

S

S

S

S

S

S

S

Co je reklama?



Re-clamare

[latinsky: volat, křičet (proti něčemu)]



TAKTIKA A PRAKTIKA

za účelem **přesvědčit** veřejnost k reakci určitým směrem k tomu, co je reklamou propagováno.



Matouš a reklama



A copywriter makes
people give a shit.



„Reklama je navoněná zdechlina“

- Oliviero Toscani



Proč reklama přesvědčuje?



1. Proč to dělá?

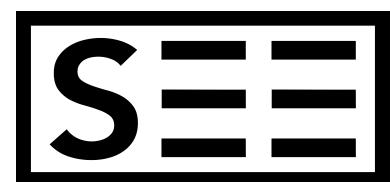
2. Jak to, že se jí to daří?

Proč to dělá?



Jaký má cíl?

Jde o peníze?



Zdá se, že jde taky o slova.



Kde hledat slova, které
přesvědčí?



„Rétorika je hledání toho, co je v
řeči přesvědčivé.“

Aristoteles, Rétorika, 1355 [b26-27]



LOGOGRAF

je tvůrce něčeho sdělení



Proč bych měl někomu něco „cpát“?



1. Abych za každou cenu dosáhl vlastního zisku.
2. Abych lidem předal něco, čemu věřím.

VLASTNÍ ZISK



Sofistický (pragmatický) přístup.

Každý vnímáme trochu jinak.



„Matouš říkal, že...“



Útok na veřejné mínění neboli doxai.



Sofistický přístup (pragmatický)

Chcete lidi rychle
přesvědčit?



Hrajte to na lidská
očekávání.





@SeeWordPower
seewordpower.cz

Očekávání ad absurdum:



VLASTNÍ PRAVDA



Platónský (idealistický) přístup.



Pravda je v nás a dá se zachytit slovy.
(Chvíli to však trvá.)



Platónský přístup (idealistický)

