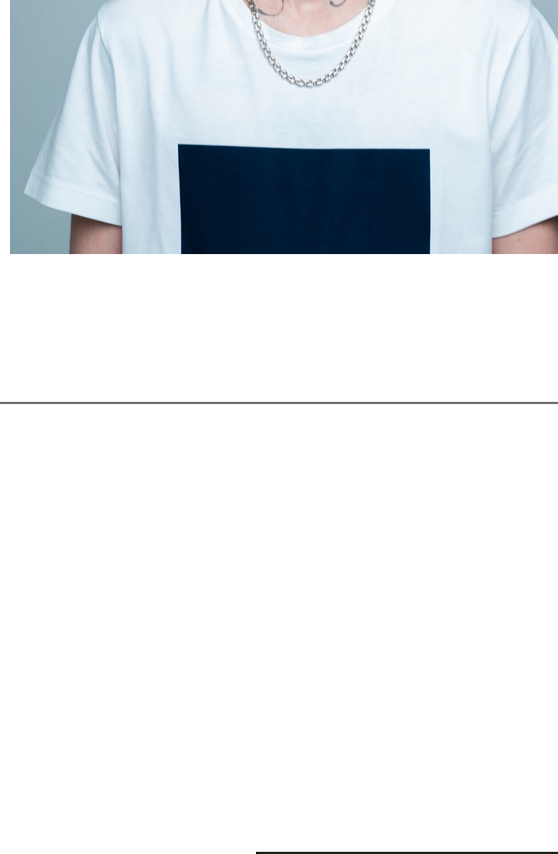


УРОК #2: Лендинги

Как создать продающую структуру.
Что такое смысловая упаковка.



Информация о спикере

Изучает психику и восприятие человека с 2010 года

Работает копирайтером в сфере маркетинга с 2015 года

По направлению Лендинги за 5 лет написал 300 текстов для онлайн и офлайн бизнесов из 27 ниш

Делает акцент на «упаковке смыслов» – передаче ценности предложения как есть, прямым и честным текстом

План урока

Введение
1. С какого ракурса рассматриваем копирайтинг
2. Без чего такой копирайтинг не будет работать
Лендинги
1. Landing page – что это? Зачем нужен в 2020?
2. Принципы построения посадочных страниц
3. Анатомия лендингов и классификация блоков
4. Пополняйте копилку насмотренности
Как создать продающую структуру
1. Что такое системно-творческая работа
2. Каким должен быть брифинг
3. Обработка полученной информации
4. Построение порядка и подбор слов
5. Как не умереть от перенапряжения
Что такое смысловая упаковка
1. Роль смысла в обмене информацией
2. Как происходит взаимопонимание
3. Какой текст вызывает чувства и почему
Примеры лендингов
Разбор непонятных и нормальных
Резюме
Закрепляем ключевые тезисы урока

