



online
LÍDRI

E-BOOK ZDARMA

5 VZORCOV PRESVEDČIVÝCH STATUSOV

PRE REKLAMY A SOCIÁLNE SIETE

5 VZORCOV

presvedčivých statusov pre vaše
REKLAMY a SOCIÁLNE SIETE

Tajomstvo ostrieľaných copywriterov

Sadá si za stôl.

Dobre vie, čo ho dnes čaká. Nebude to ľahké, napísať presvedčivé statusy pre reklamy a sociálne siete dá niekedy poriadne zabrať.

Je to síce len pár desiatok slov, ale sú extrémne dôležité.

Musia ľudí doviest' od upútania pozornosti (bod A) až ku kliknutiu (bod B).

Musí produkt predstaviť ľuďom tak, aby po ňom túžili natoľko, že bez váhania kliknú na odkaz.

Každé slovo musí plniť túto úlohu. Nesmie tam byť nič navyše. Stačí jedna slabšia veta a zákazník je navždy fuč.

Preto nenecháva nič na náhodu a urobí to, čo by spravil každý ostrieľaný copywriter. Vytiahne desaťročiami overené recepty na presvedčivé texty a postupuje presne podľa nich, krok za krokom...

Päť z nich sa mi pre vás podarilo odkukať. Čakajú vás na ďalších stránkach tohto e-booku :)

Kto som, že vám idem radiť?

Ahojte, volám sa Martin Mažár.

(Nič vám to nehovorí? Nevadí :))

Som online marketér, **ktorému Facebook a sociálne siete prinášajú skutočné výsledky.**



Napríklad ako vtedy, keď som predával kurz "Kráľ Fanpage". Každé 1€ vložené do reklamy nám vyplulo 8,8€ späť. A ako bonus sme ešte získali 2038 e-mailových kontaktov. Celkom fajn, nie?

Svoje postupy a poznatky si nerád nechávam pre seba. Preto učím obchodníkov, ktorí nemajú rozpočet na veľké digitálne agentúry alebo tisíce eur na investovanie do reklamy, ako využívať online marketing.

A teším sa, že dnes môžem niečo naučiť aj vás.

Vzorec č. 1:

BAB

B (Before) = Predtým

Najskôr opíšte pochmúrny, bezútešný svet, v ktorom sa nachádza váš zákazník **teraz**. Má problém, ktorý mu lezie na nervy, prenasleduje ho deň čo deň, nevie sa ho zbaviť... Dôležité je, aby sa v tom opise sám našiel.

A (After) = Potom

A teraz mu predstavte oslňujúci svet, v ktorom jeho problém neexistuje. Aké by to bolo skvelé! Zamerajte sa na tie veci, na ktorých vášmu zákazníkovi záleží najviac.

B (Bridge) = Most

Toto je spôsob ako sa tam dostať. Predstavte mu riešenie - vaše riešenie.

Príklad:

(B) V rannom zhone je ťažké nájsť si čas na chystanie zdravých raňajok.

(A) Predstavte si, že si ich viete pripraviť za 30 sekúnd - plné vlákniny, proteínov a vitamínov.

(B) Nápoj Gumidžús stačí zmiešať s vodou a výživné raňajky sú hotové.

Vzorec č. 2:

AIDA

A (Attention) = Pozornosť

Máte len pár desiatín sekundy, aby ste upútali ich pozornosť. Nepremeškajte to!

Použite slová, ktoré okamžite pritiahnu ich pohľad.

I (Interest) = Záujem

Teraz je vašou úlohou získanú pozornosť udržať. Píšte o nečakaných, nových, prekvapujúcich veciach. Tak, aby nedokázali odísť, ale jednoducho museli čítať ďalej!

D (Desire) = Túžba

Zapojte emócie. Žiadne suché, strojené, manipulatívne reči. Bude to chcieť šťavnatý opis benefitov a prínosov vášho produktu, ktorých ich nadchne. Až tak, že nakoniec sa budú netrpezlivo pýtať "Kde si to môžem kúpiť?"

