

כמה מילים על הרעיונאי (קופירייטר)

אתם אולי אינכם שייכים למעגל הפנימי של הכותבים בהוליווד, אבל תעשיית הקולנוע חידדה מן הסתם את מודעותכם לכתיבה טובה. סרטים זוכי פרס האוסקר כמו "הסנדק" ו"פטון", או סדרות ותיקות כ"פרייזר" ו"חברים", לא היו זוכות לתהילתן לולא אותן שורות גאוניות שנכתבו בשביל השחקנים.

בדומה לכלי הביטוי הפופולריים האלה, גם הטקסט בפרסומת הוא הרכיב החשוב ביותר בכל מסע שיווקי. זהו קול המוצר או השירות שלכם והוא משדר את המסר שלכם. קשה להמעיט בחשיבותה של ההשפעה שנודעת לו. אבל כמה בדיוק שווה הטקסט, ומהי הדרך הנאותה להניע את הרעיונאי ולתגמל אותו על עבודתו? מרבית משרדי הפרסום עדיין גובים היום תשלום לפי שעות, ויש בכך היגיון מסוים בכל הנוגע לניהול הכללי של הזמן, אבל אין בכך כל היגיון בכל הנוגע לפעילויות יצירתיות כמו כתיבה. כמה זמן נדרש לכתיבת מכתב קידום מכירות טוב, לכתיבת טקסט למסע פרסום בעיתונות או לתסריט של סרטון פרסומת בן 30 שניות בטלוויזיה? מי יודע! לפעמים יום, לפעמים שבוע ולפעמים חמש-עשרה דקות. אני עצמי כתבתי פרסומות בראשי במהלך ריצה או על דף בפנקס תוך כדי המתנה לתחילת הסרט בקולנוע. זוהי חוויה המשותפת לכל הכותבים, ובייחוד בעולם השיווק.

לאור פרצי יצירתיות בלתי צפויים אלו, רצוי לשלם בעבור המיזם ולקבוע מראש את התעריף. אין כללים ברורים ונוקשים. הכותבים הם עם משונה. חלקם חושבים שהם שווים המון, וחלקם שווים הרבה יותר מכפי שהם עצמם חושבים. לפעמים שורה טובה אחת יקרה מפז.

לעתים קרובות שיטת התשלום הטובה ביותר למשרד פרסום, או לכותב עצמאי, היא על פי תעריף ליום עבודה. אם הטקסט נכתב בתוך חמש-עשרה דקות והוא מבריק, מה אכפת לכם כמה זמן נדרש ליצירתו?

תעריף יום לרעיונאי ממולח עשוי לנוע בין 2,500 ועד ל-10,000 דולר. כמו בשוק, גם כאן אפשר לשאת ולתת. לכותבים יש, מסיבות לא ברורות, רצון עז להתמקח. המשא ומתן עם הכותבים מתקיים בדרך כלל בשני ממדים: התעריף היומי המגיע להם לדעתם, ומספר הימים הדרוש לדעתם להשלמת המיזם. ברוב המיזמים הקטנים יש לשלם על יום עבודה אחד או שניים. בעבור קמפיין מולטימדיה גדול כדאי אולי לשקול תעריף חודשי קבוע, לפרק זמן של בין חודש לשלושה חודשים.

יום לאחר שהסכמתם על מחיר – ומותר לגלות קשיחות – הפתיעו את הכותב והציעו לו תוספת קטנה. אין דבר הגורם לכותבים לתחושה טובה יותר מהעובדה שחשבתם עליהם והגעתם למסקנה שעבודתם שווה יותר מהסכום שעליו הסכמתם. אני יודע שזה נשמע טיפשי, אבל זה מוכיח את עצמו בשטח. כמו עובדים יצירתיים בכל תחום שהוא, הכותבים הם עם חסר ביטחון וזקוקים למנה גדושה של חיזוקים. השאלה "איך הייתי?" אינה מרפה מהם. תנו להם להרגיש טוב עם עצמם, והם יעבדו קשה יותר כדי לרצות אתכם, וליצור עבורכם דבר מיוחד במינו.