**Jak napisać tekst reklamowy, który trafi do młodej grupy docelowej?**

**Stworzenie dobrej jakości tekstu reklamowego jest chyba jednym z trudniejszych zadań, z jakim musi się zmierzyć osoba pracująca w marketingu. Problem polega głównie na tym, że slogan reklamowy musi nie tylko informować potencjalnych klientów o reklamowanym produkcie, lecz także powinien być chwytliwy i łatwy do zapamiętania. Zwłaszcza jeśli ma trafić do młodej grupy odbiorców. Dobry tekst reklamowy umocni rynkową pozycję produktu, ale też zwiększy zyski z jego sprzedaży.**

**Dobrze określ grupę docelową**

Tekst reklamowy nie może być skierowany do wszystkich. Jeśli tak będzie, można powiedzieć, że będzie do niczego i nie przyniesie żadnych korzyści. Już na tym etapie musisz sobie uświadomić, że nie ma reklamy, która będzie w stanie przekonać wszystkich. Dlatego tak ważne jest określenie grupy docelowej i spersonalizowanie przekazu.

W pierwszej kolejności musisz określić granice wieku, płeć, status i styl życia, miejsce zamieszkania. Określenie tych elementów będzie dużo łatwiejsze, jeśli jesteś w stanie wyobrazić sobie konkretną osobę, do której kierujesz swoją reklamę. Na przykład taką grupą docelową mogą być osoby młode, między 18.a 25. rokiem życia, uwielbiające aktywność fizyczną, na co dzień studiujące i mieszkające w dużym mieście. Jeśli znasz już profil swojej grupy docelowej, dużo łatwiej będzie Ci przygotować odpowiednie **treści reklamowe**.

**Znajdź swój sposób na reklamę**

W dzisiejszych czasach zwyczajne **treści reklamowe** mogą nie zainteresować młodych odbiorców. Oczekują oni nie tylko chwytliwych sloganów, lecz także ciekawych rozwiązań.

**Jak więc napisać tekst reklamowy?**

Stworzenie dobrego tekstu reklamowego dla dobrego marketingowca nie jest trudne. Bardzo ważne jest, by treści reklamowe miały spójny przekaz, były konsekwentne i zawierały myśl przewodnią. Warto zadbać, by hasło reklamowe było w pewnym sensie słowną kreacją. Stworzenie takiego ciekawego i wyjątkowego hasła powinno być priorytetem. Efektywny slogan reklamowy ma ogromny wpływ na korzyści osiągane przez markę. Niestety okazuje się, że nie każdy copywriter czy marketingowiec ma umiejętność tworzenia takich tekstów. Trzeba dysponować nie tylko bogatym słownictwem, lecz także doświadczeniem i dobrze znać rynek. Trudnym zadaniem dla osoby tworzącej *treści reklamowe* jest pogodzenie potrzeb zleceniodawcy z potrzebami grupy docelowej – zarówno jedne, jak i drugie są całkiem inne, często odmienne.

Tworząc [treści reklamowe](https://pasja-pisania.pl/) dla młodej grupy odbiorców, warto zaprezentować dokładnie korzyści. Im więcej produkt/usługa są w stanie dać Klientowi, tym większe szanse na osiągnięcie korzyści z takiej reklamy. Im więcej produkt daje, tym wyższa jest jego cena. To właśnie dużo zysków/korzyści jest w stanie przekonać Klientów do zakupu danego produktu. Sam sposób napisania tekstu reklamowego jest ważny, jednak równie ważny jest sposób, w jaki trafi on do młodych odbiorców.

**Jak dotrzeć do młodych odbiorców?**

Sposobów na dotarcie do młodych odbiorców jest wiele, jednak ostatnimi czasy największą popularnością cieszą się reklamy na Facebooku. Dają one ogromną szansę na dotarcie do odbiorców, do których naprawdę chcemy trafić. Odpowiednie ustawienie upodobań i zainteresowań sprawia, że wyświetlają im się tylko reklamy produktów, którymi są zainteresowani. Spore szanse na dobranie grupy docelowej pod kątem reklamy możemy również uzyskać za pomocą AdWords. Usługa ta proponuje wyświetlanie reklam w określonych przez nas lokalizacjach. Pozwala nam to wyświetlić **treści reklamowe** osobom pochodzącym z danego województwa, danej miejscowości.

Skorzystanie z takich rozwiązań pomoże Ci uniknąć skierowania Twojej oferty do wszystkich. Skierowanie oferty do wszystkich jest najgorszym z możliwych rozwiązań. Możesz swoje treści reklamowe adresować do bardzo szerokiej grupy docelowej, ale nie możesz ich skierować do wszystkich. Pamiętaj, że lepiej trafić z reklamą do 100 osób i osiągnąć sukces, niż trafić do 1000 osób i nie sprzedać nic.

Jak widzisz, samo tworzenie dobrej treści reklamowej jest niewystarczające. Młodzi ludzie oczekują kreatywnych rozwiązań, ciekawych chwytów, ale przede wszystkim ofert dopasowanych do ich potrzeb, dających prawdziwe korzyści. Dla nich puste słowa o możliwych zyskach nic nie znaczą.