



25 КОПИРАЙТИНГОВЫХ ФОРМУЛ

Приветос,

Меня зовут Дэн Кидд... и вместе с Алексом Рендом мы натолкнулись на классный настольный комплект копирайтера от CopyHackers.com, да решили перевести его для тебя.

Так сказать, в рамках подготовки к нашему практическому курсу по копирайтингу.

Копирайтинг – наша стихия. И как поговаривают, у нас неплохо получается.

Всё это не просто так.

Дело в том, что мы посвятили копирайтингу последние годы своей жизни. Мы пропустили через себя горы книг, семинаров и тренингов, некоторых из которых по несколько раз. И проверили всё это на практике, отобрав те самые золотые крупницы, которые и приносят взрывной результат. В нашем случае – деньги и продажи.

Началось это тогда, когда мы поняли одну прописную истину:

Всем плевать на твой бизнес и твои продажи.

Если ты кого-то нанимаешь, то им плевать, что у тебя нет продаж и ты не можешь оплатить их работу – это всё лишь твои проблемы. Они потратили свои человеко-часы и хотят получить за это зарплату.

Даже если они напрямую связаны с продажами – им плевать. Кроме тех случаев, когда оплата завязана исключительно на процентах от продаж.

Именно поэтому, копирайтинг и является самым важным навыком для бизнеса. Ведь никого не заботят твои продажи, кроме тебя. Главное, чтобы была оплачена работа, а с каких денег – без разницы.

Понимаешь?

Поэтому глупо отдавать продажи под контроль третьих лиц, как минимум, до тех пор, пока ты не можешь самостоятельно проанализировать продающую составляющую своих текстов, к примеру.

На воркшопе я ещё расскажу, почему копирайтинг – это не только про тексты, а главное, как использовать копирайтинг для видео, вебинаров и любых других инструментов. Но сегодня не об этом.

Вот, а чтобы у тебя было больше мотивации и вдохновения, я покажу некоторые наши результаты:

Одному из клиентов мы написали продающий текст с конверсией в 15%. В конкурентной нише – заработок на партнерский программах. На холодном трафике. Без раскрученного имени. И без минимального намека на e-mail маркетинг, воронки и даже соцсети. Лишь голый текст, который принес за неделю около 600+ продаж, а за две недели пробил планку в 1 000+ продаж.



В этом случае у клиента была цель набрать не просто подписчиков, а именно базу клиентов... которые УЖЕ заплатили и которым значительно легче продать следующие более дорогие продукты.

В другом случае мы продавали свой воркшоп по e-mail маркетингу. На тот момент у нас ещё не было отзывов и мы только стартовали в этой нише. Поэтому мы решили разом выдать все свои секреты на дорогом воркшопе. По цене от 1 000\$ до 3 000\$... повышая цену через каждые 3 проданных места... и, в результате, продали все 10 мест.

Прикольно вышло.

А самое интересное в том, что тут мы обошлись даже без продающего текста. Это была прямая демонстрация всей мощности e-mail маркетинга. И, в результате, нам хватило всего 3 писем, в которых и ссылок-то не было.

“И так тоже можно” (с).

Кстати, по такой же схеме долгое время работал один из наших учеников в нише похудения для женщин - Артём. Даже без лендингов, сайтов, видео и вебинаров он делал мощнейшие запуски. По сути, голым текстом.

Или ещё один наш пример – ROI 4 528% за 7 дней. Опять-таки, всё это заслуга голого текста. Без крутого дизайна. Без сложных воронок. Без таймеров. Без всего лишнего. И всё это на холодном трафике.

Точно так же мы продавали и наш воркшоп “Голливуд” – 9+% конверсии в первых числах января и 40 мест, которые ушли с 10 писем. Без продуманных запусков. Без каких-либо планов. Без малейших заготовок. За 30 минут до отправки письма я садился за ноут и начинал импровизировать.

Результат на лицо.

Помимо этого, мы писали рекламу в Forbes и Newsweek – это был заказ стоматологической клиники, в которой средний чек варьируется в пределах 10 000 евро. И у нас получилось.

После успеха этой рекламы мы получили крупный заказ уже от частной медицинской клиники, для которой создавали воронку продаж.

А если взять тему здоровья в инфобизнесе, то у наших учеников там всё работает так же четко. Даже без дипломов и специальных образований, что значительно повышает сложность.

