

12

**шагов для
создания
действительно
классного
продающего
текста**



Азамат Ушанов

**12 шагов для создания
действительно классного
продающего текста**

2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

Рекламные тексты, которые продают	2
Почему навык написания продающих текстов очень важен	6
План создания рекламного текста	9
Шаг №1	10
Шаг №2	16
Шаг №3	20
Шаг №4	23
Шаг №5	27
Шаг №6	30
Шаг №7	33
Шаг №8	35
Шаг №9	38
Шаг №10	41
Шаг №11	45
Шаг №12	48
Длительность продающего текста	50
Специальное предложение	52

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ, КОТОРЫЕ ПРОДАЮТ

Уважаемый читатель, это не просто книга.

Это мастер класс по копирайтингу. Это пособие по составлению рекламных текстов, которые продают.

И цель этого мастер класса довольно проста. Чтобы в следующий раз, когда вы зайдете в статистику ваших заказов (совершенно неважно, какой инструмент вы используете при этом для приема платежей), ваша челюсть отвисла от удивления. От радости от того, какое количество новых заказов вы получили, как эффективно работает ваш продающий текст.

Я хочу, чтобы такая реакция у вас была всегда.

Неважно, публикуете ли вы свой рекламный текст на собственном сайте или делаете новый запуск продукции. Проводите рекламную кампанию или просто рекламируете свой инфопродукт в Яндекс.Директ.

После прочтения этой книги у вас появится новый инструмент для заработка миллионов рублей – 12-ти шаговая формула написания результативных рекламных текстов.

Потратив всего час своего времени на прочтения этой книги,

ushanovazamat.ru

2014 © Азамат Ушанов

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

вы получите легкую формулу, каркас своего нового продающего текста. И, даже если вы новичок в инфобизнесе, вы сможете написать свой первый классный продающий текст.

Я специально сделал эту схему максимально простой, чтобы вы потратили всего час вашего времени для получения результативной копирайтерской техники.

Долой глупый миф о писательском таланте!

Многие думают, что для того, чтобы написать рекламный текст, необходимо быть креативным, творческим копирайтером с «подвешенным языком». Я хочу опровергнуть это утверждение.

В то время, когда я учился в школе, никакого таланта написания рекламных текстов у меня не было. Более того, по русскому языку у меня была твердая тройка. Диктанты, сочинения я писал с большим трудом.

И если бы мне в то время сказали: «Азамат, ты будешь писать рекламные тексты, которые классно конвертируются и приносят много новых клиентов!», - я бы рассмеялся этому человеку прямо в лицо. В то время никакого таланта не было и в помине.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

Дело в том, что если любой человек садится и пишет текст по работающей формуле, пишет один, второй, третий раз, пока не отточит этот навык, то, в конце концов, у него станет получаться все лучше и лучше. Так было и со мной.

Когда я только начинал свои первые шаги в информационном маркетинге, мои тексты получались не очень хорошо. Но я садился и писал их вновь, снова и снова.

В то время у меня еще не было формулы. О которой я расскажу вам сегодня. Я учился на собственных ошибках, экспериментировал.

Много текстов я просто читал, сканировал и распечатывал, действовал без руководства.

Но вы сегодня такое руководство получите. И, регулярно практикуясь в написании продающих текстов, вы получите потрясающий результат.

Мой старт – обычный ученик школы без писательского таланта. Практика решает. Сейчас я отлично пишу рекламные тексты, записываю продающие видео, выступаю на семинарах.

Этот пример доказывает то, что каждый может освоить технику написания продающих текстов, копирайтинг.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

Неважно, насколько вы талантливый писатель или насколько начитаны.

При должной практике любой человек сможет достичь отличных результатов, используя ту формулу, которую я преподнесу вам «на блюдечке» в этой книге.

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ПОЧЕМУ НАВЫК НАПИСАНИЯ ПРОДАЮЩИХ ТЕКСТОВ ОЧЕНЬ ВАЖЕН

Почему навык написания рекламных текстов чрезвычайно важен?

Перед тем, как мы с вами начнем разбирать формулу, я хочу, чтобы вы поняли, что каждый хороший инфобизнесмен, каждый хороший предприниматель – это в первую очередь продавец.

А для оттачивания навыка продаж необходимо регулярно практиковаться. Вот тут вам очень поможет написание рекламных текстов и видео.

Вы должны уметь писать! Вы должны быть хорошим продавцом!

Если ваш текст слабо конвертирует посетителей в покупателей, то ваши усилия по привлечению нового трафика, «сливаются в унитаз».

Вы можете с помощью Яндекс.Директ или Гугл.Эдвордс направить, купить очень много хорошего трафика на ваш сайт. Но если текст на сайте не будет конвертировать посетителей в подписчиков - то все зря.

Поэтому на сайте у вас должен быть очень прочный

ushanovazamat.ru

2014 © Азамат Ушанов

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

фундамент в виде различных рекламных текстов.

Без этого каждый новый запуск продукта в вашем информационном бизнесе станет просто разочарованием.

Я вижу примеры подобному очень и очень часто.

Бизнесмен делает новый продукт, у него отличная идея и хорошая база в несколько тысяч человек. Но продающий текст написан очень неумело. И, как следствие – очень скромные результаты или полное их отсутствие.

Как любой нормальный человек, этот бизнесмен будет сильно переживать неудачу. Он будет сомневаться в своей идее, в интернет маркетинге в целом, будет пытаться бросить это. А всего лишь нужно было отточить свои навыки написания продающих текстов.

И я хочу, чтобы в конце прочтения этой книги вы взяли на вооружение формулу из 12-ти шагов, чтобы не попадать в подобные ситуации.

Это первоочередная задача этого мастер класса.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ПЛАН СОЗДАНИЯ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

Вы не будете полностью писать текст во время прочтения этой книги. Вы составите первоначальный план, костяк вашего текста.

Возможно, вы будете переделывать какой-то свой старый текст, а может быть создавать с нуля рекламное сообщение о вашем новом продукте, схема будет одна и та же.

Вам перед началом работы необходимо будет ответить на один простой вопрос, для какого именно продукта, тренинга, семинара, вы будете создавать этот текст?

