

Férfiasítható-e egy szöveg?



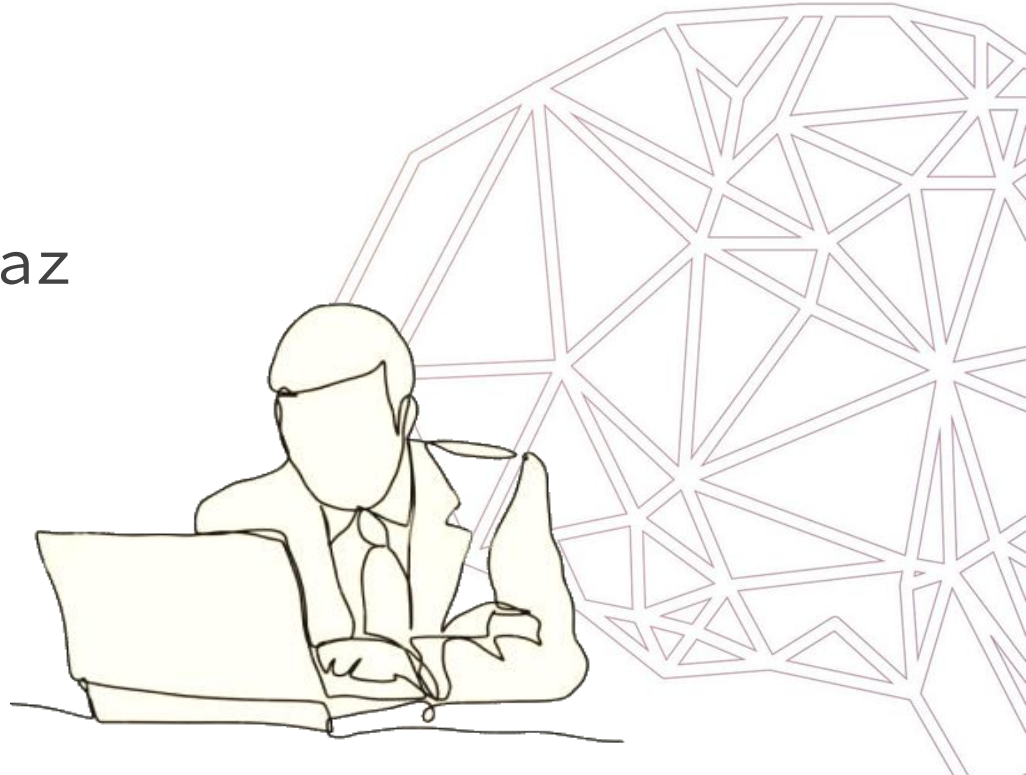
Sikeres marketing üzenetek titka férfi célcsoportra

Nun Monika copywriter - Digital Neuron

A világ egyik legértékesebb képessége, hogy a szavakat
pénzre lehet fordítani.

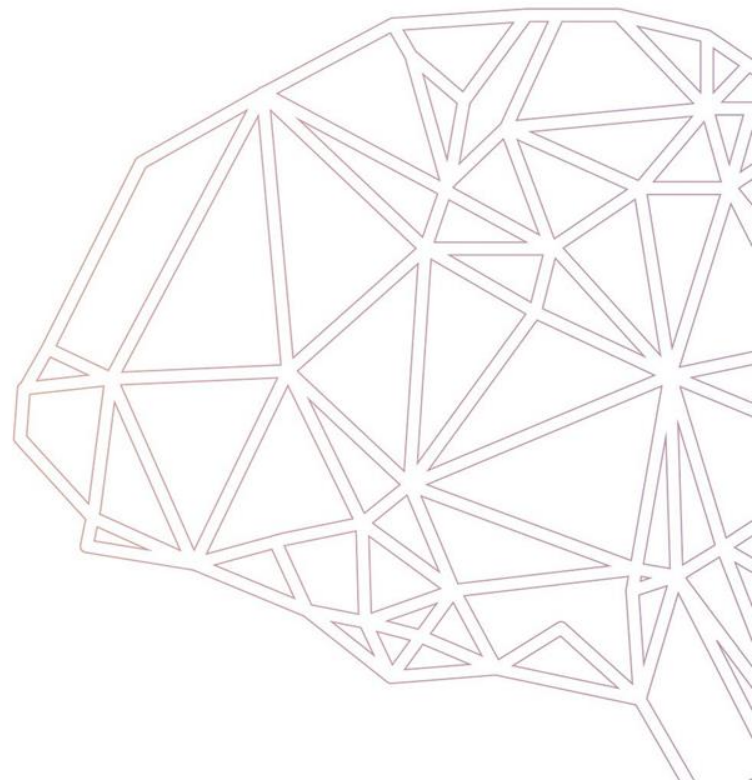
A vevő nem a céghez
hűséges, hanem ahhoz az
értékhez, amit a cég
közvetít.

