

Headline

La prima cosa che si legge, l'ultima che si dimentica.

Fa per te se:

hai intuito e vorresti avere metodo,
scrivi headline da anni, ma vuoi capire perché funzionano (oppure no),
lavori in comunicazione e vuoi valutare le headline, anziché limitarti a sceglierle.

Alla fine del corso, saprai:

riconoscere **headline che funzionano** e perché,
passare **dal pensiero alla parola**,
lavorare sui **dettagli che fanno l'efficacia** creativa di un titolo.
E avrai le **slide** condivise.

Contenuti e tempi:

6 ore dal vivo per pensare, scrivere e valutare un titolo pubblicitario.

- Cos'è, ma soprattutto per chi.
- Perché funziona (oppure no).
- Metodi da provare, riprovare e riprovare.
- Workshop.

Dettagli e prezzi su richiesta.

Contatti

elisa.caracciolo@gmail.com