

ПРОДАЮЩИЙ ТЕКСТ СВОИМИ РУКАМИ (практика написания продающих текстов)

12 августа 2010

Каким должен быть продающий рекламный текст?

Гений рекламы Дэвид Огилви в свое время мудро заметил, что покупатель — не идиот, а ваша жена. Он такой же, как вы. Он, как и вы, не любит, когда его держат за наивного глупца. Он с первого взгляда определяет, что текст рекламный, он на лету раскусывает «штучки» и «уловки». Он устал от пустого креатива и рекламной агрессии.

Чтобы человек совершил покупку, рекламный текст должен понятно и доступно объяснить выгоды вашего предложения. Показать, как изменится жизнь или бизнес. Какие проблемы исчезнут и, как станет проще после покупки.

И дальше возникают десятки вопросов:

- Как найти выгоды?
- Что делать, если ваш товар не уникален?
- Как быть, если конкуренты повторяют шаги?
- Как интересно и понятно подать выгоды в тексте?
- В тексте должны быть только выгоды и все?
- Из каких частей должен состоять продающий рекламный текст?
- Как написать эффективное коммерческое предложение?
- Как правильно заказывать продающие тексты? На что обращать внимание?
- Как оценивать работу копирайтера?

На все эти и многие другие вопросы вы получите ответы. Вместе с Дмитрием Котом (мастером продающих текстов) вы найдете в своем предложении уникальные отличия, превратите их в продающие выгоды и воплотите в текст.

Участники: предприниматели, специалисты по маркетингу и рекламе, PR-менеджеры

ПРОГРАММА:

Часть №1 Введение в копирайтинг

- 3 критерия продающего текста.
- Правило 40%-40%-20%. Кто виноват, если текст не работает?
- Особенности тестирования продающих текстов.

Часть №2 Качаем силу мысли

- Психология копирайтера — что нам мешает создавать продающие тексты.
- Психологическая настройка — выбрасываем из головы мусор.
- Психология покупателя. Как люди читают тексты и читают ли они их вообще.
- Особенности поведения читателей в сети и в офф-лайне.

Часть №3 Превращаем сухие свойства в продающие аргументы

- С чего начинается рекламный текст? С конкурентных отличий!
- Не все свойства одинаково полезны. Ищем свойства, фильтруем лишнее.
- Что общего у свойства и конкурентного отличия?
- Превращаем свойства в выгоды. Формула, с помощью которой даже самое скучное свойство, превращается в продающую выгоду.

Часть №4 Формула продающего текста

- Формула продающего текста: продать объект рекламы, продать цену, продать необходимость действовать.
- Как продать товар или услугу.
- Приемы создания «липких» заголовков.
- Что общего у копирайтера и врача?
- Забрасывай крючки — как и чем удержать внимание читателя.
- Как плохое настроение помогает писать хорошие продающие тексты.

Часть №5 Как продать цену

- Цена — говорить или прятать?
- Голые цифры против интересных описаний.
- Как продать цену — «машина по печатанию денег» и другие приемы продажи цены.

Часть №6 Как продать действие

- Кто такие спящие покупатели (sleep shoppers)?
- Как разбудить покупателя?
- Что заставит клиентов выстраиваться в очередь?
- «Только сегодня» и другие приемы призывов к действию.

Часть №7 Особенности написания продающих текстов для сети Интернет

- Контекстная реклама. Тонкости составления объявлений. Как объявление и текст свести в единую продающую систему.
- Продающие страницы сайта — как удержать посетителя на сайте

Часть №8 Особенности «бумажных» текстов

- Коммерческое предложение — как текст превратить в продавца на бумаге
- 3D почта – разжигаем страсть узнать, что же таится внутри
- 2 подхода к созданию пресс-релиза — «классика» против Web 2.0

ТРЕНИНГ ВЕДЕТ:



Дмитрий КОТ - копирайтер, специализирующийся на создании продающих текстов.

Личный рекорд — текст всего в 1000 знаков с конверсией 21%. Другими словами, каждый пятый читатель становится покупателем. Среди клиентов десятки компаний, например, «NEXX Digital», «Eterra24», «SIGNITY AG», маркетинговые агентства «Матик», «Dot», «Элемент», «Бизнес Реклама» и многие другие.

Регулярно проводит тренинги в «Академии Интернет Рекламы» (г. Москва) и в образовательном центре «Эдукор» (г. Санкт-Петербург).
Разработчик серии обучающих продуктов для предпринимателей и копирайтеров.

Создатель проекта «Бизнес-курсы для предпринимателей от практика рекламы».
Автор публикаций по маркетингу и копирайтингу.

Адрес: Минск, Пр. Газеты «Правда», 11, Международный образовательный центр IBV

Стоимость участия в тренинге **667 000 бел. руб.** (при оплате до 20 июля – 595 000).

В стоимость включены: 8 часовой тренинг Дмитрия Кота. 2 кофе-паузы, обед.

Предоставляются скидки постоянным клиентам и при участии 2-х и более человек от организации.

Для участия в семинаре необходимо:

Позвонить организатору и сообщить о своем участии либо отправить заявку на участие с сайта www.treningclub.by

Оплатить участие в семинаре и сообщить номер платежного поручения и дату оплаты.

Тел.: +375 29 632-55-86 (velcom)

Тел./факс: +375 17 548-45-25

Организатор – ВОЛОДЬКО Сергей

e-mail: org@treningclub.by

www.treningclub.by