



با تاثیرات تبلیغات در بازاریابی آشنا شوید

نوشتن متن بازاریابی

است بازاریابی به معنای فروختن به افرادی که محصول شما را نمی خواهند نیست بازاریابی متن قلب و روح

یا خدمات در زمان نیاز مشتری هست. پس باید بدانید که متن محصول اول : بازاریابی خوب، رساندن تبلیغ عالی یک مطلب قانع کننده است. ولی بیشتر کسانی را قانع می کند که به آن گوش می دهند این افراد کسانی هستند که بیشتر از هر کسی قدر محصول یا خدمات شما را می دانند نوشتن متن تبلیغ خیلی آسان است

دوم : تبلیغ نویسی فقط نوشتن نیست استراتژی هم هست باید، برای چیزهایی که میخواید بنویسید، لحنی که می خواهید استفاده کنید و نیازهای اصلی دیگر برنامه ریزی کنید حتی اگر کس دیگری برنامه را تعیین میکند باز هم باید در صورت نیاز در کش کنید و خودتان را با آن وفق بدهید

جذب مشتری، برای خرید، جذب رای فروش سوم :هدف تبلیغ نویسی فروش هست . ممکن است معنی دهنده برای رای یا همسو کردن افراد با هدفتان باشد به هر حال شما یک هدف در ذهنتان دارید و تبلیغ نویسی را برای دست یابی به آن هدف انجام میدهید. دستیابی به این هدف با دعوت به عمل انجام میشود. دعوت به عمل می تواند، دعوت به خرید به رای و یا بستن کمربند باشد. همه تبلیغ نویس ها این دعوت به عمل را دارند

تبلیغاتی که یک دعوت به عمل داشته باشد، مجموعه ای از ۴ چیزاست

اول، نوشتن است یعنی آوردن کلمات در یک صفحه که عنصر اصلی این مجموعه است .اما اگر فقط به این عنصر اکتفا کنید، نکات مهمی را از دست می دهید که برای کسب مهارت در این کار باید با آنها آشنا باشید



این کار اصلاً شبیه مقالات دبیرستانی نیست شبیه مقالات داستانی روزنامه ها یا کتاب های درسی هم نیست. اما چرا؟ چون همه این متن ها یک مقدمه دارند و خواننده از قبل به آنها متعهد هست

تبلیغات بازاریابی باید با جلب توجه خواننده و مجبور کردن او به ادامه، مطلب را بفروشد. تبلیغ نویسی با آن روبرو می شود و یا یک یادآوری بعد از جلسات فروش هست. به **مشتری** اغلب، اولین چیزی است که هر حال شبیه دست دادن است که می تواند خیس یا وارفته یا گرم و محکم باشد و یک خلاقیت بصری هم هست

تبلیغ نویسی عموماً باید مناسب مطالب خلاقانه بلندتر مانند: صفحات وب و همچنین مطالب چاپی و نامه ها باشد. در همه این موارد مطلبان یک محتوا و یک خلاقیت بصری است. صفحه آرایایی حتی می تواند در انتقال پیام یک نامه هم تاثیر زیادی داشته باشد

برای اینکه این دعوت به عمل، ارتباط خوبی برقرار کند

تبلیغ نویسی باید سه کار انجام دهد

باید ارزش داشته باشد. باید برای کسانی که هرگز خرید نمی کنند اما درباره محصولاتان حرف می زنند ارزش ۱: توجه را داشته باشد بعضی ها به این کار پیشنهاد منحصر به فرد فروش یا «یو اس پی» میگویند

رفتار مشتری کمی تغییر پیدا کرده و پیشنهاد منحصر به فرد فروش به تنهایی کافی نیست به جای آن باید ارزش را ارائه بدهید باید مخاطب سود آور را جذب کنید نه همه خواننده های بالقوه در اینترنت را. افرادی را هدف بگیرید که کل مطلب را می خوانند



خواننده باید در عوض خواندن چیزی به دست بیاورد. یادتان می آید که، درباره پیشنهاد منحصر به فرد فروش و اینکه دیگر عامل اصلی تبلیغ نویسی نیست چه گفتم؟ به همین دلیل است که تبلیغ نویسی اولین چیزی است که مشتری برای آن هزینه می کند این اولین سرمایه گذاری آن ها بر روی محصول شما هست. و با وقتشان این هزینه را پرداخت می کنند ارزشی که در ازای آن دریافت می کنند میتواند رابطه شان را با برند شما تحت تاثیر قرار دهد خیلی ها فکر میکنند که تبلیغ نویسی بازاریابی یک هنر خلاقانه نیست و گویی ماشین وار است و قاعده ای دارد که نویسندگان در آن جایی ندارند البته این کاملاً غلط است

تبلیغات تاریخ به شدت خلاقانه تبلیغ نویسی می تواند کاملاً خلاقانه باشد بعضی از بهترین و موفق ترین هستند. تبلیغ، یک داستان را روایت می کند مثلاً آرتور موسیقی « روزی را» می نوازند همه در اتاق او را تشویق می کنند و من تصمیم می گیرم که این صحنه باید لحظه آغازین من باشد خلاقانه نیست؟ حالا من حتماً آن را مینویسم و بعد شاید تبدیل به یک ویدئو یا مجموعه ای از تصاویر عالی شد به هر حال کار با نوشتن شروع میشود یک نفر باید همه مطالب را بنویسد

