***Волшебная сила продающего текста***

Почему одни товары продаются, а другие нет? Эту тайну знают только специалисты по рекламе.

Когда вы хотите продать, то, чаще, не сильно задумываетесь, какой эффект произведет объявление на покупателей.

Написал и ладно. Авось купят.

Такое легкомысленное отношение к тексту часто ведет к полному фиаско вашей маленькой рекламной кампании. Товар продается долго и нудно. А если когда-нибудь и купят, то, скорее, по заниженной цене.

***В чем причина такой вялой продажи***

В неумении написать энергичное и составленное по классическим канонам рекламное письмо. Оказывается, создать продающий текст не так просто, и это настоящее искусство.

Копирайтер должен быть одновременно психологом, брокером и, если угодно, даже лошадиным барышником.

Да, да. Вы не ослышались.

Методы и приёмы таких далеких друг от друга профессий чем-то схожи. Эти специалисты находят в любой бочке с дёгтем заветную ложку с мёдом.

Это метафора, но смысла она не меняет.

Продающий текст пишется по правилам и формулам, которые подходят в одном случае, и, увы, бесполезны в другом.

Чтобы письмо «выстрелило» в цель и привлекло внимание потенциального клиента, его задача вызвать интерес с первых строк.

***Шокируй триггером***

С первых строк заставьте человека подумать: «Боже, а ведь написано-то обо мне! Как автор догадался, что я нуждаюсь в этом товаре?»

После этого у читателя мелькает мысль, что он ничего раньше не знал о полезных свойствах этого товара. Затем, с удвоенным вниманием он читает дальше, и, в конце концов, понимает, что дальнейшая жизнь не имеет смысла без этого продукта.

Его дрожащая рука тянется к телефону, и он делает первый звонок, чтобы узнать, какая дополнительная выгода его ждет после приобретения этого замечательного товара.

Покупка пробьет брешь в его бумажнике, но зато сделает этого человека счастливым. Ведь не каждый день приходится приобретать такие классные товары.

Для такого эффекта нужно правильно определить приоритеты и знать желания конечного потребителя.

Но, конечный результат такого письма превзойдет ожидания.

Правильно составленный текст увеличит продажу от 10% до 1000 процентов.

Никколо Маккиавелли сказал: «Цель оправдывает средства».

И он был абсолютно прав.