




# COPYWRITING: NEJČASTĚJŠÍ CHYBY PŘI PSANÍ

			
TITULEK	Musí být zajímavý, čtivý, motivovat k dalšímu čtení, akci.	Je příliš dlouhý, vyjadřuje více, než 1 myšlenku a neobsahuje klíčové slovo	Titulek čtenáři nic neříká ani nepřináší a nemotivuje k dalšímu čtení
DÉLKA TEXTU	Délku textu přizpůsobte typu produktu, médiu, ale i cílovému publiku.	Snažíte se text nafouknout, zahrnujete čtenáře nepodstatnými informacemi	Vytváření zbytečné omáčky okolo, snaha natáhnout text za každou cenu
GRAMATIKA A STYLISTIKA	Pište bez gramatických a stylistických chyb. Mějte po ruce slovník, Pravidla českého pravopisu.	Vyjímka, tchyně, tématický, túra, viz.	Hyperkorektnost v textech (my by jsme, ty by jsi apod.)
KLÍČOVÁ SLOVA	Klíčová slova přirozeně zakomponujte do textu tak, aby nenarušila plynulost čtení.	Snažíte se dostat do textu maximum klíčových slov dle zadání klienta	Hustotu klíčových slov řešíte více, než kvalitu samotného textu
FORMÁTOVÁNÍ	Dělejte odstavce (5 - 8 řádků), používejte nadpisy, podnadpisy, zvýrazňujte důležitá slova, fráze.	Kombinujete formátování (tučné, kurzívu, podtržené písmo), děláte příliš dlouhé odstavce, špatné podnadpisy	Nepoužíváte podnadpisy, formátování, nečleníte text do odstavců
SEZNAMY, ODRÁŽKY, ČÍSLOVÁNÍ	Používejte seznamy, odrážky, číslování = nástroje zlepšující čitelnost textu.	Vaše seznamy, texty v odrážkách jsou příliš dlouhé a nesrozumitelné	Tvoříte souvislý text bez odrážek, seznamů, číslování
CALL TO ACTION	Dejte čtenáři jasně najevo, co po něm chcete, a to vhodnou výzvou k akci.	Dáváte čtenáři na výběr (můžete si přečíst x přečtete si)	Váš text neobsahuje žádnou relevantní výzvu k akci
GRAFIKA, OBRÁZKY	Vybírejte vhodné obrázky, které spolu vzájemně ladí.	Používáte v textu příliš mnoho obrázků, čímž odvádíte pozornost čtenáře	Používáte obrázky z neveřejných zdrojů, nezveřejňujete autora, zdroj