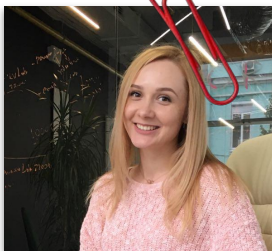


Анатомия продающего текста



Татьяна Степанюк

Контент-стратег, копирайтер

О чем говорим:

- Как писать заголовки, по которым кликают
- Лид в текстах: что такое, зачем, какой должен быть
- Продающая аргументация: как характеристики превратить в выгоды
- Как правильно презентовать цену
Зачем нужны гарантии и постскриптум



Как писать заголовки, по которым кликают

A woman with long dark hair, wearing a dark sweater, is pointing her right index finger directly at the camera. The background is dark and out of focus.

80%

**успеха текста зависит
от заголовка**

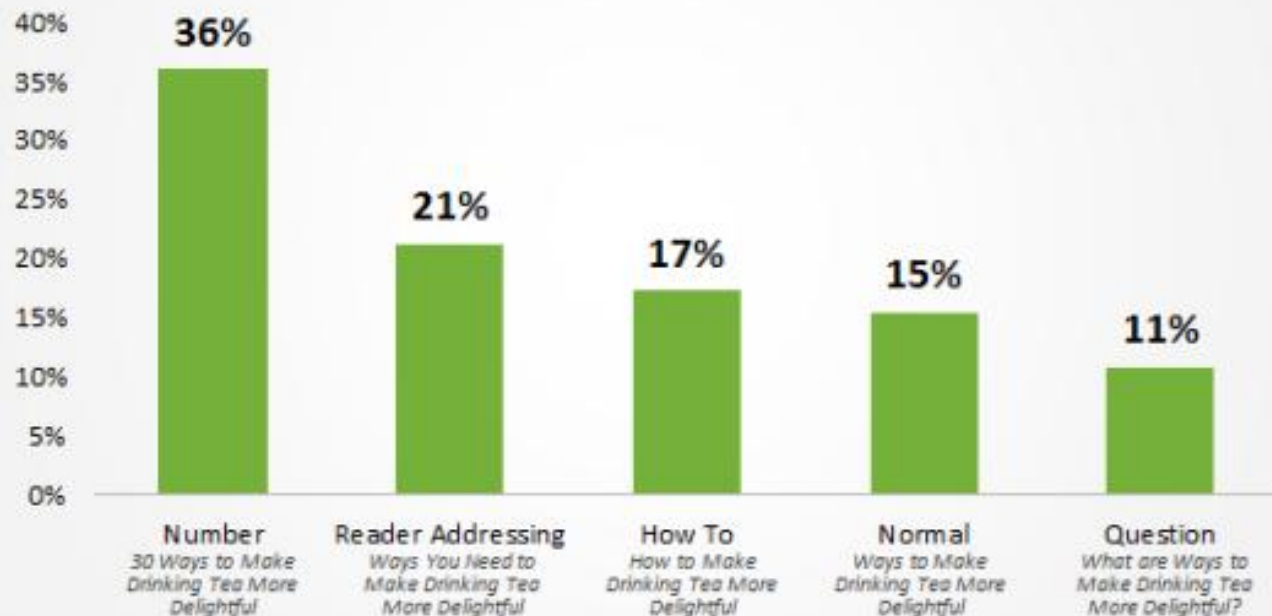
Каким должен быть заголовок

- цеплять за живое/включать эмоции
- быть четким и по сути
- без нагромождения слов

Хороший заголовок

- соответствует желаниям читателя
- интригует
- вносит ясность, что делать

OVERALL HEADLINE PREFERENCES





Tahlia Pritchard 5 hours ago 82 responses

The Australian Senate's Halal Food Inquiry Has Its First Submissions

Drink every time someone says "death cult."

Rob Stott 6 hours ago 16 responses



LOL

21 Harsh Truths Every Coffee Snob Needs To Hear

Hold onto your soy piccolo lattes.

