

Копирайтинг для Дома Путешественника

Александр Николаев
Тренинговый центр «Альбатрос»

АЛЬБАТРОС
тренинговый центр

Копирайтинг

Вот краткая схема написания продающего письма.

- * 1. Заголовок
- * 2. Описание актуальной для получателя письма проблемы
- * 3. Последствия, которые произойдут, если проблему не решить
- * 4. Варианты решения проблемы
- * 5. Объясните, что именно вы предлагаете.
- * 6. Объяснение, почему проблему нужно решать именно с вами
- * 7. Отзывы тех, кто уже решил эту проблему благодаря вам.
- * 8. Укажите, какие вы предоставляете гарантии
- * 9. Обоснуйте стоимость и покажите, что она намного меньше той ценности, что вы даете взамен
- * 10. Мотивируйте потенциального клиента к действию. Почему он должен откликнуться на ваше предложение прямо сейчас? Укажите, какие бонусы клиент получит, если ответит немедленно. Поставьте дед-лайн для получения бонусов.

Два слагаемых успеха в копирайтинге

1. Знание своих клиентов.

Упражнение «Мой Клиент».

Упражнение «Реальный день моего клиента».

Упражнение «Идеальный день моего клиента».

Подумайте, как показать своему клиенту его движение от реального дня к идеальному, благодаря вашей услуге.

2. Надо быть **экспертом** в том, что продаешь.

Краткая схема продающего текста

- * Боль клиента
- * Усиление боли клиента
- * Надежда
- * Ваше решение (ваша услуга)

Два подхода в продажах

- * Продажи через боль
- * Продажи через удовольствие
- * Возможно комбинирование подходов.

Сверх задача копирайтинга

Главная задача заключается в том, чтобы максимально:

- * Кратко
- * Просто и понятно
- * Убедительно

Показать клиенту все выгоды и ценности, которые он получит благодаря вашей услуге.

Методика работы

- * Формирование «полотна смыслов»
- * Выделение самых главных (5-7 тезисов)
- * Выделение аргументов, доводов и доказательств.
- * Оставить человека в неудобном состоянии.
- * Формулирование всего этого в удобную, краткую и понятную форму.

Главный секрет успешного копирайтера

Думать как клиент, мыслить категориями выгод и ценностей клиента.

АЛЬБАТРОС
тренинговый центр

Структура отзыва

1. Заголовок (Яркая мысль из отзыва)
2. Проблема клиента
3. Безуспешные попытки решить ее.
4. Принятие решения о решении проблему у вас.
5. Сомнения (возражения) которые были у клиента о вашем возращении
6. Успешное решение проблемы с вашей помощью
7. Счастливый клиент

Принципы работы с отзывами

- * Отзывы должны браться на постоянной основе
- * Нужно помогать людям давать отзывы (в том числе и для того чтобы они соответствовали продающей структуре отзыва)
- * Нужно делать бонусы людям которые делают вам отзывы (от устной благодарности до подарка)

Еще об отзывах

- * Желательна персонализация в подписи под отзывом, например, Ольга, 35 лет, Нижний Новгород, экономист, мать 3 детей.
- * Простой и незамысловатый отзыв лучше чем никакого.
- * Видео отзыв лучше.
- * Отзывы больше 5 минут, полностью смотреть не будет
- * Отзыв больше 30 предложений никто читать не будет, но практически все прочитают его заголовки
- * Очень хорошо отзыв картинка – Фото, персонализация и текст отзыва не более 3 предложений.