

HELLO :) )

## אפרת קופמן

פרסום וכתיבה שמביאה תוצאות

0584578090

kofman400@gmail.com

# Storytelling

”בחיים לא משנה מה רוצים לומר, משנה איך אומרים”

מסתבר

ששמעת לא פעם את המשפט הזה, ולמה? כי למילים יש כוח.

למילים יש עוצמה ויכולת משמעותית להשפיע ולשנות אותנו.

מילים בכוחן לעורר בנו תחושות ורגשות.

לכל מילה שאנחנו אומרים יש משמעות אחרת, כוונה אחרת,

רגש אחר, צבע אחר. לכן, חשוב לדעת להעביר מסרים באופן

חד,

מדויק ומותאם לכל קבוצה ואוכלוסייה.

אז אם יש

לך עסק, מוצר או שירות ויש לך חזון ורצון להצליח ולהתפתח

בו,

אבל אין לך קצה של חוט מאיפה ואיך מתחילים.

אשמח להושיט לך דף ועט לעזרה, שתגרום לך לבלוט ולהצבע

בצבע אחר וייחודי בנוף, כי לכל אחד ואחת מאיתנו יש צבע

אחר וייחודי.

**אז קצת  
עליי:**

היי,

כאן אפרת קופמן פרסומאית, קופירייטרית וכותבת תוכן.

אשמח לבנות עבורך שפה שיווקית ופרסומית מנצחת,

שתקלע ותגע בול ברגש של הלקוחות שלך, ותניע אותם לפעול.

אני מזמינה אותך לעבור איתי מסע מרתק

בין התחנות מתחילתן ועד סופן

ביסודיות,

הבנה,

הקשבה,

הכלה,

ויצירתיות,

עד להגעת היעד הנבחר.

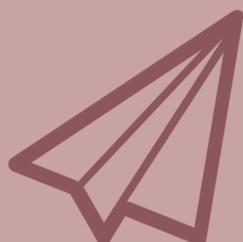
עד שהחלום שלך יהפוך למציאות.

**נשמע מעניין?**

**הנה כמה מסעות שכתבתי ויצרתי.**

## התחנות המרכזיות במסע:

כל הפרסומות והטקסטים השיווקים שעוד רגע ייצא לך לראות כאן עברו את התחנות האלו עד שהגיעו ליעד המסע שלהם. עד שהגיעו לתוצאות.



**בחירת הפלטפורמות (המקומות) המתאימים** והמדויקים לך לפרסום בהתאם לתקציב, המטרה ולקהל היעד העיקרי שלך, (הלקוחות) אליהם מכוון ומיועד המסר, שמביא לך תוצאות.



**קריאייטיב, קופי וכתובה** שיוצרת לך שפה מדויקת, רלוונטית ומפתיעה. כזאת שבולטת ומייחדת אותך בשוק על פני המתחרים שלך ומביאה לך תוצאות.



**מחקר ואסטרטגיה שיווקית** שמפה את המסרים והיתרונות שלך וממקדת אותך במסר אחד ויחיד (בלבד!), המסר שהכי יעיל, מדויק ומביא לך תוצאות.

# קופירייטינג - מודעת פרינט

בטיחות  
כמה מילים בקצרה:

המסר: שומרים על החיים. חוגרים חגורת בטיחות.

המשימה: ליצור מודעה, שתעביר את המסר החשוב והמחייב הזה באופן יצירתי, עוצר ומהדהד. כזה שיגרום לאנשים לתחושת הזדהות וקרבה ולבוקס בבטן הרכה ויניע אותם לחגור.

קונספט: בכנות, ניגשתי לפרויקט הזה, במלוא הכבוד והשליחות שהוא מביא איתו. מתוך הבנת החשיבות והרגישות המתבקשת, כדי להצליח גם להעביר את המסר המשמעותי והמהותי ביותר שקיים, כי זה לא עוד פינוק ולא עוד צורך סטנדרטי.

חשבתי על ביטוי ומשפט שנאמר המון בלויות, בשבעות ובתקופת האבל. כמה שיותר אותנטי ואמיתי, שיגע במי שיפגשו במודעה במקומות הכי רגישים ועמוקים ותגרום להם להפנמה, הזדהות וחשיבה עמוקה ופשוט לחגור.