Chris Rodley 6 hours ago 105 responses



LOL

Ranking The "Game Of Thrones" Guys By Thirst

"Everybody on that show can get it." - Donna Meagle.

Julie Pugechevsky 6 hours ago 473 responses



YASSS

21 GIFs That Perfectly Sum Up Life

Life is but a GIF.

Dave Stopera 6 hours ago 1383 responses



Make The World's Tastiest Mug Cake In Your Microwave

Give this tasty recipe a gander!

Carlynn Kyssa 410 responses



LOL

This Bear And Human Both Scare The Sh*t Out Of Each Other And It's Hilarious

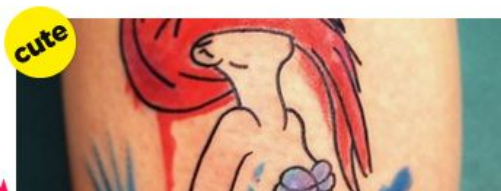
Nick Guillory 786 responses



win

21 Things You Never Knew About Your Period

Casey Gueren 994 responses



cute

43 Gorgeous Disney Princess Tattoos

Leonore Epstein 1715 responses



Примеры

ProКопирайтинг

Как Написать Текст, Который Завоюет
Сердца и Умы Ваших Читателей



Копирайтинг



20 834



470

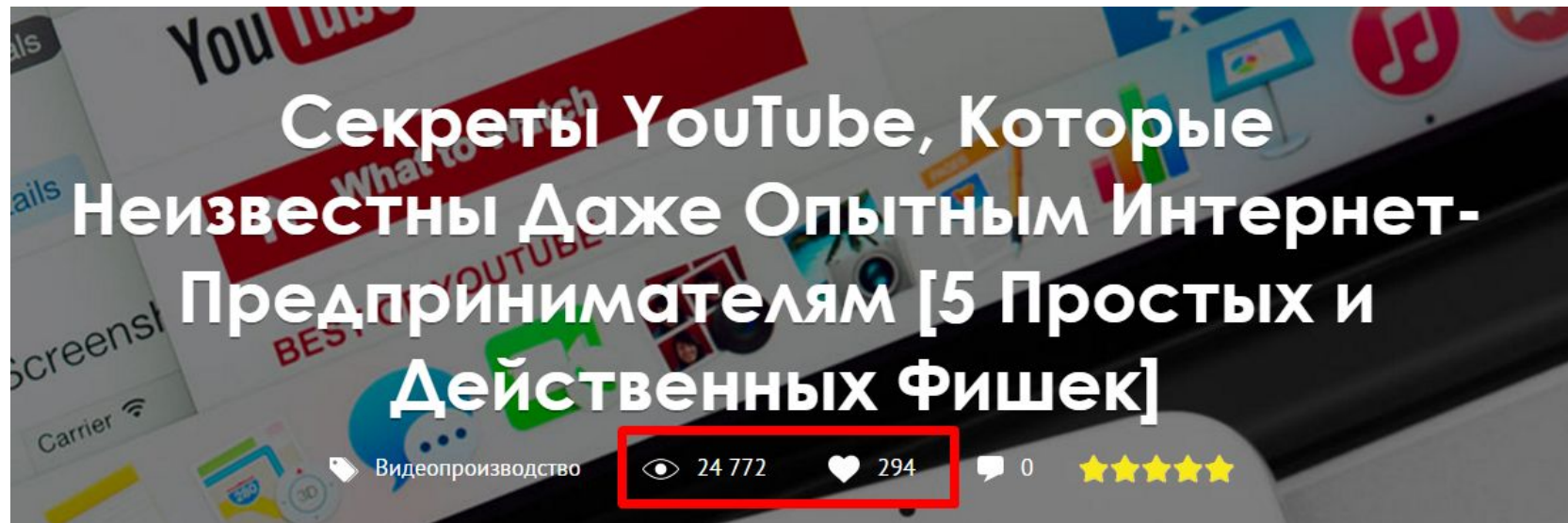


0



Примеры

ProКопирайтинг



Примеры

ProКопирайтинг

7 Катастрофических Ошибок Цены,
из-за Которых Вы Ежедневно Теряете
Деньги

📌 СтартАп

👁️ 22 244

❤️ 196

💬 0

★★★★★

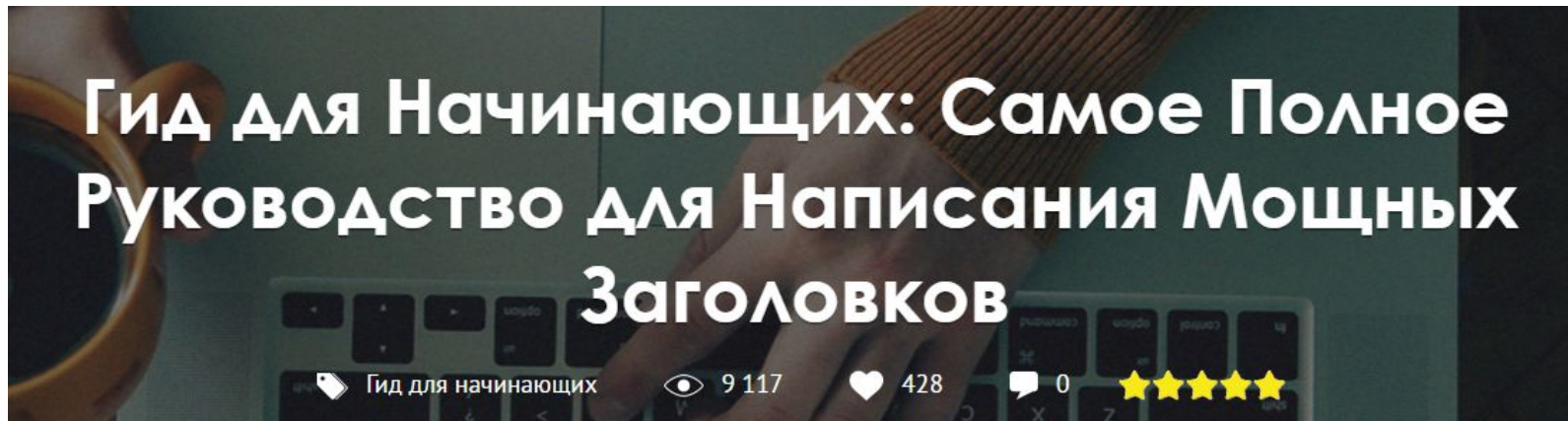


Что делать

- создаем несколько вариантов
- оставляем пару лучших
- используем “усилители”:
“просто”, “легко”, “быстро”, “без усилий”, “уже сегодня”, цифры, яркие прилагательные

Примеры

ProКопирайтинг



ФОРМУЛЫ

{Качество продукта} [SEO-фраза], созданный для [преимущество потребителя].

Например:

«Удобный планировщик задач, разработанный для того, чтобы привести ваши дела в порядок».

ФОРМУЛЫ

[Занимайтесь желаемым делом] без [неприятных эмоций] / [неожиданным способом]

Например:

«Займитесь тем, о чём давно мечтали, не бросая карьеру».

ФОРМУЛЫ

[Название продукта] — это [категория продукта], который [работа, которую он выполняет лучше других].

Например:

«Тер — это мимимишный фитнес-трекер, который работает, как тамагочи».

ФОРМУЛЫ

[Уменьшите боль/проблему] [неожиданным способом].

Например:

«Избавьтесь от лишних трат, когда делаете покупки».

52 шаблона фраз-вступлений, соединителей, заголовков

ProКопирайтинг

→ <https://docs.google.com/document/d/11wKITFap4HUFDMP1-NkbenyVKSyWwQjEKkFqCbWe5c/edit?usp=sharing>



Лид в текстах:

что это такое, зачем и каким
должен быть

Лид (зацеп)

— это первых один-два предложения

Каким должен быть зацеп

- дополнять заголовок смыслом
- удивлять и даже шокировать

ПРИМЕР:

“Как вам идея продать... почку? Что-то подобное я собираюсь сделать для вас...”

