



Queen  
of words

# BRAND VOICE MANUÁL

[ QUEEN OF WORDS ]

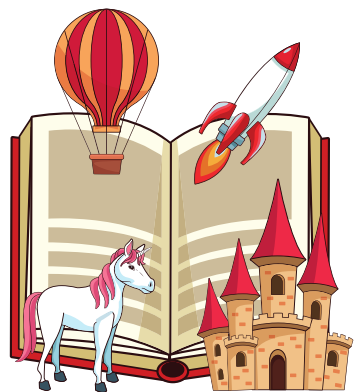


## Důvěřuj síle svého příběhu

Píšu texty, které čtenáře osloví, protože mluví přímo k nim. Skládají se z příběhů, protože příběh ve vás zůstane, ať se stane cokoliv. Nabízím netradiční marketingová řešení založená na superschopnosti psychologie a empatie a pomáhám firmám a freelancerům plnit skryté touhy jejich zákazníků. Protože takový zákazník se vrátí a zůstane jim věrný až za suchý zip své peněženky.

# MOJE HODNOTY



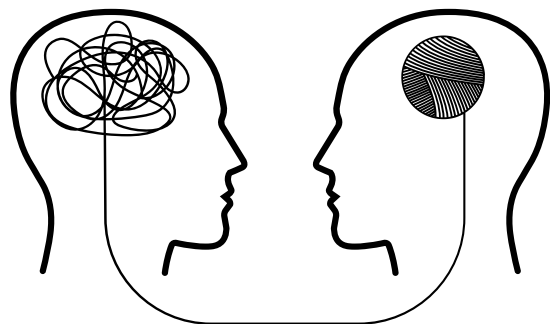


# PŘÍBĚH

## Příběh přetrvá, ať se stane cokoliv.

Příkazy a zákazy se zapomenou. Poučení z příběhu přetrvá celý život. Příběhy udrží pozornost čtenáře až do konce; příběhy v nich vzbudí vzpomínky; příběhy probouzí emoce.

Ať píšu jakýkoliv text, vkládám příběh, kde to jde. Někdy stačí pár vět, aby se příběh rozezněl v hlavě čtenáře sám. Aby si to představil, aby zatoužil, aby pochopil, že tohle chce.



# PSYCHOLOGIE

## Psychologie je superschopnost.

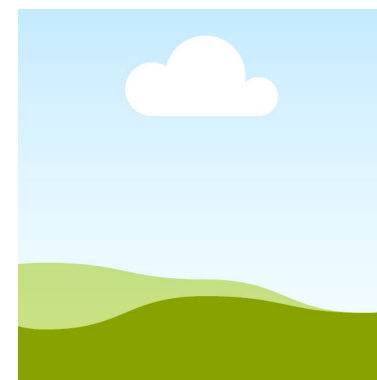
Mnohá naše rozhodnutí se tvoří v nevědomí a v podvědomí. Ženou nás emoce, které si neuvědomujeme, spouštěče, o kterých nevíme, stereotypy, které nechápeme. Psychologové desítky let bádají v labyrintu lidské mysli a přinášejí nové a nové poznatky. Empatie a psychologie jsou nejlepší zbraní, kterou můžeme využít k plnění snů našich zákazníků. Nebo k manipulaci. Ale já volím to první.

# ZÁKAZNÍK

## Protože zákazník je taky člověk.

Reklama je tu od toho, aby lidem pomáhala. Aby jim nabídla to, co chtějí, a ukázala to, po čem touží, i když to třeba nevěděli. Zákazník je myslící lidská bytost. Nenechá se oblbnout o nic snáz než vy. Ovšem můžete ho poštouchnout, když mu rozumíte. Klíč k vašemu úspěchu leží v mysli zákazníka.

Ale protože je to taky člověk, nepřecházejme na temnou stranu, nelžeme mu a nechme rozhodnutí na něm. Jinak nám to spočítá do poslední koruny, kterou nám nedá.



# OTEVŘENÁ MYSL

**Život se do učebnice nevejde, tak ji zavřete.**

Dnešní zákazníci už to všechno znají. Mají plné zuby reklam a hnusí se jim texty, které za přečtení nestojí. Za každým kliknutím očekávají chyták, za každou slevou zradu. Jsou tak ostražití, že vám neuvěří ani tehdy, když jim chcete fakt pomoci. Musíte na to jít jinak, musíte je překvapit.