De van-e külön, csak
férfias érték?



Férfi mint szűrőfeltétel, a buyer persona alkotás egyik eleme

- Életkor, lakhely, pozíció/szakma
- Milyen helyzetben, hol van?
- Mi a motivációja?
- Mi a félelme, elvárása?
- Mire adunk megoldást?
- Mi számára az érték?



Az érzelmi hatást másképp válthatjuk ki

Férfi célcsoportnak szánt szöveg: egyszerűbb és közvetlenebb, bár nem mindig rövid.

A **női** célcsoportra szabott szöveg több kontextust és absztrakt képet tartalmazhat.

Teljesen másképp mutatják be ugyanazt az embert,

márkát, terméket, szolgáltatást...

Nőiesebb szöveg

Érzelmek, szubjektívitás

Ismerem őt, Tamás
intelligens, szorgalmas,
meglehetősen közkedvelt
és szerintem valóban
éleslátó.

Férfiasabb szöveg

Tények és cselekedetek

Tamás sikeres céget
alapított, népszerű
blogot hozott létre, és
tehetséges csapatot
vezet.

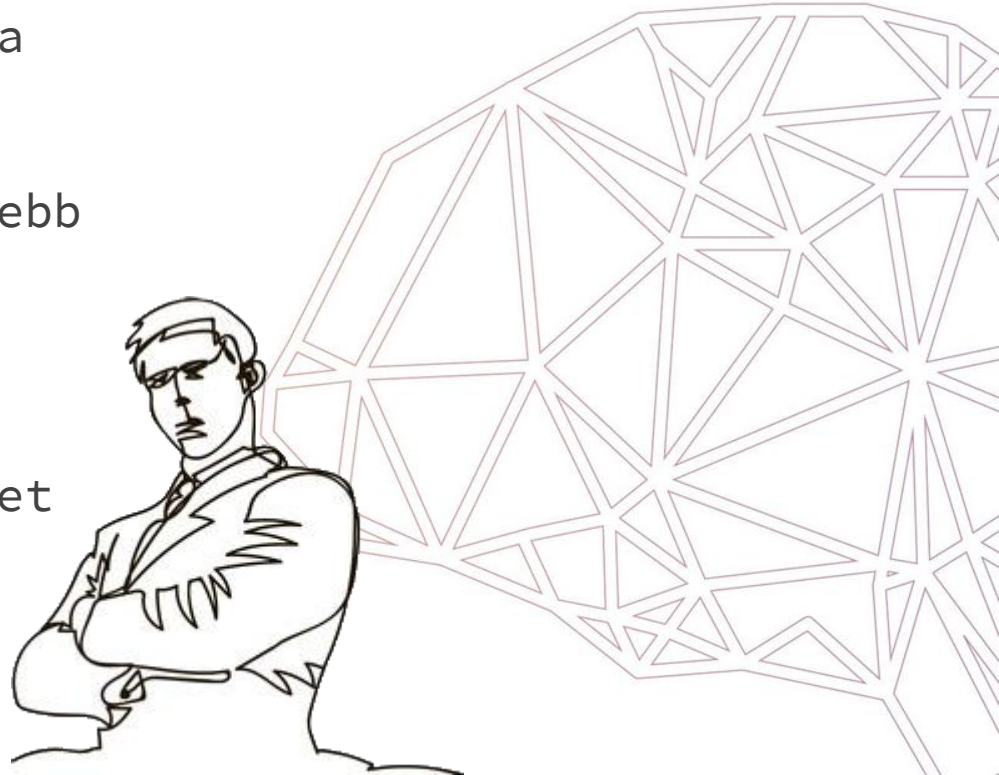
A férfi szava az ige

Férfi szövegben az igék hatása erősebb, mint a mellékneveké.

Az igék specifikusak és nehezebb figyelmen kívül hagyni őket

Devalválódás:

mindenki ugyanazokat a jelzőket koptatja le, de igtét nehezebb unalmassá tenni.