Вы должны сформировать в голове четкую картину, что именно вы будете продавать.

И уже после этого вы сможете приступить к созданию текста по 12-ти шаговой формуле.

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ШАГ №1

Первый и самый главный шаг в написании продающего текста – привлечь внимание вашего посетителя.

Представьте: посетитель пришел на ваш сайт, он видит ваш новый рекламный текст, и задача вашего текста - продать ваш новый информационный продукт – тренинг, семинар или коучинг.

Что я рекомендую вам делать на первом шаге.

В заголовке необходимо прописать цели вашего клиента, то есть просто показать ему, что он хочет и скачать, что вы можете ему дать это.

Либо, второй вариант – сделать непрямым заголовок с целью вашего клиента.

Сейчас объясню это на примере. Многие бизнесмены пишут длинные заголовки, типа: «Узнайте, как с помощью формулы из семи шагов вы можете сегодня за полторы секунды, не делая абсолютно ничего, создать сайт, который приносит вам 3 миллиона долларов, совершенно не напрягаясь, и только сейчас вы можете это получить с гарантией 100%».

И такой огромный заголовок встречает посетителей, а даже не встречает, а отпугивает их.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

Я хочу, чтобы вы били прямо в цель. Человек приходит к вам на сайт. Он хочет конкретики, чтобы вы сразу сообщили ему, что именно вы предлагаете, какую выгоду вы несете, что этот посетитель может получить от вас в данном конкретном случае.

Поэтому в первом способе, то есть в прямом заголовке, вы можете сказать следующее. Рассмотрим это на примерах.

Если вы продаете информационный продукт о том, как сбросить лишний вес, то напишите прямо: «На этой странице вы получите пошаговый рецепт того, как вы можете сбросить 5 килограмм лишнего веса всего лишь за семь ближайших дней». Все.

Это – прямая выгода, вы не ходите вокруг да около, не пишете какие-то магические слова в заголовке, вы не делаете свой заголовок длиннющим, вы буквально в одном предложении уложили свое ключевое обещание.

Заголовок - это, по сути, обещание клиенту, что вы ему поможете достичь.

Непрямой заголовок формулируется по-другому.

В нем вы можете пообещать какую-то формулу, либо семь шокирующих фактов или мифов о том, как его индустрия

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

неправильно работает, и как вы можете помочь вашему клиенту разобраться с тем, что у него не получается.

Семь шокирующих мифов, семь шокирующих секретов, 12-ти шаговая формула написания продающего текста, как в моем предложении.

Получается, что вы не напрямую обещаете своему посетителю внутри вашего текста некий классный, интересный, полезный контент. И, тем самым, вы завлекаете его внутрь. Это не прямой заголовок. Но в нем, естественно, должна быть отражена цель вашего клиента.

Поэтому подумайте, что хочет ваш клиент, действительно хочет, к чему конкретному сейчас он стремится.

Во всех абсолютно заголовках важна конкретика. Если вы предлагаете какую-то формулу, то напишите, сколько в ней шагов.

Если вы говорите о секретах, то не забудьте написать, сколько именно секретов вы хотите рассказать своему посетителю.

Если вы хотите дать какой-то результат, то каков этот результат, как он измеряется, и за сколько дней вы хотите дать этот результат.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

В заголовках должны быть конкретные цифры и какие-то конкретные осязаемые вещи.

Если написать просто: «Как стать счастливым человеком?», то никто не будет смотреть все подробности по поводу этого тренинга по личностному развитию.

Нужно оперировать конкретными вещами.

Кроме того, и в том, и в другом случае, прямой у вас заголовок или не прямой, в заголовке должна присутствовать конкретика.

Вы должны бить в цель, обещать клиенту то, что он хочет.

Второй важный элемент – в вашем предложении должна присутствовать фишка, изюминка, которая делает ваше обращение непохожими на все остальные.

Приведу пример.

Например, вы обещаете, что человек может сбросить 5 килограмм лишнего веса всего лишь за семь дней с нуля. Но вы обещаете это без тренировок в тренажерном зале, без каких-то сложных и изнурительных диет и без определенной физической нагрузки.

Ваше предложение немного шокирующее, немного

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

неправдоподобное, но именно в этом предложении присутствует фишка – все другие тренеры гонят своих посетителей в спортзалы, а у вас сброс веса идет с помощью питания.

То есть, вы говорите, как сбросить 5 кг за семь дней без тренажерного зала, а с помощью определенной системы питания, которая работает «на ура». Вот это - ваша фишка.

В заголовке эта фишка должна фигурировать всегда.

Также вы должны привлекать внимание своего посетителя и с точки зрения выгоды того, что он хочет - это важно. Но эту выгоду могут обещать и многие другие люди.

Поэтому эта фишка, обращающая внимание на ваше предложение – чрезвычайно важна.

Чтобы человек обратил внимание на вас и остановился на вашем сайте.

Скорость посещения сайтов возросла феноменально. Если у вас нет фишки, то человек переходит на другой сайт.

Поэтому подумайте, как вы можете своему посетителю помочь что-то получить, достичь какой-то цели определенным только вашим авторским методом.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

Есть какой-то ваш способ, который исключает что-то популярное. И с помощью этой новой формулы, или подхода, или метода, вы как раз таки выдаете тот самый желанный результат вашему клиенту.

Подумайте, какую фишку вы даете, включите ее в ваш заголовок наравне с конкретикой и наравне с главной выгодой.

И тогда у вас получается просто термоядерный заголовок.

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ШАГ №2

Как только вы привлекли внимание посетителя, как только вы создали заголовочную область, вы должны сразу «с места в карьер» конкретизировать проблемы вашего посетителя. Сразу же!

То есть: ваш потенциальный клиент прочитал заголовок, и он сразу же «ушел с головой» в ваш текст. Он уже в него погрузился.

И теперь вы должны дать понять, что вы понимаете его проблемы. Опишите максимально подробно нынешнюю ситуацию вашего среднестатистического посетителя.

Если ситуаций, в которых он пребывает, несколько, то опишите каждую из этих конкретных ситуаций.

