



SPIRAL TEAM

A new Perspective
of Creative Art

آنچه در مورد کپے رایتینگ نمے دانید



کلمات قدرت زیادی دارند. به خصوص برای مشاغل امروزی که بیشتر در فضای دیجیتال فعالیت می‌کنند، دامنه توجه محدود و ارزشمند مشتریان باعث شده است کلمات مهم و مهم‌تر شوند. از این رو کپ‌رایتینگ یا به طور دقیق‌تر، کپ‌رایتینگ خوب، برای هر کسب‌وکاری ضروری است؛ زیرا سودآوری را افزایش می‌دهد، بازگشت سرمایه (ROI) را تضمین می‌کند و با متقاعد کردن مشتری هدف‌تان می‌توانید به اهداف کسب‌وکارتان دست یابید.

کپ‌رایتینگ یکی از مهم‌ترین عناصر تبلیغات و بازاریابی است که شامل نوشتن کلمات متقاعدکننده (معروف به کپ) می‌شود که قرار است افراد را برای انجام یک اقدام خاص ترغیب یا تحریک کند. وقتی به وب‌سایتی می‌روید که از شما خواسته می‌شود چیزی بخرید، کلمات موجود در آن صفحه نتیجه کپ‌رایتینگ هستند. شما می‌توانید نسخه‌های چاپی، آنلاین و حتی شفاهی کپ‌ها را در حال خواندن در تلویزیون یا رادیو پیدا کنید. کپ‌رایتینگ تقریباً در هر جای که به آن نگاه می‌کنید و گوش فرامی‌دهید وجود دارد.

کپ‌رایترها افرادی هستند که آموزش می‌بینند کلمات را طوری در کنار هم بچینند که با مخاطبان هدف ارتباط برقرار کرده و آن‌ها را به انجام کاری سوق دهد. اکثر کسب‌وکارها یک کپ‌رایتر رسمی یا قراردادی استخدام می‌کنند تا به آن‌ها کمک کند با جهانیان ارتباط برقرار کنند و رشد کنند. آنچه یک کپ‌رایتر باید از کسب‌وکار درک کند عبارت است از:

- اجزای اساسی برند یک کسب‌وکار؛ مانند مأموریت، چشم‌انداز و ارزش‌های اصلی آن
- کلمات اساسی که باید در کانال‌های تبلیغاتی اصلی شرکت ظاهر شوند.
- کپشن‌ها در پست‌های شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ‌ها
- فیلمنامه‌های ویدئویی برای تیزرها

[لینک اصلی مقاله](#)