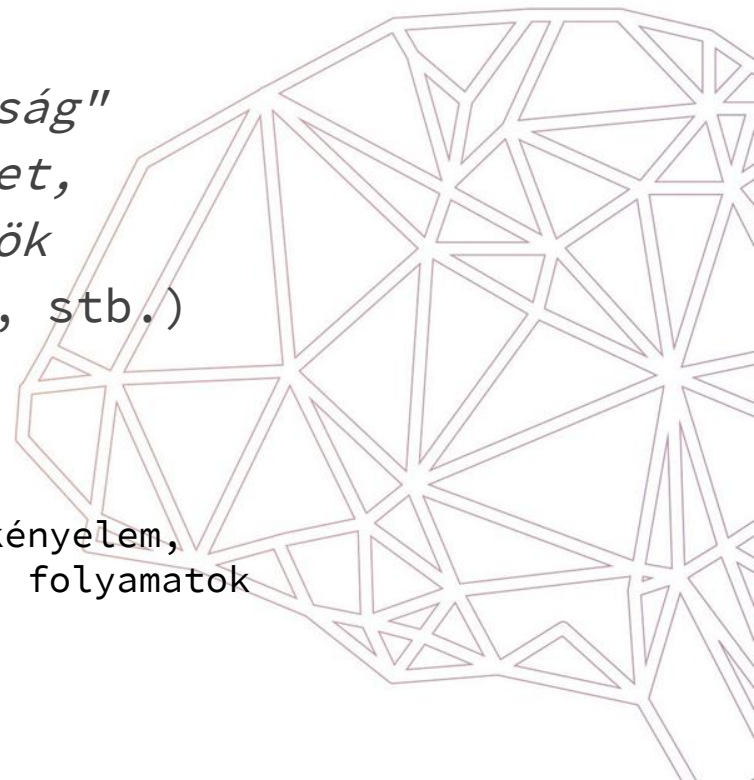


Letisztult, sallangmentes szöveg

Három eltérés a nőkhöz képest:

1. motiváltság vezető pozícióra *"alfaság"*
2. nagyobb termék *"ugyanannyiért többet, nagyobbat, jobbat"* - *fizikai előnyök*
3. Több konkrétum (adat, teljesítmény, stb.)

(Hasonló okok: idő- és pénzspórolás, gyorsaság, kényelem, jóléretesültség, védelem, élvezet, baj elkerülése, folyamatok kézben tartása, stb...)

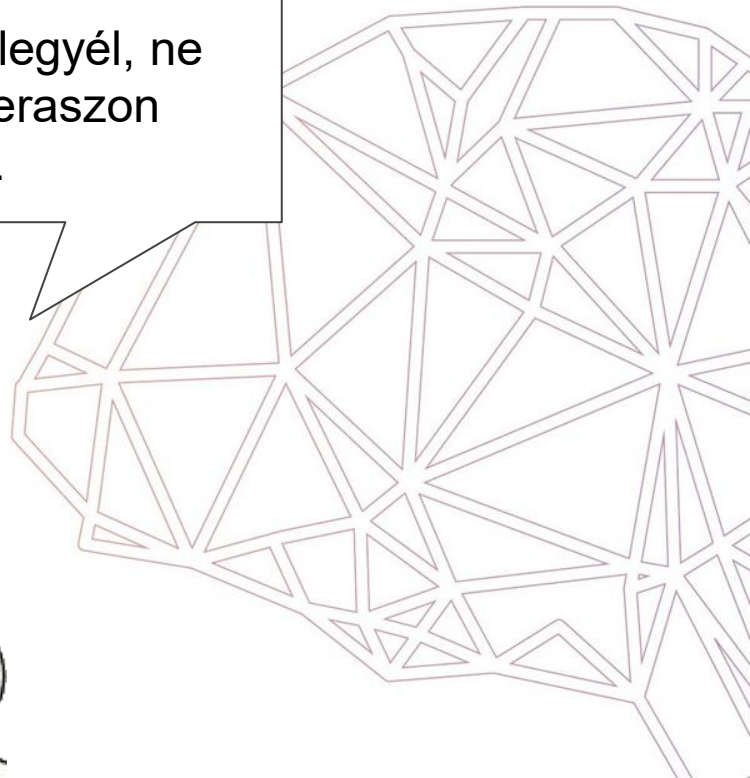


A belső címkék hatása valamivel erősebb a férfiaknál

... csak az igazi Audisok tudják, hogy...

Pitmaster legyél, ne hobbiból teraszon sütögető...

...vadász vagyok, nem kocapuskás....



Összefoglalás

Férfasítható az írás az alábbi elemekkel:

- letisztultabb szöveg érzelmesen, de nem érzelgősen
- Hatásos címsorok igékkel
 - Konkrétumok
- Vezető/kompetens pozíció egy csoportban



Nun Monika – Vevőül beszélünk





Central
Insights

MEN POWERING

