



Креативный копирайтинг

ProКопирайтинг

Какой копирайтинг называют креативным



Татьяна Степанюк

Контент-стратег, копирайтер

О чем говорим:

- Что чаще всего имеют в виду, когда ищут креативного копирайтера
- Какие тексты готовит креативный копирайтер



Два вида копирайтеров: рекламщики и “текстовики”

“Текстовики”

- Создают текст сайта, интерфейса, промостраниц, пресс-релизов, рассылок, брошюр, плакатов, инфографики, статей в блоге и всего чего угодно.
- Умеют доступно рассказывать сложные вещи, грамотно структурировать идеи, выбрасывать из текста лишнее, приводить правильные примеры.
- Знают, где вместо текста показать фотографию.

Рекламщики

- Изучают рынок, придумывают позиционирование и коммуникационную платформу.
- Формулируют главную идею рекламной кампании и слоган.
- Создают текст рекламы и пишут сценарии роликов.



**Креативный копирайтинг
= брендинг**



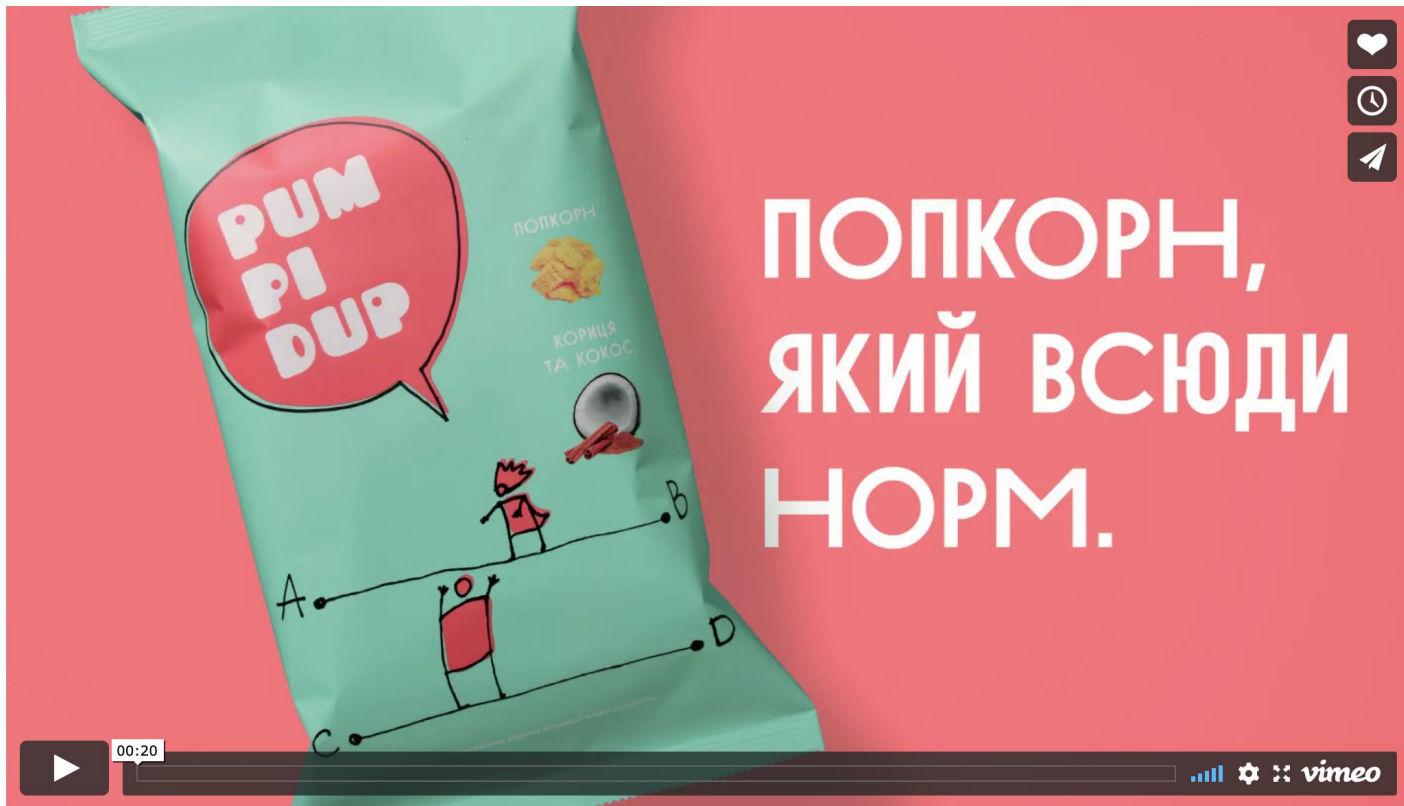
**Такие копирайтеры нужны
креативным агентствам**

Задачи

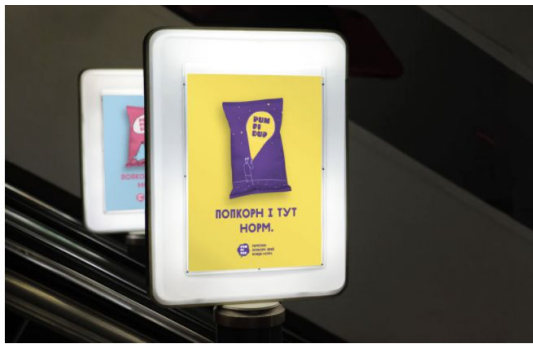
- Создавать тексты. Стратегии, сторителлинги, манифесты, креативы, контент на сайты, социальные сети, кейсы, статьи и все, что будет касаться работы агентства;
- Искать гипотезы и разрабатывать коммуникационные стратегии для брендов;
- Описывать кейсы реализованных проектов для нашего сайта и для внешних ресурсов;
- Писать статьи для блога и тематических медиа;
- Работать с внутренними текстами агентства: инструкции, онбординги, поздравления.