# קופירייטינג - מודעת פרינט

אסם

כמה מילים בקצרה:

המסר:

שקדי מרק אסם - פשוט טעם של בית אותנטי ואמיתי.

המשימה:

ליצור פרסומת טיפוגרפית

המבטאת את המסר באופן יצירתי, ייחודי ומניע לפעולה.

הקונספט:

משפטים שמתחילים במילה - שקט,

הנאמרים בכל בית, מתי שיש ויכוחים על האוכל מרוב שהוא

טעים.

הטוויסט: החלפת המילה שקט במילה - שקד.



## קופירייטינג - מודעת פרינט



טרה  
כמה מילים בקצרה:

המסר: הכל זה החלב. המוצרים טבעיים וללא חומרים משמרים.

המשימה: ליצור מודעה טיפוגרפית שמבליטה את המסר. בצורה מקורית ויצירתית, שמייצרת צורך ומושכת את העין והלב.

הקונספט: שישבתי וחשבתי מה יעביר בצורה המושלמת את המסר, וגם יעורר רגש חזק שיחבר בינו לבין המותג במציאות של החיים, הגעתי לתובנה ולצמד המילים הידוע והמוכר שכולנו אומרים ומעורר בנו הרבה רגשות. החלפתי בו אות אחת שתבליט ותחבר אותו למותג ותגרום למי שיראה אותה לחייך. בנוסף הסלוגן העדכני יוצר דאבל מיניניג סלנגי שמשלים את המסר של הפרסומת עם המסר הכללי של המותג.

# קופירייטינג - מודעת פרינט

לייסטרין  
כמה מילים בקצרה:

המוצר: לייסטרין רצועות בטעם מנטה לחיטוי וטיהור הפה  
מריחות לא נעימים.

המסר: לייסטרין - המרעננת היומית.

המשימה: ליצור פרסומת שתעלה את המודעות למוצר אצל  
עובדים עמוסים, בעלי קריירה נחשבת. המנהלים במקביל גם  
קריירה וגם חיי משפחה. בצורה אפקטיבית, יצירתית ומסקרנת,  
שתהדהד את המסר.

הקונספט: להראות יומן מקצועי כולל תאריכים וימים ולכתוב  
ביומן בנוסף לתזכרות היומיומיות הרגילות והסטנדרטיות, תזכורת  
בולטת וממורקרת. הכי חשובה והכרחית - לא לשכוח לייסטרין.



## קופירייטינג - סלוגן קולע



כתיבת משפט שיעזור לחייל שיוצא מהמלחמה לעצור טרמפ.  
כמה מילים בקצרה:

יש סיכוי לא קטן שיצא לך לראות או להיות בסיטואציה כזאת  
בתקופת המלחמה:

היום, יום שישי. כביש בקצה המדינה. חייל יוצא מהמלחמה  
הקשה והארוכה הביתה, להפסקה, להנות סוף סוף מסופ"ש  
משפחתי נעים ומפנק, אחרי יותר מידי הרבה זמן שהוא לא ראה  
את המשפחה. על שפת המדרכה הוא מחפש וממתין לטרמפ,  
שיסכים לקחת ולהסיע אותו הביתה לסופ"ש. כדי למצוא טרמפ  
שיעזור לו במהירות ובקלות הוא לוקח חתיכת קרטון וכותב עליה  
משפט.

אני התבקשתי לעזור לו ולכתוב בשבילו את המשפט המנצח  
שיגרום לנהגים לעצור לו באמצע הכביש, ולהביא אותו כמה  
שיותר מהר הביתה. למשפחה.

# קופירייטינג - מודעת פרינט

קוקה קולה  
כמה מילים בקצרה:

המסר: אין שולחן שבת בלי קוקה קולה. מכוון ומיועד למגזר החרדי.

המשימה: פרסומת טיפוגרפית שמעבירה את המסר וממחישה את ההרגשה הזאת בצורה רלוונטית, מפתיעה, וקולעת. כמובן ממוקדת לציבור החרדי.

הקונספט: משפט המחבר בין הקולה הטעים והתוסס ומה שהוא גורם להרגיש, לארוחת השבת והמגזר החרדי. השתמשתי בקטע מזמירת השבת הישנה והמוכרת, ששרים באופן קבוע בכל בית חרדי מסביב לשולחן שבת.

