

ЧЕК-ЛИСТ СОЗДАНИЯ СТАТЬИ ДЛЯ ПРОГРЕВА ХОЛОДНОГО ТРАФИКА

Прежде, чем перейдем к практике, немного теории и расшифровок формулы для ее лучшего понимания.

AIDA — маркетинговая модель потребительского поведения, которой на текущий момент исполнилось уже 120 лет. Солидный возраст совершенно не мешает копирайтерам строить на ее базе продающие статьи, тексты объявлений, письма и целые лендинги, а владельцам бизнесов — генерить лидов и повышать продажи.

Расшифровка акронима:

	Вариант 1	Вариант 2
A	Attention (внимание)	Awareness (знание, осознание)
I	Interest (интерес)	Interest (интерес)
D	Desire (желание)	Demand (потребность, спрос)
A	Action (действие)	Action (действие)

Классикой считается вариант № 1, который часто упоминается в расширенном варианте AIDA(s), где (s) = Satisfaction = удовлетворение (от покупки, изучения, решения проблемы).

В случае продающей статьи под пиксель рекомендуем использовать именно классический вариант — поскольку удовлетворение от обладания продуктом по логике воронки продаж может возникнуть после получения и потребления лид-магнита.

Разберем компоненты формулы на примерах.

Для понимания возьмем 3 варианта бизнес-ниши:

1. Школа танцев (продажа услуги)
2. Тренинги для женщин по отношениям (обучение)
3. Развивающие игрушки для детей (физтовары)

Что необходимо сделать «на берегу»?

- перечитать проработанное описание ЦА и Аватаров;
- выявить истинную потребность ЦА

ATTENTION. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ

Проще всего с этой задачей справляется заголовок. Как вы уже знаете, какую бы супер статью вы ни написали — если заголовок не зацепил внимание, ее закроют через 3-5 секунд, даже не попытавшись прочесть.

Поэтому заголовок должен попасть точно в цель — отразить истинную потребность ЦА. Хорошо, когда в заголовке есть цифры, или когда он задан в виде вопроса, на который сложно сходу подобрать однозначный ответ.

Пример 1. Школа танцев, сегмент ЦА — женщины 35-50

Чтобы зацепить внимание, выявляем истинную потребность. Зачем этой аудитории нужна школа танцев? Чего они хотят достичь с ее помощью?

Научиться танцевать? Нет.

Поднять отношения с партнером на новый уровень? Да.

Найти партнера? Да.

Внести новые эмоции и элемент флирта в свою жизнь? Да.

Теперь понятно, что стоит подчеркнуть, чтобы вызвать интерес.

Формируем заголовок:

- Как поднять отношения с мужем на новый уровень, даже если вы 30 лет в браке?
- Как за 3 простых шага разжечь огонь былой страсти?
- И т.д.

Пример 2. Тренинги для женщин по отношениям, сегмент ЦА — одинокие женщины 35+

Почему такие женщины идут на тренинг?

Потому что раз за разом наступают на одни и те же грабли в отношениях, привлекая альфонсов и слабаков. Отношения разваливаются, следующие — точно такие же. Хотят понять причину происходящего. Отогнать призрак одинокой старости.

Формируем заголовок:

- 7 признаков мужчины, который испортит вам жизнь
- Как определить, подходит ли вам мужчина, за 3 минуты с момента знакомства?
- 20 вопросов, чтобы понять, ваш ли этот мужчина, с первой встречи

Пример 3. Продажа развивающих игрушек, сегмент ЦА — мамы с детьми 5-7 лет

Что хочет получить ЦА, покупая наш товар?

Новую игрушку для ребенка? Нет.

Развитие горизонтов ребенка, получение им новых навыков? Да.

Несколько часов свободного времени, пока ребенок занят? Да.

Предложение нового хобби (моделирование его будущего)? Да.

Формируем заголовок:

- ТОП-7 развивающих игрушек для детей от 5 до 7. Как проверить склонности малыша к различным наукам?
- Как выбрать бюджетный и качественный микроскоп для ребенка? 7 подводных камней, о которых молчат производители.