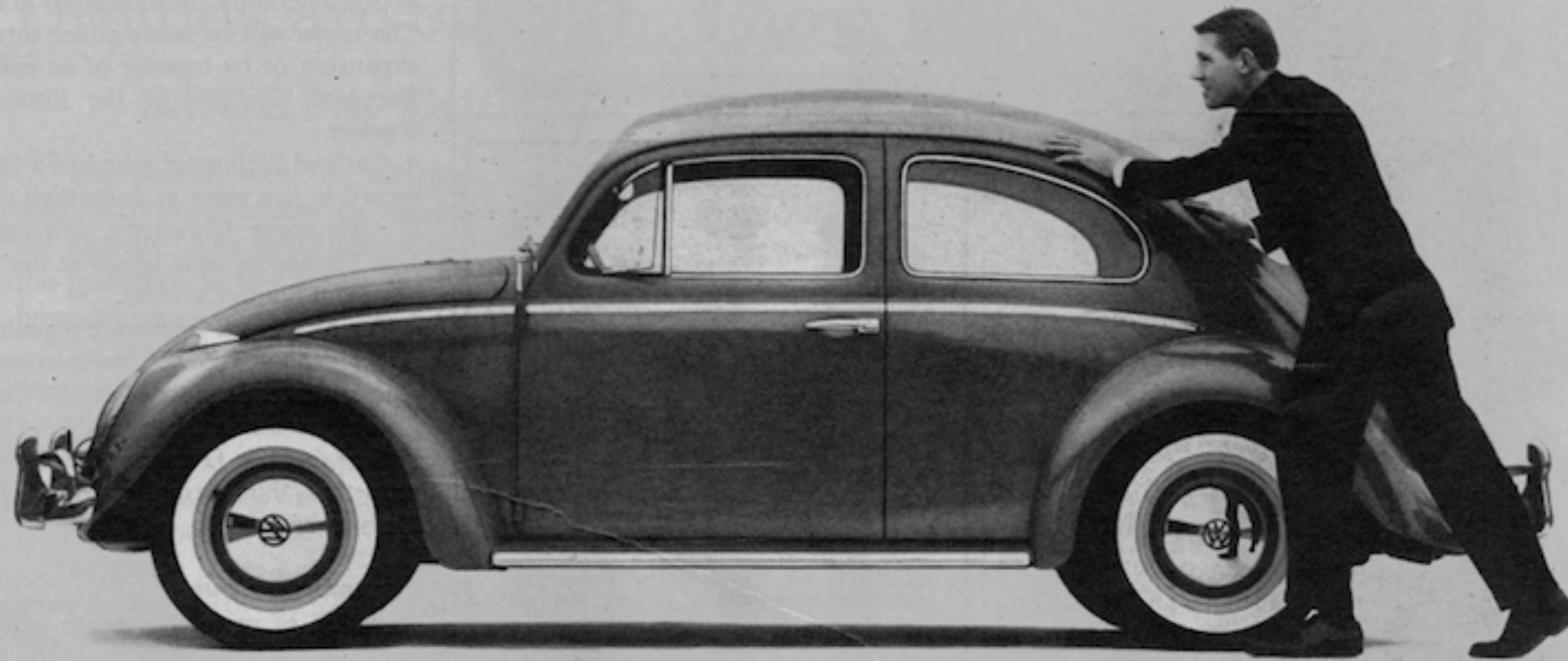


„S obalem“

vs.

„bez obalu“





©1962 VOLKSWAGEN OF AMERICA, INC.

And if you run out of gas, it's easy to push.

See?

We think of everything.

Getting a Volkswagen to the side of the road is a pushover.

It's a little surprising that VW owners don't run out of gas more often.

A figure like 32 miles to the gallon can make you a little hazy about when you

last filled up.

And you spend so little time in gas stations, there are almost no reminders.

You'll probably never need oil between changes, for example.

You'll never need water or anti-freeze because the engine is air-cooled.

40,000 miles on a set of tires won't break

any Volkswagen records.

And repairs are few and far between.

So this year we've installed a gas gauge to help you remember.

But we haven't taken all the fun away.

You still have to remember to look at it.



the "LINEAR LOOK"

so totally new... so typically Olds!



Oldsmobile's trim, modern "Linear Look" is strikingly exemplified in the new Holiday Sport Sedan, with its sleek, straight roof line and full wrap-around rear window—a dramatic body style that is being offered in all three Oldsmobile series for 1959.





Yes, it's a Volkswagen. Yes, it costs \$65,000.

Okay, it's not cheap, but relatively speaking it's quite a bargain. And that's the Volkswagen part of it. We designed the new Phaeton to come with a wealth of innovative features, all standard.

Start with 4MOTION® permanent all-wheel drive. Something we think you should get in this price range without paying extra.

Then there's the adjustable air-suspension system, which lets you choose between four

different shock absorber settings on the fly.


Did we mention the advanced Climatronic climate-control system? It can create distinct micro-climates between 64° to 82° without using any direct ventilation.

And there's the 18-way adjustable seat with massage, heating, cooling and lumbar support. We could go on and on.

So yes, it's still a Volkswagen. Even at \$64,600.

And like all Volkswagens, it comes with the satisfaction of knowing you get everything you paid for. Or, in this case, a whole lot more.

Introducing the Phaeton. A new kind of luxury car. From Volkswagen.

Drivers wanted: 

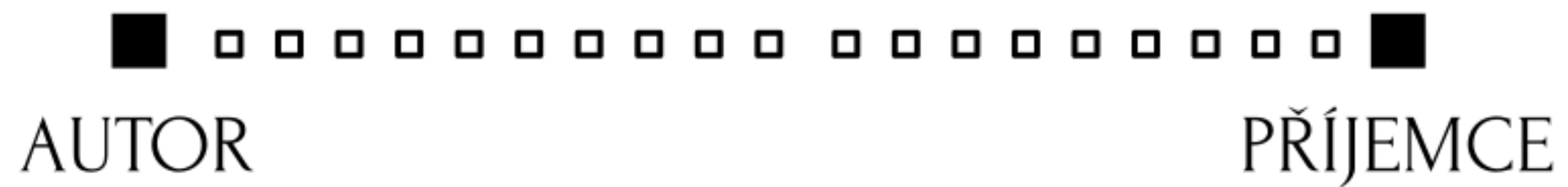


VZTAH ŘEČNÍKA A POSLUCHAČE V REKLAMĚ



Neboli vztah autora sdělení a příjemce sdělení.





