Obsah

5 Poděkování

10 Předmluva

13 **Úvod. Jak se z lamy stát podnikatelem pomocí internetového marketingu**

14 Proč by měly být webové texty tématem knihy?

15 „Kefalín, čo si predstavujete pod takým pojmom webcopywriting?“

16 Co vás v této knize čeká

18 **1. Jak se zabydlet na internetu a proč jste těmi nejlepšími copywritery pro svůj web**

19 Jak nás internet osvobodil zpod knuty mediálních agentur

20 Najít si dobré místo na internetovém slunci

21 Jak dobýt internet se svou značkou v pěti krocích

21 Strategie

21 Značka

23 Domény a účty

23 Logo, web apod.

23 Texty

24 Text nebo video?

25 Naučte se zapomínat

26 Podivuhodný případ ne-copywritera Tomáše Březiny

30 Nulový stupeň copywritingu – buďte sami sobě copywritery

31 Vždycky bude lepší váš autentický text než text špatného copywritera

32 Kdy se pustit do copywritingu na vlastní pěst

32 Ekonomická racionalita
32 Webová analytika
33 Jazyk
33 Čas
33 Norma

34 **2. Zákazník, produkt a vy. A vaše USP**

35 Produkt, vy a USP
36 Obecná teorie USP
40 Jak najít a zformulovat ta nejlepší USPs pro váš web
41 Zákazníci a jejich potřeby, zájmy i vášně
41 Přeneste poznatky z kamenných prodejen na internet
42 Prolustrujte konkurenci a inspirujte se jí
43 Definujte si, koho chcete na internetu oslovit
44 Využijte veřejně přístupné statistiky webové návštěvnosti
46 Stanovte si přibližnou velikost cílové skupiny pomocí Facebook Ads
48 Zjistěte, jak o vašem produktu přemýšlejí uživatelé internetových vyhledávačů

54 **3. Kam s ním aneb Elementy obsahové strategie**

55 Každý, kdo je smart, má své cíle SMART
57 Jaké cíle mohou plnit vaše internetové texty
60 Značka, Positioning, Tone of Voice, Style Guide
65 Novinky
65 Tematické články pro váš obsahový marketing
70 Produktové a prodejní texty
76 Auto-referenční texty
81 Sociální sítě
84 Proč je důležité vytvářet špičkové facebookové příspěvky a jak na to

88 **4. Anatomie webového obsahu od titulku po patičku**

89 Jak se naučit webový copywriting?

89 Učit se z textů velkých značek

91 Učit se z referencí a blogů špičkových copywriterů

92 Anatomie webového obsahu

93 HTML hlavička (meta texty, meta tagy)

100 Doména

102 Favicon

104 Logo

107 Slogan neboli claim

118 Webové claimy

119 Menu

123 Slider/rozcestník

127 E-mail bait

129 Aktuality/blog

132 Reference

137 Patička

140 **5. Jak napsat přesvědčivý produktový text aneb Copywriting mýtů zbavený**

143 Pravidlo pravidel: Nevěřte pravidlům! A hlavně ne těm „vědecky“ podloženým

146 Srozumitelnost, relevance, obrácená pyramida a špetka osobitosti

147 Zákon srozumitelnosti aneb Nenabízejte lidem fijvhufuz

148 Zákon relevance aneb Mluvte jazykem svého kmene

150 Pravidlo obrácené pyramidy aneb Pointování si nechte na párty

152 Teorém osobitosti aneb Staňte se pro uživatele jedinými svého druhu

154 Cíle textu
157 Struktura produktové stránky ala AIDA
160 Snippet aneb Copywriting před copywritingem
164 Headline a otvírák aneb Copywriting nad foldem
164 Headline: text, na který byste si měli vždy udělat dost času
171 Kreativa pour kreativa a marketingové kameňáky
174 Otvírák
176 USPs
179 CTA aneb Přímá cesta ke konverzi
181 Body aneb Copywriting pod zalomením stránky
182 Formátování a další opatření usnadňující četbu textu
183 Krátké odstavce
183 Mezinadpisy
183 Boldování
183 Obrázky
183 Odrážky
183 Odkazy
184 Klíčová slova
184 Technika psaní souvislého copy
185 Rytmus
188 Králem copy je konkrétní plnovýznamové sloveso
189 Konkrétní vždy vede
189 Uvádět cenu?
189 Jak dlouhý by měl být webový text
193 Příběh
194 **Vysoce výběrový slovníček pojmů**
206 **Použitá literatura**