К примеру, Иван уже в первый месяц пробил свою старую планку и одним лишь копирайтингом заработал на запуске 540 520 рублей... потом переехал всей семьей из поселка в город Пермь, а сейчас масштабируется и готовится покорять новые высоты.

Как видишь – наш копирайтинг работает.



И не только в инфобизнесе.

В других бизнесах он дает ещё более высокие результаты, потому что почти никто так не делает. А люди уже устали от официального и скучного тона, от роботизированных текстов, от шаблонных лендингов и от сайтов заточенных исключительно лишь под SEO.

Именно поэтому сегодня мы поделимся с тобой формулами продающих текстов... а в ближайшее время откроем продажи на практический курс по копирайтингу, на котором поделимся всей своей магией, секретами и тайнами.

Что ж... начнем.

Классическая формула – AIDA.

Attention – Внимание.

Interest – Интерес.

Desire – Желание.

Action – Действие.

Вариация формулы AIDA – AIDCA

Attention – Внимание.

Interest – Интерес.

Desire – Желание.

Conviction/Confidence – Убеждение/Доверие.

Action – Действие.

Формула Danny Iny – 6+1

Учитывай контекст.

Захвати внимание.

Создай желание получить решение своей проблемы.

Покажи последствия от бездействия.

Предоставь решение.

Сделай призыв к действию.

Как насчет +1 (*сделать больше, чем требуется*)? Это означает быть заслуживающим доверия во всем и всегда.



Формула Дэна Кеннеди – PAS

Problem – Проблема – Представь проблему своей целевой аудитории.

Agitation – Возбуждение – Нанеси удары по проблеме, чтобы они почувствовали её нутром.

Solution – Решение – Представь решение их проблемы.

Вариация на формулу PAS от Sean Mitchell

Problem – Проблема.

Agitation – Возбуждение.

Discredit – Дискредитация (*дискредитация других решений*).

Solution – Решение.

Lisa Manyan предлагает формулу PAS для женщин

Challenge – Вызов (*проблема*).

Solution – Решение (*решение*).

Invitation – Приглашение (*призыв к действию*).

Формула от Henry Hoke Sr. – 4P

Picture – Картинка – Нарисуй яркую картинку, в которую твоя целевая аудитория может легко поместить себя, будь эта картинка об имеющейся проблеме или вдохновляющем будущем.

Promise – Обещание – Расскажи как твоё решение поможет покончить с имеющейся проблемой или поможет реализовать в жизни вдохновляющее будущее.

Prove – Доказательство – Поддержка для твоего обещания! Какие будут последствия, если твоё обещание провалится? Кто уже видел что ты выполняешь обещания, и как? Как ты можешь продемонстрировать скептикам, что твоё решение гарантирует выполнение обещания?

Push – Толчок – Подтолкни потенциального клиента к действию.

Вариация формулы 4P от Ray Edwards

Problem – Проблема.

Promise – Обещание.

Proof – Доказательство.



Proposal – Предложение.

Формула от Pitch Perfect – АССА.

Подними осведомленность о проблеме.

Увеличь понимание проблемы (*объяснив её*).

Убеди своих потенциальных клиентов сделать что-то с проблемой.

Призови к действию.

Формула Victor O. Schwab – ААРРА

Захвати внимание потенциальных клиентов.

Покажи преимущества использования твоего решения.

Докажи то, что ты сказал.

Убеди их.

Проводи их к действию.

Формула – QUEST

Квалифицируй (*выдели среди всех*) потенциальных клиентов.

Пойми их положение или где они находятся (*покажи им это понимание*).

Покажи им возможный результат через легкое обучение.

Стимулируй их, чтобы они захотели получить этот результат.

Переведи их из их положения (*где они сейчас*) в своих клиентов.

Формула – SLAP

Останови своего потенциального клиента.

Заставь его посмотреть (*в нашем случае – прочитать*).

Заставь его действовать.

Получи покупку.

Вариация на формулу AIDA от Robert Collier – AIDPPC

Attention – Внимание.

Interest – Интерес.



Description – Описание.

Persuasion – Влияние.

Proof – Доказательство.

Close – Закрытие.

Формула от Jack Lacy:

Что ты сделаешь для меня, если я выслушаю твою историю?

Как ты собираешься сделать это?

Кто ответственен за твоё обещание?

Для кого ты это уже делал?

