

Jak wymyślam moje teksty?

Pisanie tekstu przypomina budowanie domu.

Jedni zaczynają od wykopu pod fundamenty.

Inni – od dymu z komina.

Jakie kroki po kolei wykonuję, żeby stworzyć tekst dla klienta albo dla Was?

1) CEL

Najpierw zastanawiam się, do kogo chcę swoim tekstem trafić.

Nigdy nie jest tak, że pisze się „do wszystkich”.

Zawsze jest jakaś mniej lub bardziej zawężona grupa odbiorców.

Im precyzyjniej ją zarysuję, tym celniejsze będą potem strzały z klawiatury.

2) EFEKT

Potem rozmyślałam nad tym, co chcę danym tekstem osiągnąć i jakie emocje wywołać.

Czy chcę rozśmieszyć, wzruszyć, wstrząsnąć?

Czy może tylko uprzejmie poinformować?

A może wywołać to wszystko równocześnie?

3) FORMA

Na koniec szukam odpowiedniej formy.

Odpowiedniego naczynia, do którego przeleję słowa.

Jedne tematy lepiej prezentują się ubrane w 10-punktową listę, inne – w historię o przemianie bohatera.

A CO Z TEMATEM?

Zupełnie osobną sprawą jest znalezienie tematu.

Czasami temat zostaje mi narzucony z góry.

Czasami jednak sam muszę dokonać selekcji pomysłów, które wyłazą mi spod czapki.

Czym się wtedy kieruję?

To, który dany pomysł ujrzy światło dzienne, zależy wówczas od trzech rzeczy:

- najważniejszej: co chcę tym tekstem osiągnąć (EFEKT)
 - równie ważnej: do kogo chcę trafić tą historią (CEL)
 - najmniej ważnej: jaki kształt chcę jej nadać (FORMA)
-

DLACZEGO TO TAKIE WAŻNE?

Oczywiście nie zawsze kolejność powyższych kroków jest dokładnie taka.

Czasami zaczynam budowę od stworzenia dymu z komina.

Zawsze jednak uwzględniam te 3 etapy.

Powód jest następujący:

1) CEL

Tekst napisany do nie wiadomo kogo – trafi do nie wiadomo kogo.

Głupio wysyłać list, nie pisząc na kopercie adresu odbiorcy.

2) EFEKT

Tekst, który ma wywołać u czytelnika nie wiadomo co – wywoła nie wiadomo co.

Głupio podawać komuś lekarstwo, nie zapoznając się z treścią ulotki dołączonej do opakowania.

3) FORMA

Tekst wyglądający jak nie wiadomo co – będzie wyglądał jak nie wiadomo co.

Głupio ubierać się w suknię ślubną, idąc na czyjś pogrzeb.

Proste, prawda?