A (Action) = Akcia

Už nechýba veľa. Už im len povedzte, kam majú kliknúť a čo majú urobiť, aby sa k tej vytúženej veci dostali.

Príklad:

(A) Novinka pre milovníkov piva!

(I) Uvarte si vlastné pivo priamo vo vašej kuchyni. V tejto sade je všetko, čo budete potrebovať.

(D) Ohúrte ním nič netušiacu návštevu alebo si ho čerstvo načapované vychutnajzte len tak doma na gauči.

A) Objednávajújte hneď, zostáva už len posledných pár kusov.

Vzorec č. 3:

PAS

P (Problem) = Problém

Detailne opíšte problém, ktorý trápi vášho zákazníka. (Podobne ako pri vzorci č.1 BAB.)

A (Agitation) = Rozrušenie

A teraz prisypťte do rany soľ. Ukážte, aký je ten problém nepríjemný a čo sa stane, keď ho nechajú tak. Bude to len horšie a horšie...

S (Solution) = Riešenie

Ale nemusí to tak skončiť! Vy pre nich predsa máte riešenie.

Príklad:

(P) Je váš vankúš nepohodlný?

(A) Používajte ho ďalej a budete sa každé ráno zobúdzat' unavený a s bolesťou krku.

(S) Alebo vyskúšajte náš nový model s pamäťovou penou a budete spať ako na obláčiku!

Vzorec č. 4:

PPPP

P (Picture) = Obraz

Namaľujte slovami pestrý obraz, ktorý ich zaujme. Môže predstavovať ich problém alebo ako by vyzeral ich život, keby využili vašu pomoc.

P (Promise) = Sľub

Ukážte im, že im viete pomôcť. Predstavte im, ako ich vaše riešenie zbaví spomínaných problémov alebo zmení život k lepšiemu.

P (Prove) = Dôkaz

Ešte sú trochu skeptickí. Síce ste im sľúbili, že im viete pomôcť, ale viete to aj dokázať? Vytiahnite vaše najlepšie referencie, štatistiky a dosiahnuté výsledky.

P (Push) = Postrčenie

Postrčte ich k akcii a vyzvite, aby klikli.

Príklad:

(P) Skončujte s bezradným postávaním pred šatníkom a pocitom, že aj tak v ničom nebudete vyzerat' dobre.

(P) Vďaka konzultácií nájdete svoj štýl a naučíte sa vyberat' kúsky, v ktorých sa budete cítiť atraktívna.

(P) Podobne ako Zuzana z Trnavy: "Ďakujem za užitočné rady, konečne viem, čo sa mi hodí. A to som si myslela, že som s mojou postavou stratený prípad!"

(P) Ak aj vy chcete objaviť svoj štýl, objednajte sa na konzultáciu cez osobnú správu ešte dnes.

Vzorec č. 5:

1-2-3-4

Ja viem, že je slušné sa najskôr predstaviť. Ale pri písaní predajných textov vám neodporúčam začať slovami "Dobrý deň, volám sa...".

Totížto, nikoho nezaujíma, ako sa voláte (iba že by ste bol niekto slávny). Každý sa zaujíma len o to, čo z toho bude mať on. Takže začnime znova a lepšie:

1 = Čo pre vás mám?

Čo za produkt, službu, kurz... to vlastne ponúkate? Zhrňte to jednoducho, jednou vetou.

2 = Čo vám to prinesie?

Ako salepší ich život, keď použijú vaše riešenie? Môžete slovami maľovať pestrofarebné obrazy skvelej budúcnosti alebo v odrážkach predstaviť hlavné benefity.

3 = Kto som?

Teraz príde rad na predstavenie sa. Ale nie že začnete hovoriť o tom, že máte psa a cez víkendy chodíte rád do lesa. Hovorte o sebe tak, aby ste pôsobili dôveryhodne a dokážte, že sa vo veci vyznáte.

4 = Čo by ste mali urobiť teraz?

Stručne a jasne im povedzte, kam by mali kliknúť, zavolať či napísať hneď teraz.

Príklad:

(1) Overený návod, ako premeniť Facebook fanpage na spoľahlivý zdroj vašich klientov.

