

Ксения Фомина

Копирайтинг от А до Яндекс Дзена



Ксения Фомина

Копирайтинг

от А до Яндекс Дзена

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=43201605
ISBN 9785005010858

Аннотация

Эта книга будет полезна владельцам сайтов, которые самостоятельно пишут тексты. Копирайтеры, веб-писатели и блогеры также подчеркнут для себя полезную информацию. Вы сможете повысить квалификацию, узнав техники интернет-маркетинга, написания коммерческих предложений и постов для социальных сетей. Применив все методики на практике, вы получите не только удовольствие от написания статей, но и разумное денежное вознаграждение.

Содержание

Как написать убедительное коммерческое предложение	5
Основные навыки копирайтера-эксперта	14
Как увеличить свой доход и превратить ваш новый сайт в денежный магнит	20
Конец ознакомительного фрагмента.	24

Копирайтинг от А до Яндекс Дзена

Ксения Фомина

© Ксения Фомина, 2021

ISBN 978-5-0050-1085-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Как написать убедительное коммерческое предложение

Цель коммерческого предложения – побудить клиента заключить сделку. Один из самых влиятельных копирайтеров США – Джозеф Шугерман предложил скидку, тем, кто найдёт ошибки в тексте рекламного объявления. Столь необычное предложение в несколько раз увеличило конверсию.

Рассмотрим, что представляет собой коммерческое предложение. Это небольшой текст, в котором описаны преимущества услуги или товара. Его главная цель – заинтересовать потенциального клиента. Современные организации получают десятки таких писем в день. Многие из них моментально оказываются в корзине компьютера.

Копирайтеры допускают типичные недочёты при составлении коммерческих предложений. Вот самые распространённые недочёты:

- Шаблонные фразы, многочисленные клише.
- Отсутствие конкретики.
- Обилие художественных оборотов.
- Нет акцента на преимуществах.
- Игнорирование потребностей аудитории.
- Отсутствие уникальности.
- Недостоверная информация.

Копирайтеры-эксперты советуют избегать негативных конструкций. Коммерческое предложение начинается с заголовка. Он должен привлекать внимание читателя. Определите проблему над которой вы работаете, и что произойдёт, если она не будет решена. Эта информация должна быть четко и кратко изложена в тексте.

Как вы решите проблему клиента? Содержание этого раздела является самой важной частью документа. Многим копирайтерам хочется детально расписать способы решения, но делать этого не стоит, ведь важно уважать время клиента.

Стоимость и время выполнения. Эти разделы могут присутствовать не во всех коммерческих предложениях. Информация должна быть правдивой. Конечно, многие контент-менеджеры желают приукрасить действительность. Вероятно, красивые эпитеты сделают текст ярким, но ложная информация грозит репутационными рисками в будущем.

Копирайтеры и бизнесмены часто начинают тексты со слов о фирме, истории её основания, команде и положении на рынке. Читатели не считают эти сведения важными. Лучше начать с описания товара или услуги. Вот несколько примеров коммерческих предложений, попытайтесь выявить их слабые и сильные стороны.

Пример 1

Исправная работа домофона – гарантия комфорта и безопасности. Конечно, хочется верить, что это устройство бу-

дет работать без перебоев, но самая надёжная техника временами выходит из строя. Регулярное обслуживание домофонов поможет избежать неприятностей...

Пример 2

Алёна, здравствуйте. Меня зовут Иванов Степан. Я менеджер компании «Альфа Клин», мы с вами беседовали об условиях уборки помещения. Высылаю вам информацию, которую вы запрашивали:

- График уборки.
- Количество сотрудников.
- Площадь помещения.
- Стоимость работы.

Наш девиз: Чистота – залог здоровья. Все расходные материалы сертифицированы, применяются только экологически чистые моющие средства...

Пример 3

ООО Лайн предлагает новую форму сотрудничества. Только сейчас дизайн любого сайта всего 6000 рублей. Мы охотно ответим на любые вопросы по телефону. Будем рады взаимовыгодному сотрудничеству.

Такие предложения однотипны и встречаются у большинства компаний. При составлении коммерческих предложений желательно придерживаться следующих рекомендаций:

Использовать язык, понятный каждому. Не нужно профессиональных и научных терминов.

Нежелательно применять такие слова, как доступная цена, дешевые услуги, адекватная стоимость. Эти прилагательные не несут никакой смысловой нагрузки.