С какого ракурса рассматриваем копирайтинг в этом уроке

ЧЕЛОВЕК

система с конкретными правилами работы

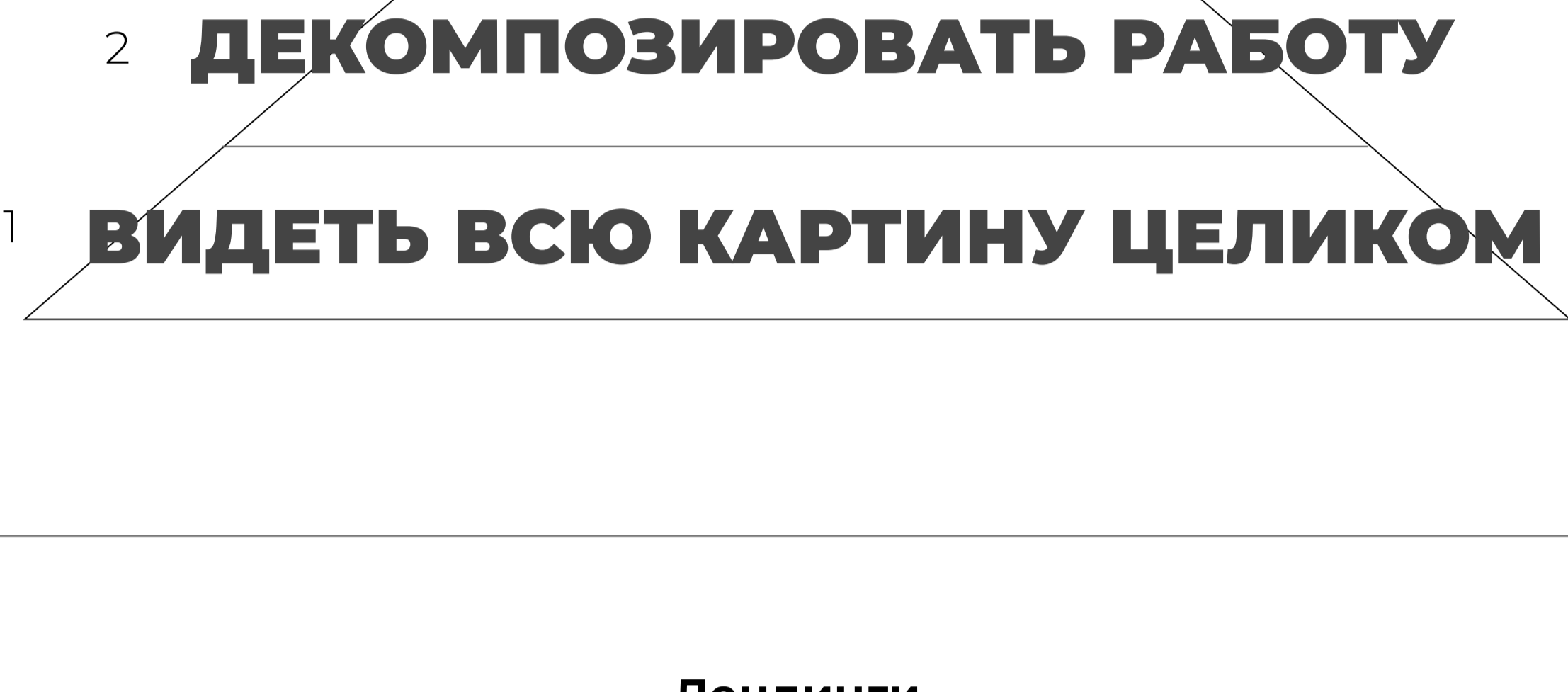
КОД

наш язык и способы передачи информации

ТЕКСТ

главный инструмент в передаче смыслов

Без чего такой копирайтинг не будет работать



Лендинги

Landing Page

ЭТО ОНЛАЙН ПРОДАВЕЦ «ПО ПЕРЕПИСКЕ»

Принципы построения посадочных страниц

1 БРИФИНГ

разбираемся в информации, которую нам нужно передать

2 АНАЛИЗ

отсеиваем из полученной информации всё лишнее

3 ФОРМУЛА

определяем порядок смыслов, по которому пишем текст

Важное правило #1

! 1 ЛЕНДИНГ = 1 ПРОДУКТ !

Анатомия лендингов и классификация блоков

УТП

уникальное торговое предложение

БОЛЬ

какая ситуация у клиента и что ему важно решить

СТА

call - to - action призыв к действию

ЦЕННОСТЬ

какие весомые аргументы за покупку мы предлагаем

ОФФЕР

offer – предложение с англ., ключевой посыл с продаж

ЛИД ФОРМА

форма для приёма контактов потенциальных клиентов

Важное правило #2

ПОПОЛНЯЙТЕ КОПИЛКУ НАСМОТРЕННОСТИ

Как создать продающую структуру

Что такое системно-творческая работа

СИСТЕМА = ОГРАНИЧЕНИЯ

ТВОРЧЕСТВО = СВОБОДА

Каким должен быть брифинг

ПЛАНИРУЙТЕ КАК АРХИТЕКТОР

ИНТЕРЕСУЙТЕСЬ КАК РЕБЁНОК

Обработка полученной информации

1 СОЗДАТЬ ПРАВИЛЬНЫЕ РАМКИ

2 СДЕЛАТЬ КОНСПЕКТ КЛЮЧЕВЫХ СМЫСЛОВ

3 ОПРЕДЕЛИТЬ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ

Построение порядка и подбор слов

ПИСАТЬ ПОКА ИДЁТ

ОТВЛЕКАТЬСЯ ПО САМОЧУВСТВИЮ

ПЕРЕЧИТЫВАТЬ И ПРАВИТЬ

Как не умереть от перенапряжения

ПАУЗЫ

ПРАКТИКИ

! СОН !

КОНТРАСТЫ

СМЕХ

Что такое смысловая упаковка

Роль смысла в обмене информацией

МОЗГ = КОМПЬЮТЕР

СМЫСЛЫ = ПРОГРАММЫ

ТЕКСТ = КОД

Как происходит взаимопонимание

УЧЛИ НАСТРОЙКИ КОМПЬЮТЕРА КЛИЕНТА

что важно покупателю и как он выбирает?

+

ВЫБРАЛИ ПРАВИЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ

что в нашем предложении самое ценное?

+

НАПИСАЛИ КАЧЕСТВЕННЫЙ КОД

наш текст прошёл через 3 сита Аристотеля?

—

ВЗАИМОПОНИМАНИЕ

Какой текст вызывает чувства и почему

ЧЕСТНЫЙ Правда продаёт лучше

КОНКРЕТНЫЙ Хорошо когда понятно

ЁМККИЙ. А без воды ещё лучше