# MOJE MISE

Moje mise je udělat ze stoky internetu zase čistou řeku. Vybrat z ní nánosy manipulace a předvídatelných triků. Zaplnit ji barevnými oblázkami skutečných příběhů, dodat jí třpyt empatie, sledovat občas vyskočit zlatou rybkou, která vyvolá úsměv, protože je nová a neokoukaná.

Proto protkávám své texty příběhy a symboly starými jako lidstvo samo a díky superschopnosti psychologie přesvědčování je zaměřuji přesně na cíl.

Chci vytvořit svět, kde lidé věří tomu, co čtou. Svět, kde reklama neotravuje, ale pomáhá zákazníkům najít přesně to, co potřebují a po čem touží.

**KDO  
JSEM**





# KDO JSEM

## S čím zápasím

- Bolí mě, když vidím značky a freelancery prodávat sebe nebo své produkty pod cenou, protože nevyužívají skutečnou sílu psychologie.
- Vadí mi ohrané manipulativní techniky, které se zákazníci jednají jako s hlupáky a jen v nich vyvolávají nedůvěru ke všemu, co vidí na internetu.
- Je mi líto, že lidé rezignují na pochopení nejmocnějšího nástroje, který existuje – lidské mysli, ať už cizí nebo své vlastní.

# KDO JSEM

## Čeho chci docílit

- Přesvědčím vás, jaká síla se skrývá v chytrém marketingu založeném na lidské psychologii, empatii a moci příběhů
- Stále připomínám, abychom se k zákazníkům chovali jako k myslícím lidským bytostem, ne jako k číslům v analytikách.
- Chci inspirovat lidi, aby mysleli jinak a nebáli se vykročit na neprošlapané cesty.

# KDO JSEM



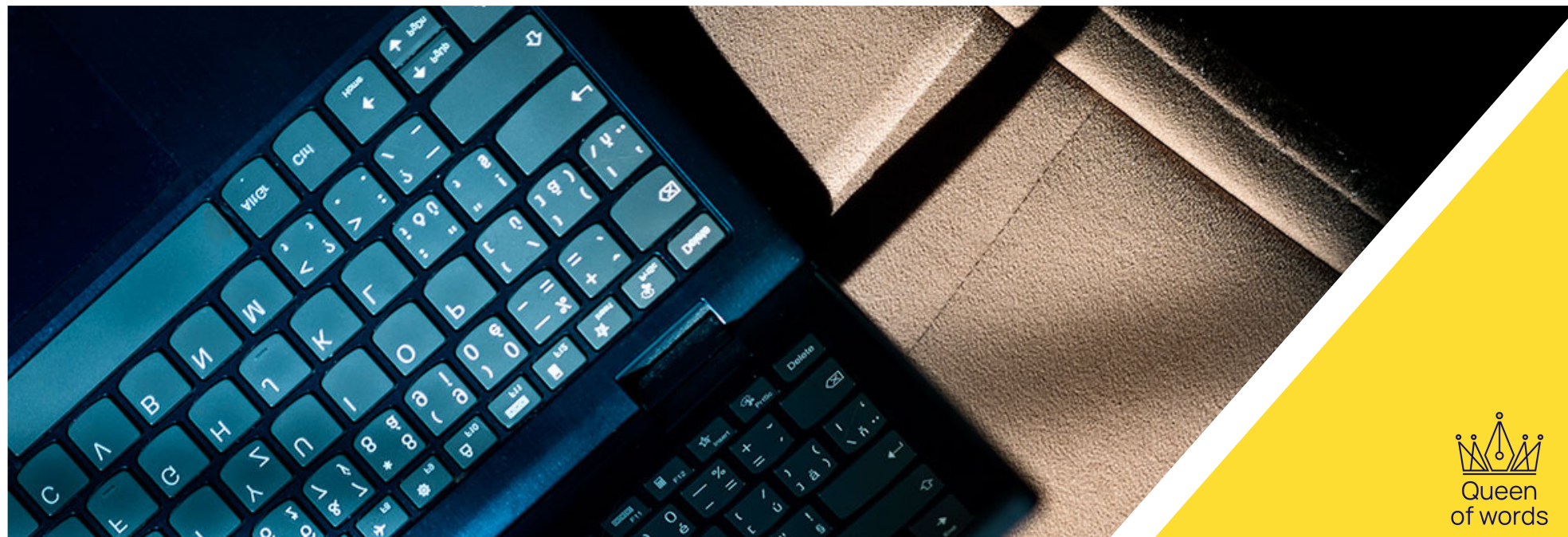
## Queen of Words

Jsem Queen of Words a ze všeho nejvíc si cením empatie.