Не использовать сложные слова, которые не применяются в обычном разговоре. Читателю нужна конкретика.

Современный копирайтер не может позволить себе составлять коммерческие предложения на несколько листов. Информацию о компании необходимо подавать в сжатой форме. Письмо должно отображать проблему клиента, а также ряд инструментов, решений, ресурсов, которые необходимы для её решения. Кроме того, нужно добавить несколько доказательств, того, что эту работу стоит доверить именно вашей компании.

Правильное коммерческое предложение должно приносить результат. Показатели эффективности – отклик клиента и приобретение товара или услуги. Не перегружайте текст техническими терминами и профессиональными словосочетаниями с целью демонстрации компетентности. Коммерческое предложение рассчитано на широкий круг читателей.

Непременно следует отформатировать текст. Преимущества и варианты решения проблемы желательно оформить списком. Читать слитный текст, состоящий из шаблонных фраз скучно и утомительно, потенциальный клиент уже на первых секундах отправит сообщение в корзину.

Информацию лучше подавать небольшими абзацами. Эффективное коммерческое предложение отражает выгоды

и преимущества. Читателю не важно, какие современные разработки есть у вас, ему важен результат. Лучше не писать Мы, наша компания наша, команда. Желательно обращение от третьего лица, либо писать, вы экономите, вы решите, вы увеличите продажи и т. д.

Не нужно запугивать читателя. Кроме того, не рекомендуется применять слова с негативным окрасом. Это такие термины, как, ошибка, опасность, дешёвый, некомпетентный, непрофессиональный. Не нужно усложнять предложение множеством прилагательных.

В первых строках следует указать цель предложения. Они должны вызвать желание дочитать письмо до конца. Персонализированное предложение эффективнее шаблонных писем.

Описывая продукт или услугу, которые вы собираетесь продавать, непременно стоит перечислить конкурентные преимущества. При этом нет необходимости вдаваться в технические детали.

Если ваше предложение неконкурентное, то не имеет значения красота слова. Клиент сразу поймёт, что его пытаются обмануть. Важно найти время, чтобы проанализировать рынок.

Правильное решение – понять, что предлагают конкуренты, условия сделок и особенности маркетинговой политики. Соберите эту информацию в документе под названием «Кон-

курентный анализ». Эта информация важна, но не нужно бездумно копировать поведение других компаний.

Создайте предложение на основе конкурентного анализа: оно должно быть ярче и лучше, чем у других фирм. Подчеркните сильные стороны. Они могут быть в обслуживании, цене, дополнительных опциях, гарантийном обслуживании, скорости и т. д.

Распространенным заблуждением является то, что коммерческое предложение – это особый вид делового документа, который должен быть написан особым образом. Безусловно, это не так. Не бойтесь выйти за рамки. Коммерческое предложение – не документ строгой отчетности, в нём нет обязательных частей и чёткой структуры. Это письмо, в котором вы предлагаете клиенту свой товар или услугу. Форма подачи текста может быть любой. Составляя предложение, делайте упор на личности адресата или особенностях компании.

Желательно, чтобы письмо отображало ценности компании и отличалось от других. Пусть сообщение отображает ваш личный бренд. Отличным вариантом станут фирменные бланки или особый тип повествования. Немного юмора также будет уместно.

Уникальный стиль письма отличает вас от конкурентов в сознании читателей. Даже если вы предлагаете ту же услугу, что и конкурирующие фирмы, у каждого из вас должны быть свои уникальные характеристики, которые стоят

на первом плане.

Распространенной ошибкой является то, что в предложении описываются все детали работы, но не содержится информация о преимуществах покупателя. Помните, что люди покупают продукты только для решения проблемы или выгоды. Вы должны подчеркнуть пользу. Читателю нужны не только выгоды, но и позитивные впечатления. Никому не интересен сам продукт, читателю важны его свойства и те, эмоции, которые следуют за продуктом или услугой.

Не продавайте мясо, продавайте сочный шашлык, сытность и ароматные блюда. Не предлагайте купить пожарную сигнализацию, гарантируйте комфорт безопасность. Не рекламируйте аудиторские услуги, обещайте решение проблем с проверяющими органами.

Не забывайте о дополнительных предложениях. Например, если вы занимаетесь оформлением виз или документов, то уместно такое предложение:

Вам не нужно проводить время в пробке и стоять в очереди, потому что курьер заберет визы документы из офиса и доставит по нужному адресу.