Приведу пример.

Например, вы продаете курс о том, как раскрутить свой сайт.

И первая категория посетителей, которые к вам ходят, это люди, у которых, например, нет трафика вообще.

Вторая категория - у которых трафик есть, но они хотят его усилить.

И третья категория: трафика много, но он сливается куда-то

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

не туда. У них проблемы, например, со их продающим текстом.

Вот эти три проблемные ситуации вам нужно подробно расписать во втором шаге. То есть сказать следующее.

«Добрый день, уважаемые посетители! Если вы сейчас пришли на этот сайт, то, возможно, вы находитесь в одной из трех подобных ситуаций.»

Ситуация первая: у вас нет трафика вообще. Вы недавно сделали свой сайт, вы хотите, чтобы люди приходили, чтобы у вас были посетители и чтобы у вас были продажи. И вы понятия пока не имеете, как раскрутить свой сайт.

Ситуация под номером два. Вы уже, возможно, опытный бизнесмен, у вас есть трафик. Но этот трафик вас не устраивает. Поэтому вы хотите больше трафика, вы хотите узнать, как раскрутить свой проект, что сделать, чтобы ваша популярность возросла и так далее.

Этот текст должен занять минимум полстраницы.

И третья ситуация, например, что у вас много трафика, и вы хотите узнать, как его лучше конвертировать.

Если вы находите себя в одной из этих трех ситуаций, то вы попали точно по адресу. Это те проблемы, с которыми

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

я лично сталкивался. И я хочу вам рассказать в этой статье, на этом сайте, как эти проблемы с лихвой решить.

Именно в таком ключе вы выстраиваете свой блок под номером два. Каждое описание этой ситуации – это, безусловно, не одно или два предложения. Это, как минимум, полстраницы. Будьте здесь максимально подробны.

Включите в текст свои переживания, какие-то свои ощущения, и ощущения, которые могут быть у вашего клиента (что он чувствует, как он себя ощущает, что не получается, с какими проблемами он сейчас сталкивается). Опишите это в деталях.

Чем конкретнее будет это описание, чем больше будет маленьких деталей, тем лучше будет ваша часть продающего текста под номером два.

Обязательно опишите ситуацию вашего клиента, чтобы он понял, что вы его понимаете, что вы были в данной шкуре, что вы знаете, что это такое, вы знаете, каково быть в данной ситуации, что вы уже через нее с успехом прошли (про это будут рассказывать следующие блоки). Вы – свой парень.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста



**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**

**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ШАГ №3

Визуализируйте желанный результат клиента.

На первом шаге вы завладели его вниманием, конкретизировали его проблемы. Посетитель понял, что это про него, что вы его понимаете, и что тут он может получить помощь.

И теперь, после этого небольшого негатива, когда вы немного вогнали его в состояние проблемы, и он понял, что ему сейчас нужна помощь, вам резко нужно переключить ситуацию, сменить картинку.

Вы показали ему пункт «А», в котором он находится сейчас. И в шаге под номером три вам нужно с помощью текста на одну страницу показать ему пункт под номером «В», в который он стремится, и показать это в картинках, в деталях и в конкретике. Нарисуйте теперь клиенту его желанную цель.

Например, если вы берете курс о том, как раскрутить сайт, вы прочли его мысленно вашему посетителю и теперь ему рассказываете: «А теперь представьте, что бы было, если бы вы раскрутили свой сайт. Если бы он был в топах Яндекса. Представьте, вы заходите в поисковик, набираете ключевое слово, и вы видите свой сайт на третьей позиции. Да, это не первая позиция. Но потом вы заходите в статистику и видите,

ushanovazamat.ru

2014 © Азамат Ушанов

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

что сегодня к вам пришло 5000 посетителей бесплатно, тысяча из которых стали вашими новыми подписчиками и 350 из которых стали вашими клиентами! Это обалденное чувство, чувство того, что ваш бизнес работает, что он дает результат, что ваши показатели растут».

Нарисуйте вашему посетителю эту картину.

Если вы можете предложить вашему посетителю какие-то скриншоты, картинки, которые символизируют желанный результат, то это очень хорошо.

Подумайте, что ваш клиент хочет, и опишите это в этом блоке детально. Объем текста должен составлять примерно страницу.

Далее конкретизируйте все детально: «Представьте, что вы сбросили 5 кг! Вы просыпаетесь утром, вы с энергией встаете со своей постели, и вы идете в ванну. Вы смотрите в зеркало на себя. Действительно, вы стали более стройным человеком, вам так это нравится. Вы уходите из дома, на вас обращают внимание. Вы совершенно по-другому себя ведете, вы чувствуете себя прекрасно!».

Опишите это состояние в деталях, чтобы оно зашло вашего посетителя. Это очень важно - включить эмоции и

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

определенные позитивные переживания.

Уже на шаге №3 вы показали клиенту его точку отсчета, пункт «А», и пункт «В» - то место и состояние, куда клиент стремится. Вы сделали это эмоционально, в картинках.

И если вы сделали это правильно, то ваш рекламный текст сделает уже 30 % работы.

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ШАГ №4

Подведем промежуточные итоги:

- в первом шаге вы привлекли внимание клиента;
- во втором шаге зафиксировали проблемы;
- в третьем шаге показали пункт назначения, то есть то место, куда хочет ваш потенциальный клиент;
- и в шаге под №4 вам важно естественно рассказать свою историю, которая фиксирует ваш путь от пункта «А» до пункта «В».

Это важно, чтобы показать вашу экспертность и факт того, что вы имеете право этому обучать.

Не важно, продюсируете ли вы другого эксперта, либо делаете свой собственный информационный продукт, обязательно рассказывайте истории.

Важно, чтобы в этих историях были рассказы о том, какой вы крутой сейчас.

Рассказывайте о том, какой у вас был полный провал в этой области еще несколько лет назад. Продемонстрируйте то, что вы были в шкуре вашего клиента, что вы были в пункте «А». Расскажите, в первую очередь, о своих неудачах. Например о

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

том, как вы переживали, когда у вас был совсем не раскручен сайт.