PRAVDA



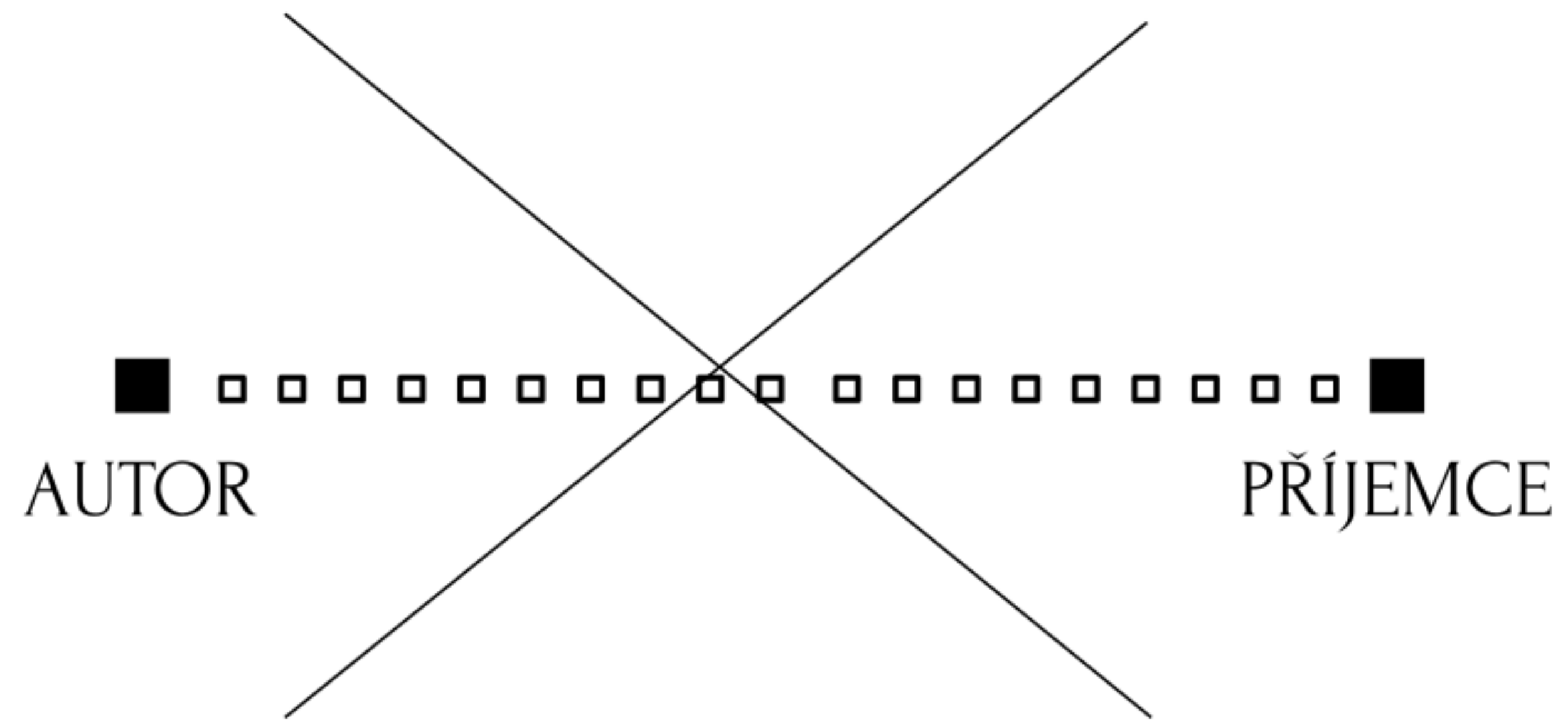
OČEKÁVÁNÍ



AUTOR



PŘÍJEMCE



PRAVDA



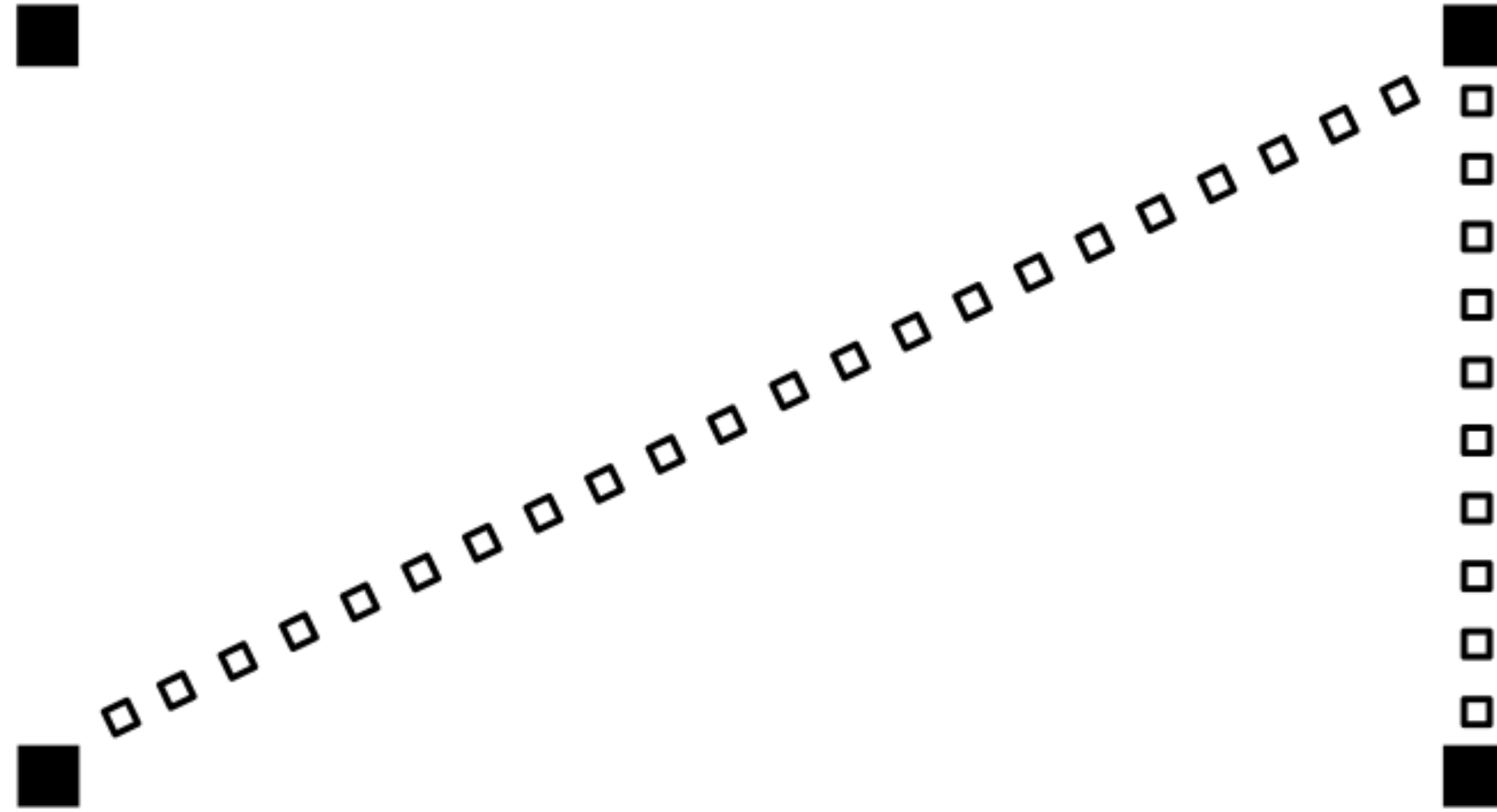
OČEKÁVÁNÍ



AUTOR



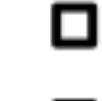
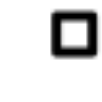
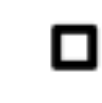
PŘÍJEMCE