Пример

Хотите первыми занять место «под солнцем», там, где еще «не ступала нога» ваших конкурентов? А также мощно прокачать контент и гарантированно повысить трафик и конверсию?

Используйте все могущество звука — погрузитесь в огромный и **свободный** рынок подкастинга!

Подкаст — это *звукозапись*, которая размещается на **специальной площадке**, где ее могут скачать и прослушать. Важная особенность — слушатели могут подписаться на обновления и автоматически получать новые загруженные файлы.

А теперь представьте, сколько человек **слушает что-то** в телефоне или через аудиосистему в своем автомобиле **каждый день**. Потенциально, эти люди могут **слушать вас!**

Что делать

- докопаться до самой глубины — понять главную проблему, решение которой есть в посте
- убедить человека, что ему как воздух нужно прочитать этот пост



Продающая аргументация: как характеристики превратить в выгоды

A woman with long dark hair is sitting on a sofa, giving a thumbs up gesture. The background is dark and slightly blurred.

№1

**Выделите значимые
преимущества вашего продукта,
услуги или компании**

Таблица для определения преимуществ

ProКопирайтинг

→ https://docs.google.com/spreadsheets/d/1j1yuLDYtU12w8waeS_jShjLQC2cE1uhW4k-iYxei7o/edit#gid=0

(скопируйте шаблон в отдельный документ)

№2

**Составьте буллиты,
раскрывающие главную ценность
вашего предложения**

4 качества буллитов

- Подчеркивают выгоду использования ваших продукта/услуги для клиента
- Показывают уникальность продукта, услуги и/или предложения
- Создают чувство важности и неотложности
- Обращают внимание клиентов на конкретные преимущества, а не на общие

№3

Оцените буллиты, используя конкретную инструкцию

Вопросы

- Подчеркивает ли предложение выгоду продукта?
- Подчеркивает ли предложение уникальность продукта?
- Создает ли предложение чувство важности?
- Предложение содержит конкретные преимущества или общие?

№4

**Исправьте буллиты,
добавив усиливающие элементы**

Добавьте

→ Полезности

→ Уникальности

→ Срочности

№5

Расставьте тезисы в правильном порядке, чтобы человек почувствовал WOW-эффект

Самое интересное в начало

- Начало и конец любого списка – то, на чем люди обычно фокусируют основное внимание.

Каждый буллит имеет свою ценность. Некоторые из них будут сильнее других.

Расположите самые интересные предложения в начале и конце. Те, которые не вызывают максимально сильных эмоций, оставьте в середине.

№6

**Сделайте список максимально
разнообразным и интересным**







Делайте списки привлекательными с помощью дизайна

ProКопирайтинг

→ Например, добавьте иконки

Пример →

Что Вы получите в результате обучения

-  Настроенную страницу в Facebook
-  Контентный план по SMM на ближайший месяц
-  10 различных таргетированных объявлений, которые подойдут любому бизнесу
-  Настроенная воронка в Facebook Messenger
-  Первый поток клиентов и первые заказы из Facebook
-  Положительный ROMI

Принять участие

Меняйте длину и структуру текста

- Есть предложения, которые можно выгодно оформить буквально в 2 слова. Другие требуют большего пространства. Не старайтесь подгонять все под один вид. Главное – разнообразие.

Выделяйте важные моменты

→ Жирный и курсивный шрифты, выделение цветом

ПРИМЕРЫ

→ [Пример 1](#)

→ [Пример 2](#)

→ [Пример 3](#)



ХИТРОСТИ

продающего текста

№1. Слова-действия

- “узнайте”
- “получите”
- “используйте”
- “вы поймете”
- и другие слова, которые описывают конечный результат

№2. Язык ценности

- “Что мне это дает?”
- “И че?”
- Почему человек должен тратить время на действие — заполнить форму?
- В чем выгода предложения?