(מותר וטעים לשתות גם בימי חול)



## קופירייטינג - סלוגן קולע

כתיבת משפט למען אסיפת תרומות לאדם שנשרף לו כל הבית ולא עשה ביטוח דירה. כמה מילים בקצרה:

מה עושה אדם שנשרף לו הבית, יחד עם כל הרכוש, למעט משפחתו, ולא עשה ביטוח דירה מקיף? כיף ומשמח יהיה לדעת שלא יצא לך לחוות ולחשוב על מצב שכזה והלוואי שלא ייצא לך גם לחוות ולראות מצב כזה אי פעם.

אבל, שאני נדרשתי לכתוב למענו משפט טעון, כזה שיגרום לאנשים לפתוח את הכיס ולתרום לו, היה לי ברור שאני כותבת בשבילו משפט שמעורר רגש והקשר חיובי ואופטימי, כי אנשים אוהבים לתת לאנשים שגורמים להם לחייך ולראות את המציאות במבט חיובי ושמח ולא במבט שלילי ופסימי. אנשים אופטימיים ושמחים גורמים לך לבצע ולעשות עבורם הרבה יותר.

המשפט:

תודה על מה שנשאר לי.



## ניימינג - בחירת שמות

יצירת שמות לבשמים לגברים באנגלית ובעברית  
כמה מילים בקצרה:

בחירת שם לעסק, שירות או מוצר דורש שמיעה חדה ומחשבה ארוכת טווח. למה? כי שם יהיה תמיד שימושי, ילך איתך וילווה אותך מרגע הבחירה, וברוב המוחלט של המקרים, לנצח.

לכן, הוא צריך להתאים אליו, לבטא ולשדר את המסר שבחרת להדגיש ולהבליט בו, באופן ייחודי, מפתיע ושונה, והכי חשוב קליט ומצטלצל.

כשמיתגתי שמות לבשמים לגברים באנגלית ובעברית, חשבתי ובדקתי על מה גברים אוהבים לדבר, באיזה מילים הם אוהבים להשתמש, איך הם חושבים, מרגישים ומתנהגים, וכמובן מה הכי חשוב להם להבליט ולהדגיש דרך הבושם שהם יבחרו לשים.

שם הבושם באנגלית - the Q

שם הבושם בעברית - אס.





## ניימינג - בחירת שמות

יצירת שמות לבשמים לנשים באנגלית ובעברית  
כמה מילים בקצרה:

בחירת שם לעסק, שירות או מוצר דורש שמיעה חדה ומחשבה ארוכת טווח. למה? כי שם יהיה תמיד שימושי, ילך איתך וילווה אותך מרגע הבחירה, וברוב המוחלט של המקרים, לנצח.

לכן, הוא צריך להתאים אליו, לבטא ולשדר את המסר שבחרת להדגיש ולהבליט בו, באופן ייחודי, מפתיע ושונה, והכי חשוב קליט ומצטלצל.

כשמיתגתי שמות לבשמים לנשים באנגלית ובעברית חשבתי ובדקתי על מה נשים אוהבות לדבר, באיזה מילים הן אוהבות להשתמש, איך הן חושבות, מרגישות ומתנהגות, וכמובן מה הכי חשוב להן להבליט ולהדגיש דרך הבושם שהן יבחרו לשים.

שם הבושם באנגלית - **stamp**.

שם הבושם בעברית - אופוריה.



## ניימינג - בחירת שמות

יצירת שמות לבשמים לנערות באנגלית ובעברית  
כמה מילים בקצרה:

בחירת שם לעסק, שירות או מוצר הוא דבר שדורש שמיעה חדה ומחשבה ארוכת טווח. למה? כי שם יהיה תמיד שימושי, ילך איתך וילווה אותך מרגע הבחירה, וברוב המוחלט של המקרים, לנצח.

לכן, הוא צריך להתאים אליו, לבטא ולשדר את המסר שבחרת להדגיש ולהבליט בו, באופן ייחודי, מפתיע ושונה, והכי חשוב קליט ומצטלצל.

כשמיתגתי שמות לבשמים לנערות באנגלית ובעברית חשבתי ובדקתי על מה נערות אוהבות לדבר, באיזה מילים הן אוהבות להשתמש, איך הן חושבות, מרגישות ומתנהגות, וכמובן מה הכי חשוב להן להבליט ולהדגיש דרך הבושם שהן יבחרו לשים.