(2) Kurz Kráľ fanpage vás naučí:

- ako všetko správne nastaviť, aby ste z vašej fanpage vytiažili maximum

- 15 techník získavania fanúšikov, aby ste svoju prvú tisícku fanúšikov získali čo najrýchlejšie

- ako si vďaka fanpage vybudovať také meno, že sa vám klienti začnú ozývať sami

(3) Keď som s fanpage začínal, skoro to s ňou úplne vzdal. Bola to len strata času a výsledky žiadne. Rozhodol som sa však počúvať rady skúsenejších a aplikovať ich do praxe.

A výsledky sa dostavili. Vybudoval som niekoľko úspešných fanpage a mám spolu viac ako 80 000 fanúšikov. Dnes je Facebook jeden z najlepších zdrojov mojich klientov.

(4) Chcete aj vy zmeniť vašu fanpage na továreň na klientov? Kliknite na obrázok a vstúpte do kurzu Kráľ Fanpage.

Tipy pre Facebook reklamy

Reklamy sú trochu iné, ako obyčajné statusy. Obsahujú ešte navyše nadpis a popis pod obrázkom a platia pre ne špeciálne pravidlá. Na čo by ste si mali dávať pozor?

Nadpisy

Na nadpis Facebook reklamy sa výborne hodí vzorec 4U. Vaša ponuka by mala byť:

- **Užitočná** - zmeniť život k lepšiemu
- **Unikátna** - jedinečná, odlišná od konkurencie
- **Ultra-konkrétna** - ako presne im pomôže
- **Urgentná** - časovo alebo množstevne obmedzená, takže musia zareagovať čo najskôr

Popis pod obrázkom

- mal by nadväzovať na nadpis
- zopakujte v ňom **výzvu k akcii**
- máte poslednú možnosť ich presvedčiť - spomeňte **garanciu, poštovné zdarma, počet spokojných klientov, časové alebo množstevné obmedzanie...**

Obrázok

- dodržte [odporúčané rozmery, rozlíšenie a formát](#)

- použijete podobný obrázok ako na cieľovej webstránke

Dôležité pravidlá

- Nespomínajte slová, ktoré súvisia s **rýchlym zárobkom, MLM podnikaním** alebo "**finančnými produktami** a službami, ktoré sú často spojené so zavádzajúcimi alebo podvodnými propagačnými praktikami".
- Nemali by ste v texte reklamy ľuďom naznačiť, že o nich niečo viete. Teda, nemali by ste ich oslovovať podľa zvoleného cielenia. Nespomínajte ich **rasu, náboženstvo, vek, sexuálnu orientáciu, pohlavie...** Najlepšie je vyhnúť sa slovám ako "vy", "váš" a pod.
- Ak používate slovo **Facebook**, neskloňujte ho a píšete ho s veľkým F.
- Vaša reklama **nesmie vyzerat' ako spam**. NEPÍŠTE VEĽKÝMI PÍSMENAMI ani nepoužívajte veľa interpunkčných znamienok za sebou
!!!!!!????!!!!!! A už VOBEC NEPÍŠTE T4KT0.
- A nezabúdajte, že webstránka, na ktorú sa odkazujete, podlieha rovnakým pravidlám, ako Facebook reklamy.
- Všetky pravidlá nájdete na [tejto stránke Facebooku](#).

A čo ďalej?

1. Chceli by ste vedieť viac o online marketingu? Máte otázky? Pridajte sa do Facebook skupiny so super priateľskou atmosférou [Online lídri](#).
2. Ak chcete začať s Facebook reklamou, ale netušíte ako, stiahnite si úplne zadarmo môj návod [Ako spustiť vašu prvú Facebook reklamu za 11 minút](#).
3. Nemáte čas hľadať informácie a učiť sa metódou pokus-omyl? Potom je séria online workshopov [Rozbehni siete za 7 dní](#) presne pre vás. Zhrniem v nich 7 rokov skúseností so zarábaním, automatizáciou a získavaním klientov zo sociálnych sietí. Pozrite si o nej viac [na tejto stránke](#).