Пусть читатели совершат несколько простых действий сразу после прочтения коммерческого предложения. Предложите уникальную скидку, которая закончится через несколько часов. Дайте ссылку на сайт, где можно выгодно приобрести товар сегодня. Предложите бесплатный подарок. Не забывайте, что клиенты делают покупку только по-

тому, что видят пользу для себя. Если читатель не нуждается в услуге, то бесполезно его в этом убеждать.

Когда читатель говорит: «Это очень дорого», то он действительно имеет в виду «Это не стоит требуемой суммы денег». Чтобы развеять сомнения, убедите клиента, что стоимость оправдана. Покажите, что ваш продукт стоит своих денег. Это можно сделать, например, так:

Потратив всего 10 долларов в день, вы избавитесь от хлопот по ведению бухгалтерского учета. Вам больше не придётся составлять скучные документы, регистрировать договора и выставлять счета вручную. Программа для автоматизации бухгалтерских услуг избавит от рутины.

Также рекомендуется предоставить гарантию качества, скорости, эффективности и т. д. Помните, что современный читатель верит только фактам. Уместен такой посыл:

Забудьте о сложностях и проблемах. Наслаждайтесь ароматным кофе, а мы позаботимся о вас. Поэтому, если возникли проблемы с нашим продуктом, то в течение первого месяца, вы можете позвонить нам, и мы решим любые вопросы.

Если ваше предложение не проходит через секретаря или офис-менеджера, то можно применить интересную схему «письмо из-за границы». Для этого стоит отправить своё коммерческое предложение в конверте без обратного адреса. Адрес получателя нужно указать на иностранном языке.

Чтобы написать эффективное и увлекательное коммер-

ческое предложение, нужно не бояться выйти за рамки. Не бойтесь отходить от схем и шаблонов. Прежде всего, потому, что многие из ваших конкурентов пишут свои коммерческие предложения, используя одинаковые схемы. Не стоит бояться вносить творческую ноту. Эффективное предложение требует нестандартного подхода.

Не забывайте, что «сердцем» любого предложения является выгода, которую покупатель получает, приобретая ваш товар или услугу. И самое главное, не забывайте о звонке и возможности ответить на него.

Я убеждена, что эта информация поможет вам написать неординарное и яркое коммерческое предложение.

Основные навыки копирайтера-эксперта

Заработок на копирайтинге доступен широкому кругу лиц. Чтобы стать веб-писателем не нужно тратить финансовые средства. Потребуется лишь ноутбук и умение излагать мысли. Сегодня в интернете более миллиона сайтов. Их владельцы отчаянно нуждаются в людях, которые создают интересный контент. Большим спросом пользуются продающие статьи, которые позволяют найти покупателей и увеличить посещаемость сайта. Создание таких текстов требует не только грамотности, но знания азов маркетинга и психологии.

В сети немало информационных ресурсов, которые посвящены спорту, кулинарии путешествиям, бизнесу, хобби и т. д. Их владельцы зарабатывают деньги на количестве посетителей и рекламе. Каждый копирайтер может выбрать тему, которая ему интересна.

Начинающий веб-писатель получает мало. Фриланс в сфере создания контента обычно начинается с биржи. На таких ресурсах много тех, кто перепродаёт контент, потому пытается купить тексты очень дёшево. Биржа копирайтинга – неплохая площадка для старта, но заработок там ограничен.

У начинающих веб-писателей весьма оптимистичный взгляд на работу о фрилансе. Некоторые думают, что достаточно уделять труду не более 20 минут в день. Правда, в том, что рабочее время фрилансера не лимитировано. Здесь нет оклада, потому доход копирайтинг пропорционален отработанному времени и качеству текстов.

Веб-писателю со стажем следует задуматься о собственном сайте или блоге. Получать оплату можно не только с рекламы, но также с продажи собственных товаров и услуг.

Копирайтинг – мощный инструмент продвижения бизнеса. Интересная и неординарная статья привлечёт внимание к сайту. Мастера маркетинга и копирайтеры- миллионеры предлагают 10 простых шагов, который помогут написать продающую статью.

Шаг 1. Описание преимуществ услуги или продукта.

Шаг 2. Используйте слабости конкурентов.

Шаг 3. Изучайте целевую аудиторию.

Шаг 4. Откажитесь от стереотипов.