שם הבושם באנגלית - **winnys**.

שם הבושם בעברית - מוש



## ניימינג - בחירת שמות



יצירת מיתוג חדש לחטיפים וממתקים מוכרים ואהובים  
כמה מילים בקצרה:

מיתוג מחדש לכמה מהחטיפים והממתקים שכולנו אוהבים זאת  
משימה מאתגרת במיוחד, אבל אתגרים נועדו כדי שנצליח לכבוש  
אותם, לא? עם הגישה הזאת מיתגתי מחדש חטיפים וממתקים  
אהובים ומוכרים מאוד, כאלה שמנשנשים בטוח בכל בית ובית  
בישראל.

במהלך המיתוג חשבתי על צלילים והבהרות המבטאות את  
המצרכים מהם עשויים המוצרים, על ההנאה שהם מספקים ועל  
התחושות בפה והרעשים שהם מפיקים. בתחושת אווירה קלילה,  
שמחה וזורמת ובעיקר קליטה בשניות.

## ניימינג - בחירת שמות

יצירת מיתוג חדש לחטיפים וממתקים מוכרים ואהובים כמה מילים בקצרה:

מיתוג מחדש לכמה מהחטיפים והממתקים שכולנו אוהבים זאת משימה מאתגרת במיוחד, אבל אתגרים נועדו כדי שנצליח לכבוש אותם, לא? עם הגישה הזאת מיתגתי מחדש חטיפים וממתקים אהובים ומוכרים מאוד, כאלה שמנשנים בטוח בכל בית ובית בישראל.

במהלך המיתוג חשבתי על צלילים והבהרות המבטאות את המצרכים מהם עשויים המוצרים, על ההנאה שהם מספקים ועל התחושות בפה והרעשים שהם מפיקים. בתחושת אווירה קלילה, שמחה וזורמת ובעיקר קליטה בשניות.



# קופירייטינג - סטיקר פרינט

פרויקט 'והארת פני זקן' מטעם מפעל הפיס. בדידות בקרב מבוגרים במגזר החרדי. כמה מילים בקצרה:

המסר: קושי בהבנה ובשימוש הטכנולוגיות השונות, למבוגרים במגזר החרדי, מגיל 70 ומעלה, והצורך הנואש שלהם בעזרה ולימוד סבלני ע"י המעגל המשפחתי הקרוב.

המשימה: לחשוף ולעלות את המודעות לנושא, לצעירים, ובזכותה לגרום לבני המשפחה שמבינים בטכנולוגיה לבוא וללמד את סבא וסבתא שלהם אותה. בשפה אותנטית, נעימה, קלילה, ומניעה לפעולה.

הקונספט: יצירת סדרת סטיקרים מעוצבים באותו ממשק עיצובי של האפליקציות הכי בסיסיות וידועות, (מייל, ווצאפ וביט) בצורה יצירתית ומותאמת לדור הצעיר. האפליקציה בעצמה פונה אליהם ומעודדת אותם בגוף ראשון לעזור לסבא וסבתא וללמד אותם עליהן. סטיקרים קטנים שאפשר לקחת ולהדביק בכל מקום, ועיצוב וקופי שתופסים את העין והלב.



# קופירייטינג - תשדיר

כתיבת תשדיר - המסעדה היהודית  
כמה מילים בקצרה:

המסר: שוק האוכל היהודי והאותנטי ביום שישי בהמסעדה  
היהודית. מוזמנים!

המשימה: ליצור ולכתוב תשדיר לרדיו, בו רק חוש השמיעה עובד  
חזק וחד, שיעביר את המסר בצורה קליטה, יצירתית, מסקרנת  
ובעיקר שמשאירה טעם לבוא ולקנות.

הקונספט: שיחת פלאפון רגילה ושגרתית בין נער לסבתא,  
שמתקשר להחמיא לה על האוכל אחרי שהיה אצלה בשבת,  
במיוחד על מאכל מסוים. הוא מבקש ממנה את המתכון שלו  
ובתגובה היא מתחילה לגמגם מלחץ ובלבול. האוכל הטעים  
והמגרה הזה שהוא מחמיא לה עליו בכלל לא היא הכינה, היא  
קנתה אותו בשוק האוכל של המסעדה היהודית.

