syntropy

PROCES VERBAL DE CONTRAVENȚIE · WEBSTOCK 2026

Brake the Copy Rules

Proces verbal pentru un copy care deranjează (știi ce zic?!)

Nicoleta Bujor

FONDATOR SYNTROPY



5 REGULI ÎNCĂLCATE

SALUT.

Nico

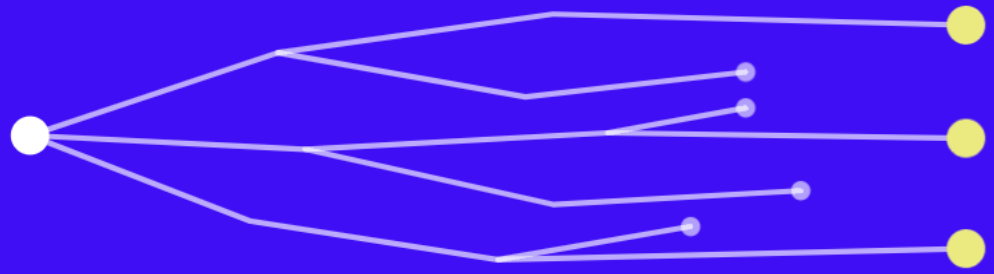
ÎNTREBAREA DE LA CARE PORNIM

Cum supraviețuiește un copywriter când AI-ul scrie textul mai repede decât s-a gândit el la un headline?

MAI RAPID. MAI UȘOR. MAI ACCESIBIL. DOAR CĂ...

Când elimini greșeala, elimini și drumurile pe care te-ar fi dus.





Cu AI: optimizezi din prima ruta cu care ai pornit. Un singur drum, direct.

Cu greșeli: zeci de rute. Multe se înfundă. Unele deschid ușa către alte idei.

Și asta a dus la prima regulă nouă din copywriting.

Un copywriter scrie texte.

...deocamdată.

FIȘA POSTULUI

Un copywriter bun scrie idei

Un copywriter foarte bun scrie idei și moduri diferite de implementare

Unde crezi că se află AI-ul aici?

5 reguli pe care le respectăm toți.

Și cum le încălcăm.

„scrie adaptat la specs. Folosește AI tools”

Creative fatigue → Sameness advertising.



AI-ul este un instrument minunat în mâinile celor care îl folosesc cu discernământ. Dar procesul creativ ar trebui să pornească de la propriile idei, de la oamenii și poveștile care dau identitate unui brand.



Nu înlocui propria inteligență cu inteligența artificială.

Ideea ta intră prima.
Nu promptul.

AI slop apare când generarea ia locul procesului de gândire a ideilor.

> *Dacă vrei să atragi atenția, oferă-le oamenilor ceva ce n-au văzut deja la toți ceilalți.*

„Fii atent la trenduri și include-le și tu.”

Melodia trendy. Contextul care arde. Fii relevant.

Câte branduri au strigat ”dame un grrr....”?!

PROBA

Relevanța a ajuns un set de reguli care tot apare.

Același sunet, același format, același hook, la fiecare brand.

NU MAI MERGE

Toată lumea știe cum se face.

Nu exact asta nu făceau creativii?

Internetul a devenit un teren de joacă în care toată lumea se mulează.
Contextul îl folosești. Ideea rămâne a ta.



> *Nu te mula pe terenul de joacă. Schimbă-l.*

ÎNTREBARE PENTRU SALĂ · ÎNAINTE DE CONTRAVENȚIA NR. 03

Câți dintre voi cred că primesc și brief-uri bune?

Ridicați mâna.



„Respectă brief-ul. Copy-ul vine la final.”

PROBA

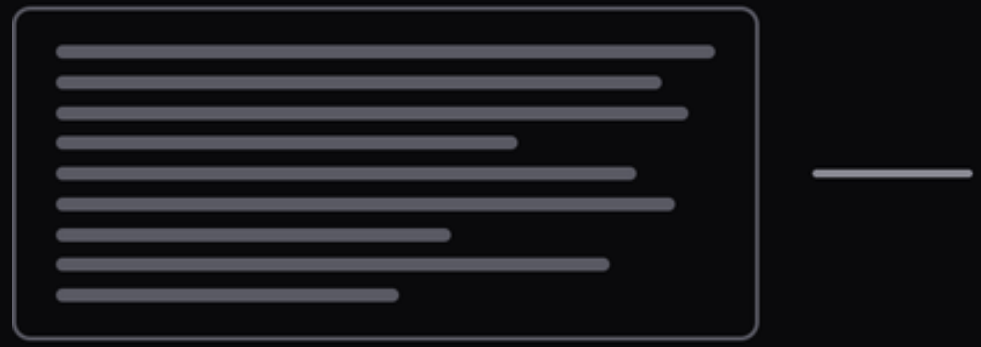
80% dintre marketeri zic că scriu brief-uri bune. 10% dintre agenții sunt de acord.

