
АЛХИМИЯ



Как превратить тексты в ЗОЛОТО

Практический копирайтинг для маркетеров и предпринимателей

Да и не только

Предисловие

Есть простое правило, которое превращает Ваши знания, талант или продукт в золото. Берем продукт, добавляем трафик, конвертируем его в покупателей и обслуживаем/продаем. Вот и все.

В целом - это все. Но есть масса нюансов, препятствий с которыми ежедневно сталкиваются тысячи предпринимателей и маркетеров в своей работе.

Что такое капитализм?

В 2016-ом году мне повезло присутствовать на международном бизнес форуме Synergy Global Forum. Вот, что запечатлелось у меня в уме из выступления Кьелла Нордстрема. “Капитализм - это машина, которая отсекает эффективное от неэффективного. То, что неэффективно, умирает.”

Это происходит на всех уровнях. Неэффективные бизнесы умирают. Неэффективные сайты тоже. Неэффективные тексты тоже. А эффективность решается конверсией. Всегда.

Садовник сажает 10 деревьев. 8 из них выросли, 2 высохли. Конверсия - 80%. Менеджер по продажам обзванивает потенциальным клиентам. Из

100 звонков 95 взяли трубку. Конверсия удачных попыток - 95%. Из них 15 человек согласились встретиться с менеджером. Конверсия назначения встреч - 15.8%. Вы отправили коммерческое предложение 100 клиентам. Из них 5 позвонили Вам и сделали покупку. Конверсия - 5%.

А теперь представьте - если бы Вы смогли повысить эффективность Вашего коммерческого предложения в два раза? То есть если из этих ста купили бы 10? Это же удвоение продаж. Без каких либо других затрат. Эта книга - про повышение конверсии.

В течение всей книги мы с Вами научимся повышать конверсию всех Ваших текстов: коммерческие предложения, продающая страница, письмо, посты в соц. сетях, е-мейл, брошюры, печатная реклама и т.д.

Зачем нам 152-ая книга про копирайтинг?

Это книга, которая озолотит Вас, сделает из Вас гуру всех времен и народов, избавит от бед и болезней, плюс даст Вам шанс выиграть путевку в Таиланд на недельку.

Встречались подобные заявления? Конечно тут я намеренно преувеличиваю эффект, но таких заголовков полно. Здесь используется

классическая техника копирайтинга: представить продукт в свете волшебной пилюли. Но Вы ведь тоже знаете - ни одна книга, ни один тренинг, не сделают вас сразу профессионалом. Копирайтинг - это как фитнес. Все приходит с тренировкой и дисциплиной.

Но если Вы ничего не рубите в написании текстов, то просто следуйте моим рекомендациям. Этого хватит, чтобы создать вполне работающий продающий текст. Звездой Вашего фитнес-клуба Вы не станете. Но подтянете живот, сделаете попу выразительным и будете ходить прямой, уверенной осанкой. А при встрече с противоположным полом, едва заметно улыбнетесь, зная наверняка, что он/она думает, когда смотрит на Вас.

Книга из слоеного теста.

Книгу рекомендую прочесть уже прокаченным ветеранам тоже. Особенно последние две главы будут для вас интересны. Дело в том, что в книга состоит из нескольких “слоев”. Тут и новички и профессионалы найдут нужные им инструменты и инсайты. Ее можно даже периодически перечитывать. Так как информации и рекомендаций очень много, все сразу в голову не влезет. Так что нужно время от времени вернуться и поискать новые приемы, которые вы еще не пробовали.

Важнейшие детали

Есть огромная разница в том как видят мир преуспевающие люди и те, кто хотят стать такими. На эту тему есть масса книг, тренингов и бесплатных ресурсов. Я сам когда то хотел понять эту разницу, закрыть ее и стать успешным.

В чем же разница?

Мир держится на конверсии. Именно конверсия решает кому быть успешным, кому нет. Однако не все понимают какую именно конверсию отслеживать. Иными словами - над эффективностью чего работать. Поэтому бьются они лбом о стену, ломая только себе лоб.

Я видел многих талантливых людей, которые изо всех сил пытались найти все новых и новых лидов или каналов продаж, но конверсия у них была такая маленькая, что практически они бросали деньги на ветер. Они усовершенствовали свой продукт, меняли упаковку, запускали партнерские продажи... А надо было всего лишь грамотно объяснить людям, что это за продукт, и зачем стоит это покупать.

Эта книга - про конверсию. Конверсию лида в покупку. Это - на мой взгляд самый важный показатель, который можно улучшить легко и которая может увеличить Ваши продажи сразу. Многократно.

Почему именно для маркетеров и предпринимателей?

Если Вы занимаетесь бизнесом, маркетингом, построением и продвижением сайтов, рекламой, продвижением в социальных сетях и

т.д., то копирайтинг - это ключевой навык для Вас. Вы должны владеть им, если не на профессиональном уровне, то хотя бы основами. Даже если Вы нанимаете копирайтера для Ваших текстов. Спросите любого интернет предпринимателя, маркетера, инфобизнесмена - без продающих текстов Вам нет места в эффективном мире.

Я прочитал много книг про копирайтинг и рекламных текстов. Нашел десятки определений копирайтинга, его различия от рекламы, и маркетинга и т. д. Однако все это фигня. Для Вас важно только то, что может решить Вашу проблему. А как это будет называться - второстепенно. Цель этой книги не сделать Вас волшебником, тексты которого принуждают читателей встать и танцевать. Цель этой книги проста - повысить конверсию любого Вашего текста.

Как я собираюсь повысить Вашу конверсию?

Мы все знаем, что большинство решений принимаются импульсивно, в моменте и под влиянием эмоций. Почти всегда это момент, когда Ваш лид смотрит на ваш оффер - рекламу, брошюру, письмо или же продукт. То, что видит человек в этот момент мы назовем нашим посланцем, так как именно ЭТО послано нами вместо нас, чтобы убедить Его Величество Лида взять трубку, кликнуть на кнопку, заполнить свой email адрес, или расплатиться в кассу.

Наша задача будет сделать эту встречу с нашим посланцем максимально эффективным. Мы будем вместе работать над этим в течение всей

книги. Мы будем ошибаться, мы будем отчаиваться, менять посла, менять адресатов, но в итоге мы увеличим эту чертову конверсию и увеличим Вашу прибыль.

Структура книги

Продающие тексты - они все одинаковы, они все уникальны.

Это - книга-тренинг. В книге есть множество заданий, которые помогут Вам по ходу чтения тренироваться. Если Вы сделаете все задания, по три подхода, три раза в день, то отличную форму я Вам гарантирую))

Мы начнем с самого главного. Есть три основных элемента, без которых нет смысла начинать писать.

- Цель
- Клиент
- Оффер

Каждый из них - такая большая тема, что можно написать отдельную книгу. Но мы тут поговорим о важном коротко. Этого будет достаточно для нашей цели.

Вторая глава - про заголовки. Это важнейшая тема в копирайтинге. Заголовок - продающий текст Вашего продающего текста. Без него все остальное бессмысленно.



Առաջին էլեկտրոնային գրախանութը Հայաստանում

Գրքի ամբողջական տարբերակը կարդալու համար անհրաժեշտ է

զննել այն և ներբեռնել Ի-մ գրքերի բաժնից:

Անցնել գրքի էջ