למבנה התשדיר המלא

# קופירייטינג - תסריט

כתיבת תסריט - פיצה מחנה  
כמה מילים בקצרה:

המסר: פיצה מחנה טרייה טרייה מהשוק.

המשימה: ליצור ולכתוב תסריט שיבטא את המסר בצורה יצירתית, מפתיעה ומעניינת, כדי שיהיה זכיר, יבלוט ויגרום לאנשים לעצור ולראות אותו עד הסוף. כזה שיגרום להם להרגיש רגש אמיתי מבפנים.

הקונספט: בכתיבת תסריט חשוב לגרום לרואים להפעיל כמה שיותר חושים, כדי לגרום להם לעצור, להתעניין ולהזדהות איתו כמה שיותר.

לכן, בתסריט הזה גרמתי לרואים להפעיל בהרגשה 4 חושים שונים: גם ראייה, גם שמיעה, גם טעם וגם מישוש. התסריט מתרחש גם בחוץ, בשוק מחנה יהודה שם גבר קונה את המצרכים לפיצה בשילוב התאמה וחיבור לרגשות או סיטואציות שונות שיוצא לנו לחוות ולהרגיש בחיים. כל סיטואציה מתרחשת במקום המתאים והמדויק לה.

למבנה התסריט המלא

# קופירייטינג - פליירים

כימאית וצובעת פאות מקצועית  
כמה מילים בקצרה:

המוצר: כימאית וצובעת פאות מומחית שעובדת כפרילאנסרית  
עם פאניות שיש להן סלון פאות עצמאי.

המסר: שירותית, וקשובה לצרכים ולרצונות של הפאנית ושל  
הלקוחות שלה עד שהן מקבלות את הגוון המושלם בשבילן.

המשימה: חשיפת הפאניות אליה ובזכותה להגדיל את ההכנסות  
שלה בכ-10% - 15%. בצורה עניינית וברורה, אך מסקרנת  
ומניעה לפעולה.

קונספט: מניפה שתפורים בתוכה גווני שיער שמתאימים לצביעת  
פאה, בנראות אותנטית, טבעית ומושלמת שתתפוס את העין  
ותגרום לפאניות לעצור ולהסתכל אליה. סלוגן פרסומת שנוגע  
עמוק בצורך שלהן להיות בטוחות ורגועות בצובעת שלהן ופותר  
להן אותו.

איזה גוון שתרצי  
**תקבלי!**



תהליך צביעת הפאה מעסיק אותך  
יותר מידי במהלך היום?  
מייאש ומתיש אותך?

מוזמנת לרחלי גלוסקינוס כימאית וצובעת פאות  
מקצועית, מיומנת, ומדויקת, שתתעסק בצביעה  
במקומך ותחסוך לך את הייאוש המצטבר  
ביחס אישי חם, בהבנה והקשבה מלאה  
לצרכים ולרצונות שלך ושל הלקוחות שלך,  
**כי מגיע לך להרגיש בטוחה ובידיים טובות,  
ומגיע להן להנות ולקבל את הגוון המושלם.**

**RACHELI**  
רחלי גלוסקינוס פאנית בגוון שלך

**מחכה לך (:**  
**054-8503262**  
**רחוב דנגור 6, בני ברק**

# כתיבת תוכן - בוט

כתיבת בוט  
כמה מילים בקצרה:

כתיבת בוט (מענה אוטומטי) דורשת הבנה מהו סוג העסק, מה השפה שלו ובאיזה אווירה הוא מתנהל, בשביל להתאים אותו לשפה ולמסר. הכתיבה צריכה להיות כמה שיותר אותנטית, אנושית ודיבורית וכמה שפחות טכנית ובוטית. כמובן, עם התאמה ברורה לתחושה שהעסק משדר.

שיצרתי וכתבתי את "עוגי" הבוט של "חגיגה מתוקה", עסק האופה עוגות ומכין ברים מתוקים ומעוצבים, התאמתי אותו לאווירה השירותית, האנושית וליחס האישי, שהם מעניקים לכל אחד ואחת לכל אורך הדרך. מרגע הפנייה עד רגע הטעימה המתוקה. ע"י שימוש במילים, רגשיות ושיתופיות.

