

Алгоритм создания продающего объявления

- 3. Составить «ударный файл»**
- 4. Свободное моделирование будущего объявления**

Что такое «ударный файл»?

Это список «цепляющих» фраз и целых предложений, которые описывают выгоды и преимущества Вашего товара.

Виды заголовков, которые работают в контекстной рекламе

Выгодные заголовки – информация об абсолютной выгоде

Вопросительные заголовки – задают вопрос

Любопытные заголовки – вызывают любопытство и создают интригу

Смешанные заголовки

Пример выгодного заголовка

Бренд 37300 – сэкономит время и деньги!

Пример вопросительного заголовок

Искали мультиварку Бренд?

Пример любопытного заголовок

Бренд 37300 – экономия налицо!

Пример смешанного заголовок

Мультиварка Бренд? Выбирайте!

Основные правила при составлении заголовка

Важно первое слово заголовка

Заголовок должен отличаться от заголовков конкурентов

Не пугайте людей и не пишите страшных заголовков (боитесь, сомневаетесь и т.д.)

Не пишите «лучший », «супер» и т.д.

Не учите и не указывайте – людям это не нравится

Основные правила составления текста объявления

**Используйте максимальное количество
слов из ключевой фразы**

Используйте в тексте ключевую выгоду

Не обещайте слишком много – рискуете вызвать недоверие

Используйте призыв к действию

Принцип ВВП

Вопрос

Выгода

Призыв к действию