jako je [definujte produkt/službu], [definujte jedinečný prodejní argument] a [definujte požadovanou akci].

Framework '6 W's'

Napiš copy s využitím frameworku '6 W's' pro přeměnu potenciálních zákazníků na platící zákazníky. Identifikuj [definujte osobu ideálního zákazníka] jako cílovou skupinu, jasně popiš náš [definujte produkt/službu] a jeho/její účel, zdůrazni všechny časově citlivé aspekty naší nabídky nebo problém, který řeší, uveď, kde lze produkt nebo službu zakoupit nebo použít, jasně vysvětli výhody a hodnotu našeho [definujte produkt/službu] a vysvětli, jak produkt nebo služba funguje a jak ji zákazník může získat. Zahrň proměnné jako je [definujte produkt/službu], [definujte jedinečný prodejní argument] a [definujte požadovanou akci].

Framework 'Story-Solve-Sell'

Vytvoř reklamní copy pomocí rámce 'Story-Solve-Sell', abys přeměnil potenciální zákazníky na platící zákazníky. Vyprávěj přesvědčivý příběh, který se spojí s [definujte ideálního zákazníka] a týká se problému, který náš [definujte produkt/službu] řeší, jasně ukaž, jak náš produkt problém řeší, a důrazně vyzvi k akci, abys čtenáře přesvědčil k nákupu nebo k požadované akci. Zahrň proměnné jako je [definujte produkt/službu], [definujte jedinečný prodejní argument] a [definujte požadovanou akci].

Závěrem

Kategorii **Promptování** pro Technickou knihovnu připravila **Lucie Svoboda** (<https://luciesvoboda.cz/>) ve spolupráci s **AI Institutem** (<https://www.aiinstitute.cz/>).

DĚKUJEME ZA POZORNOST

A prosím **pamatujte**, informace v těchto průvodcích jsou určeny pouze vám k osobnímu použití. Jejich **sdílení a(nebo) další šíření není možné bez předchozí domluvy** s Lucií Svoboda.

Lucie & Darja