ל"עוגי" הבוט

# כתיבת תוכן - מאמר

כתיבת מאמר שיווקי. שוקולד 70% קקאו, מסדרת ספלנדיד כמה מילים בקצרה:

בכתיבת המאמר שילבתי סיטואציות ומחשבות שעוברות לכולנו בראש בזמן אכילת שוקולד, ובמילות מפתח משמעותיות. לדוגמה: שוקולד, טעים, 70% קקאו ועוד, כדי שהמאמר ימוקם גבוה בתוצאות החיפוש של גוגל וייחשף לכל מי שיחפש את המילים האלו בתוצאות. כמובן, הכנסתי בו גם מילות עוצמה, כדי להגביר את הסקרנות ולייצר את החובה להמשיך ולקרוא עד הסוף.

לדוגמה: ייסורי מצפון, לגלות, תופתעו ועוד.

בנוסף יצרתי כותרת מעניינת שתגרום לאנשים להסתקרן ולהיכנס למאמר ע"י שילוב ספרה בכותרת ופער ידע שיוצר התעניינות ומעורר את הדחף להקליק ולדעת אותו.

למאמר על שוקולד ספלנדיד

# כתיבת תוכן - כתבת יח"צ

כתבת יח"צ (קומוניקט) רנואר  
כמה מילים בקצרה:

כתיבת קומוניקט צריכה לספק את המידע הנדרש ולחשוף את המסר שרוצים להעביר באופן ענייני ופשוט, אבל גם מגרה ומושך את העין והלב.

כשכתבתי את הקומוניקט לרנואר לכבוד השקת קולקציית השמלות החדשה של עונת הקיץ. תיארתי ופירטתי את הדברים הטכניים בקולקציה החדשה, והוספתי להם עניין וצבע ע"י מילים שמעוררות חשק ורגש.  
לדוגמה: קליל, רך ועוד.

לכתבת היח"צ לרנואר

# כתיבת תוכן - דף נחיתה

כתיבת דף וובינר - שפית וקונדיטורית  
כמה מילים בקצרה:

הכנת אוכל יכולה להיות העול הכי גדול ויכולה להיות הכיף הכי גדול. תלוי איך רואים את זה ומה חושבים על זה, אבל הכי חשוב תלוי כמה טיפים, טכניקות ושיטות סודיות, שהופכות את ההכנה שלך לקלה וטעימה במיוחד, שמעת וניסית!

זה המסר העיקרי שליווה אותי בזמן בניית דף הנחיתה לובינר האפקטיבי והמוצלח של ליהי צור, שפית וקונדיטורית מקצועית.

להעברת המסר השתמשתי בהמון מילים מתובלות בפעולות הנדרשות, כדי להכין מתכונים ומאכלים טעימים ומגרים שאי אפשר לעמוד בפניהם.  
לדוגמה: על אש קטנה, שאלה חריפה ועוד.

לדף הנחיתה לובינר

# כתיבת תוכן - דף נחיתה

כתיבת דף נחיתה מתנה - מעצבת פנים  
כמה מילים בקצרה:

"גם בבית שלנו, המקום הפרטי והאישי שלנו, אנחנו יכולים להרגיש שאנחנו בחופשה רגועה ושלווה. הכל תלוי בפרטים הקטנים שבעיצוב." הסבירה לי מרים רוזנבלום, מעצבת פנים לבתים פרטיים ו-וילות יוקרתיות, ששאלתי אותה על מטרת דף הנחיתה והמדריך שהיא הכינה וכתבה.

והמשפט הזה הדהד לי במוח כל זמן כתיבת דף הנחיתה למתנה שהיא מציעה: מדריך 10 הטיפים לבית החלומי והאולטימטיבי לתחושת החופשה החלומית.

אסטרטגיית הכתיבה בנויה על פעולות יומיומיות שנעשות בבית, ועל התובנה כמה אנחנו חולמים וחולמות תוך כדי הפעולות האלו על החופשה המושלמת והאידיאלית עבורנו. כמובן, רק כמעט, כי היא מינוס חדרנים, מלצרים ופקידי קבלה.

לצורך הדגשת המסר השתמשתי במילים כמו: רוגע, חלום ועוד.