Шаг 5. Сосредоточьтесь на желаниях читателя.

Шаг 6. Не забывайте о редактировании готовых текстов.

Шаг 7. Не давайте невыполнимых обещаний.

Шаг 8. Включите в статью призыв к действию.

Шаг 9. Избыток информации вреден.

Шаг10. Делитесь интересными фактами и повышайте осведомленность читателя.

Эти простые рекомендации помогут создать отличную

продающую статью.

Сколько может заработать копирайтер? Новички в этой сфере тяжело вздохнут. На первых порах мало кому удаётся заработать более 100 евро в месяц. Может ли копирайтинг приносить хороший доход? Да, яркий тому пример Рэй Эдвардс. Веб-писателю удалось заработать более 10 миллионов долларов.

Конечно, далеко не каждый копирайтер может стать миллионером. Потребуется годы тренировок. Кроме того, веб-писатель должен постоянно читать профессиональную литературу. Важно владеть словом. Например, общаться с молодой целевой аудиторией надо на современном языке, используя модные фразы. Внедрение новых средств и инструментов связи (например, электронная почта, социальные сети), породило совершенно новые виды копирайтинга. Создание контента для емейл-рассылки разительно отличается от написания текста для личного блога о путешествиях.

Воспользуйтесь бесплатными советами и рекомендациями, статьями, электронными книгами и другими материалами. Вы можете многому научиться, просматривая веб-страницы. Знаменитые копирайтеры нередко проводят семинары. Они точно не раздают все знания бесплатно, но охотно делятся личным опытом и некоторыми практическими советами.

Инвестируйте в качественные книги, видео и другие ма-

териалы, связанные с копирайтингом. Они помогут освоить новые техники, стратегии и подходы к написанию текстов.

Запишитесь на курсы копирайтинга, семинар или вебинар. Почему бы не поучиться у лучших? Полезные курсы и программы копирайтинга могут быть очень дорогими, хотя они и являются разумным вложением средств.

Не бойтесь творить и создавать собственный стиль текста. Следование советам других копирайтеров и применение их техник письма не помогут вам создать репутацию и выделиться из толпы. Маленькие секреты крупных игроков могут вам очень помочь, но если вы когда-нибудь захотите достичь высокого дохода, нужно разработать свой собственный стиль и собственную технику, которая придаст вашим статьям уникальный тон и голос.

Зарабатывать на жизнь написанием текстов непросто. Конкуренция в этой сфере высока. На этом поприще пытаются заработать многие, от школьников до профессиональных журналистов. Несмотря на то, что спрос на авторов веб-контента возрастает, доход в этой сфере невелик.

Может ли копирайтер стать миллионером? Может. Копирайтер-эксперт придумывает текст, который привлекает внимание и заставляет людей покупать определенные продукты или услуги. По этой причине владельцы бизнеса готовы платить копирайтеру хорошие деньги.

Конечно, не все копирайтеры становятся миллионерами. Написание текстов может стать хобби, которое приносит до-

ход. Этот вид заработка в интернете позволит скопить деньги на покупку одежды, путешествия, развлечения.

Очевидно, что тот, кто тратит на работу много времени, может ожидать лучшего заработка, чем тот, кто занимается копирайтингом несколько часов день. Это простая математика верна лишь отчасти. Просто потому, что вкладывая много сил и времени в недорогие проекты, веб-писатель заработает немного.

Если вы работаете быстро, не жертвуя качеством, вы можете заработать приличную сумму за очень короткий период времени. Конечно, не стоит браться за самые дешёвые заказы.

Опыт и репутация влияют на цену. Начинающие веб-писатели могут создавать шикарные тексты, но они не зарабатывают столько, сколько их коллеги со стажем, известностью и положительными отзывами. Большинство компаний предпочитают работать с копирайтерами с опытом и резюме. И это особенно актуально для крупных компаний с большими бюджетами на копирайтинг.

Результаты. Время покажет истинную ценность ваших текстов. Если товары продаются хорошо, а посещаемость сайта растёт, то и доходы веб-писателя, увеличатся. Но если реакция целевой аудитории была неудовлетворительной, не ожидайте более высоких заработков, пока не улучшите профессиональные навыки.

Если вы собираетесь заняться копирайтингом только ради

денег, вы, вероятно, будете разочарованы. Самые успешные и высокооплачиваемые мастера любят то, что они делают. Они рады преодолевать трудности профессии и постоянно работают над улучшением собственных текстов.

