سئو کپی‌رایترها محتوایی با ارزش و مفید که روی عبارات کلیدی خاصی متمرکز شده را تولید می‌کنند. محتوای ارزشمندی که مخاطبان آن را در شبکه‌های اجتماعی بازنشر می‌دهند و به این ترتیب درجه اعتبار و ارتباط صفحات وب افزایش داده می‌شود



کپی رایترها دقیقا می‌دانند چطور احساسات مخاطب را تحریک کنند و از منطق خود برای وسوسه کردن مخاطب استفاده کنند

کلیک، انواع کپی‌رایترها را معرفی و بررسی می‌کند

فروشندگان کلمات



سیده‌زهرا حسینی
خبرنگار

حتما می‌دانید که کپی‌رایتر به کسی می‌گویند که با کمک فنون نویسندگی و علوم بازاریابی برای افراد، شرکت‌ها و برندها می‌نویسد و هدف آن جذب مشتری و فروش بیشتر محصول است. کپی‌رایترها دقیقا می‌دانند طراحی یک پیام تبلیغاتی باید چگونه باشد تا بیشترین تاثیر را روی مخاطب یا مشتری هدف بگذارد. عموما فعالیت‌های یک کپی‌رایتر در طراحی متن‌های تبلیغاتی رادیو و تلویزیون، طراحی متون تبلیغاتی در بازاریابی اینترنتی، تهیه بروشور برای فروش محصولات و معرفی خدمات و... خلاصه می‌شود اما بد نیست بدانید که کپی‌رایترها نیز انواع مختلفی دارند و باید بدانید دقیقا کدام یک از آنها برای کسب‌وکار یا فعالیت شما مناسب است. در این گزارش انواع مختلف کپی‌رایترها را بررسی می‌کنیم.

یک کپی‌رایتر حرفه‌ای به‌سرعت می‌تواند روند رشد تجاری و موفقیت‌تان را افزایش دهد و تاثیر واضحی در جذب مشتری داشته باشد. این میزان پیشرفت به‌قدری فاحش و مشخص است که خود به‌تنهایی یکی از تفاوت‌های کپی‌رایتر با کارشناس تولید محتوا به‌شمار می‌رود. پس قبل از شروع لازم است یادآوری کنیم که کپی‌رایترها عموما با محتوانویس‌ها متفاوتند با این‌حال یکی از انواع کپی‌رایترها را به محتوانویس‌ها اختصاص داده‌اند. البته این موضوع نافی شباهت‌های این دو شغل نیست. عمده‌ترین و ساده‌ترین شباهت موجود میان کپی‌رایتر و کارشناس تولید محتوا این است که هر دوی آنها سر و کارشان با نوشتن است. هر دوی اینها باید به فنون نویسندگی مسلط باشند و بدانند چگونه با هنر نگارشی خود مخاطبان را به یک مشتری وفادار تبدیل کنند.

انواع کپی‌رایتر

سئو کپی‌رایتر: سئو کپی‌رایتر در واقع همان محتوانویس ارزان‌قیمت است که اصول محتوانویسی به زبان سئو را به‌خوبی اجرا می‌کند و البته به زبان خودشان کار می‌کنند. این دسته از کپی‌رایترها بیشتر تولید می‌کنند و دخالتی در میزان فروش ندارند اما یادتان باشد بهترین محتوا تا زمانی که در دید مخاطبان‌تان قرار نگیرد نمی‌تواند کوچک‌ترین منفعتی به کسب‌وکار شما برساند. محتوای وبسایت باید دقیقا همان‌جایی باشد که مخاطبان‌تان هستند؛ موتورهای جست‌وجو به‌ویژه گوگل. سئو کپی‌رایترها محتوایی باارزش و مفید که روی عبارات کلیدی خاصی متمرکز شده را تولید می‌کنند. محتوای ارزشمندی که مخاطبان آن را در شبکه‌های اجتماعی بازنشر می‌دهند و به این ترتیب درجه اعتبار و ارتباط صفحات وب افزایش داده می‌شود.

تکنیکال کپی‌رایتر: این دسته از کپی‌رایترها هم به نوعی در زمره محتوانویس‌ها قرار می‌گیرند. ولی آنها محتوای تخصصی برای محصول، خدمت و FAQ را تولید می‌کنند و در واقع مشخصات کسب‌وکار یا محصول و خدمت را به‌خوبی توضیح می‌دهند و موشکافانه بررسی می‌کنند. البته چون میزان تخصص‌شان بیشتر است برخلاف دسته قبل محتوایی کاملا تخصصی و جدید ارائه می‌دهند که بیشتر در مرحله BOFU یا پایین قیف مارکتینگ کارایی دارد.

