

Копирайтинг: как писать продающие тексты

1 день. Вводная часть

Алена Лопатюк



I. Термины, понятия, роудмэп курса

II. Текст и маркетинг. Целевая аудитория. Оффер. Структура рекламного текста: модели AIDA, ACCA, PmPHS, PPPP и т.д.; пирамида Минто.

2 день. Типология текстов

I. Продающие тексты. Экспертные тексты: кейсы, инструкции, обзоры, аналитические исследования.

II. Классические жанры текстов из журналистики. Тексты на баннерах

III. Лексика, грамматика, средства выразительности

3 день. Тексты для соцсетей

I. Регулярные посты, рекламные объявления.

II. Матрица контента и контент-план для соцсетей

4 день. Практика по блоку «Тексты для соцсетей»

I. Практика

5 день. Тексты для e-mail

I. Тексты для e-mail. Письма для welcome-цепочки, регулярные письма, письма для цепочки реактивации.

II. Основы html-верстки для правильного построения структуры писем

III. Техническое задание дизайнеру/верстальщику

6 день. Тексты для сайтов

I. Классические разделы: «О нас», новости, описание товаров/услуг, кейсы, блог. Тексты для лендингов (одностраничники).

II. Техническое задание дизайнеру

7 день. Практика по блоку «Тексты для сайтов» и «Тексты для e-mail»

8 день. Принципы сбора и обработки информации

I. Принципы сбора и обработки информации. Дополнительные навыки копирайтера.

II. Особенности рынка копирайтинга. Резюме и портфолио копирайтера.

III. Вопросы слушателей курса. Каждый слушатель должен составить список из 10 вопросов, на основе которых будет скомпилирован материал. Такой формат лекции нужен для вовлечения слушателей в пройденный материал, придание лекции интерактивности.

IV. Вводная информация по подготовке защитной работы.

9 день. Защита проектов