Как увеличить свой доход и превратить ваш новый сайт в денежный магнит

Как однажды сказал Альберт Эйнштейн: «Старайтесь стать не успешным, а ценным человеком. Это высказывание также подходит и сайтам. Если ваш ресурс не несёт ценной информации читателю, то успех будет недолгим. Дорогостоящие мероприятия по продвижению не принесут желаемого результата.

Интересно, что 8 из 10 сайтов убыточны или не приносят дохода. Большинство владельцев не осознают ценность продуктов или услуг. Ваше предложение должно быть лучшим. Если вы ведёте офлайн бизнес, то создание сайта поможет увеличить прибыль в несколько раз. Грамотный дизайн, яркое и точное описание, а также ценная информация помогут превратить ресурс в денежный магнит.

Конечно, на первом этапе придётся потратить деньги на рекламу, ведь самый красивый и оригинальный сайт не принесёт прибыли, если о нём никто не знает.

Мэри Клер Карлайер автор книги «Как стать денежным магнитом» и консультант по феншуй сказала интересную фразу: « Деньги уже есть. Единственное, что мешает вам стать богатым, это вы сами».

Действительно, внутренняя неуверенность мешает продвижению в бизнесе и копирайтинге. Постоянные сомнения и долгий поиск лучшего варианта не принесут пользы. Простые психологические упражнения помогут преодолеть внутренние барьеры и увеличить доход.

Придумайте собственный ритуал. Кто-то перед работой несколько минут смотрит на стодолларовую купюру, кто-то включает аромалампу с ароматом сандала. Кому-то помогают мотивационные картинки.

Нужно ли вам больше денег? На этот вопрос люди отвечают утвердительно, но многие из них пребывают в растерянности, если у них появляются лишние 100 или 200 долларов. Крупные суммы вызывают настоящий ступор.

Если вы стремитесь к богатству, то нужно чётко представлять, сколько дополнительных денег вы хотите иметь. Нужно называть конкретные суммы, кроме того, важно найти достойную причину её заработать. Анализируйте и записывайте шаги, которые помогут достичь богатства.

Помните, что ваши мысли создают вашу реальность. Сосредоточьтесь на «чувстве богатства». Чувствовать себя достойным успеха – значит иметь адекватную самооценку и не испытывать стыда, страха или неприязни по отношению к большим сумам денег.

Возьмите на себя ответственность. Обвинение в своих бедах обстоятельств и других людей негативно влияет на самооценку. Позитивное мышление – первый шаг к успеху.

Веб-страница поможет увеличить доход от бизнеса и поможет привлечь новых клиентов. Существуют разные варианты заработка на собственном сайте.

Электронная коммерция или интернет-продажи. Пример: книжный портал Amazon, у которого нет физического магазина.

Смешанный тип бизнеса. Интернет-магазин и физический бутик, например, Zara.

Бизнес на основе рекламы. Сайт получает доход от продажи рекламных площадей, оцениваемых по количеству уникальных пользователей, посещающих сайт.

Заработок на платных подписках и премиум сервисах. На сайте представлена бесплатная информация, но доступ к обучающим или редким материалам.

Конечно, это далеко не все возможности заработка на собственном сайте. Веб-ресурс может стать визитной карточкой профессионалов – фотографов, визажистов, артистов, ведущих и т. д.

Если у бизнеса есть возможность предложить своим клиентам зарезервировать определенную услугу, очень важно открыть онлайн-канал. Эта рентабельность является косвенной, но её влияние на выгоды легко измеримы. Сегодня ресторан, в котором нельзя бронировать столик онлайн, теряет значительную часть клиентов. Заведение с удобной системой бронирования онлайн несомненно будет приносить больше прибыли.

Задумывались ли вы о том, что необходимо поменять в стратегии ведения бизнеса? Веб-сайт должен отображать корпоративные ценности. Если у вас есть собственная страница в интернете, то пришло время изменений. Чаще всего причиной реорганизации служат устаревший дизайн, функциональные проблемы или необходимость внести новую информацию. Почему бы не обновить сайт для увеличения продаж? Веб-аудит поможет понять, нуждается ли ресурс в реорганизации. Самый простой способ измерить эффективность сайта – это проанализировать результаты на основе гипотетической воронки продаж: сколько посетителей приходит на ресурс и сколько пользователей совершает покупку.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.