اکسپلینر کپی‌رایتر: این دسته از کپی‌رایترها به‌خوبی می‌توانند مطالب را بسط دهند و آنها را به زبان ساده و کاربردی برای مشتریان یا مخاطبان بیان کنند. بنابراین این افراد بیشتر به درد ساخت آی‌بوک، pdf و بلاگ‌های تخصصی به زبان ساده می‌خورند و در MOFU کاربرد دارند. داستان‌سرایی یکی از بخش‌های مهم در کپی‌رایتینگ است و دلیل آن هم علاقه بیشتر کاربران به خواندن چنین محتوایی است. هر چقدر یک محتوا توسط کاربران بیشتر و کامل‌تر خوانده شود، از نظر گوگل آن محتوا کاربرپسند و بهینه است. البته گاهی اوقات کسب‌وکارها لحن رسمی دارند و بهتر است از زبان رسمی استفاده کنند؛ به‌عنوان مثال در سایت‌های خبری بهتر است اخبار رسمی باشند با این حال در این سایت‌ها داستان‌سرایی هم استفاده می‌شود.



دیجیتال کپی‌رایترها در گرفتن واکنش از مخاطب و مشتری و به حرف در آوردن آنها تخصص دارند

دیجیتال کپی‌رایتر: دیجیتال کپی‌رایترها بسیار در گرفتن واکنش از مخاطب و مشتری و به حرف آوردن آنها تخصص دارند، لندینگ‌نویسی، uxنویسی و سوشال‌مدیانویسی از مهم‌ترین فعالیت‌های این دسته از کپی‌رایترهاست. آنها متن بلند یا مقاله را نمی‌نویسند و کار خود را با جملاتی کوتاه در توییتر یا دیگر شبکه‌های اجتماعی انجام می‌دهند. فعالیت آنها مستقیما روی نگاه مشتری نسبت به کسب‌وکار و البته میزان فروش اثرگذار است.

کپی‌رایتر خلاق: کپی‌رایتر خلاق روی محتواهای هنری و تصویری تمرکز دارد. این دسته از کپی‌رایترها بهترین گزینه برای تبلیغات بیلبورد، کانسپت‌سازی و تبلیغات به‌یادماندنی به شما می‌آیند. آنها جریان‌ساز هستند و می‌توانند به‌خوبی تگ‌لاین، اسلوگان و کمپین را بر اساس ایده‌هایشان تنظیم و مرتب کنند اما یادتان باشد آنها محتوانویس نیستند و عموما متنی نمی‌نویسند.

دایرکت ریسپانس کپی‌رایتر: این دسته از کپی‌رایترها دقیقا می‌دانند چطور احساسات مخاطب را تحریک و از منطق خود استفاده کنند تا مخاطب را برای خرید محصول وسوسه کنند. اغلب آنها در زمینه ایمیل مارکتینگ، پیامک مارکتینگ و نامه‌های فروش فعالیت می‌کنند.

اغلب ایمیل‌ها یا پیامک‌هایی که روزانه برای شما ارسال می‌شوند یک هدف خاصی را دنبال می‌کنند. یکی قصد دارد شما را به صفحه یک گزارش معتبر هدایت کند، دیگری هدف فروش محصول خود را دارد. به همین دلیل است که بیشتر ایمیل‌های ارسالی با کمک یک تبلیغ‌دهنده ماهر و باتجربه نوشته می‌شوند.

ژورنالیست کپی‌رایتر: ژورنالیست کپی‌رایترها داستان‌سرا هستند با رسانه‌ها آشنایی کامل دارند و تیترهای جذابی برای محتواهای خود انتخاب می‌کنند. برای مطالعه موردی، سناریونویسی و رپرتاژنویسی بهترین گزینه هستند، این افراد را در ToFu یا BoFu می‌توانید استفاده کنید. آنها در مواردی که احساس می‌کنند مخاطب بهتر درگیر می‌شود مهارت دارند.

جمع‌بندی:

یادتان نرود یک کپی‌رایتر زمانی می‌تواند احساسات مشتری را لمس کند که به حوزه کار محصول مسلط باشد. ریخت‌وپاش و پول هدر دادن هنر نیست. هنر آن است که بتوانید برای بازاریابی درون‌گرا برنامه‌ریزی کنید و به آن برسید.

