

Текст, который продает, или как превратить посетителей в покупателей

<http://www.webprojects.ru/>

После того, как вы преодолеете трудности, связанные с привлечением посетителей на ваш сайт, вашей задачей станет их удержание и превращение в покупателей.

Процесс превращения посетителя в покупателя может занимать 2 минуты, а может и 20. Ваша цель - создать текст, который одинаково эффективно продавал бы как активному (импульсному) покупателю, так и привередливому.

У вас есть 2 главные цели при написании текстов. Убеждать и стимулировать. Вы должны убедить читателя, что вы можете предложить ему нечто особенное и стимулировать его приобрести это. Вы можете использовать сложный подход к продажам или брошюру с информацией, но цель будет одна и та же. Убеждать и стимулировать.

Никогда не упускайте из виду эту цель.

Что вы должны делать перед тем, как приступить к написанию текстов

1. Приготовьте свое рабочее место. Определите свой стиль, словарь и тезаурус.
2. Проведите исследование вашего продукта или услуги. Вы должны охарактеризовать продукт и определить особенности и преимущества, которые заинтересуют ваших покупателей. Сделайте список особенностей и преимуществ предлагаемых продуктов (услуг). Оцените продукт с точки зрения покупателя. Проконсультируйтесь с пользователями продукта, если это возможно.
3. Позиционируйте продукт. Определите, как соотносится ваш продукт с конкурирующими. Отметьте различия и преимущества. Сделайте список качеств, которые делают ваш продукт лучше. Предлагают ли ваши конкуренты что-нибудь, что не предлагаете вы?
4. Определите свой целевой рынок. Вы должны приспособить ваш текст под вкусы читателей. Ваши целевые посетители молодежь, взрослые или президенты банков? Домохозяйки или владельцы малого бизнеса? Определите демографический портрет аудитории.
5. Примите решение относительно маркетинговой стратегии. Это нужно для того, чтобы вы решили, что использовать: сложный подход к продажам или информационную технику брошюры или комбинировать 2 этих техники. Определите длину вашего текста. Если вы можете составить текст из 500 слов, который продаст продукт, пишите 500 слов. Если из 100, то пишите 100.

Во время написания текста вы должны помнить о следующих моментах

1. Ваша цель - убеждать и стимулировать. У вас нет времени показывать, как много болтовни (прозы) вы можете написать и производить впечатление на читателя своим богатым словарным запасом.
2. Пишите в действительном залоге.
3. Будьте правдивы. Не делайте ложных заявлений. Сделайте акцент на моментах, которые опираются на факты.
4. Описывайте детали.

Пример (до): Наше программное обеспечение может неправильно работать на многих операционных системах.

Пример (после): Наше программное обеспечение будет корректно работать под Win95, Win98, Win2000, WinMe и Mac версий OS8/OS9.

5. Правильно организуйте текст. Все, что вы пишете, должно быть логичным: от первого пред-

ложения до конца. Не отсылайте пользователя к моменту, высказанному в предыдущих абзацах, просто повторите, что вы хотите сказать.

6. Не бойтесь повторяться. Ваша цель, чтобы читатель запомнил, о чем вы пишете.

7. Пишите понятно. Избегайте длинных или сложных конструкций.

8. Используйте жирный шрифт для выделения важных частей вашего текста. Не используйте много восклицательных знаков для выражения преимуществ вашего продукта.

9. Не используйте юмор. Вы можете использовать его, только если точно уверены в его полезности. Вы не можете точно знать, применим ли юмор для вас. Только ваши читатели могут знать это.

10. Не упускайте из виду ваши цели: убеждать и стимулировать.

Написание текста, который продает

Прежде чем вы приступите к написанию текста, выучите AIDA формулу.

(Attention, Interest, Desire, Action)

Внимание, Интерес, Желание, Действие

Внимание. Каждая страница, созданная вами, представляет возможность захватить внимание читателя. Существует несколько обычных эффективных техник, которые вы можете использовать для этого. Вы можете использовать привлекающие внимание слова, такие, как: "Бесплатно" или "Остановитесь!" Вы можете привлечь читателя вопросом или полагаться на то, что его внимание привлечет простая информация о фактах.

Пример: Остановитесь! Не читайте этого до тех пор, пока вы не планируете отдохнуть в Испании в этом году.

Пример: Бесплатная электронная книга - Постройте свой кукольный дом по этим простым схемам.

Пример: Знаете ли вы, что делать, если вас арестовали за границей?

Вне зависимости от того, какую технику вы используете, вы должны реализовать ее так, чтобы у читателя возник интерес.

Интерес. Сейчас вам нужно выполнить обещание, которое вы выразили в заголовке. Это то место, где большинство писателей ошибаются. Не нужно описывать продукт, компанию или себя. Нужно создать интерес и наиболее легкий путь сделать это - помнить, что интересует читателя.

Как только вы привлекли интерес читателя, стоит переходить к созданию желания.

Желание. Итак, вы привлекли интерес читателей. Теперь вы должны создать у читателя желание купить то, что вы продаете. Простым языком перечислите факты, особенности и преимущества товара. Перечислите причины, по которым читатель должен купить ваш продукт или воспользоваться услугами. Если ваш продукт экономит читателям денег, скажите им об этом. Затем напишите, как именно продукт экономит деньги. Если ваша услуга экономит читателям время, скажите об этом, но опираясь на факты. Избегайте слов таких, как "мега", "высочайший", "феноменальный".

Теперь все что вам осталось - это побудить читателя к действию

Действие. Если вы хотите, чтобы читатель совершал действие, вы должны дать ему такую возможность. Под действием может подразумеваться покупка, подписка на рассылку или скачивание электронной книги. Ваш призыв к совершению действия должен быть таким же простым, как кнопка, которая говорит "Купи сейчас". Также вы можете указать другую причину совершения немедленной покупки.

Не имеет значения, какой привлекательный метод вы выберете для побуждения к действию. Никогда не заставляйте читателя искать место покупки на вашем сайте.

Вам необходимо запомнить следующие моменты, прежде чем вы закончите написание текстов.

1. Используйте программное обеспечение для проверки текстов.
2. Дайте почитать кому-нибудь ваш текст.
3. Не читайте сами ваш текст.
4. Вы должны проверить и отредактировать ваш текст. Проверьте факты, грамматику и исключите каждое лишнее слово. Каждое слово должно служить цели. Если вы нашли слово, которое "не работает", удалите его. Замените выражения типа "на основании того, что" на более короткие "потому, что".
5. Когда вы закончите исправлять и редактировать текст вы должны сделать это еще раз.
6. Когда вы окончательно закончите все ваши исправления и редактирование, прочитайте текст вслух. Убедитесь, что ваш голос и интонация не меняются на протяжении всего текста. Это особенно важно для больших сайтов, для которых вы пишете текст на протяжении нескольких дней или недель. Внесите необходимые исправления