

THE POWER OF WORDS: HOW TO CRAFT BRAND CONTENT THAT STANDS OUT AND RESONATES

DORIAN ILIE
FOREVER SUMMER

SAU CUM SĂ SCRII SĂ
ÎNȚELEAGĂ
(ȘI SĂ-I PLACĂ) ȘI LU'
MAMAIE?



FOREVER SUMMER



Scroll to start



SPUNE-MI CE CITEȘTI CA SĂ-ȚI ZIC
CINE EȘTI



ÎNCEPEM DESIGUR CU ÎNTREBĂRI

ce așteptări ai de la acest seminar?

cum ți se pare scriitura publicitară și de comunicare în România?

ce crezi că înseamnă să scrii bine în comunicare și publicitate?

dar în general?

cum arată o scriitură nu tocmai grozavă?



DE CE SĂ SCRII BINE?

CA SĂ TRANSMIȚI O INFORMAȚIE

ca să creezi un comportament

Ca să atragi, să convingi, să vinzi

CA SĂ TREZEȘTI O **EMOȚIE** ÎN RÂNDUL CITITORILOR, FIE EI CLIEȚI, POTENȚIALI CLIEȚI, ANGAJAȚI, PARTENERI, JURNALIȘTI, INFLUENCERI, MAMA, TATA, BUNICA, COPILUL :)

impactul emoțional îi face pe oameni să se conecteze cu brandul/compania

când se creează o conexiune oameni simt că brandul respectiv le este alături și le poate rezolva problemele

CUM ARATĂ O SCRIITURĂ BUNĂ? (I)

rezolvă o problemă sau o nevoie a clientului sau a potențialului client

prezintă beneficiile (raționale și emoționale) ale produsului, serviciului, brandului

se concentrează și se adaptează specificului publicului țintă

folosește un stil oral, conversațional

utilizează umorul (ideal)

CUM ARATĂ O SCRIITURĂ BUNĂ? (II)

folosește vocea (diateza) activă

are titluri atrăgătoare și interesante

este simplu, clar, concis, precis

urmează modelul AIDA Atenție, Interes, Dorință și Acțiune

este persuasivă, la final pari mai lămurit/convins

CUM ARATĂ O SCRIITURĂ BUNĂ? (III)

are o structură narativă: adică spune o poveste (simplă sau complexă)

