

Przez słowa do sukcesu - copywriting

Pisać potrafi każdy z nas. Można powiedzieć, że przecież żadną sztuką nie jest napisanie kilku słów czy też zdań. Ale co, kiedy zależy nam na czymś więcej? Stworzenie treści wartościowej, ciekawej i angażującej - takiej obok której trudno jest przejść obojętnie i oderwać wzrok - jest dużym wyzwaniem. Copywriting, choć zdarza się być spychany na dalszy plan, jest silnym fundamentem pozwalającym na sprawne funkcjonowanie każdej firmy, bezpośrednio przekładając się na jej zyski. Dlaczego treść jest tak ważna?

Pokaż kotku, co masz w środku

Wyobraź sobie sklep internetowy. Co w nim widzisz? Najmodniejsze buty, najnowsze gry, a może sprzęt do wyposażenia domu? Niezależnie od tego, jaki rodzaj sklepu masz przed oczami, jedno jest pewne. Chcesz coś przeczytać, coś zobaczyć. W kontekście sprzedaży internetowej jedno z drugim ściśle się łączy. Nawet najlepiej wykonane zdjęcie nie jest w stanie oddać charakteru stołu lub parametrów łóżka. W odbiorze i ocenie asortymentu dużą rolę odgrywają opisy kategorii i opisy produktów. To właśnie dzięki nim szybciej znajdziesz potrzebny produkt i zwiualizujesz sobie jego użyteczność.

Dobrze działający sklep internetowy nie może być wybrakowany. Konieczne jest wypełnienie go wysokiej jakości treścią. Copywriting ma na celu oddziaływanie na umysły i emocje czytelników, czyli potencjalnych klientów sklepu internetowego. Jeżeli zaproponujesz jedynie zdawkowe opisy, mało mówiące o produkcie, sam zmusisz ich do przejścia na stronę internetową konkurencji, na której otrzymają to, czego potrzebują - konkretnej i przyjemnie podanej informacji, pozwalającej na podjęcie słusznej decyzji zakupowej. Jeżeli postarasz się i przygotujesz sam lub z pomocą zewnętrznej agencji kompletne i lekkie opisy produktów i opisy kategorii, nie tylko zminimalizujesz liczbę zapytań o cechy produktów, ale również zyskasz wizerunek rzetelnej firmy.

A gdyby tak być pierwszym w Google?

Obecność w pierwszych pozycjach Google po wyklikaniu odpowiedniej frazy to marzenie każdego właściciela sklepu internetowego oraz osoby prowadzącej stronę internetową - zarówno prywatną, jak i firmową. Świadomy czynników wpływających na atrakcyjność oraz zyski firmy właściciel potrafi docenić wartość, jaką niosą ze sobą dobrze przygotowane artykuły oraz opisy. Sklep internetowy, blog firmowy, strona przedsiębiorstwa. Przy każdej z nich dobrze jest pamiętać o treści wpływającej na pozycję w wyszukiwarkach internetowych. Teksty SEO powinny zawierać odpowiednie słowa kluczowe, które poprawią pozycjonowanie witryny w Google. Co ważne, nie możesz dodawać je do tekstu na oślep. Użytkownicy zauważają, kiedy słowa kluczowe są wpychane na siłę i bez zastanowienia. Tego rodzaju zabiegi zniechęcają i nie prowadzą do niczego dobrego. Sprawne wplatanie słów kluczowych w teksty to ważna umiejętność, którą musi posiadać osoba tworząca teksty SEO. Jeżeli obawiasz się faux-pas

skorzystaj z pomocy ekspertów, zajmujących się tym tematem na co dzień. Taka inwestycja opłaci się i docenisz jej wartość szybciej, niż się spodziewasz.

Copywriting z magiczną mocą

Teksty SEO, w postaci artykułów lub opisów produktów, można porównać do kierunkowskazu, który zaprowadzi potencjalnych klientów i interesantów na Twoją stronę internetową. Teksty SEO niekiedy błędnie kojarzą się z treścią szablonową i nudną, powstałą tylko po to, by podnieść rangę firmy w wyszukiwarkach. Jednakże warto podkreślić, że nawet treści wypełnione słowami kluczowymi mogą się podobać i wywoływać pozytywne emocje u czytającego. Wszystko zależy od kompetencji copywritera i jego pomysłu na daną realizację.

Mogłoby się wydawać, że angażujące treści można stworzyć w kilka chwil i że nie wymaga to od copywritera większego przygotowania czy też doświadczenia. Nic bardziej mylnego. Strona internetowa jest wizytówką, mówi o tym, jaką jesteście firmą. Treści na stronie muszą sprzedawać, zachęcać do zakupu lub podjęcia współpracy. Nie ma tutaj miejsca na przypadkowe sformułowania czy nic nie wnoszące zwroty. Copywriting to pewnego rodzaju magia, umożliwiająca zmianę postrzegania wizerunku firmy i wzrost znaczenia produktu.

Nie bój się korzystać z siły copywritingu i pozbądź się przekonania, że w Twojej branży nie posiada on znaczenia. Słowo odgrywa ważną rolę zarówno w branży kosmetycznej, telekomunikacyjnej i meblarskiej, jak i oświetleniowej, jubilerskiej czy też w sektorze nieruchomości. Język korzyści to język, którym powinni posługiwać się zorientowany na cel sprzedawca i osoba odpowiedzialna za treści na stronie internetowej. Wzbudzenie emocji w odbiorcy jest niezwykle ważne w kontekście wzrostu sprzedaży, co jest jednym z ważniejszych argumentów przemawiających za słusznością przykładania wagi do angażujących treści.

Conture
kontakt@conture.pl