

34 lépéses ellenőrző lista, hogy ütősek legyenek a szövegeid

Mielőtt írni kezdesz...

Tudom, hogy nem szívesen kezdesz így, de hidd el, hogy megéri. Az első lépés ezeknek az előkészületeknek az elvégzése legyen!

1. Írd össze az előnyöket
2. Azonosítsd be a **legnagyobb** előnyt
3. Azonosítsd be a domináns érzelmet, amire hatni akarsz. Ez lehet pozitív és negatív is.
4. Azonosítsd be a valós problémáját, és/vagy vágyát a piacodnak
5. Azonosítsd be a piacod legfontosabb kifogásait, ellenérzéseit, rossz tapasztalatait. Azokat is amiket sosem mondanak el.(nem könnyű)
6. Találd ki, hogy milyen garanciát tudsz adni.
7. Válaszd ki, hogy milyen modell alapján építed fel a szöveged. Az AIDA (majdnem) mindig beválik.

Tárgymező

Ez a szöveged reklámja. Ha nem elég erős, akkor nem nyitják meg a szöveged.

8. Ki a levél küldője? Te magad? A projekt? A “specialista”? A cég?
9. Írtál legalább 5-10 tárgymezőt? (De minimum 3-at? :)
10. Ellenőrizd, hogy a tárgymező maximálisan szolgálja-e a **megnyitást!**
11. A két győztes címsort A/B teszteld

Szövegtörzs

Ebben írod meg a lényegét. Támaszkodj a kiválasztott modellre a vázlat elkészítésénél

12. Megfelelő a megszólítás? Én általában keresztnéven szólítom az ügyfeleimet.
13. Ki írta alá? Elég erős? Építesz vele személyes márkát?
14. Az első bekezdés....Az első mondat....hát ezt bátran töröld ki a fenébe és írd sokkal jobbat. Rengeteget dolgozol az anyaggal. Itt ne vérezzen el a munkád. Ha nem elég erős az első mondat, az első bekezdés, akkor nem olvassák tovább. Itt nem lehetsz elég szigorú magaddal
15. A legnagyobb előnnyel, vagy érzelemmel kezdted?
16. A “probléma — — — -megoldás” útvonal elég logikus? Frappáns? Erős? Ütős?
17. Minden a vevőről szól? Ami a termékről, rólad, esetleg a cégről, azt gondold át újra.
18. Minden legyen a lehető legkonkrétabb. Nem sok, hanem 87. Semmi ne legyen általános.

Képek

Egy kép többet mond ezer szónál. Na jó. De ha esetleg mást mond a kép, mint amit Te szeretnél mondani?

19. A kép a bal oldalon legyen

20. Ha van a képen arc, akkor az a szöveg lényeges része fele nézzen.

21. Biztosan kell minden kép? Nem viszi el a fókuszt? (Ebbe a hibába én is könnyen beleesem. Én is nehezen szabadulok meg egy képtől, ha megtetszett. Pedig ez nem szépségverseny) Ha ragaszkodsz a képhez - de túl "sok" akkor - tedd hátra, tegyél rá fedőréteget, halványítsd el, stb. De inkább dobd ki azokat a képeket amik megakasztják az olvasási folyamatot, elviszik a fókuszt.

Ügyfél vélemények

Konkrét adatokkal, névvel, esetleg képpel vállalt ügyfél vélemények nagyon hasznosak. Főleg ha konkrét akadályokat, félelmeket osztatnak el.

22. Szerkeszd át, fogalmazd át az ügyfélvéleményeket, hogy konkrétak legyenek.

23. Csoportosítsd az ügyfél véleményeket aszerint, hogy milyen kifogást kezelnek. Ennek megfelelő helyre tedd be őket. Ne ömlesztve.

Call To Action (CTA)

Van konkrét célja a levelednek, szövegednek?
Legyen! És a CTA-nak ezt kell szolgálnia

24. A cselekvésre felhívás (gomb) elég feltűnő, elég egyértelmű, elég határozott? (Tudod: "Hívd most!")
25. Le van írva, hogy mit kell tenni?
26. Le van írva, hogy mi fog történni ha rákattint?

Nagy levegő. Most jönnek a kemény dolgok!

Most rövidítünk, törölünk. Ami nem segíti a konverziót, az gátolja azt. Elő a metszőollókat

27. Első ránézés: Megfelelően tagolt - címsor, rövid bekezdés - a szöveg?
28. Töröld ki minden szót, minden mondatot, minden bekezdést, ami nem segíti a konverziót. A kevesebb több!!!
29. A hosszú szavakat, mondatokat, bekezdéseket rövidítsd le.
30. Nyomtasd ki és hangosan olvasd fel. Most is jó?
31. Tovább: megértené egy ötödikes? Ez nagyon nagyon fontos. Nem azért mert hülyékkel van dolgod, hanem mert felületesen fogják olvasni. És ha nem értik meg, nem fogadják be, akkor vesztettél.

32. Minden mondat, bekezdés után kérdezd meg: “és akkor mi van?” És válaszold is meg: “akkor az van, hogy...” Benne van ez a szövegben?
33. A hajtás feletti terület elég erős?
34. Kiállja a szöveg a “szken próbát”? Ezen azt értem, hogyha csak átfutod a szemeddel az anyagot, akkor is átjön a lényeg?

Azt javaslom, hogy nyomtasd ki ezt a szöveget, és tedd magad elé amikor írod a szövegeidet. Őszinte leszek: nem fogod az összes pontját megcsinálni. De törekedj arra, hogy minél többet megvalósíts, és észre fogod venni, hogy egyre jobban működnek a szövegeid.

Végezetül egy kis érdekesség: Arra törekedtem ezzel a listával, hogy a lehető legteljesebb legyen. Ez nem egy hagyományos cikk, vagy sales oldal, hanem inkább egy kéziszerszám. Az első verziómban kb 60 pontból állt a lista. De leszűkítettem 34 pontra, mert így hasznosabb. A kevesebb itt is több.

Vágj bele!