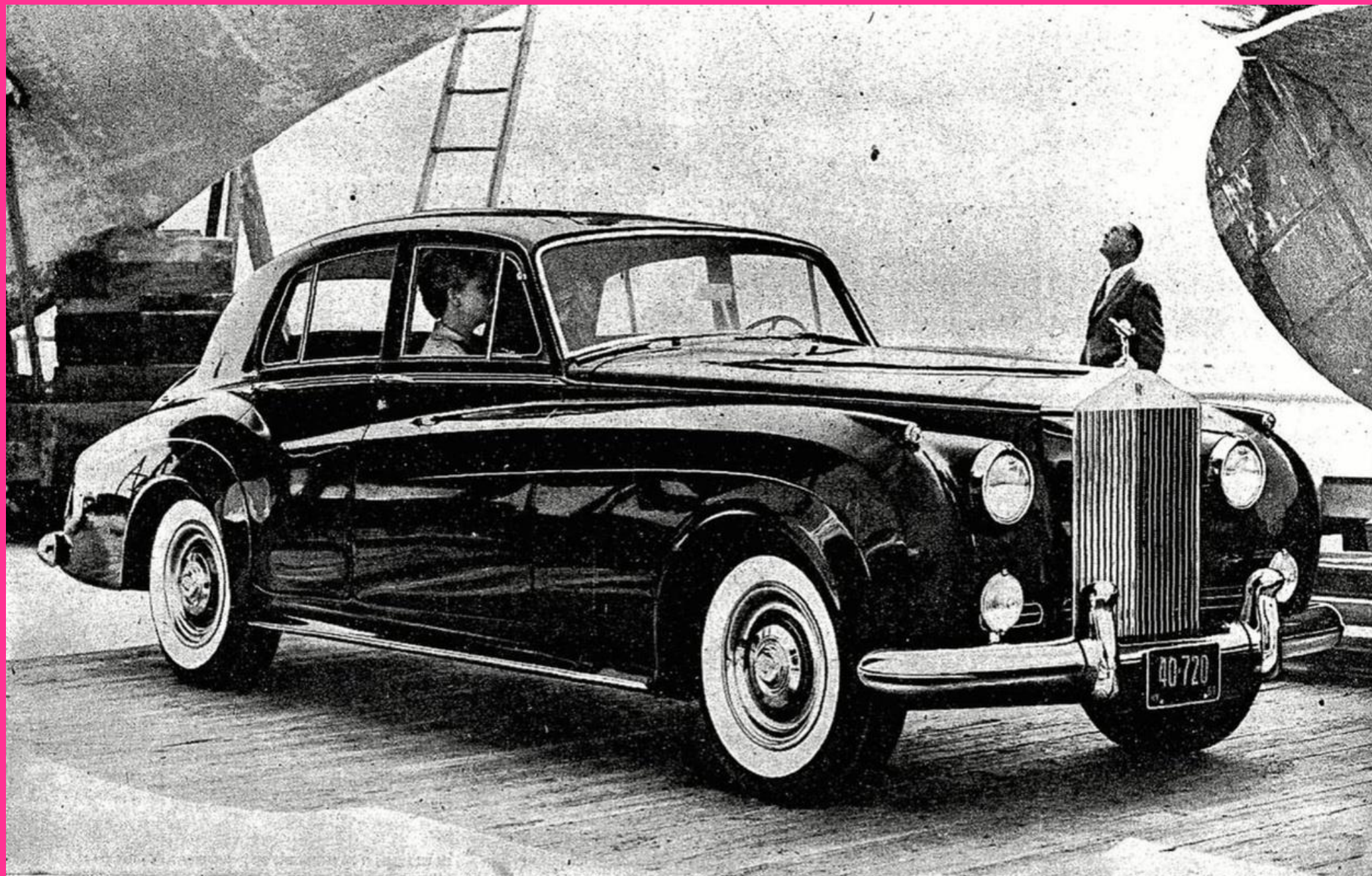
are un îndemn clar la acțiune

are un TOV (ton of voice) adaptat personalității brandului, companiei sau organizației

simți că ești acolo în poveste alături de autor

crează o emoție (ideal pozitivă)

folosește analogii pentru teme complexe



The Rolls-Royce Silver Cloud II—\$15,655 P. O. E. (Slightly higher in Alaska and Hawaii.)

“At 60 miles an hour the loudest noise in this new Rolls-Royce comes from the electric clock”

What makes Rolls-Royce the best car in the world? “There is really no magic about it—it is merely patient attention to detail,” says an eminent Rolls-Royce engineer.

1. “At 60 miles an hour the loudest noise comes from the electric clock,” reports the Technical Editor of THE MOTOR. The silence inside the car is uncanny. Three exhaust mufflers tune out sound frequencies—acoustically.

2. Every Rolls-Royce engine is run for four hours at full throttle before installation, and each car is extensively test-driven over varying road surfaces. Every Rolls-Royce has its “History Book”—an eleven-page

5. The new eight-cylinder aluminium engine is even more powerful than the previous six-cylinder unit, yet it weighs ten pounds less. It accelerates from zero to 60 miles an hour in 11.4 seconds. (ROAD AND TRACK test report.)

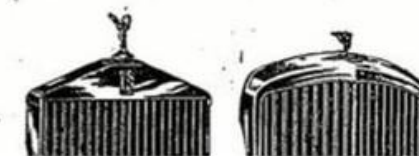
6. The coachwork is given as many as nine coats of finishing paint—hand rubbed.

7. Every Rolls-Royce takes the “Monsoon Test.” Windows are rolled up and the car is rained with water

12. The engine cooling fan is lopsided. Its five blades are unequally spaced and pitched to take thick and thin slices of air. Thus it does its work in a whisper. The company goes to fantastic lengths to ensure peace and quiet for the occupants of the car.

13. There are three independent brake linkages. The Rolls-Royce is a very safe car—and also a very responsive and lively car. It cruises serenely at eighty-five. Top speed is in excess of 100 m.p.h.

The Bentley costs \$300 less, because its radiator is simpler to make. People who feel diffident about driving a Rolls-Royce can buy a Bentley.