Сколько это будет стоить для меня?

Расширенная вариация формулы AIDA – AICPBSAWN

Attention – Внимание – Самая большая выгода / самая большая проблема, которую ты можешь решить / УТП.

Interest – Интерес – Причина почему они должны быть заинтересованы в том, что ты говоришь.

Credibility – Доверие – Почему они должны верить тебе.

Proof – Доказательство – Докажи свои слова и обещания.

Benefits – Выгоды – Перечисли все.

Scarcity – Дефицит – Создай дефицит.

Action – Действие – Точно скажи им ЧТО делать.

Warn – Предупреждение – Что произойдет, если они не станут действовать.

Now – Сейчас – Замотивируй их действовать сейчас.



Формулы для более длинных текстов...

Формула из 36 шагов

Сначала ты проходишь по этим 4 подготовительным шагам:

1. Качественный продукт.
2. Аватар клиента.
3. Рекомендации (*тебя... от других людей*).
4. Предложение.

А дальше вот эти 32 шага:

1. Проведи исчерпывающее исследование.
2. Отдохни, чтобы отфильтровать идеи.
3. Выпиши обширный список преимуществ, фактов и цифр.
4. Выпиши все выгоды.
5. Создай неотразимое предложение.
6. Подготовь шикарную гарантию (*чтобы тебя прямо щекотало от неудобства*).
7. Напиши заголовок, который цепляет внимание.
8. Самые важные моменты выдели цветом.
9. Ограничь количество графики.
10. Зацепи читателя мощной открывашкой, которая будет продолжать заголовок.
11. Обойди ранние возражения.
12. Добавляй соблазнительные подзаголовки по ходу текста.
13. Заставь своих потенциальных клиентов сильно и глубоко чувствовать боль.
14. Устрани их боль (*своим решением*).
15. Установи доверие.
16. Зафиксируй это доверие “инсайндерской выгодой”.
17. Представь неопровержимое доказательство к своему решению.
18. Разбей свой текст на читаемые кусочки.
19. Добавь список выгод от использования твоего продукта.
20. Подведи итоги по ключевым выгодам.
21. Представь преимущества (*свойства*) своего продукта.



22. Дай им ультра-ценный комплект (*продукт и бонусы*), от которого они не захотят отказаться.
23. Назови цену.
24. Сделай призыв к действию.
25. Добавь дополнительное предложение, чтобы поднять ценность продукта.
26. Минимизируй риски.
27. Закрой сделку, суммируя главные выгоды.
28. Добавь P. S.
29. Сделай покупку легкой.
30. Устрани все лишние ссылки.
31. Дай тексту отдохнуть.
32. Перечитай текст вслух и доработай для максимального результата.

Формула с главным героем – Star, Story, Solution

Представь звезду истории.

Расскажи историю звезды.

Покажи решение, которое помогло звезде достичь высот.

Формула от Bob Stone

Шаг 1. Сделай обещание на основе самой важной выгоды.

Шаг 2. Моментально переходи к раскрытию этой выгоды.

Шаг 3. Скажи читателям что конкретно они получают (*как свойства – 21 урок, 7 чек-листов, так и возможности – уважение, статус, власть*).

Шаг 4. Поддержи “Шаг 3” доказательством.

Шаг 5. Расскажи, что читатели теряют, если не будут действовать.

Шаг 6. Подготовь их к действию перефразировкой самых мощных выгод.

Шаг 7. Побуди их к моментальному действию.

Формула от Frank Egner

Захвати внимание заголовком.

Продолжи с вдохновляющим введением.



Ясно и понятно расскажи о продукте.

Дай историю успеха или интересный кейс о продукте.

Добавь отзывы и подтверждение результативности продукта.

Выдай особенности и выгоды продукта.

Утверди ценность своего предложения.

Проведи потенциальных клиентов к действию через конкретику и срочность.

Закончи с помощью P. S.

Формула от David Frey

Захвати внимание.

Идентифицируй проблему.

Представь решение.

Покажи свои рекомендации (*так сказать, послужной список*).

Расскажи о выгодах.

Дай социальное доказательство.

Сделай своё предложение.

Добавь дефицит.

Дай гарантию.

Сделай призыв к действию.

Добавь предупреждение.

Закрой напоминанием.

Формула от Perry Belchera

Обратись прямо к своей аудитории.