این مطلب چه برای یک سایت یک ویدیو یا یک فیلمنامه، برنامه مصوب یا هر چیز دیگری باشد. اما همانطور که دیوید آگلوی می گوید: « تبلیغ نویسی اگر باعث فروش نشود خلاقانه نیست » یادتان باشد که نوشتن زیاد

منجر به خلاقیت می شود اما در تبلیغ نویسی باید بین خلاقیت و تمرکز بر دعوت به عمل تعادل باشد که همین تبلیغ نویسی را سخت می کند این تعادل می تواند باعث افزایش مشتری شود که دلیل اصلی تبلیغ نویسی هم همین است یادگیری تبلیغ نویسی به شما کمک می کند تا بهتر و راحت تر بنویسید و درعین حال تجارت تان را رشد میدهد

تمام روش های صحبت با مشتری را در نظر بگیرید محصولاتان را برایش توضیح دهید درباره اینکه چگونه به او کمک میکند صحبت کنید. داستان های از خریداران تان و همچنین از شرکت تان بگویید. داستان هایی را تعریف کنید که به آنها نشان دهد که شما هم مانند آنها فکر می کنید متن یک ویدیو یک آگهی یا یک میان برنامه صوتی را بنویسید برای هر کدام از اینها دو یا سه روش برای تبلیغ نویسی وجود دارد

می توان تبلیغ نویسی را به سه صورت بخش بندی کرد

اول به صورت مقاله و نوشتار مثل نامه یا بروشور یا حتی صفحات وب

دوم : در قالب رسانه ، مثل ویدیو روزنامه و یا فضای آنلاین



سوم با سبک : مثلاً فروش با چرب زبانی یا فروش با استفاده از ترس



هرچیزی که مینویسید در یکی از این بخش ها قرار می گیرد در هر کدام از این بخش ها متغیر های نامحدود ای هست که فقط چند نوع آن قابل توضیح است می خواهم هر کدام از آنها را به طور خلاصه بررسی کنم و بگویم چرا باید از آنها استفاده کنیم

کردید استخدام نوشتار اولین بخشی است که بیشتر افراد با آن آشنا هستند معمولاً خودتان یا کسی که بروشور یا چیزی شبیه آن را می نویسد در هر حال بهتر است که بدانید کدام برای کدام وضعیت مناسب تر است این گونه می تونید بهترین نوشته را انتخاب کنید و به مشتری یا رئیس تان یک پیشنهاد عالی بدهید. اولین آن بروشور است

چه آنلاین و چه آفلاین معمولاً اولین چیزی است که همه ما می نویسیم و یک مجموعه عالی است که شامل یک دعوت به عمل، محصول و یا پیام کمی اطلاعات درباره سازمانتان. و گاهی هم یک مطلب ملایم تر درباره ویژگی های خاص شرکت شماست. بروشور ها برای همراه داشتن در جلسات و جلسات فروش خیلی عالی هستند و خیلی عالی است که در دفتر یا نمایشگاه های تجاری هم داشته باشید یا افراد آن را با خودشان ببرند

دعوت به عمل در بروشور ها نامحسوس اند و به روش های مختلفی مطرح می شوند بروشور باید یک مقدمه یا یک گفت و گوی ادامه دار باشد نه فقط پایان یک مکالمه. بازاریابی مستقیم بعضی وقتها باید دعوت به عمل را به مشتری ها و یا کسانی که احتمالاً مشتری های خوبی هستند تحمیل کند





اغلب از این روش در ایمیل یا نامه های مستقیم استفاده میشود. بروشور یک بازاریابی همگانی است اما بازاریابی های مستقیم بر عکس عمل می کنند بازاریابی مستقیم را با محتوای آموزشی قانونمندی مثل مجموعه ایمیل ها یا کتابچه های آموزشی اشتباه نگیرید بلکه هر کدام از آنها جایگاه خود را دارد و در زمان خود می تواند بهترین عملکرد را ارائه کند. تاکید بازاریابی مستقیم روی چرب زبانی است

بازاریابی مستقیم می تواند باعث شود که مشتری احساس کند شما دارید مزاحمش می شوید پس بیشتر از انواع دیگر نیاز به دقت دارد. وقتی که می خواهید مخاطب های جدید را جذب کنید باید در تمام جملات ارزش اهمیت را نشان بدهید و یا با یک مشتری قدیمی دوباره ارتباط برقرار کنید و یا هر دوی آن

می شود چون بیشتر بازاریابی تبلیغ نویسی بازاریابی مستقیم ذاتاً یک هنر است و اغلب به اشتباه قضاوت های مستقیم افتضاح هستند اما یک بازاریاب عالی ارزش ها را به کسانی که نیاز دارند نشان می دهد بازاریابی مستقیم هم همین کار را می کند