CUM ARATĂ O SCRITURĂ NU AȘA BUNĂ? (EUFEMISTIC VORBIND) (I)

dacă îl citești lu' mamaie nu înțelege nimic

nu se adaptează la publicul țintă

nu rezolvă nicio problemă sau nevoie

ton nepotrivit față de personalitatea brandului

folosește clișee și generalizări

CUM ARATĂ O SCRITURĂ NU AȘA BUNĂ? (EUFEMISTIC VORBIND) (II)

folosește mult jargon și buzzwords

titlurile nu sunt interesante și nici atrăgătoare

propoziții lungi

este prea formal și rigid în exprimare

exces de adjective

exprimare vagă, vorbe goale, limbă de lemn



TOTUȘI...

nu putem fi întotdeauna 100% originali, creativi, interesanți

și asta e ok!

uneori avem nevoie doar să transmitem **simplic, clar, concis, coerent** o informație și nimic mai mult

dar atunci când e cazul putem alege ca scriitura noastră să fie **atrăgătoare, captivantă, interesantă**

LIMBA DE LEMN

Desemnare calificativă, evaluativă, conotativă, a limbajelor considerate ca excesiv birocratizate, puternic clișeizate, cu un vocabular sărac și repetitiv

Limba de lemn este lipsită de substanță și conținut

Cum recunoaștem limba de lemn în comunicare/publicitate?

substantive și adjective în exces

verbe puține


propoziții lungi

impersonalitate

imperative și conjunctive

prezența vagului și clișeului

eufemizare

A middle-aged man with a receding hairline, glasses, and a grey goatee is shown from the chest up. He is wearing a dark suit jacket over a light blue collared shirt. He is gesturing with his hands as if speaking. The background is a blurred green wall with a red wall to the right. A white text box is overlaid at the bottom of the frame.

Adjectives are things that allow
writers to be lazy sometimes.

AŞA MAI PUŢIN

DA

Articol publicitar

AQUA Carpatica și Untold 2025: O fuziune epică de hidratare și euforie muzicală pe meleaguri românești

ADH



Publicat: 11.02.2025 11:12

După succesul răsunător al parteneriatului Untold Dubai 2024, AQUA Carpatica își aduce experiența internațională acasă.



experiență senzorială completă, unde ritmurile electrizante se vor îmbina perfect cu prospețimea hidratantă AQUA Carpatica.

Festivalul, ce va avea loc între 7-10 august 2025 la Cluj Napoca, va marca o reîntoarcere specială a AQUA Carpatica pe scena marilor evenimente muzicale din România, aducând cu sine inovații și experiențe inspirate din aventura globală, iar cel mai potrivit loc este Untold, într-un moment aniversar.

Parteneriatul AQUA Carpatica - Untold X 2025 se anunță a fi nu doar o sărbătoare a muzicii, ci o celebrare a creativității, a naturii și a spiritului românesc, promițând să ridice ștacheta evenimentelor festivaliere la un nou nivel de excelență și inovație, iar pentru noi, AQUA Carpatica reprezintă o platformă deosebit de fertilă de a ne conecta cu generațiile viitoare, într-un mediu pe care îl iubesc și pe care îl așteaptă.

Parteneriatul promite o experiență specială, unică, ce are la bază valorile comune, pe de o parte inovația și sustenabilitatea (zone de hidratare speciale), nevoia de conectare cu noile generații (activări special dedicate), promovarea spiritului autohton în context internațional (zone tematice inspirate din valorile noastre naturale), o nouă dimensiune a experienței festivaliere care încurajează la regăsirea și exprimarea de sine.

Prin acest parteneriat, AQUA Carpatica se consolidează ca brand inovator, conectat la valorile și aspirațiile noii generații, iar Untold devine nu doar un festival de muzică, ci și o platformă de promovare a unui stil de viață sănătos, sustenabil și autentic românesc. Colaborarea vizează să ofere participanților o experiență completă, îmbinând entertainment-ul cu grija pentru sănătate în timpul celor patru zile de festival.

Untold X promite să fie cea mai mare ediție a festivalului, cu un program impresionant care include nume mari precum Post Malone, Becky Hill, Rag'n'Bone Man, Martin Garrix, Armin Van Buuren și multe altele, din care AQUA Carpatica nu putea să lipsească, oferind participanților apă minerală naturală, de cea mai înaltă calitate, pentru a-și menține energia și hidratarea în timpul

Casa Gustului la PENNY: Gustul autentic românesc, la un preț corect

ADH

1 live    

Publicat: 19.02.2025 10:03

Descoperă gama largă de mezeluri și conserve din carne, ideale pentru întreaga familie, disponibile acum în magazinele PENNY



La PENNY găsești un sortiment variat de produse ce reflectă gusturile românești, sub marca proprie Casa Gustului. Mezeluri, cârnați și conserve cu carne sunt preparate din ingrediente de calitate, la prețuri accesibile.