Что вы чувствовали, когда пробовали до бесконечности, снова и снова, и опять ничего не получалось.

Рассказывайте историю, которая берет за душу, например о том, когда вы все потеряли. Не бойтесь об этом говорить.

Пишите не только о своих победах, но и о своих неудачах. Это то, на что люди смотрят с большим удовольствием.

Это то, что вам поможет идентифицироваться с клиентами. Они будут понимать, что вы были в такой же ситуации, как и они. И что это нормально, и они могут выбраться из нее с вашей помощью.

Когда рассказываете свои истории, подкрепляйте их картинками, фотографиями, видеороликами.

Я, например, когда создавал свой курс под названием «Бесстрашная публичная речь», выложил ролик своего выступления на первом курсе университета, когда я не мог связать два слова. Я стоял, дрожал, и мои одноклассники все это сняли на видео.

Я это показываю своим клиентам для того, чтобы они видели, что у меня был полный провал с публичными выступлениями

ushanovazamat.ru

2014 © Азамат Ушанов

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

еще совсем недавно.

Что они понимают, видя этот пример? Они понимают, что они тоже могут преодолеть этот барьер, стать лучшим оратором. используя мою информацию, избавиться от страха публичного выступления.

Чтобы у посетителей возникала такая мотивация, нужно показать именно свои неудачи.

Запомните, ваш рекламный текст должен не только продавать, но и мотивировать, что очень важно на российском интернете. Причем не вашими победами, а вашими неудачами.

Парадокс! Но действительно, людей скрыто мотивируют неудачи других людей. Не раскрученный сайт, боязнь публичных выступлений, состояние «разбитого корыта»...

И когда вы рассказываете о переломном моменте, когда у вас изменилась ситуация, говорите о ваших победах после таких поражений и подкрепляете это также визуально с помощью картинок, фотографий - то это просто термоядерная смесь.

И это действительно то, что помогает вашим потенциальным клиентам получить мотивацию и начать исправлять свою ситуацию именно с вами, а не с каким-то другим

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

информационным бизнесменом, который продает какой-то похожий информационный продукт.

Это очень важный информационный блок. Я его рекомендую сделать объемом на две страницы, чтобы была рассказана подробная история с картинками, с визуальными составляющими, чтобы это повествование действительно брало за душу.

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ШАГ №5

Как только вы рассказали свою историю «до и после», то на фоне вашего опыта посетитель вашего сайта видит, что вы сильный человек, вы действительно смогли разобраться с ситуацией, вы становитесь для него авторитетом.

Теперь, на пятом шаге, вы обязаны, как эксперт, дать наставления, сильные мотивационные пинки, конкретные технические знания, что-то полезное.

Если ваш посетитель уйдет с сайта, ничего не купив, он все равно уйдет с вашего сайта с пользой и потом вернется вновь. Это очень важно, это то, что пропускают многие инфобизнесмены.

В своих видеопродажниках, в своих рекламных текстах они хотят просто продать. Но ведь в рекламном тексте и видео можно дать какой-то полезный контент, даже вне зависимости от наличия продаж, просто чтобы человек ушел с пользой и потом вернулся опять.

Исходя из своего опыта, я рекомендую дать какое-то краткое наставление своему посетителю.

Например, можете озаглавить данный блок формулой из пяти шагов «Как сбросить сразу за одну неделю 1,5 кг». И вы

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

расписываете данный рецепт, рассказываете о каких-то мифах, рассказываете какие-то практические вещи, которые вы использовали.

И в середине вашего рекламного текста получается хорошая статья на одну страницу, прочитав которую люди уже вам благодарны, и они хотят вам за это отплатить, они хотят дать вам что-то взамен.

Дав несколько практических советов, полезную формулу или полезный алгоритм, вызовите тем самым у вашего посетителя голод на подробную информацию, чтобы они, прочитав вашу статью, поняли, что вы все понимаете, вы даете великолепные советы, а он никогда об этом не знал. Это создаст эффект: «Здорово! Надо посмотреть, что он там предлагает!»

А то, что вы предлагаете – это логичный вывод из пятого шага, перетекающий в шаг под номером шесть.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста



**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**

**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ШАГ №6

На этом шаге вы презентуете свое предложение.

Ваше предложение, ваш информационный продукт на фоне пятого шага – это комплексное решение.

Это не просто статья, а это уже комплексный продукт в виде пошагового руководства, где вы рассказываете про ваше предложение. Вы выдаете ваш рекламный текст целиком, полностью. Здесь вы должны сказать: «Вот что я вам предлагаю!»

Естественно, что у вас должна быть качественная картинка вашего продукта. Вы презентуете свой продукт визуально, помните об этом.

Должна быть картинка тренинга. Если это цифровой тренинг, то должна быть обложка, закажите ее предварительно у дизайнера.

Если вы продаете диск - должна быть обложка этого диска, это сам диск.

Если вы предлагаете коучинг, то тоже необходимо сделать визуальное оформление, чтобы там было ваше фото, изображение значка скайпа. То есть то, на что действительно хочется смотреть.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

Вы смотрите и думаете: «Действительно классное предложение, я это хочу!». Потому что одна красивая эмоциональная картинка стоит тысячи слов. Это действительно так.

И в шестом шаге, когда вы презентуете свой продукт, обязательно убедитесь в том, чтобы он был красивым, хорошо упакованным.

В этом блоке, естественно, должна быть информация про автора., Вы можете рассказать свою небольшую биографию (кто вы такой, ваши регалии, сколько вы уже в этой теме, какие у вас заслуги, какие вы курсы создали и так далее).

И, самое главное в этом блоке, это ответ на вопрос: «Что это?».

То есть вы должны рассказать, что, например, курс под названием «Как сделать то-то и то-то...» - это пошаговое руководство из шести модулей, в каждом из которых вы показываете различные аспекты того, как стать успешным именно в такой-то и такой-то сфере. На протяжении какого времени вы будете заниматься и так далее.

То есть, вы даете четкий ответ на вопрос «Что это?», о том, что ваш клиент получает. Это сжатая форма на шестом шаге.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

Данный блок должен занимать максимум одну страницу.