Vymezuji se proti manipulativním technikám, které už všichni znají, a marketingu, který rezignoval na superschopnost psychologie. Snažím se vytvořit svět, ve kterém značky a firmy znovu získají důvěru svých zákazníků a kde jejich výdělek odpovídá hodnotě jejich skvělých produktů a služeb.

# CO DĚLÁM

Píšu marketingové texty, tvořím identitu značky a nabízím neobvyklá marketingová řešení značkám a firmám, které se chtějí spojit se svým ideálním zákazníkem a vysvětlit mu hodnotu svých vynikajících produktů a služeb. Potom mohou změnit život svých zákazníků k lepšímu.



# PŘÍBĚH ZNAČKY

# SNY SE PLNÍ ... BOHUŽEL



V roce 2019 jsem dosáhla své vysněné mety- doktorátu z historie.

Hřála jsem se na vlnách obdivu, co všechno matka dvou dětí dokáže. Učit na univerzitě, bádát, publikovat, psát blog a teď titul.

Ale něco bylo špatně.

Palčivě jsem si uvědomovala, že dál, než k získání titulu moje plány nikdy nesahaly.

Hra skončila. Přišel čas najít si jako historička práci, což samo o sobě nebylo snadné. Ale poprvé v životě jsem měla čas zastavit se a ptát se sama sebe, jestli to chci.

Opravdu chci být vědkyně?

Mám vůbec na to?

Ale copak může člověk změnit cestu, po které tolik let s ohromným nasazením šel?

Jenže pak přišel rok 2020, který ukázal všem, že změnit se může všechno a klidně přes noc.



Zatímco celý svět v roce 2020 zjišťoval, že nic není samozřejmé, musela jsem se jako ostatní kolem učit nové věci. Učit online, vytvářet online materiály. Založila jsem nový blog a zjistila, že internet nabízí kreativním duším spoustu možností. Našla jsem copywriting a pochopila, že spisovatel nemusí dříť bídu, jak jsem si doposavad myslela. Napsala jsem nějaké články, většinou zdarma, abych si vytvořila portfolio. Založila jsem další blog, našla několik placených zakázek a začala s online podnikáním.

Ale stále jsem se nedokázala akademické kariéry vzdát. Vždyť jsem tak tvrdě makala, abych se dostala tam, kde jsem byla.

# SPLNIL SE TI SEN? TAK SI NAJDI NOVÝ!

Jeli jsme jako každý rok s rodinou na Moravu na víno. Byl večer, děti už spaly a my jsme s manželem a ostatními hosty v penzionu seděli na terase. Měsíc se odrážel na modré vodě bazénu a majitelka penzionu hrála na kytaru a zpívala. Vypadala mezi svými hosty tak šťastně. A já se ptala sama sebe. Proč ona a ne já? Proč já nemůžu mít práci, která by mě tak bavila, že bych ji ani po setmění nedokázala odložit?



Protože jí nechyběla odvaha.

Koupit a provozovat penzion a udržet ho při životě celou covidovou krizí, to chce hodně odvahy. A ona tu seděla s hosty a zpívala, i když pandemie stále ještě růžky nezastrčila a leckdo se klepal strachy, co bude dál.

Ono totiž snít je hezké, ale probudit se a uskutečnit své sny, to chce kuráž. Bylo psaní mým snem? Jak jsem tak sledovala paní domácí s kytarou, pochopila jsem, že copywriting narozdíl od mých vlažných akademických článků může mít smysl. Můžu svým psaním pomoci skutečným lidem. Třeba zrovna majitelce penzionu, která pro své hosty dělá první, poslední, nebo vinaři, který nám prodal tak skvělé víno.



Ted' už jsem nemohla zpět. A už jsem nechtěla, aby mi minulost určovala budoucnost. Tak se zrodila značka Queen of Words. Ale žádné začátky nejsou snadné.

Chtěla jsem pomáhat lidem, kteří se snaží dát svému businessu to nejlepší. Ale ne každému se moje nabídka líbila. Zadávali mi prvoplánové rychlovky. Pár jednoduchých prodejních emailů bez strategie a vize. Jednotlivé články psané pro vyhledávače, ne pro lidi. A tak jsem sice psala, ale byly to texty, které nikdo nečte, které jsou k ničemu.

Unavovalo mě to. Tohle byla ta práce snů?