Casa Gustului la PENNY - Gustul autentic românesc

Fiecare produs **Casa Gustului** este realizat cu ingrediente atent selecționate, oferind un gust familiar, perfect pentru orice ocazie. De la un mic dejun rapid și delicios, la sandvișuri pentru copii sau o gustare rapidă, produsele Casa Gustului sunt alegerea ideală pentru întreaga familie. Gama include produse precum cârnați, crenvurști, salam și conserve cu carne. Toate reunesc tradiția gusturilor românești într-o formă modernă.

Medalia de Aur pentru Lebăr 220g: o confirmare a calității

Unul dintre produsele emblematice ale mărcii Casa Gustului, Lebăr 220g, a obținut Medalia de Aur la Concursul Național de Salamuri și Mezeluri 2024, organizat de Federația Națională a Degustătorilor Autorizați (FNDA), în colaborare cu ONAS – Organizzazione Nazionale Assaggiatori Salumi din Italia. Evenimentul a avut loc în noiembrie 2024, la Iași, și a reunit experți din industrie și degustători de renume din domeniu.

Această recunoaștere internațională subliniază angajamentul PENNY de a oferi produse de calitate, care reflectă gustul autentic românesc. Până pe 25 februarie, Lebăr 220g este disponibil la un preț special, oferindu-le consumatorilor ocazia de a gusta un produs premiat, la un raport excelent calitate-preț.

Produse locale, gusturi românești

Fiecare produs Casa Gustului aduce în farfurie gustul tradițional românesc. Indiferent dacă îți dorești să pregătești o masă rapidă pentru întreaga familie sau să te bucuri de un gust familiar și savuros, produsele Casa Gustului sunt alegerea ideală. Disponibile într-o ofertă extinsă, acestea oferă calitate superioară la un preț corect, aducând gustul autentic românesc aproape de tine.

Acest articol a fost realizat cu sprijinul PENNY.

AŞA DA

Hypnosaur: Am creat acest gen, Jurassic Punk, pentru că nu aveam idee cum să răspundem ori de câte ori cineva ne întreba „ce cântați?”

20 Feb., 12:00 PM • SpotLight • Andrei Hategan

Share Like Share



De când nu ai mai ascultat o trupă a cărei univers să fie dominat de dinozauri, extraterestri, video games și scenarii apocaliptice? Și care să cânte un gen aparte - Jurassic Punk, un fel de rock and roll cu tentă scandinavă. Bine ai venit în lumea **Hypnosaur** - un grup polonez care aterizează direct din Varșovia pe pământ românesc în luna martie. Au un nou EP lansat - *Undead Invaders Born to Die in a Maze* - și abia așteaptă să-l împărtășească publicului de la noi.

SMARK CONTINUT Servicii Index Job-uri

Libris.ro: Tinerii citesc dragostea, în română și în engleză, inspirați de trendurile online. 8 din 10 cărți alese de generația Z sunt povești de dragoste

14 Feb., 12:31 PM • Update • Zacke PR

Share Like Share



Loredana Tudor, Marketing Manager Libris

Platformele de social media transformă radical felul în care tinerii aleg ce să citească. Fenomenul BookTok, care domină TikTok-ul cu recomandări literare virale, a redefinit bestseller-urile ultimilor ani, iar datele Libris, librărie de referință pe piața din România, confirmă această tendință: tinerii citesc cărți de dragoste, în română sau engleză, inspirați de trendurile online.

Un nou jet peste România

acum 2 ore



foto: Vadim Ghirda / AP / Profimedia

Frații Tate au plecat în această dimineață din România cu un jet privat cu destinația Florida.

Celor doi li s-a ridicat restricția de a părăsi țara.

Administrația Trump i-a cerut pe cei doi frați, anchetați în România pentru viol și trafic de persoane, iar România s-a conformat.

