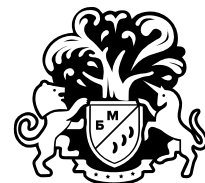


# ФОРМУЛА ПРОДАЮЩЕГО ПИСЬМА

21-шаговая последовательность  
Перри Бэлчера

ИЗ АМЕРИКИ С ЛЮБОВЬЮ

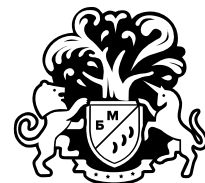


- 1. Обратитесь к целевой аудитории**  
Напишите, кому вы адресуете своё послание: «Внимание, жители столицы!» или «Владельцы иномарок, внимание!».
- 2. Привлеките внимание**  
Захватите внимание читателей вызывающим заголовком или громким обещанием: «Всё, что вы знали о \_\_\_\_\_ — неправда!»
- 3. Подкрепите тезисом в подзаголовке громкое обещание заголовка**  
Поддержите заявление правдивыми фактами или обещанием, что вы в дальнейшем раскроете тему.
- 4. Обозначьте проблему**  
«Опознайте» свою целевую аудиторию — кто эти люди, что они чувствуют, в чём их боль. Идентифицируйте себя с аудиторией. Поднимите проблему, определите боль, дайте людям понять, что вам это всё знакомо. Расскажите свою историю борьбы или того, как брошенный вызов был вами мужественно принят.
- 5. Предоставьте решение проблемы**  
Раскройте то, как обозначенную проблему можно решить и докажите аудитории, что ваше решение — лучшее из всех, что можно предложить.
- 6. Покажите ценность и назовите цену решения проблемы**  
Дайте аудитории знать, через что вам пришлось пройти, чтобы найти решение проблемы. Пусть читатель сопереживает вам, прочувствует эмоциональную близость к тому, о чём вы говорите.
- 7. Объясните простоту внедрения или использования вашего решения**  
Дайте читателям понять, что ваше решение удобное и понятное для любого потребителя. (А если это не так, возьмите внедрение на себя, «под ключ»).
- 8. Докажите, что результат быстро достижим**  
Наглядно покажите, как быстро потенциальные покупатели смогут получить результат.
- 9. Дайте прогноз о лучшем будущем**  
Объясните, как улучшится жизнь читателей, когда они воспользуются вашим предложением. Нарисуйте в их умах яркую и реалистичную картинку лучшего будущего.
- 10. Продемонстрируйте ваши «регалии»**  
Огласите ваш послужной список. Покажите сертификаты, награды, звания, грамоты, лицензии, благодарственные письма — в общем, всё то, что докажет вашу компетентность, экспертность и опыт в решении подобных вопросов.
- 11. Опишите подробнее преимущества**  
Используйте маркированный список для обозначения и выделения преимуществ и выгод, которые получит потенциальный покупатель. Используйте слова: «таким образом», «так что», «поэтому», «для того чтобы» — они позволяют перейти от преимущества продукта к выгоде, которую получит человек, если согласится на сделку.

# ФОРМУЛА ПРОДАЮЩЕГО ПИСЬМА

21-шаговая последовательность  
Перри Бэлчера

ИЗ АМЕРИКИ С ЛЮБОВЬЮ



- 12. Примените социальное доказательство**  
Используйте подтверждение третьих лиц и/или признанных общественностью авторитетов и экспертов, чтобы снять недоверие потенциального покупателя по отношению к вам.
- 13. Сделайте предложение**  
Дайте конкретику, чтобы читатель ясно понимал, что его ждёт, что он получит.
- 14. Добавьте бонусы**  
Бонусы (подарки, дополнительные опции или условия) должны быть релевантны вашему предложению, то есть актуальными, выгодными и желанными для клиента.
- 15. Поднимите ценность**  
Дайте потенциальному покупателю понять, сколько в действительности стоит ваш продукт. Важно, чтобы воспринимаемая ценность была гораздо выше той цены, которую человек оплатит.
- 16. Настройте появление кнопки оплаты (всплывающим сообщением на экране страницы)**  
Суммируйте все цены (с учётом реальных цен всех бонусов и опций) и покажите потенциальному покупателю цену, значительно ниже оцениваемой стоимости. Появляющимся поп-апом на странице обозначьте самое выгодное предложение, его лучше написать прямо на кнопке, ведущей на страницу оплаты.
- 17. Создайте срочность принятия решения**  
Ограничьте время вашего специального предложения, количество предложений (единиц товара или услуг) и обеспечьте последующее увеличение цены. Будьте последовательны и выполняйте обещанные обязательства. В противном случае вы рискуете потерять доверие потенциальных покупателей.
- 18. Дайте гарантии**  
Найдите, устраните и исключите возможные риски для клиента. Дайте обязательство исполнить свои обещания в полном объёме. Чем дольше и больше гарантия, тем меньше возвратов.
- 19. Призовите к действию**  
Призыв к действию — это, по сути, команда. Будьте конкретны и сообщите прямо, что именно и как нужно сделать человеку. Используйте изображения, скриншоты, виджеты и другие средства и инструменты, визуализации, чтобы направить пользователей выполнять следующий и сопровождать их до полного его выполнения (совершения).
- 20. Сделайте предупреждение**  
Предупредите потенциальных покупателей о том, что случится, если они примут решение не покупать, чего они лишатся в случае отказа
- 21. Завершите письмо, подытожив предложение**  
Резюмируйте целиком своё предложение, напомните все опции и преимущества, которые получит покупатель. Обобщите проблему, её решение, предложение, гарантии, выгоды, опишите будущее после покупки и последствия отказа от сделки.