



25 КОПИРАЙТИНГОВЫХ ФОРМУЛ

Оглавление

Классическая формула AIDA.....	3
Вариация формулы AIDA – AIDCA	3
Вариация формулы AIDA – AIDPPC (<i>om Robert Collier</i>).....	3
Расширенная вариация формулы AIDA – AICPBSAWN	3
Формула 6+1 (<i>om Danny Iny</i>)	4
Формула S-S-S.....	4
Формула PAS (<i>om Dan Kennedy</i>)	4
Вариация формулы PAS – PADS (<i>om Sean Mitchell</i>)	4
Вариация формулы PAS для женщин – CSI (<i>om Lisa Manyan</i>)	4
Формула 4P (<i>om Henry Hoke Sr.</i>)	5
Вариация формулы 4P (<i>om Ray Edwards</i>)	5
Формула ACCA (<i>om Pitch Perfect</i>)	5
Формула AAPPA (<i>om Victor O. Schwab</i>)	5
Вариация формулы AAPPA – PAPA (<i>om Joanna Wiebe</i>)	5
Формула QUEST	6
Формула SLAP	6
Формула “5 вопросов” (<i>om Jack Lacy</i>):.....	6
Формула CJS-UP-UP-UP-UP – от Гари Бенсивенги	6
Формула HELLYEAH (<i>om Brian McLeod</i>).....	7
Формула PASTOR (<i>om Ray Edwards</i>)	7
Формула из 36 шагов (<i>om Bob Serling</i>).....	7
Формула из 7 шагов (<i>om Bob Stone</i>).....	9
Формула из 9 шагов (<i>om Frank Egner</i>).....	9
Формула из 12 шагов (<i>om David Frey</i>).....	9
Формула из 21 шага (<i>om Perry Belcher</i>)	10



Классическая формула AIDA

Внимание (Attention).

Интерес (Interest).

Желание (Desire).

Действие (Action).

Вариация формулы AIDA – AIDCA

Внимание (Attention).

Интерес (Interest).

Желание (Desire).

Убеждение (Conviction).

Действие (Action).

Вариация формулы AIDA – AIDPPC (*от Robert Collier*)

Внимание (Attention).

Интерес (Interest).

Описание (Description).

Влияние (Persuasion).

Доказательство (Proof).

Закрытие (Close).

Расширенная вариация формулы AIDA – AICPBSAWN

Внимание (Attention) – Самая большая выгода/проблема... или твоё УТП.

Интерес (Interest) – Почему они должны быть заинтересованы в твоём тексте?

Доверие (Credibility) – Почему они должны верить тебе?

Доказательство (Proof) – Докажи свои слова и обещания.

Выгоды (Benefits) – Перечисли все выгоды.

Дефицит (Scarcity) – Создай дефицит.

Действие (Action) – Дай им подробную инструкцию ЧТО делать дальше.

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

Сейчас (Now) – Замотивируй их действовать сейчас.



Формула 6+1 *(от Danny Iny)*

Учитывай контекст.

Захвати внимание.

Создай желание получить решение проблемы.

Покажи последствия от бездействия.

Презентуй решение.

Сделай призыв к действию.

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

Формула S-S-S

Представь главного героя (Star) истории.

Расскажи историю (Story) героя.

Покажи решение (Solution), которое помогло герою достичь высот.

Формула PAS *(от Dan Kennedy)*

Проблема (Problem) – Покажи проблему своей целевой аудитории.

Возбуждение (Agitation) – Усиль проблему, чтобы они почувствовали её нутром.

Решение (Solution) – Представь решение этой проблемы.

Вариация формулы PAS – PADS *(от Sean Mitchell)*

Проблема (Problem).

Возбуждение (Agitation).

Дискредитация (Discredit) – дискредитация других решений.

Решение (Solution).

Вариация формулы PAS для женщин – CSI *(от Lisa Manyan)*

Вызов (Challenge) – проблема.

Решение (Solution) – решение.

Приглашение (Invitation) – призыв к действию.



Формула 4P (*от Henry Hoke Sr.*)

Картинка (Picture) – Нарисуй яркую картинку о проблеме или о вдохновляющем будущем, чтобы твоя целевая аудитория могла увидеть себя.

Обещание (Promise) – Расскажи как твоё решение поможет покончить с проблемой или достичь вдохновляющего будущего.

Доказательство (Prove) – Докажи, что твоё обещание работает! Будут ли последствия для тебя, если обещание провалится? Кто уже видел что ты выполняешь обещание, и могут ли они подтвердить это отзывом/кейсом? Какой гарантией ты подкрепишь свои слова, чтобы убедить даже самых закоренелых скептиков? И так далее.

Толчок (Push) – Подтолкни читателя к действию.

Вариация формулы 4P (*от Ray Edwards*)

Проблема (Problem).

Обещание (Promise).

Доказательство (Proof).

Предложение (Proposal).

Формула АССА (*от Pitch Perfect*)

Подними осведомленность (Awareness) о проблеме.

Увеличь понимание (Comprehension) проблемы (*объяснив её*).

Создай убеждение (Conviction) сделать что-то с проблемой сейчас.

Призови к действию (Action).

Формула ААРРА (*от Victor O. Schwab*)

Захвати внимание (Attention) потенциальных клиентов.