לדף הנחיתה לקבלת המדריך



# כתיבת תוכן - כתיבת פוסטים

פוסט ממומן לפייסבוק  
כמה מילים בקצרה:

בכתיבת פוסט ממומן לפייסבוק חשוב להעביר את המידע או את המסר, בצורה משכנעת, קולעת, פשוטה וברורה, אפילו לצאת בהצהרות ובמילים גדולות במינון המתאים והמדויק.

המסר: רשת אלדו במבצע חסר תקדים - כל קולקציית נעלי האלגנט, מכל הסוגים, ב-50% הנחה!

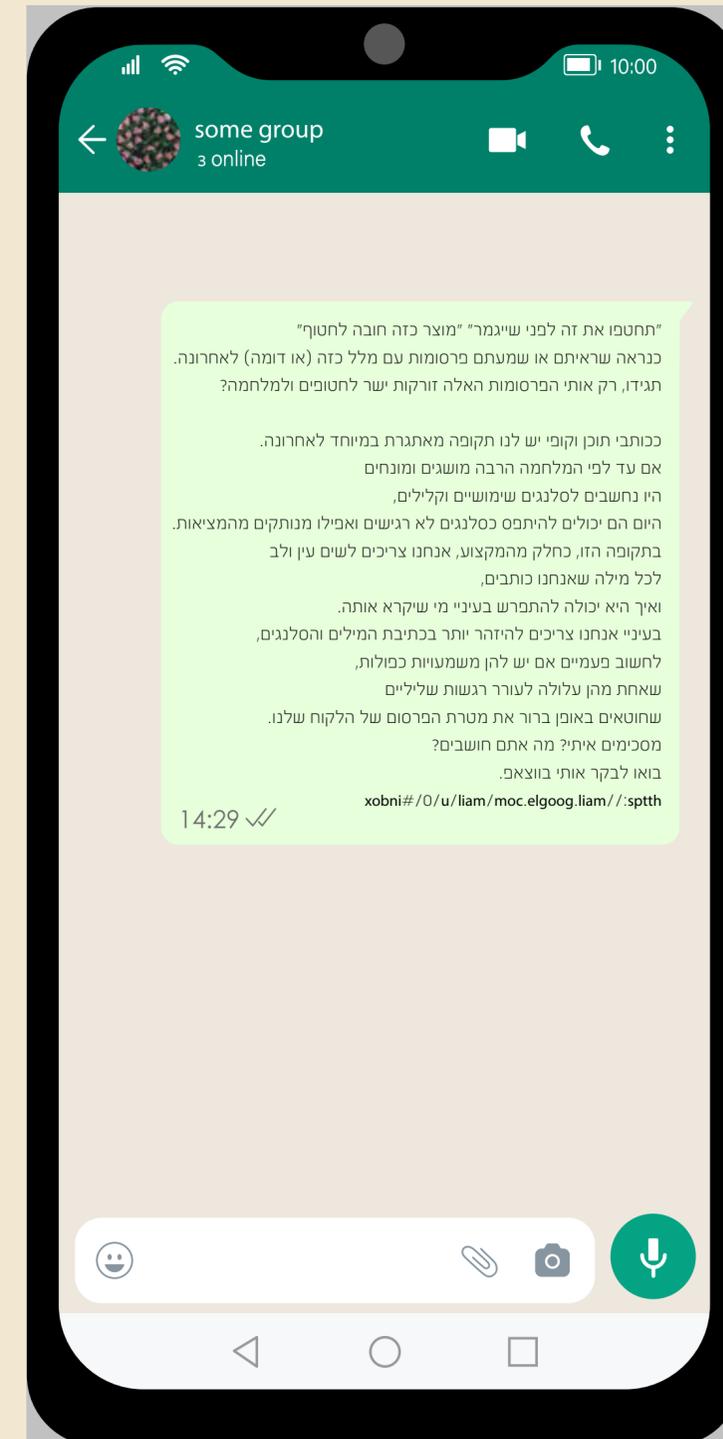
כשכתבתי את הפוסט הממומן לרשת אלדו על המבצע שהם השיקו. חשבתי על אישה שחולמת בכל אירוע להיות גם חגיגית ואלגנטית מכף רגל עד ראש ואוהבת לקבל מחמאות, אבל גם חולמת לנעול באירוע את סוג הנעל שהיא הכי אוהבת והכי ונוחה לה בשביל לעמוד ולרקוד.