Pragmatický vztah - rychlý prodej



PRAVDA

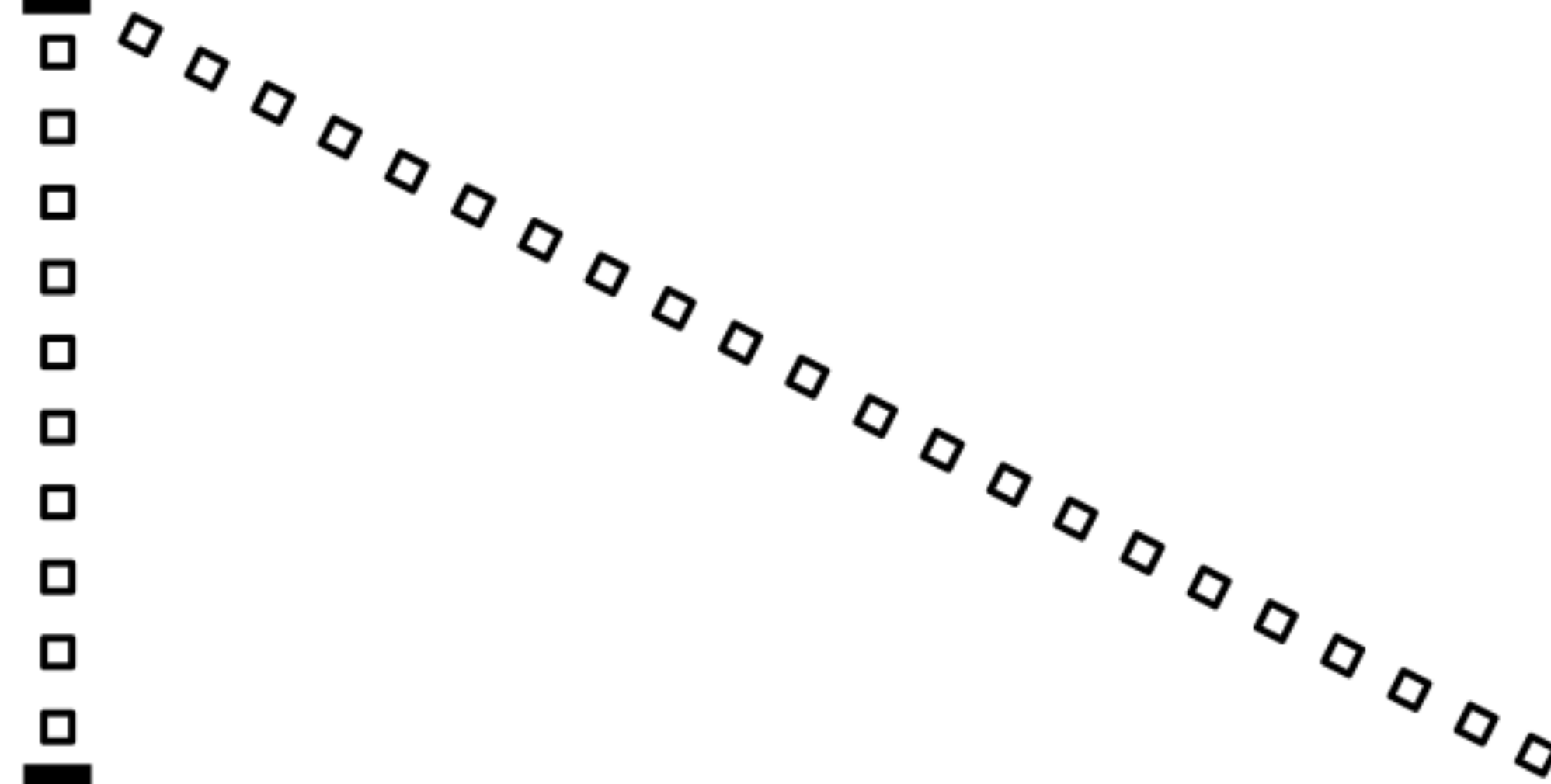


AUTOR

OČEKÁVÁNÍ



PŘÍJEMCE



Idealistický vztah - pomalejší prodej



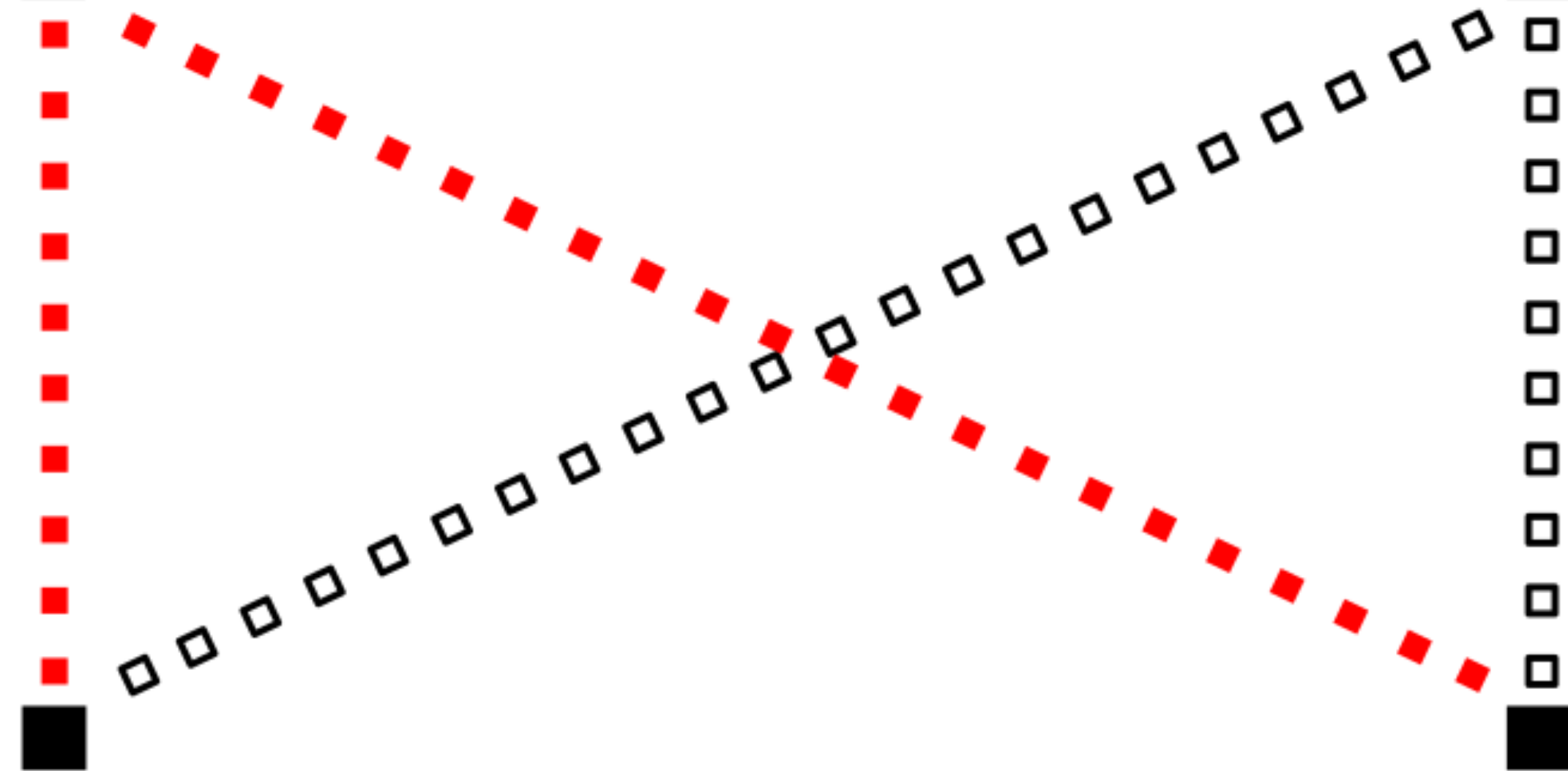
PRAVDA

OČEKÁVÁNÍ



AUTOR

PŘÍJEMCE



Když máte dobrý produkt,
máte dobrý argument.



A to, co lidé očekávají, vás tolik netrápí.





Proč reklama přesvědčuje?



Jak to, že se jí to daří?



3 způsoby přesvědčování



Étos
Patos
Logos

**'What creativity can there be when only money
can buy you your next opportunity?'**

—a freelance filmmaker who recently relocated from Hammersmith and Fulham to The Netherlands

londonischanging.org



Jak reklama oslovuje?

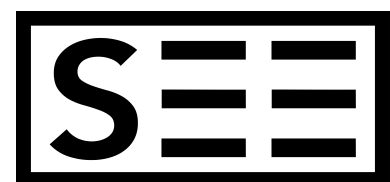


Aneb kdy použít co?

Žijeme v intertextovém světě.



Reklama využívá ty nejznámější příběhy.



Čeho se vyvarovat?



Nebud'te „zakletí“ vlastními znalostmi.



A jaká je v tomto procesu role copywritera?



Někdy zkoumat trh a pracovat na rešerších a hledat benchmarky.

Někdy šňourat v klientových podkladech a objevovat jádro pudla.



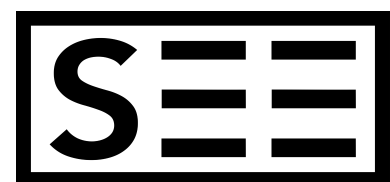
Dáváme lidem to, co chtějí?

Nebo to, co nám samotným dává smysl?

A co z toho nám přináší větší radost?



Díky moc za vaši pozornost.



YOUR FUTURE COPYWRITER



Matouš Roskovec

+420 774 627 626

info@seewordpower.cz

@SeeWordPower

SEEWORDPOWER.CZ