№3. Слова-триггеры

- привлекают внимание человека, когда он просматривает текст
- помогают понять смысл, не читая весь текст полностью

№4. Я → ВЫ

→ люди хотят слышать/читать о себе

№5. Наглядность

- убираем все, что отвлекает внимание от сути
- добавляем полезные схемы, графики, картинки

№6. Визуальная чистота

- буллиты
- подзаголовки
- читабельный шрифт
- контрастный цвет текста и фона
- акцент на ключевые моменты:
жирным, курсивом, другим цветом

№7. Согласованность

- одинаковое название продукта/услуги
- точность данных (факты, цифры, адреса, телефоны)
- правильные имена, названия
- проверенные характеристики, дата запуска



Как правильно презентовать цену



\$10 000

**показываем высокую выгоду
услуги/товара**

A woman with long dark hair, wearing a dark, textured dress, is sitting on a dark sofa. She is looking down at a laptop computer that is open on her lap. The background is dark and out of focus, suggesting an indoor setting. The overall mood is professional and focused.

\$10 тыс.

визуально снижаем стоимость

\$10 000.00

**визуально повышаем стоимость,
показываем высокий ROI
(возврат инвестиций)**



Всего \$10 в день

**рассрочка на какой-то период/
снижаем ощущение дорогой цены**

\$19 990

**акционные предложения/
визуально снижаем стоимость**

~~\$1000~~ \$745

подчеркиваем выгоду
предложения



Зачем нужны гарантии и постскриптум

Гарантии

снимают возражения,
клиент чувствует себя защищенным

Результат

→ выше отклик на призыв к действию

Примеры

- Гарантируем, вы будете в восторге от события.
- Если в первый день тренинга вы поймете, что информация не соответствует вашим ожиданиям, подойдите ко мне в перерыве, и я верну ваши деньги без лишних вопросов.
- Гарантируем: если вы будете использовать нашу зубную пасту в течение месяца, ваши зубы станут на два тона белее. Если нет – принесите нам купленный тюбик пасты и получите свои деньги обратно.
- Если в течение первых 2-х недель вам хоть что-то не понравится, вы сможете вернуть деньги без объяснения причин.

A person with long hair is sitting on a dark-colored sofa in a dimly lit room. They are looking at a laptop screen which is the primary light source. The background is dark, and the overall mood is quiet and focused.

P.S.

**Нужен для тех, кто пропустил основной текст
и перешел в конец, чтобы увидеть
предложение**

Что делать

- обобщите предложение
- сделайте призыв к действию

Примеры

- P.S. Пока вы думаете над этим предложением, конкуренты переманивают очередного вашего клиента. Как долго вы намерены это терпеть?!
- P.S. Эти открытые бутильоны из благородной замши прекрасно сочетаются с нашими фирменными фетровыми шляпками (ссылка)
- P.S. Это единоразовое событие, и количество мест ограничено. Обязательно приходите пораньше.

Примеры

P.S. 🙌📧 В ближайшие несколько дней порадуем тебя еще кое-чем...

Пришлем дополнительные практические материалы. Сможешь уже прокачиваться в копирайтинге. Поэтому проверяй почту и подписывайся на [Telegram-бот](#) и [Facebook Messenger](#), чтобы ничего не пропустить и в числе первых получать полезное.

А пока твои бонусы:

→ [запрещенные слова](#)

→ [формулы заголовков](#)

До скорой связи,

— команда GeniusMarketing


ТОП-5 инструментов для работы с текстом

ProКопирайтинг

→ https://docs.google.com/document/d/1YNmXM7LoxP2jmkRyhB4-iYR_JTy-yrzgzKUs8UCOBno/edit?usp=sharing

Фиксируем ключевое:

- 80% текста зависит от заголовка. Сделайте его цепляющим
- Используйте лид, который дополнит заголовок смыслом и убедит прочитать весь текст
- Людям не важны характеристики, они хотят видеть выгоды
- Помогите людям легче воспринять ваш текст визуально
- Уделите внимание гарантиям и правильной презентации цены

Благодарю вас 
Увидимся!