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ШАГ №7

Шаг №7 – это ответ на вопрос: «Что вы предлагаете?».

Вы должны рассказать, что находится внутри вашего продукта, ответить на вопрос, что конкретно получит ваш клиент.

И вы тут презентуете подробное описание разделов.

Что в вашем продукте находится в модуле один, в модуле два... Что покупатели узнают из этих разделов.

Не нужно устраивать из своих пунктов списка винегрет. Используйте понятные выражения. Конкретно и грамотно расскажите, что люди узнают из вашего урока номер один, урока номер два и так далее.

Только если вы будете конкретны, люди поймут ценность вашего предложения и то, что ваш продукт – это комплексное решение их проблемы.

Далее следуют скриншоты разделов вашего продукта, если это какой-то видео обучающий тренинг: что находится внутри. Скриншоты, визуальное подкрепление, картинки дисков, и если возможно, видео – прогулка по вашему продукту.

Если это у вас будет в шаге №7, то вы будете описывать свой

12 шагов для создания действительно классного продающего текста продукт, как настоящий мастер.

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ШАГ №8

Теперь, когда вы рассказали подробно содержимое вашего продукта, важно показать результаты ваших клиентов. То, что люди получают от работы с вами.

Здесь не обязательно выкладывать отзывы на ваш продукт. Возможно, вы делаете новый продукт, на который у вас еще нет отзывов. Но вы можете выложить отзывы на работу с вами.

То есть отзыв, где человек вам пишет о том, как ему понравилось работать с вами «один на один», какой-то его комментарий, результат. Включите это в продающий текст после блока подробного описания вашего продукта.

Вы сами понимаете, что ваш потенциальный клиент видит вкусное, великолепное описание вашего продукта и после этого гору отзывов людей, которые уже работали с вами.

Пусть они еще не покупали ваш новый продукт, но с вами сталкивались, они с вами работали «один на один», они с вами общались, и они в целом дают положительные комментарии на вашу работу.

Естественно, когда вы получите отзывы на ваш новый продукт, разместите их в вашем рекламном тексте.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

Ну и, конечно, важно показывать измеримые результаты ваших клиентов, людей, которые с вами работали. Причем эти результаты не обязательно должны быть сногшибательными.

Если клиент указывает на какой-то конкретный осязаемый результат, который был получен после работы с вами, то это уже очень здорово. Такие конкретные результаты привлекаю внимание.

Нужно показывать реальные результаты, а не завышенные, те, в которые новые ваши потенциальные клиенты могут поверить.

Они, читая эти отзывы подумают: «Я тоже могу получить такой результат, и могу похудеть и на 3 кг, и на 10 кг. Я тоже могу выиграть в этом казино 7355 тысяч долларов». То есть показывайте не только сногшибательные результаты, но и среднестатистические, чтобы новые люди понимали, что если кто-то смог это сделать, то и они это сделают.

Чтобы у них не было комплекса по поводу того, что все супермены, а они так не смогут.

Поэтому показывайте конкретные результаты ваших клиентов и не бойтесь, если эти результаты не такие огромные.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

Главное, чтобы они были измеримыми и конкретными.

Если люди могут дать вам свои кейсы и рассказать свои истории «до и после», то это замечательно.

Представьте, в вашем рекламном тексте будет ваша история «до и после» и еще истории ваших клиентов с визуальными подкрепляющими (например, фото «до и после»). Это феноменально! Это то, что продает лучше всего.

Как только вы показали вашему клиенту простыню из отзывов и результатов, кейсов и историй «до и после» ваших клиентов, вы должны еще раз кристаллизовать в шаге №9 ценность вашего продукта.

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ШАГ №9

Этот блок должен быть размером примерно в половину страницы, где вы должны подвести своеобразный итог.

С первого по восьмой шаги вы подробно показали потенциальному клиенту, что именно он может получить от вашего продукта, его проблемы, как вы сталкивались с похожими проблемами и смогли решить их с успехом. Как вы сейчас получаете результаты, какой продукт вы создали, и как другие люди с его и вашей помощью достигают своих результатов и решают свои проблемы.

И теперь на этом фоне вы должны задать вашему посетителю вопрос о четкой картине его желанного результата.

Спросите у него, насколько это ценно для него, спросите его, как на него повлияли эти истории о том, что ваши клиенты решили свои проблемы: сбросили свой лишний вес, например. И это действительно классно!

Этот момент, когда понимаешь, что все в твоих руках, чувствуешь и выглядишь великолепно, у тебя подтянутая фигура.

Спросите вашего клиента, хотел бы и он оказаться в такой

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ситуации, насколько это для него ценно?

Насколько ему будет хорошо? Он должен понять, что любые деньги – второстепенная вещь по сравнению с тем результатом, который они всегда хотели иметь.

Естественно, что для каждой темы будет свой подход для написания блока №9, но самое главное в этом шаге - это задать вопрос о том, насколько все, что потенциальный клиент сейчас увидел и услышал, ценно для него. И хочет ли он получить такой же желанный, конкретный, измеримый и ценный результат.

Естественно в этом блоке задать своему потенциальному клиенту еще один вопрос: «Что вы будете делать, если вы останетесь на этом же месте, где вы находитесь сейчас?» и показать ему ту черную картину.

Если он упустит это предложение, и не получит такие-то и такие-то секреты, то у него ничего не изменится.

Он так же будет без толку пахать в тренажерном зале. Или на его сайте будет такой же слабый трафик, как и сейчас.

И все это время он будет искать пути решения, хотя мог бы получить их прямо сейчас, все секреты в одном месте.

Нарисуйте потенциальному клиенту такую картину, чтобы

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

стоимость программы для него на ее фоне выглядела сущим мизером. Эта картина должна быть не просто дорогой, она должна быть бесценной.

И на ее фоне та стоимость, которую вы попросите в шаге №10, будет казаться очень маленькой.

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ШАГ №10

В блоке № 10 необходимо рассказать о стоимости вашего информационного продукта. Показать мизерность стоимости по сравнению с достижением желанной цели вашего клиента.

