

Jak prezentovat nápad

Co udělá Tvůj nápad nezapomenutelným? Jaké sdělení nasadí opravdového brouka do hlavy možným zákazníkům nebo podporovatelům? Chceš znát principy, jak na to, aby se tvoje myšlenka na lidi doslova přilepila?

Knihy bratrů Chipa a Dana Heathových „Made to stick“ pojmenovává 6 ingrediencí, které by mělo správné sdělení obsahovat. A protože se Ti mohou při marketingu hodit, přinášíme jejich shrnutí.

Podle autorů by myšlenka měla být:

1. **Simple** (jednoduchá)
2. **Unexpected** (nečekaná)
3. **Concrete** (konkrétní)
4. **Credible** (uvěřitelná)
5. **Emotional** (propojená s emocemi)
6. **Stories** (propojená s příběhem)

1. JEDNODUCHOST - JASNÉ JAKO FACKA

Zkus jednoduše vypíchnout to opravdu podstatné. Tak, aby nad tím lidé nemuseli přemýšlet. A hned věděli, co jim chceš říct. Jednoduché sdělení bez zbytečných detailů, které odvádí pozornost. Zkratka – jak se lidově říká – jasné jak facka. Pomoci Ti může také metafora nebo analogie, díky kterým si lidé Tvoje sdělení dobře představí.

2. NEČEKANÉ - OMG! ANEB ZKUS JE PŘEKVAPIT

Jak probudit zvědavost? Zkus najít na tvém tématu něco jedinečného, překvapivého, co lidé neočekávají... Zkratka neboj se vystoupit ze stáda. A vsaď se, že uspěješ a získáš pozornost potenciálních zákazníků.

3. KONKRÉTNOST – BUDOU SI TO UMĚT PŘEDSTAVIT?

Buď konkrétní. Popiš lidem například produkt tak, aby si to uměli dobře představit. Názorně. Konkrétní věci si vždycky lidé představí lépe než abstraktní koncepty. Ideálně k tomu použij svůj prototyp.

4. UVĚŘITELNOST – PŘESVĚČ OSTATNÍ

Buď uvěřitelný. Pomoci mohou jasná data nebo odkaz na autoritu – někoho, koho lidé znají a respektují. Vzbudit důvěru, že něco „opravdu funguje“ je u tvých potenciálních zákazníků je základem úspěchu.

5. EMOCE - SLOVA OD SRDCE

Lidi se zajímají o lidi. A o to, co ostatní lidé cítí. Když do tvého marketingového sdělení zapojíš emoce, máš vyhráno. Zkus se také zamyslet proč je tvoje sdělení pro lidi důležité. Mohou si ho nějak propojit se svým životem?

6. PŘÍBĚHY

Za dobrým marketingem je často silný příběh. A jaký bude ten tvůj? Jakou máš motivaci k rozjetí podnikání? Jaký problém můžeš vyřešit? Zkrátka – proč to všechno děláš?

ÚKOL: Zkus popsat tvůj nápad a jeho benefity pro zákazníka/uživatele v příběhu. Tady je jednoduchý návod jak na to.

Byl jednou jeden _____ (jméno zákazníka). (Jméno zákazníka) + krátký popis zákazníka. (Jméno zákazníka) měl každý den/ často problém s _____, kvůli tomu problému se mu nedařilo _____. Až najednou objevil _____ (název tvého projektu, nápadu). Díky (názevu tvého projektu) se mu podařilo _____ (řešení jeho problému) a ještě navíc _____ (další přínosy, které mu tvůj nápad přinesl a jsou nad očekávání zákazníka).

Takto se stane tvůj nápad snadno zapamatovatelný, navíc v něm zmiňuješ, kdo je tvůj zákazník, jaký řeší problém a jaké mu nabízíš řešení. Jednoduché, zapamatovatelné a dokonce z toho může vzejít nápad na reklamní slogan!