Покажи преимущества (Advantages) использования твоего решения.

Докажи (Prove) то, что ты сказал.

Убеди (Persuade) их.

Проводи их к действию (Action).

Вариация формулы ААРРА – РАРА (*от Joanna Wiebe*)

Проблема (Problem).

Преимущества (Advantages) от решения проблемы.



Доказательство (**P**roof), что ты можешь решить её.

Действие (**A**ction).

Формула QUEST

Квалифицируй (**Q**ualify = выдели среди всех) потенциальных клиентов.

Покажи, что понимаешь (**U**nderstand) их положение/проблему.

Покажи им решение/результат через легкое обучение (**E**ducate).

Стимулируй (**S**timulate) их, чтобы они захотели получить этот результат.

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

Формула SLAP

Останови (**S**top) своего потенциального клиента.

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

Заставь его действовать (**A**ct).

Получи покупку (**P**urchase).

Формула “5 вопросов” (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?

Формула CJS-UP-UP-UP-UP – от Гари Бенсивенги

Самоценная реклама (**C**racker Jack **S**ecret) – Реклама должна выглядеть ценной, чтобы её было жалко выбросить (*в случае с директ-маилом*).

Срочная проблема (**U**rgent **P**roblem).

Неопровержимое доказательство (**U**nquestionable **P**roof).

Дружелюбное предложение (**U**ser-Friendly **P**ropositions).

Уникальное обещание (**U**nique **P**romise).



Формула HELLYEАН (от Brian McLeod)

Окрикни (Holler) их и привлеки внимание.

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

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

Докажи им, что тут нет тяжелой работы (Legwork).

Да (Yes), решение есть... и оно есть у тебя.

Через обучение (Educate) объясни почему твоё решение подходит им лучше всего.

Дай им четкий призыв к действию (Action).

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

Формула PASTOR (от Ray Edwards)

Человек (Person), проблема (Problem), боль (Pain).

Усиление (Amplify) последствий от бездействия (что будет, если не решать проблему).

История (Story), решение (Solution), система (System).

Отзывы (Testimonials).

Предложение (Offer). (Примечание: 80% времени говорить о трансформации)

Отклик (Response). (Другими словами – призыв к действию)

Формула из 36 шагов (от Bob Serling)

Сначала 4 подготовительных шага:

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

Потом 32 шага для создания продающего текста:

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. Предоставь неопровержимое доказательство к своему решению.
18. Разбей своей 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 лёгкой.
30. Устрани все лишние ссылки.
31. Дай тексту отдохнуть.
32. Перечитай текст вслух и доработай для максимального результата.



Формула из 7 шагов (*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 из 9 шагов (*от Frank Egner*)

- Шаг 1. Захвати внимание заголовком.
- Шаг 2. Продолжи с вдохновляющим введением.
- Шаг 3. Ясно и понятно расскажи о продукте.
- Шаг 4. Дай историю успеха или интересный кейс о продукте.
- Шаг 5. Добавь отзывы и подтверждение результативности продукта.
- Шаг 6. Выдай особенности и выгоды продукта.
- Шаг 7. Утверди ценность своего предложения.
- Шаг 8. Проведи потенциальных клиентов к действию через конкретику и срочность.
- Шаг 9. Закончи с помощью P. S.

Формула из 12 шагов (*от David Frey*)

- Шаг 1. Захвати внимание.
- Шаг 2. Идентифицируй проблему.
- Шаг 3. Представь решение.
- Шаг 4. Покажи свои рекомендации (*так сказать, послужной список*).
- Шаг 5. Расскажи о выгодах.
- Шаг 6. Дай социальное доказательство.
- Шаг 7. Сделай своё предложение.
- Шаг 8. Добавь дефицит.



Шаг 9. Дай гарантию.

Шаг 10. Сделай призыв к действию.

Шаг 11. Добавь предупреждение.

Шаг 12. Закрой напоминанием.

Формула из 21 шага (от Perry Belcher)

Шаг 1. Обратись прямо к своей аудитории.

Шаг 2. Зацепи их внимание *(лучше всего большим обещанием в заголовке)*.

Шаг 3. Поддержи большое обещание в заголовке быстрым объяснением.

Шаг 4. Определи самую большую проблему *(или боль)*, которую они испытывают.

Шаг 5. Предоставь решение названной проблемы.

Шаг 6. Покажи боль и цену создания решения.

Шаг 7. Поясни насколько просто это использовать.

Шаг 8. Покажи скорость достижения результатов.

Шаг 9. Картинка будущего *(помоги им провизуализировать лучшее будущее)*.

Шаг 10. Покажи свои рекомендации.

Шаг 11. Подробно расскажи о выгодах своего решения.

Шаг 12. Добавь социальное доказательство.

Шаг 13. Сделай своё предложение.

Шаг 14. Добавь бонусы.

Шаг 15. Укрепи и усиль ценность своего решения и бонусов.

Шаг 16. Наконец-то, раскрой цену.

Шаг 17. Добавь дефицит.

Шаг 18. Избавь их от риска с помощью гарантии.

Шаг 19. Сделай призыв к действию.

Шаг 20. Дай предупреждение.

Шаг 21. Закрой напоминанием.