Копирайтер Goodface

- Имеет опыт работы в брендинге. Ранее разрабатывал: коммуникационные платформы, стратегии, голос бренда, креативные концепции;
- Свободно владеет украинским и русским языками;
- Разговаривает и пишет на английском, на уровне Intermediate и выше;
- Владеет инфостилем, но понимает, что универсальных решений не существует, поэтому готов предлагать решения в зависимости от задачи;
- Понимает принципы маркетинга и работы в соцсетях. Легко поддержит беседу на деловой встрече;
- Совершенствует свой уровень: читает проф литературу, посещает тренинги и курсы;
- В копирайтинге не по залету, а по призванию. Субъективно, но это сразу чувствуется.



<https://youtu.be/RDTTx0Ax9no>



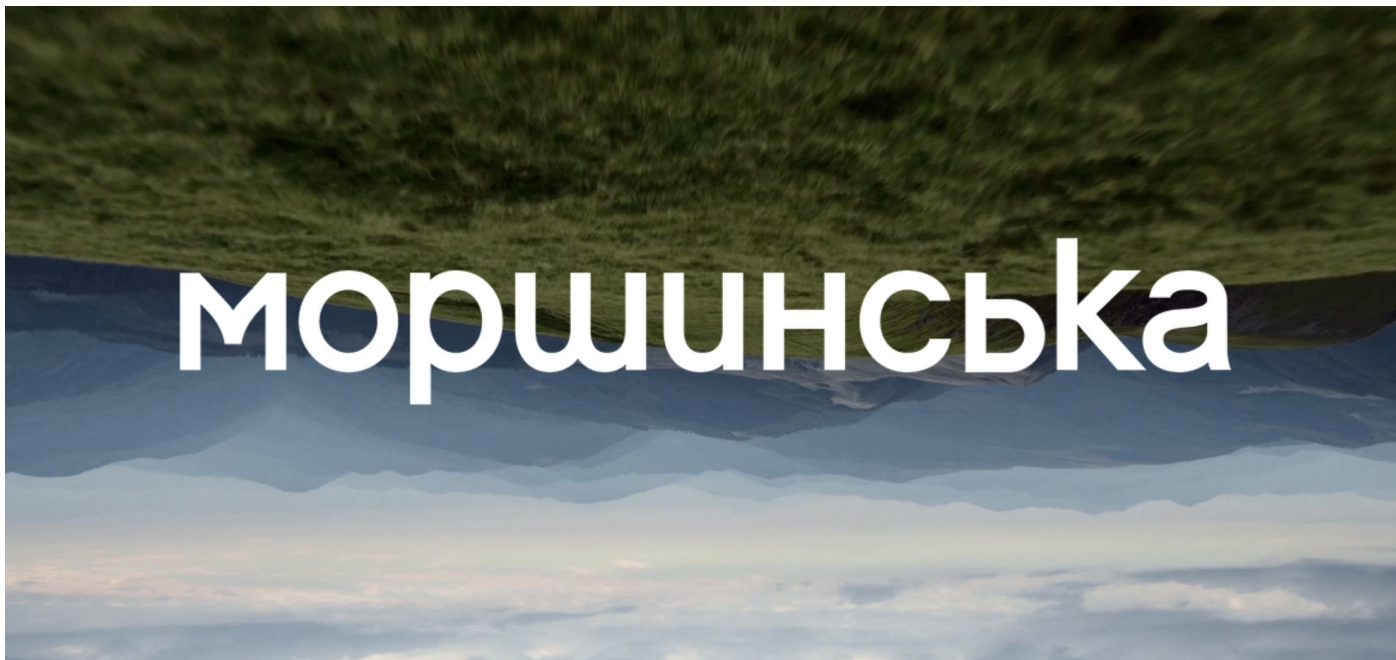
ProКопирайтинг





Кейс

ProКопирайтинг



<https://fedoriv.com/uk/work/morshinska>

Кейс

ProКопирайтинг



<https://fedoriv.com/uk/work/olx-karaoke>

Урок 1. Какой копирайтинг называют креативным

Урок 2. Как придумать запоминающееся название для компании или продукта: нейминг и слоганы

Урок 3. Как составить сценарий ролика для радио и телевидения. Процесс от идеи до подготовки съемок

Урок 4. Техники сторителлинга и проработки сюжетов: как с первых секунд завлечь человека в вашу историю

Урок 5. Черный PR: о чем, зачем и почему

УВИДИМСЯ!