Когда он получит то, чего так страстно хочет – это будет лучше для него, чем факт экономии.

Нужно показать всю мизерность той суммы, которую вы просите, по сравнению с тем, что он получит взамен.

Также вы можете сравнить стоимость с offline решениями: то есть какими-то семинарами в этой индустрии, участием в каких-то тренингах, в кружках, секциях. Это стоит гораздо дороже, причем информация хуже.

Вы можете еще поделить стоимость своего продукта в тот момент, когда вы уже показали разницу с тем, что человек получает взамен и по сравнению с offline продуктами по данной теме.

Вы можете стоимость своего продукта разделить на определенное количество дней. Например, ваш продукт стоит пять тысяч рублей, разделите его на 365 и скажите, что ваш продукт стоит лишь чашечку чая в день. И, действительно, готов ли ваш потенциальный клиент пожертвовать всего лишь

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

одну чашечку чая в день, чтобы получить ответы на все свои вопросы и использовать вашу информацию для получения самой желанной цели.

Такие сравнения просто шикарны. Но ни в коем случае не сравнивайте стоимость своего продукта с палкой колбасы, с холодильником. Я вижу, что многие инфобизнесмены это делают. А я рекомендую вам это не делать! Лучше сравните с чашечкой кофе.

Ну и, конечно, можете провести параллель с самостоятельным и долгим поиском истины. Можете рассказать, что в интернете миллиарды сайтов, вы можете найти информацию сами. Но вы сэкономите много денег и времени, если нужную информацию вы получите именно сейчас.

На этом фоне вы снижаете пассивным образом восприятие стоимости вашего продукта. С помощью этих советов вы можете сделать так, что ваш продукт, даже если он стоит солидных денег, все равно будет выглядеть дешевым. Для этого вам необходимо будет использовать формулу в той последовательности, которую я вам сейчас рассказываю.

Дам небольшой совет по поводу вашего ценообразования.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

Если продукт вы продаете «в лоб», то есть приходит холодная аудитория с Яндекс.Директа, не переборщите со стоимостью. Сейчас такой период в российском интернет бизнесе, что мы должны снижать порог входа, потому что информации слишком много.

И для того, чтобы люди подсели именно на вашу информацию, я рекомендую, чтобы у вас был очень подробный, красивый классный рекламный текст, чтобы вы спрашивали адекватные деньги за собственный продукт в интернете.

То есть не 30-40 тысяч рублей при продаже «в лоб», а хотя бы 3-4 тысячи рублей.

И затем, во время апселлов, когда вы что-то предлагаете во время заказа, вы поднимаете свой средний чек.

В том случае, если вы делаете запуск на собственную базу подписчиков, то никаких проблем с ценой не должно возникнуть.

Вы можете продавать тренинги за 10, 15 тысяч рублей, даже за 20-30 тысяч, если база вас уже знает. Это просто небольшой совет по поводу именно холодного трафика.

После презентации стоимости приступаем к шагу №11.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ШАГ №11

На этом шаге обязательно кратко рассказать о гарантии на ваш продукт.

Какие гарантии следует упомянуть.

Во-первых, гарантию качества. Если качество информационного продукта не понравится вашему клиенту, то вы возвращаете деньги в любом случае. Без вопросов.

Если у вас есть гарантия конкретного результата, например, что с помощью вашего курса пользователь раскрутит свой сайт до 100 посещений в день, то упомяните ее тоже обязательно. Гарантия результата всегда гораздо сильнее гарантии качества.

Естественно, обязательно напишите срок гарантии, и чем он будет больше – тем лучше. Я рекомендую давать гарантию на 365 дней, чтобы у человека был целый год на принятие своего решения. Либо сделайте, как в IKEA - 10 лет гарантии. Это очень мощно, очень сильно. Действительно, это поднимает доверие.

И, конечно же, четкие условия по возврату денег. Если человек он применит его, и у него не будет результата, то вы возвращаете в этом полученные от него деньги.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

Но если человек у вас просто просит деньги, хочет получить продукт бесплатно, то так у вас не должно работать. Пишите четкие условия возврата денег.

Если вы в инфобизнесе и продаете обучающие курсы, где можете замерить факт практики вашими клиентам ваших инструкций (созданный сайт, созданная рекламная кампания), то можете сделать такие условия, что ваш клиент должен что-то сделать, хотя бы чуть-чуть, чтобы потом воспользоваться правом на возврат.

Не бойтесь давать гарантию. Если у вас классный продукт, то спрашивать возврата у вас будут мало, то есть около 1% ваших клиентов. И, более того, когда у вас есть факт гарантии, то у вас покупают больше, минимум на 40%. То есть вы гарантируете результат, либо у вас есть гарантия качества.

Подкрепите этот момент каким-то визуальным составляющим, значком гарантии. И эту гарантию желательно выделить в рамку.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста



**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**

**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ШАГ №12

В двенадцатом шаге вы должны четко, конкретно, по шагам рассказать клиенту о том, что ему нужно сделать прямо сейчас, чтобы получить ваш продукт, чтобы заказать, чтобы оформить заявку.

Обязательно выделите это в отдельную таблицу, чтобы она была видна в конце вашего рекламного текста. Там должны быть изображения платежных систем, кнопка «Заказать», чтобы все выглядело очень стильно, цивильно и здорово.

В этом блоке, если у вас есть спец предложение: какой-то крайний срок (закажи в течение ближайших 36 часов, получи скидку плюс бонусы), то нужно описать эти бонусы. А так же предоставить помощь при выборе способов оплаты. И, обязательно должны быть данные для связи с вами.

Рекомендую еще после двенадцатого блока сделать небольшой постскрипtum с суммированием главных выгод и 100%-ной гарантией: вы получаете то-то, вы сможете добиться такой-то цели, а если у вас не получится по каким-то причинам, то вы можете просто нам написать, и мы вернем вам деньги обратно.

На этой фразе вы заканчиваете свой рекламный текст.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

Примените эту формулу в действии.

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

ДЛИТЕЛЬНОСТЬ ПРОДАЮЩЕГО ТЕКСТА

Немного слов по поводу длительности вашего продающего текста.

