

Spis treści

Od Autora.....	5
I. NARZĘDZIA COPYWRITERA	6
1. Techniki pracy copywritera.....	8
2. Metoda sześciu kapeluszy	12
3. Metafory, analogie, porównania.....	15
4. Po co komu copywriter?.....	19
II. POPISOWE WARIACJE TEKSTOWE	22
1. Komunikacja mówiona i pisana	24
2. Tekst tekstowi nierówny	26
3. Jak pisać, żeby nas czytano?.....	29
4. Do kogo i jak mówić?	30
III. REGUŁY COPYWRITINGU	32
1. Komunikujemy korzyści	34
2. Mówimy do odbiorcy o odbiorcy	37
3. Obrazowanie.....	39
4. Budowanie wiarygodności.....	41
5. Odwrócona piramida. AIDA	45
IV. MAGICZNE POJĘCIA	48
1. Deadline.....	50
2. Brief.....	55
3. USP. Wizerunek marki.....	59
4. Storytelling.....	64
V. PRACA Z BRIEFEM	66
1. Dla kogo brief kreatywny?	68
2. Analiza grupy celu	75
3. Analiza otoczenia konkurencyjnego.....	78
4. USP i główny komunikat	81

VI. DO DZIEŁA!	86
1. Kompozycja tekstu	88
2. Key visual	90
3. Tworzymy ulotkę	93
4. Tworzymy plakat	96
5. Tworzymy teksty na stronę WWW	98
6. Bibliografia	104