Trimisul special al lui Trump, Richard Grenell, a intervenit direct la ministrul de Externe Emil Hurezeanu pentru frații Tate. După



Loredana Voiculescu

Editor

Distribuie

 Distribuie 14

A mers la un banal control de Medicina Muncii, iar asta i-a salvat viața. „Un astfel de anevrism ține luni, poate ani, dar există oricând riscul ca, pur și simplu când nu faci nimic, să se spargă”

ieri la ora 06



CU CE RĂMÂNEM?

de ce scriu și pentru cine scriu?

trezește vreo emoție ce am scris? dacă da, care?

sunt clar, concis, coerent, simplu în ce am vrut să scriu?

vorbesc vorbe goale, scriu doar ca să umplu pagina sau din contra?

oare folosesc prea multe adjective?

sunt creativ, folosesc analogii ca să explic ceva complex?

e *cringe* ce am scris?

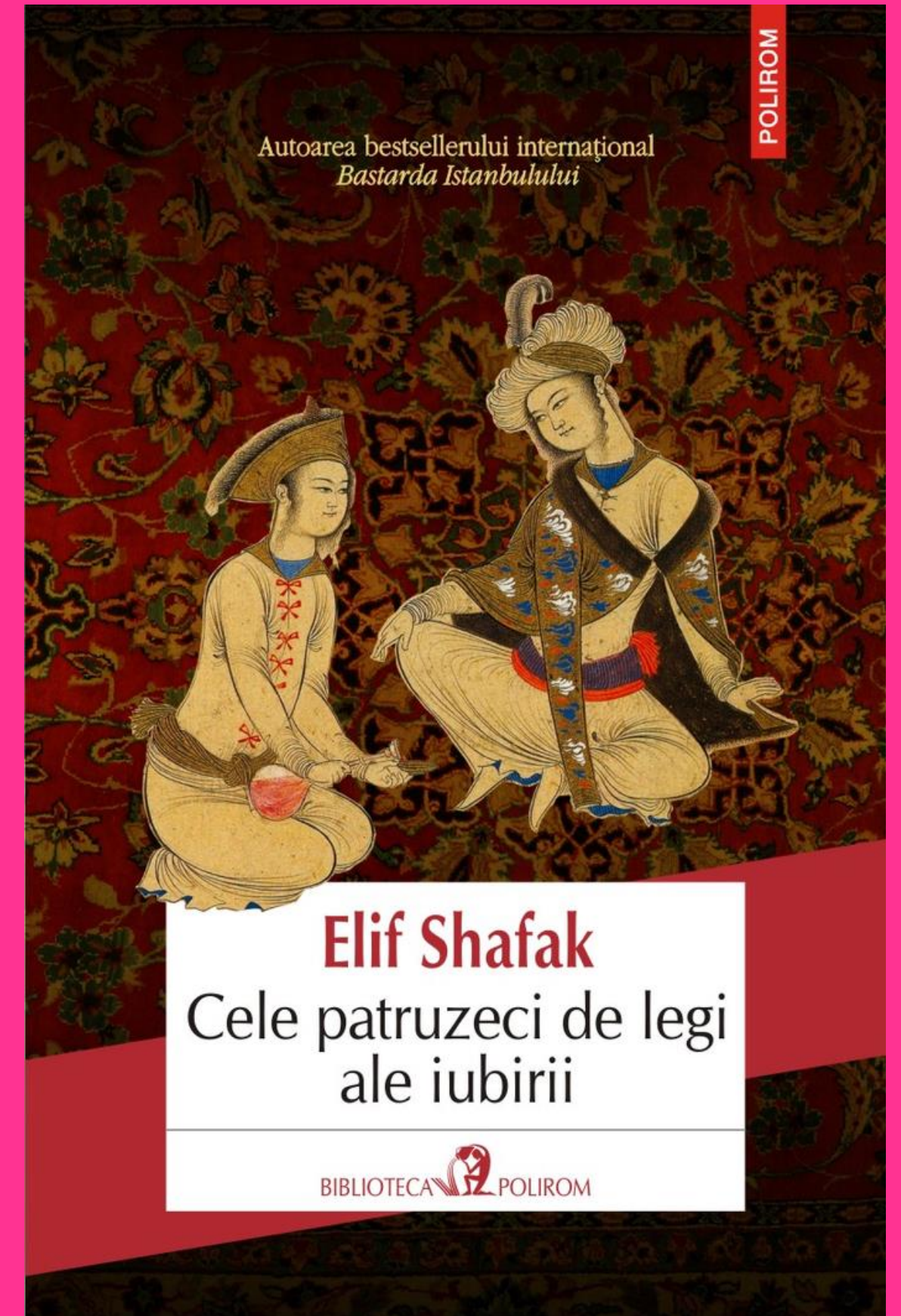
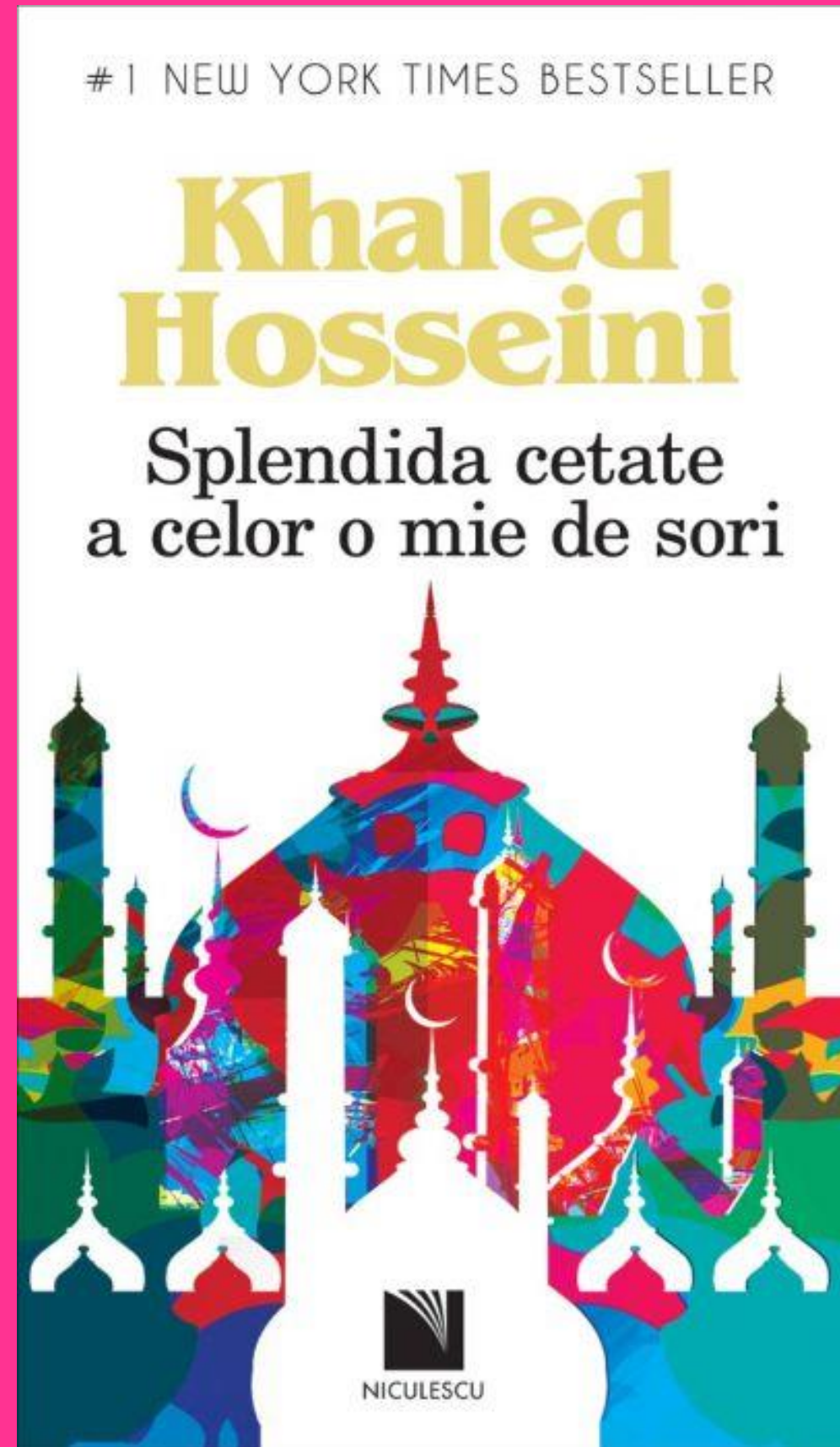
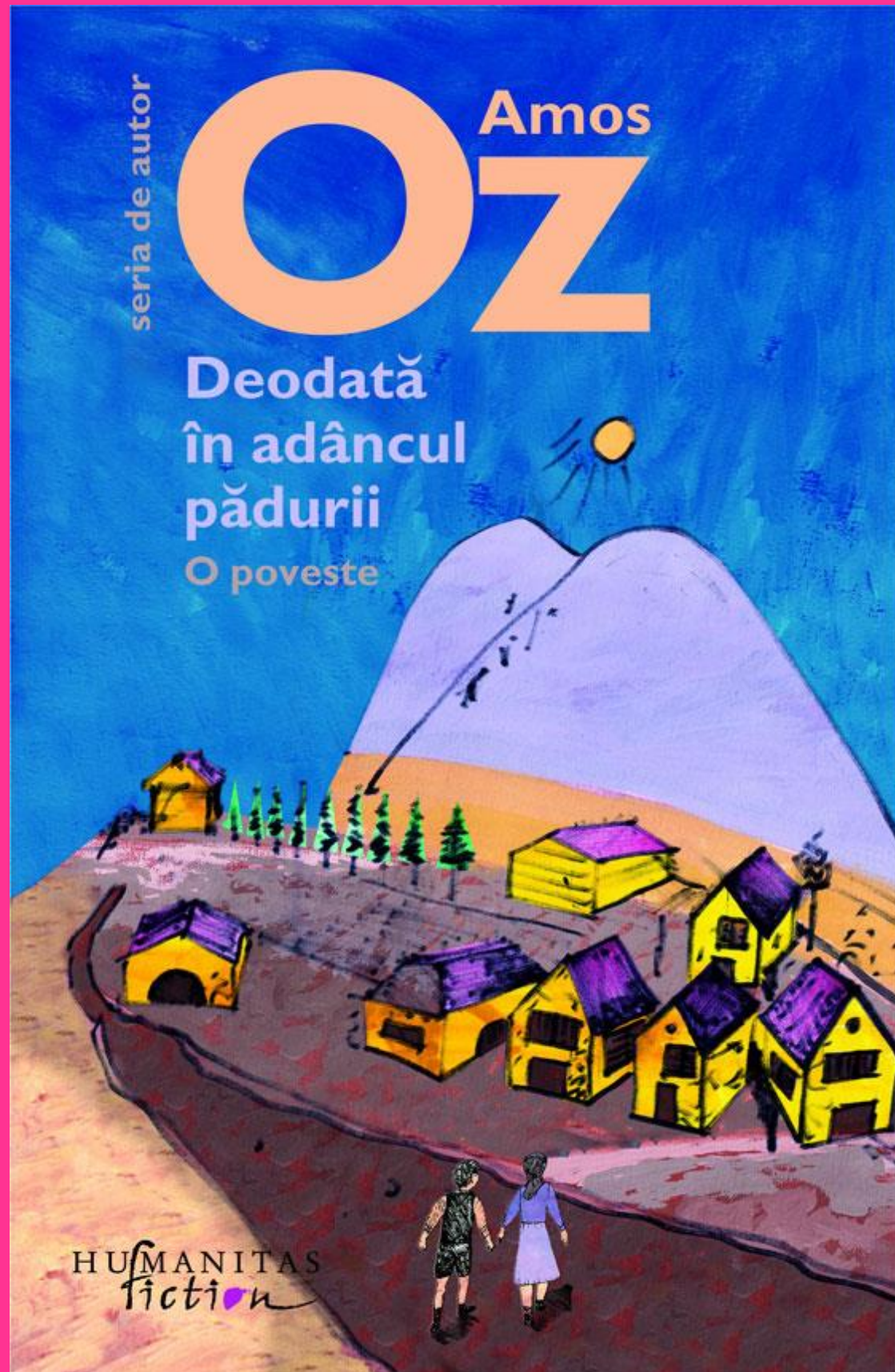
încerc să nu folosesc limba de lemn?

TEMĂ RAPIDĂ

Scrie un text de maxim două paragrafe prin care promovezi pe social media filmul tău preferat care va apărea săptămâna viitoare în cinematografe. Trebuie să atragi oamenii să-l vadă.

Scrie un text de maxim două paragrafe prin care promovezi pe social media mâncarea ta preferată de la noul tău restaurant. Trebuie să atragi oamenii să vină să mănânce la restaurantul tău.

Timp de lucru: 5 minute



MULȚUMESC!

ne găsiți pe www.foreversummer.agency

iar pe mine pe LinkedIn: Dorian Ilie
și Instagram: dorianilie

Spor la scris, dar și la cafeluță!