Сами понимаете, что в вашем тексте 12 блоков. И 12 блоков – это как минимум 12 веб страниц вашего рекламного текста.

Кто-то может сказать, что длинные рекламные тексты сейчас никто не читает, ни у кого нет времени, поэтому надо писать коротенькие рекламные тексты. И, возможно, эти люди правы. В каких-то индустриях и в каких-то нишах это работает.

Но мы с вами - инфобизнесмены, нам важно рассказать свои истории, нам важно показать развернутость и комплексность нашего информационного продукта, тренинга, семинара или коучинговой программы.

И поэтому мы сделаем текст не для того, чтобы люди читали его слово в слово, но чтобы создавался эффект комплексного решения в момент, когда человек прокручивает этот текст вниз. Поэтому сделайте текст максимально подробным.

Я рекомендую вам сделать страниц 15-20, чтобы ваш текст был очень качественным, очень подробным, чтобы он действительно у вас продавал «На ура!».

И ваша задача прямо сейчас написать 15-20 страниц текста в

ushanovazamat.ru

2014 © Азамат Ушанов

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

word, шрифт 14, Times New Roman: 12 шагов, написанных вами сегодня. Возможно, вы уже набросали какой-то небольшой план на бумаге.

Я уверен, что ваш следующий рекламный текст будет приносить отменный, отличный результат.

С помощью этой формулы вы сможете создавать грандиозные, потрясающие тексты.

Мы с вами сегодня разобрали очень хорошую формулу, и многие из вас только лишь с помощью ее одной заработают дополнительно 2 тысячи долларов уже в самое ближайшее время.

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**



12 шагов для создания действительно классного продающего текста

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Действительно ли можно показать, как пишется рекламный текст с помощью слайдов Power Point, с помощью семинаров, где люди рассказывают теоретический материал? Безусловно, можно.

Но не лучше ли, чтобы вам продемонстрировали то, как это делается на реальном примере, на практике?

И специально для этого совсем недавно я записал один секретный, но очень новый информационный продукт под названием «Создание рекламного текста. Взгляд из-под плеча».

Что это такое? Что вы получаете в этом продукте?

Во-первых, по формуле 12-ти шагов написания рекламного текста я дам специальный чик лист, чтобы можно было писать продающие тексты быстро.

Вы получаете интеллект карту данной формулы, которая всегда будет у вас под рукой, чтобы можно было за несколько минут продумать план коммерческого предложения.

И, конечно же, еще один аудио класс с дополнительным подробным разбором формулы из 12-ти шагов, который можно будет прослушать в любое время, когда он

ushanovazamat.ru

2014 © Азамат Ушанов

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

понадобится.

Но это еще не все. Самое главное, что я вам хочу дать – это второй компонент, который способен далеко продвинуть вас в копирайтерском ремесле.

Это полная видеoinформация того, как я пишу реальный рекламный текст с помощью формулы из 12-ти шагов.

Реалити–шоу с нуля и до результата: как я пишу этот рекламный текст сам, весь процесс «от А до Я». Вы, как будто, придете ко мне домой, сядете рядом со мной, и будете смотреть, как я пишу свой рекламный текст.

Ценность такого наблюдения - это десятки, а может быть и сотни часов сэкономленного вами времени. Потому что одно дело - прослушивать тренинги по копирайтингу, и совсем другое - сесть и увидеть, как это делает профессионал.

И мои видео уроки построены таким образом, что вы увидите все шаги своими глазами, по блокам. Вы сэкономите массу времени в процессе обучения копирайтингу.

В момент «подглядывания» происходит самое быстрое обучение. Поэтому, если вы хотите научиться копирайтингу быстро, то это то, что вам нужно.

Третий компонент, который вы получите, это полная видео

ushanovazamat.ru

2014 © Азамат Ушанов

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

демонстрация того, как я верстаю написанный рекламный текст.

На видео я возьму свой файл в Microsoft Word и покажу, как именно происходит процесс верстки. На ваших глазах черновик превратится в красиво сверстаный рекламный текст в html формате, готовый к «бою».

Повторите за мной этот процесс, смотрите эти простые пошаговые уроки, и станьте мастером online продаж.

Сэкономьте массу времени при обучении.

Если вы сейчас новичок, с помощью этих уроков вы научитесь продавать. Вы напишете свой первый рекламный текст, и испытаете ни с чем несравнимое удовольствие от первого заказа на свой новый информационный продукт.

Если вы уже профессионал - удвойте или даже утройте эффективность и прибыльность тех рекламных текстов, которые у вас уже есть, либо новых рекламных текстов, которые вы будете писать.

И, конечно же, если вы мега гуру, увеличьте отдачу от своей акции запусков и сделайте их, как минимум, на 70% более эффективными, прибыльными.

Сейчас я покажу вам результат, который мне принес тот

ushanovazamat.ru

2014 © Азамат Ушанов

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

самый рекламный текст, который я для вас писал вживую для этого курса. Он принес всего лишь за трое суток 1 миллион 435 тысяч 710 рублей. И весь процесс создания этого текста вы увидите вживую.

Насколько для вас ценно просто взять и научиться быстро писать очень классные рекламные тексты?

Тренингов по копирайтингу, безусловно, много. Я не говорю, что они плохие. Они отличные. Но вам, в данный момент, очень важна скорость, вам нужно понимать, как такие тексты пишутся вживую.

Насколько для вас ценно иметь стабильно новые заказы на ваши информационные продукты, если вы новичок?

Насколько ценно для вас иметь высокую выручку в вашем информационном бизнесе и радовать себя и партнеров большим количеством заказов? Главная задача продвинутых инфобизнесменов - приносить продажи своим партнерам, чтобы они направляли больше трафика на продающие тексты.

Для этого нужно, чтобы тексты конвертировали, чтобы копирайтинг работал.

Чтобы он работал лучше лично у вас, я рекомендую вам

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

изучить мои видео уроки, посмотреть то, как я пишу рекламный текст вживую.

Уверен, что этот процесс подвигнет вас писать эффективные рекламные тексты, которые действительно приносят много денег.