BetterBriefs Project, 2021



Toate brief-urile sunt greșite.

Rescrie brief-ul într-o frază și adu copy-ul în strategie de la început.



> *Fii problem finder, nu doar problem solver.*

„Fă zgomot: provoacă și urlă mai tare.”

PROBA

„Rage bait”: cuvântul anului 2025. Folosit de 3 ori mai des într-un singur an.

Oxford University Press, Word of the Year 2025

NU MAI MERGE

De ce să adaugi zgomot la zgomot?



click bait, rage bait, orice bait e promovare ieftină non-brand

la o poziție.
Și taci când toți urlă.

Patagonia, „Don’t Buy This Jacket”, Black Friday 2011. O reclamă care le cerea oamenilor să nu cumpere, de la un brand care chiar credea ce spunea despre consum.



> *Controversa e efectul secundar al unei poziții reale.*

„Construiește conținut în jurul cerințelor platformei.”

Stăm toții cu ochii pe ce aduce mai mult reach și engagement organic, la ultimul update de la Google sau ce vor LLM-urile

---

PROBA

150 de secunde pe un ecran în 2004. Azi, 47.

Gloria Mark, UC Irvine, Attention Span (2023)

NU MAI MERGE

Învață regulile platformei, apoi pune-le în serviciul unei idei proprii.

Totul este adaptat la date. Și, în proces, am uitat de oameni. De emoții, de apropiere, de sentimentul că un mesaj ne atinge.



> *We're becoming robots watching robots. We feel less and react more.*

ȘI ACUM, SOLUȚIA:

Relevanță.
Audiență.
Comunicare.
Media.

Le știm pe de rost. Tocmai de aceea nu mai decid nimic.

2 km

Pe jos. La prânz. Nu doar în weekend.

Cam 25 de minute prin oraș. Vezi cum vorbesc oamenii, ce-i enervează, la ce stau la coadă, ce poartă când plouă.

Mai multă relevanță decât orice studiu de social media.

ATUNCI DE CE NU NE IA AI-UL JOBUL?

Pentru că AI-ul n-a mers niciodată doi kilometri prin oraș la prânz.

ANEXA LA PROCESUL VERBAL · 3 DOSARE

Ce nu știe AI-ul.

Să gândească idei care par să fi venit din trăirile cuiva.

Pentru că un copywriter bun nu scrie doar texte, ci scrie idei.

DOSARUL 1 / 3

BURGER KING - MOLDY WHOPPER · 2020

Nu știe că poți arăta că un burger e natural lăsându-l să mucegăiască.

REGULA ÎNCĂLCATĂ

Fă ca liderii din categorie. Toți arată burgerul perfect.

DOSARUL 2 / 3

NOKIAN TYRES · 2015

Nu știe că poți vinde cauciucuri de iarnă oprindu-i pe oameni la timp din gafele vieții.



REGULA ÎNCĂLCATĂ

Vorbește profesionist. Iar trendul („The Dress”) l-a făcut al lui.

PROCESUL NOSTRU CREATIV

Așa încălcăm regulile în fiecare lună.

01

Audit de prezență

Brand awareness, stil de comunicare, diferențiatori, probleme, vocea brandului.

02

Subculturi

Le găsim cu un instrument AI propriu. Ideile, cu mintea noastră.

03

Strategie

Pornește de la ideile noastre.

04

Creație

Trece testul cu logo-ul acoperit.

05

Implementare

Un AI tool propriu auditează lunar unde suntem în plan.

UNDE STĂ AI-UL

Folosim AI în tot procesul, inclusiv instrumente construite intern pentru colectarea datelor.

Dar... strategia și creativul pornesc de la ideile noastre.



DOVADA · SYNTROPY PENTRU KEUNE

Păr puternic. La fel ca tine.

Femeile acoperă stresul, mereu, în tăcere. Doar părul refuză să ascundă.

Un quiz de 2 minute, simțit ca o discuție cu un hairstylist. Amplificat de cinci creatoare.

1000+
quiz-uri completate

1,1M
vizualizări

800+
comentarii

500+
distribuiri

DE CE LUCRĂM AȘA

Prefer 10 grețeli ieftine care mă duc la un creativ care convertește decât 10 idei medii, care depind doar de cât de mare e bugetul.

Un copywriter scrie texte.

Un copywriter bun scrie idei.

Unul foarte bun știe să și implementeze ideile bune, ca să fie și mai bune.



syntropy

Mulțumesc.

Nicoleta Bujor

FONDATOR SYNTROPY

Cu suflet de copywriter și strateg în comunicare.



BRAKE THE COPY RULES · WEBSTOCK 2026