



KAPESNÍ RÁDCE

# 25 PRAVIDEL PRO ÚSPĚŠNÉ PRODEJNÍ TEXTY

# VZTAH SE ZÁKAZNÍKEM JE JAKO PLAVBA PO ROZBOUŘENÉM MOŘI



**V rukou svíráte kormidlo svého podnikání. Bez ohledu na to, co vás na moři čeká, svým jednáním a přístupem rozhodujete o tom:**

- zda cestující nastoupí na vaši loď,
- jak se budou při plavbě cítit,
- jaké zážitky poté povypráví svému okolí
- a zda s vámi poplují i příště.

**Perfektně fungující marketingové texty vznikají vyrovnaným soubojem mezi dodržováním léty osvědčených pravidel a troufalostí je čas od času porušit.**

**Dříve, než se však do tohoto souboje pustíte, musíte tato pravidla znát a chápat jejich smysl. K jejich porušování se zkrátka musíte prožít a propst. Pouze v případě, že moc dobře víte, co děláte, dosáhnete kýženého efektu. Pak se totiž nenecháte od své taktiky nikým odradit. A bude to tak dobře.**

**V tomto kapesním rádci vám přinášíme ucelený souhrn 25 nejdůležitějších zásad, které už mnohým pomohly při vzniku zajímavých a poutavých textů. Nechejte se jimi inspirovat a staňte se i vy lepšími marketéry a zkušenými textaři.**

**Klára Kubáčková**  
**CEO a copywriterka**

**LETERO**  
A G E N C Y



# 1

## **KOMUNIKUJTE ČASTO A NA ÚROVNI**

### **UCHOPENÍM KORMIDLA VŠE TEPRVE ZAČÍNÁ**

Pokud pouze připlujete do přístavu, cestující se nedozví, že je chcete svézt, kam máte namířeno, kudy poplujete, ani za jak dlouho tam budete a kolik je to bude stát.

Dokážete přimět cestující, aby nastoupili na vaši loď a aby na ní také zůstali?

# ZLATÉ PRAVIDLO

CHOVEJTE SE KE SVÝM  
ZÁKAZNÍKŮM TAK,  
JAK BYSTE CHTĚLI,  
ABY SE CHOVALI OSTATNÍ  
OBCHODNÍCI K VÁM.

Kvalitní komunikace  
je základem každého  
fungujícího vztahu.

Vyžaduje úsilí  
a spoustu času.

Neuzavírejte se ve  
svém světě a do vztahu  
se svými zákazníky  
se nebojte investovat.

**Čím opravdovější dialog povedete,  
tím důvěrnější a pevnější bude váš vztah.**

## CO BYSTE NEMĚLI DOPUSTIT?

- Aby se stal z vašeho dialogu se zákazníky monolog.
- Abyste se místo na zákazníka zaměřovali pouze na sebe.
- Aby z textu na zákazníky křičela jen hromada interpunkčních znamének a emotikonů.
- Abyste ztratili potřebný nadhled.

*Která z následujících vět bude pro vaše zákazníky přínosnější?  
V roce 1994, krátce po založení naší společnosti, jsme dostali  
skvělý nápad. Začali jsme vyrábět kancelářské stoly, které  
se staly naším nejprodávanějším výrobkem!!! 😊 😊 😊*

### NEBO

*Bolí vás při práci u počítače záda? Vyzkoušejte výškově  
nastavitelný stůl, který se přizpůsobí vašim potřebám!*



# 2

## POTLAČTE SVÉ EGO

### KORMIDELNÍK CESTUJÍCÍ ZAJÍMÁ AŽ NA POSLEDNÍM MÍSTĚ

Pro pasažéry vaší lodě je důležité,  
zda je dopravíte na místo, které si vysnili  
– způsobem, který pro ně bude příjemný  
a pohodlný.

Na moři totiž téměř vůbec nejde o vás,  
ale především o vaše cestující.

# ZÁKAZNÍKA ZAJÍMÁ PŘEDEVŠÍM JEHO PROBLÉM A TO, JAK MU S NÍM MŮŽETE POMOCI

## ALFA A OMEGA PRODEJNÍHO TEXTU

Každý text by měl zákazníkům v první řadě zodpovědět 5 základních otázek:

- Co pro mě můžete udělat?
- Jak to uděláte?
- Kolik mě to bude stát?
- Komu už jste pomohli?
- Kdo za tou službou stojí?

## JAK NA TO?

Nepoukazujte na to, co a proč děláte:

*Jsmo jednička na trhu s dlouholetou tradicí! Našich 15 zkušených zaměstnanců už 25 let vyrábí v Pelhřimově nejvyšší kvalitu plastová okna v ČR.*

Raději vyzdvihněte,  
co pomůžete svým čtenářům vyřešit:

*Trápí vás hluk z ulice? Váš problém umíme vyřešit.  
Plastová okna na míru – když na detailu záleží.*



# 3

## VYUŽIJTE PŘÍLEŽITOST

**VYHLÍŽEJTE OKAMŽIK, KDY SI  
VÁS CESTUJÍCÍ MOHOU  
VŠIMNOUT**

Vztyčte vlajku. Zatrubte.  
Dejte o sobě vědět. A buďte ve střehu!

Na svou příd' namalujte milý obrázek.  
Všimne si ho málokdo. Ale koho zaujme,  
toho ujistí, že udělal dobře, když se na moře  
vydal právě s vámi.



## MIŘTE NA DETAIL

Získejte si pozornost a sympatie vtipnými texty na rutinních místech. Zdůrazněte něco nečekaného. Potěšte své zákazníky milými slovy, kdykoliv k tomu máte příležitost. I když zrovna něco přikazujete nebo zakazujete.

### KDE MŮŽETE NEČEKANĚ POTĚŠIT?

- V automatickém podpisu,
- na faktuře či razítku,
- v potvrzovacím e-mailu o přijaté objednávce nebo platbě,
- textem e-mailu v době vaší nepřítomnosti,
- nebo sloganem v textu slevového kupónu.

**Text odpovědního e-mailu v době nepřítomnosti:**

*Právě nabírám další síly a někde uprostřed hlubokého lesa se přesvědčuji o tvrzení, že medvědi běžně turisty nenapadají. Pokud je to pravda, odpovím vám 1. 8. V opačném případě vám posílám kontakt na svého kolegu Jirku.*



# 4

## UDRŽTE SI NADHLED

### OBČAS JE POTŘEBA VYHODIT KOTVU A VYLÉZT NA STOŽÁR

Zaujmout cestující dá pořádnou práci. Pokud o ně během plavby nechcete přijít, jednou za čas se ujistěte, že míříte stále tam, kam mají namířeno i lidé, které máte na palubě. Jedině tak budete mít jistotu, že vás mořské proudy neodvádí od cíle.

– KONEC UKÁZKY –

# CHCETE ČÍST DÁL? KUPTE SI NÁŠ E-BOOK

KOUPIT E-BOOK