להעברת המסר השתמשתי בביטויים ובמילים מושכות שיגרמו לאנשים לעצור את הגלילה ולקרוא, כמו: סינדרלה ליום אחד, מבצע שעוד לא היה ועוד.

# כתיבת תוכן - כתיבת פוסטים

פוסט אורגני בווצאפ  
כמה מילים בקצרה:

הפוסט נכתב מהלב בצורה הכי ישירה, כנה ואותנטית, בנושא שהפריע לי מאוד בתקופת המלחמה (7.10) והחטופים הרבים: השיווק והפרסומות שפורסמו לפעמיים בחוסר שימת לב, שלנו, המפרסמים והכותבים למילים שכתבנו בתקופתה וכמה אנחנו היינו צריכים להיזהר ולשים לב לכל מילה ומשפט, כדי לא לגעת בנקודות כואבות ורגישות מאוד. נכתב באופן קצר, ענייני וקולע, ומומחש ע"י ציטוטים ממשפטים שיווקיים שצבטו ותפסו אותי.



# כתיבת תוכן - דף הבית

כתיבת אתר - דף בית למוזיקאית  
כמה מילים בקצרה:

כתיבת אתר, בייחוד דף בית, מצריך הבנה והיכרות עמוקה עם בעלי העסק שלו. חשוב מאוד להבין ולדעת מה ההרגשה, מה צורת הדיבור, מה מניע ומספק, למה החליטו לפתוח דווקא את העסק הזה ועוד...

לכן, כשיצרתי וכתבתי את דף הבית למוזיקאית, ערכתי איתה עבודת מחקר ושיחת היכרות. למדתי על העבר, ההווה והעתיד שלה. שמעתי איך היא מדברת, את התשוקה הרבה שלה לתחום, איך היא חושבת ובעיקר איזה מסרים חשוב לה להעביר דרך המוזיקה שהיא יוצרת וכותבת. מה הכי חשוב לה שירגישו שיכנסו לאולפן שלה.

דרך המחקר וההיכרות כתבתי את דף הבית בשילוב מילים ומושגים מעולם המוזיקה והצלילים, ויצרתי בשבילה אפיון שפה ייחודי, יצירתי, מסקרן, מותאם, מדויק ומניע לפעולה. לדוגמה: מנגינת חייך, תו, ועוד.

## לדף הבית של האתר

# כתיבת תוכן - דיוור טיפים

כתיבת דיוור טיפים לפי פסח - מומחית להתנהלות כלכלית נכונה.

כמה מילים בקצרה:

מי מאיתנו לא מסתבך לפעמים עם מושגים פיננסיים ומרגיש שהם ג'יבריש בשבילו?

זאת הסיבה, שכתיבת דיוור על התנהלות כלכלית נכונה היא תמיד מורכבת ומאתגרת, ובוודאי לקהל יעד צעיר שרק לאחרונה התחיל את החיים הזוגיים והמשפחתיים ולומד הרבה תחומים ומושגים חדשים בפעם הראשונה.

לכן, כתבתי את הדיוור הזה בצורה קלילה ופשוטה, שמתחברת לפסח ומזדהה עם קהל היעד.

פתחתי במשפט, שהגיוני מאוד, שתוך כדי קריאת הדיוור הם נמצאים בו,

והמשכתי וקישרתי מושגים מתוך עולם התוכן שהם מכירים וקשור לחג,

לתוך תוכן מסורבל ופחות מוכר להם.

וכך יצרתי אצלם סקרנות בהדרגה, והרגשת חובה להמשיך ולקרוא את הטיפים עד הסוף.

לדיוור הטיפים

# תעודת סיום קורס קופי וכתיבה שיווקית





רוצה שאני אצור ואכתוב גם את המסע שלך בצבע ייחודי שיגרום לך לבלוט בשוק ויביא לך תוצאות על אמת?  
אני כאן, כדי לגרום לזה לקרות ולהביא לך תוצאות מוכחות, (אוף, כבר אמרתי את זה).  
אז, שנצא ביחד למסע מרתק ומפתיע?  
מחכה לך!

0584578090

[kofman400@gmail.com](mailto:kofman400@gmail.com)