Создание рекламного текста «Взгляд из-под плеча» - это наш новый информационный продукт. И вы первые, кто получит его. Это создаст для вас преимущество в умении писать рекламные тексты.

Что вы получите, в итоге.

Во-первых, аудио семинар по формуле из 12-ти шагов.

Во-вторых, чек лист и интеллект карту с формулой, чтобы она всегда была при вас.

Далее, самое важное, это видео демонстрация того, как я пишу рекламный текст от «А до Я», и делаю верстку от чернового варианта до того, который принес мне 1 миллион 450 тысяч рублей в продажах всего лишь за трое суток.

Стоимость данного тренинга будет составлять 9970 рублей.

И вы понимаете, что это мелочь по сравнению с тем, что вы получите, когда начнете писать свои новые рекламные

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

тексты.

Особенно это предложение выгодно для тех людей, которым срочно нужны навыки копирайтинга, который смогут заработать больше, прокачав этот навык.

Относитесь к этим 9970 рублям как инвестиции, которую вы окупите с первого же написанного вами рекламного текста.

Но поскольку вы первые, кто видит это предложение, я хочу вас отблагодарить.

Никто еще не знает об этом продукте, и я хочу сделать вам следующее предложение. Да, этот продукт стоит 9970 рублей, и по этой цене он будет продаваться для всех остальных людей, но для вас я хочу остановиться на цене в 3970 рублей.

Сегодня вы платите мне 3970 рублей, а остальную часть вы мне перечислите только в том случае, если вы получите отличную финансовую отдачу от тех рекламных текстов, которые вы напишете с помощью данного информационного продукта.

Когда вы заработаете на своих текстах 40, 50, 100, 200 тысяч рублей, только тогда вы внесете оставшуюся часть от стоимости данного продукта.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

А полную версию данного продукта вы получите уже сейчас. Видео запись реалити-шоу того, как я пишу и верстаю свой рекламный текст всего лишь за однократную инвестицию в 3970 рублей.

Более того, если вы купите этот новый продукт сегодня, то вы получите новые бонусы от меня.

Первый бонус: видео копирайтинг страниц с апселлом.

Если вы хотите, чтобы ваши страницы с апселлом отлично продавались и приносили вам дополнительно 60% к среднему чеку – этот бонус для вас.

Второй бонус: специальное видео о том, как делать замер конверсии рекламного текста. Многие инфобизнесмены не знают, как это делать правильно - это специальный эксклюзивный видео бонус.

Третий бонус: мы покажем вам, как делать сплит тестирование вашего рекламного текста, чтобы вы каждый раз повышали эффективность всех ваших коммерческих предложений.

Четвертый бонус: мы покажем вам, как захватывать e-mail адреса правильно, чтобы те люди, которые не покупают ваши информационные продукты сразу, оставляли, по крайней

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

мере, свои контактные данные.

Это предложение защищено гарантией на 365 дней.

Если, написав два рекламных текста по методу из моего курса, повторяя все шаги, которые я делаю, вы не окупите это вложение хотя бы в три раза, то мы вернем вам все деньги.

Вы ничем не рискуете. Весь риск лежит на нас и на нашей информации, а мы знаем, что она принесет вам деньги.

Вы окупите свою инвестицию, как минимум, в три раза и будете зарабатывать все больше и больше с каждым написанным вами рекламным текстом.

Воспользуйтесь этим предложением сейчас.

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**



Нажмите на эту иллюстрацию, чтобы перейти по ссылке, и в течение 24 часов вы можете заплатить всего лишь 3970 рублей за получение полной версии нашего нового курса

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

«Взгляд из-под плеча». А остальную стоимость можете доплатить в тот момент, когда вы уже заработаете на своих рекламных текстах минимум 100 тысяч, 200 тысяч, или даже 300 тысяч рублей дополнительной прибавки к вашему доходу от вашего информационного бизнеса.

Перейдите по этой ссылке, нажмите на оранжевую кнопку «В корзину» и выберите отличные бонусы, которые мы предлагаем вам только сейчас: запись моего закрытого живого семинара в Москве под названием «Серия автоматических писем на миллион», в котором я практически по полочкам разобрал свою серию писем.

Представьте, что у вас будет мини сайт с эффективным продающим текстом, и всплывающим окном. Окно будет захватывать трафик, который не купили с первого раза.


А изучив запись семинара, вы узнаете, как должна выглядеть ваша автоматическая серия писем, чтобы люди у вас покупали. Вы сможете добавить данный пошаговый видео семинар в свою корзину.

Также вы увидите отличное приложение на тренинг «Мастерская видеопродажников» для тех, кто захочет научиться записывать классные видео презентации, которые приносят много заказов. Этот тренинг вы сможете получить со

12 шагов для создания действительно классного продающего текста


скидкой 70% только в процессе заказа курса создания рекламного текста «Взгляд из-под плеча».

Воспользуйтесь нашим специальным предложением, оно будет актуально сегодня и завтра в течение 24 часов.



**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**

**Нажмите,
чтобы посмотреть**



Переходите на сайт, оформляйте свою копию видео.

Я желаю вам создать такие рекламные тексты, которые реализуют все ваши мечты.

У вас есть 24 часа для оформления заказа.

И вы не только сэкономите деньги, получите бонусы, но еще и станете мастером интернет продаж.

То, что вы увидите написание рекламного текста вживую, ускорит ваше обучение копирайтингу в разы.

Вы сможете получить этот уникальный продукт по эксклюзивной стоимости сегодня и только сейчас.

12 шагов для создания действительно классного продающего текста

Благодарю вас за внимание к этой книге.

Я уверен, что формула из 12 шагов, которую мы сейчас с вами разобрали, принесет вам отличный результат. Тем более что эти навыки вы можете взять для составления рекламных текстов абсолютно для разных нужд – и для инфопродуктов, и для ваших новых релизов, и для каких-либо распродаж.

Эта формула подходит везде. И я уверен, что сам подход вас воодушевит – сесть и написать что-то действительно потрясающее!

**Видео-демонстрация по написанию
рекламного текста в формате
реалити-шоу!**



**Нажмите,
чтобы посмотреть**