Vyhořela jsem; potřebovala jsem pauzu. Tak jsme vyrazili na dovolenou do Alp. Protože hory vyléčí každé zlomené srdce. Dokonce i srdce zklamané a zhrzené copywriterky.

# KDYŽ NĚCO DĚLÁŠ, DĚLEJ TO POŘÁDNĚ

Sníh byl mokrý a v Hinterstoderu narazíte na hodně rovinek a dojezdů. Mokrý sníh má sklon lepit se na skluznice lyží a ty pak brzdí. Pozorovala jsem lidi okolo, jak píchají hůlkami a šlapou po rovinkách, zatímco já si to profrčela kolem nich. Protože já si nechala od manžela skluznice řádně navoskovat.

Každý servisman vám řekne, že máte lyže pravidelně voskovat, ale většina lidí to nedělá. Protože většina lidí nedělá věci pořádně, ale jen aby se neřeklo. Tehdy jsem si uvědomila, že to mě odlišuje. Já nikdy nedělám věci, aby se neřeklo. Do všeho jdu naplno. A tak jsem se vydala na novou misi.

Ve světě, kde je normální dělat věci napůl, já je budu dělat pořádně. Už nebudu cvakat do klávesnice, počítat slova a písmena. Budu hledat pro klienty ta správná slova. Tvořit texty založené na empatii, protože to je moje superschopnost a v psychologii se vyznám. Budu se v ní dál zdokonalovat, abych klientům dodala takové příběhy, které zabrnkají na správné struny v duši jejich zákazníků.



Zahodit nabídky, které nebyly pro mě, mě zprvu děsilo. Nebylo snadné s díky odmítnout zakázky, které mi sice mohly vydělat na placení účtů, ale klientům by stejně nic nedali. Protože články pro vyhledávače jim může napsat AI a webovky bez pečlivé brandové přípravy jim napíše junior za menší obnos.

Ale po čase jsem zjistila, že přitahuji přesně ty klienty, kteří chápou, jakou mají správná slova moc, kteří věří síle příběhu. Když jsem neslevovala ze svých zásad, nacházela jsem své ideální klienty. Takové, jejichž hodnoty jsem sdílela, kteří nepřešli na temnou stranu marketingu, nesnažili se nikoho oblbnout a pouze skrz texty obcházet algoritmy.



Píšu marketingové texty, tvořím identitu značky a nabízím neobvyklá marketingová řešení značkám a firmám, které se chtějí spojit se svým ideálním zákazníkem a vysvětlit mu hodnotu svých vynikajících produktů a služeb. Pouze tak totiž můžou změnit život svých zákazníků k lepšímu.

Moje mise je udělat ze stoky internetu zase čistou řeku. Vybrat z ní nánosy manipulace a předvídatelných triků. Zaplnit ji barevnými oblázkami skutečných příběhů, dodat jí třpyt empatie, sledovat občas vyskočit zlatou rybkou, která vyvolá úsměv, protože je nová a neokoukaná. Proto protkávám své texty příběhy a symboly starými jako lidstvo samo a díky superschopnosti psychologie přesvědčování je zaměřuji přesně na cíl.

Chci vytvořit svět, kde lidé věří tomu, co čtou. Svět, kde reklama neotravuje, ale pomáhá zákazníkům najít přesně to, co potřebují a po čem touží.

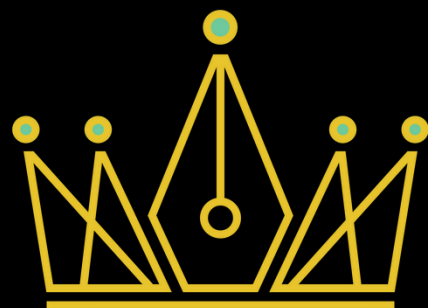


# MŮJ MANIFEST

Píšu, abyste si vydělali, kolik si zasloužíte. Mým posláním je psát originální texty, které se nesnaží lidi nachytat, ale naopak jim pomoci; tvořit reklamu založenou na empatii a psychologii. Psát tak, aby to stálo za to číst.

Máte skvělý produkt a poskytujete vynikající služby. Pomůžu vám napojit se na zákazníky a přesvědčit je, že jen vy jim dokážete prodat to, co hledají. Neplývejte časem a penězi na techniky, které už stokrát viděli, a využijte to, co funguje ve 21. století. Zapomeňte na laciné triky, protože síla empatie je vždycky přemůže.

Ať je provází síla vašeho příběhu.



# Queen of words



<https://queen-of-words.com>



@barborajirincova



@Barborajirincov