

# Dlaczego copywriterzy boją się otwierać maile zwrotne od klientów?

---

## Sytuacja nr 1

Dostajesz zlecenie od nowego klienta.

Siedzisz nad tekstem dłużej niż zwykle, bo chcesz odesłać mu prawdziwą perełkę.

Polerujesz każdą literkę, sto razy przesuwasz przecinek w tę i drugą stronę.

Wreszcie jest!

Twój tekst wygląda całkiem nieźle.

Klikasz „wyślij” i czekasz na odpowiedź.

Im dłużej czekasz, tym bardziej się denerwujesz.

Kiedy w końcu przychodzi mail zwrotny, boisz się go odczytać.

---

## Sytuacja nr 2

Dostajesz zlecenie od nowego klienta.

Siadasz do pracy i... nic.

W głowie pustka.

Stres coraz większy, bo klient chce mieć tekst jak najszybciej.

Nie chcesz zawalić sprawy, ale im bardziej ciśniesz, tym mniej z Ciebie wychodzi.

Wiesz, że od tego tekstu zależy cała dalsza, długoterminowa współpraca.

Jeszcze dobrze nie zaczęłeś, a już czujesz, że to koniec.

---

## Sytuacja nr 3

Wszyscy Ci mówią, że masz lekkie pióro.

Piszesz od niechcienia, jednym palcem, a i tak efekty są bardziej niż zadowalające.

Publikujesz jak szalony: posty w grupach, wpisy na FB, teksty blogowe, komentarze i co tylko jeszcze przychodzi Ci do głowy.

Nigdy nie masz problemów z wysłowieniem się.

Po prostu, siadasz i robisz swoje.

---

## **Dlaczego tak się dzieje?**

Jak nie wiadomo, o co chodzi, to znaczy, że znowu(!) chodzi o pieniądze.

To one są przyczyną Twojej impotencji i lęku.

Lęku przed opinią klienta.

Niezdolności do napisania nawet najprostszych tekstów.

Zdajesz sobie sprawę, że musisz utrzymać rodzinę.

Nie możesz dać ciała.

Nie możesz sobie pozwolić na wtopę.

To właśnie ta stawka, o którą grasz, paraliżuje Cię.

Zauważ, że pisanie „za darmo” nie stanowi dla Ciebie najmniejszego problemu!

---

## **Pieniądze to nie wszystko!**

W Twojej sytuacji nie chodzi jedynie o kasę.

Równie ważna i cenna jest dla Ciebie opinia klienta.

Niezadowolony klient może narobić Ci smrodu.

A smród oznacza koniec pieniędzy.

Problemy z zarobieniem na życie.

To drugi czynnik, który Cię hamuje.

---

## **Jak sobie z tym poradzić?**

Przyznam się, że przez 10 lat próbowałem się z tym uporać i efekty do niedawna były mizerne.

Za każdym razem, kiedy widziałem nową wiadomość od klienta, pojawiał się podskórny stres.

Za każdym razem, kiedy siadałem do nowego zlecenia, miałem koszmarne pustkę w głowie.

Ta pustka mogła utrzymywać się kilka minut, godzin, a nawet dni!

---

## **Co mi pomaga?**

Świadomość, że copywriting to tylko praca.

Jeśli nie uda się od razu napisać czegoś dobrego, to trudno.

Zawsze można będzie podejść do tego drugi raz.

A jak nie drugi, to trzeci, piąty i dziesiąty.

Po to wynaleziono słowo „poprawki”.

Jeśli klient będzie niezadowolony, to trudno.

Zawsze można będzie spróbować ponownie.

Aż do skutku.

Po to wynaleziono słowo „upór”.

Tak naprawdę dopiero od niedawna mam na to dobry sposób.

Sięgam po niego wtedy, gdy wszystko inne zawiedzie.

To bardzo osobista metoda, wielu ją pewnie wyśmieje.

Trudno □

Opisałem ją tutaj:

[To \(jedno\) zdanie uspokaja mnie w każdej sytuacji](#)

---