

Продающие тексты: как убедить клиента в ваших преимуществах



<https://navika.pro/prakticheskij-marketing/courses/prodayushchie-teksty-kak-ubedit-klienta-v-vashix-preimushhestvax>

Содержание

1. Создание актуального предложения	3
2. Создание предложений для целевых сегментов	4
3. Эмоциональное и рациональное преимущество	5
4. Простая схема продающей упаковки любого товара или услуги	6
5. «Вечные темы»	7

1. Создание актуального предложения

1.1. Найдите «точки соприкосновения», актуальные для вашей целевой аудитории. Запишите, какие проблемы волнуют ваших клиентов и как вы можете их решить, и продемонстрируйте результат.

Типичная проблема	Ваше решение / результат

1.2. Запишите реальные преимущества и поясните выгоду.

Преимущество вашего предложения	Выгода клиента

2. Создание предложений для целевых сегментов

2.1. В СООТВЕТСТВИИ С ПОРТРЕТАМИ ЦЕЛЕВЫХ СЕГМЕНТОВ АУДИТОРИИ СОСТАВЬТЕ НАБОР ПЕРСОНИФИЦИРОВАННЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ, ОРИЕНТИРОВАННЫХ НА ОПРЕДЕЛЕННЫЙ СЕГМЕНТ. Напишите список возможностей и выгод, актуальных для этих сегментов.

Целевой сегмент	Предложение	Основная выгода	Результат

3. Эмоциональное и рациональное преимущество

3.1. ЗАПИШТЕ РАЦИОНАЛЬНЫЕ И ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ВАШИХ ПРОДУКТОВ.

4. Простая схема продающей упаковки любого товара или услуги

4.1. Создайте коммерческую триаду предложения:

- технический паспорт товара (сервиса): краткое описание предложения;
- список возможностей;
- список рациональных/эмоциональных выгод.

Продукт	Технический паспорт	Возможности	Выгоды

5. «Вечные темы»

5.1. НАПИШИТЕ ТЕКСТЫ, ОСНОВАННЫЕ НА «ВЕЧНЫХ ТЕМАХ».