Зацепи их внимание (*лучше всего большим обещанием в заголовке*).

Поддержи большое обещание в заголовке быстрым объяснением.

Определи самую большую проблему (*или боль*), которую они испытывают.

Предоставь решение названной проблемы.

Покажи боль и цену создания решения.

Поясни насколько просто это использовать.



Покажи скорость достижения результатов.

Картинка будущего (*помоги им провизуализировать лучшее будущее*).

Покажи свои рекомендации.

Подробно расскажи о выгодах своего решения.

Добавь социальное доказательство.

Сделай своё предложение.

Добавь бонусы.

Укрепи и усиль ценность своего решения и бонусов.

Наконец-то, раскрой цену.

Добавь дефицит.

Избавь их от риска с помощью гарантии.

Сделай призыв к действию.

Дай предупреждение.

Закрой напоминанием.

Формула от Brian McLeod – HELLYEAN

Окрикни их и привлеки внимание.

Сопереживай им и их болям (*к примеру, поделись своими болями*).

Обругай вещи, которые и привели их к проблеме (*или проблемам*).

Покажи им, что тут нет тяжелой работы (*и обязательно докажи это*).

Да, решение есть... и оно есть у тебя.

Через легкое обучение объясни почему твоё решение подходит им лучше всего.

Дай им четкий призыв к действию.

Обработай их сомнения и возражения (*к примеру, сняв все риски*).

Ещё одна формула от Ray Edwards

Человек, проблема, боль.

Усиление последствий от бездействия (*что будет, если не решать проблему и не избавляться от боли*).

История, решение, система.



Отзывы.

Предложение (80% времени говорить о трансформации).

Отклик.

Вкусная формула от Гари Бенсивенги

Cracker Jack Secret – Реклама должна выглядеть ценной, чтобы её было жалко выбросить (в случае с директ-маилом) или хотелось жадно зачитывать до дыр на сайте.

Urgent Problem – Срочная проблема.

Unquestionable Proof – Неопровержимое доказательство.

User-Friendly Propositions – Дружелюбное предложение.

Unique Promise – Уникальное обещание.

Формула Гари Халберта

Скажи что-то, что зацепит их внимание.

Расскажи им, почему они должны быть заинтересованы.

Расскажи им, почему они должны верить твоим словам.

Докажи это.

Детализируй и опиши все выгоды.

Расскажи им как оформить заказ.

Убеди их действовать сейчас.

Финал!

Что же, вот мы и закончили со вкусными копирайтинговыми рецептами... используй эти формулы каждый раз, когда будешь писать новые тексты... и тогда ты раз и навсегда забудешь о проблемах с продажами.

Да, ты можешь желать и более высоких результатов.

Экстраординарных результатов.

И это нормально. Мы в этом поможем.

Возможно, что ты хочешь превратить своих подписчиков в действительно преданных и лояльных фанатов.



Возможно, что ты хочешь прорваться сквозь белый шум и стать тем единственным голосом, который твои люди не просто слушают... но и слышат, и, что ещё важнее, прислушиваются к нему.

Возможно, что ты хочешь построить вокруг себя крепкое и интересное сообщество... и не из лишь бы кого, а из твоего идеального окружения... или твоих идеальных клиентов... тут выбор лишь за тобой.

Возможно, что ты хочешь поставить на уверенные ноги свой бизнес, чтобы он работал на тебя годами... и это тоже реально.

Возможно, что ты хочешь переменить стиль своего бизнеса и продавать налегке, да прямо по ходу жизни... эдакий лайфстайл со встроенным бизнесом, когда ты живешь, кайфуешь, наслаждаешься и зарабатываешь столько, сколько пожелаешь.

В любом случае – я тебя понимаю.

Более того, мы с Алексом можем тебе помочь.

Потому что, если добавить к этим рецептам наш секретный соус, то получится божественный деликатес от лучшего шеф-повара... и тогда твои тексты будут не просто продавать, но и как по щелчку пальцев превращать твоих подписчиков в преданных фанатов, которые будут покупать все твои продукты... снова и снова.

Хочешь так?

Я тебе уже показал и наши результаты... и результаты наших учеников (*так на всякий случай – в самом начале этого отчета*)... ты знаешь, что мы действительно можем тебя научить... поэтому следи за письмами и скоро ты узнаешь все подробности о нашем практическом курсе по копирайтингу.

Будет очень жарко.

