

Segédlet reklámszöveg készítéséhez

Az alábbi ötletek és szempontok segítségedre lehetnek a reklámszöveg megtervezésében és elkészítésében.

1. Kezdjük a célokkal!

Miért jó az valakinek, ha shadowing napra megy? Miben nyújthat segítséget a shadowing? Koncentráljunk a várható előnyökre és élményekre.

2. Arról beszéljünk, ami a közönségünk számára fontos!

Gondoljuk végig (esetleg végezzünk mini-kutatást arról), hogy mi fontos a közönségünk számára. Ezeket a szempontokat akár kérdésként is felvethetjük. A kérdésekre adott válaszok egyúttal akár keretet is adhatnak a mondanivalódhoz, segíthetnek megszerkeszteni a reklám tartalmát, és rámutathatnak a hangsúlyos üzeneteidre.

3. Ne akarjunk mindent elmondani!

Sok minden történhet a shadowing napon, de egy-két percben nehéz lesz mindezt elmesélni. Válaszd ki, mi az, ami a leglényegesebb, amit megmutatnál.

4. Találjunk megoldásokat és mutassunk értékeket!

Semmiképp se mások megoldásait minősítsünk (például, hogy azok miért rosszabbak), hanem azt emeljük ki, hogy miért jó az, amit mi javasolunk. Mások számára érték lehet például: a kapcsolatépítés, a személyes fejlődés, a továbbtanulással kapcsolatos döntések segítése, új lehetőségek feltárása, vagy éppen a kényelem. Keressünk módot arra, hogy ezeket összekapcsoljuk az 1. és 2. pontban megfogalmazott üzenetünkkel!

5. Mit mondanak mások? Mit tapasztaltál Te?

Minél személyesebb egy-egy ilyen idézet, annál hitelesebb. Elsősorban nem ez győzi meg a hallgatóságot, de egyfajta nyugalmat és biztonságérzetet ad az, hogy mások tapasztalatait megismerik.

6. Vannak-e félelmek?

Minden újdonság bizonytalansággal jár. Ráadásul a befektetett idő feszültséget jelent, hiszen senki sem szereti pazarolni idejét, energiáját. Készítsünk előzetesen egy listát a

lehetséges ellenvetésekről, és válasszunk ki egyet-egyet, amelyre megoldást kínálunk. Ez a lista persze nekünk szól, semmiképp se mondjuk például, hogy „*Tudom, hogy aggaszt X probléma, de nem kell emiatt idegeskedni, mert...*”, hanem inkább azt, hogy: „*Tudtam, hogy lemaradok a fizikaóráról, mégis megérte elmenni a shadowing napra, mert ...*” .

7. Találd meg a megfelelő formát!

Gondold végig, hogyan fogalmazol. Az a jó, ha a reklámszöveged nem lesz sem túl komolykodó, sem nevetséges. Ne a felnőtt zsűrit akard meggyőzni, hanem társaidat. Ha prezentációt készítesz, gondold végig, milyen színeket, képeket használsz, ami a többségnek felkelti a figyelmét, mégsem harsány, hanem ízléses marad. Gondold végig, szeretnél-e zenét tenni a prezentációd mellé?

8. Hol lehet jelentkezni?

Mondd el, hogyan lehet a programba jelentkezni, hogy – ha sikerült felkelteni az érdeklődésüket – a hallgatóságodnak is lehetősége legyen a csatlakozásra!

9. Teszteld az eredményt!

Mutasd meg a reklámot valakinek, aki nem vett részt a shadowing programban, Kérdezd meg, hogy szerinte ennek alapján kedvet kapna-e ő (vagy ismerősei) a részvételre. Fogadd nyitottan az esetleges kritikát, és fontold meg, ha változtatásokat javasol.