INTEREST. ПОДДЕРЖАНИЕ ИНТЕРЕСА

Когда вы захватили внимание аудитории — время усилить интригу, разжечь их интерес к материалу статьи. Есть различные подходы, но чаще всего копирайтеры работают с болями (проблемами) ЦА, ниже предлагая решение проблемы.

Стиль подачи зависит от ниши и проблемы, которую хочет решить ваша ЦА. Если с выбором микроскопа все достаточно просто, то в мягкой нише (тренинги для женщин) стоит быть осторожнее, чтобы не оскорбить аудиторию, излишне сильно наступив на ее больную мозоль.

Пример 1. Школа танцев, сегмент ЦА — женщины 35-50

В данном случае есть варианты — все зависит от того, на какой потребности ЦА вы фокусируетесь.

Можно рассказать яркую историю семейной пары, которая прожила в браке долгое время, рутина и быт поглотили ее, эмоции угасли, совместная жизнь стала напоминать проживание 2-х соседей под одной крышей. В один прекрасный день женщине на глаза попало объявление о школе танцев, она решила попробовать. Сначала посещала занятия сама, потом к ней присоединился муж, который заметил, что в ней что-то неуловимо изменилось. Пара завела множество знакомств после нескольких занятий, отношения стали совершенно иными, а недавно они укатили в Мадрид обучаться фламенко.

Согласитесь — заход через историю гораздо действеннее, чем перечисление преимуществ в лоб, в стиле: «Проблемы в браке? Приходите к нам, и все изменится».

Пример 2. Тренинги для женщин по отношениям, сегмент ЦА — одинокие женщины 35+

Представьте себе: оживленная улица, люди идут по своим делам, в потоке людей вы видите женщин... У большинства глаза потухшие, плечи опущены, на лице нет улыбки, они идут каждая по своему маршруту, как пони в цирке по протоптанному кругу, потому что так надо, потому что так привычно.

Что ждет их там?

Одних — пустые квартиры разной степени комфортности, других — дети с няней, третьи идут домой, как на заклание, потому что дома их ждет тиран... Что общего у всех этих женщин? Они — НЕСЧАСТНЫ и не любимы. У них нет тыла. Они зажаты. Они уже слабо верят в призрачную возможность что-либо изменить.

Самое ужасное — когда у человека уже нет надежды и желания идти к мечте. Что убило их мечты о счастье?

Ответ сложный и простой одновременно — это ОДИНОЧЕСТВО. Пустая квартира, звук отскакивает от стен... Можно купить шампанского, включить музыку, наполнить ванну с пеной... А кому это нужно в одиночестве? Когда не с кем разделить мысли, чувства, эмоции, тепло...

Как бы в последние годы женщины ни доказывали обратное, для 99,9 % одиночество — самый сильный страх. Никакая карьера, самореализация, банковский счет не заменят счастливую семью или удачные отношения... Когда ты — единственная и любимая, когда рядом — сильный мужчина, на которого можно опереться, когда есть при ком быть слабой...

Когда идешь домой и знаешь — тебя ждут. Любят. Это наполняет жизнь новым смыслом. Это заставляет тебя светиться, а прохожих — оборачиваться вслед...

От участниц моих тренингов, клиенток и просто знакомых женщин с завидным постоянством звучит наполненный болью и непониманием вопрос: «Куда делись все настоящие мужчины? Добрые, умные, любящие, окружающие заботой? Они вымерли?» Со всех сторон слышишь о рушащихся браках, распадающихся семьях, отношениях, которые ведут в никуда...

И все же настоящие мужчины существуют. Они рядом, они вокруг тебя, но ты, по каким-то причинам их не замечаешь. Из-за того, что ты не понимаешь, как мыслит мужчина, что и как сказать, чтобы тебя правильно поняли. Потому что ты не умеешь выделить настоящего мужчину из толпы, либо оттого что уже увлеклась кем-то очень ярким..., но далеко не факт, что надежным и настоящим.

Пример 3. Продажа развивающих игрушек, сегмент ЦА — мамы с детьми 5-7 лет

Если вы находитесь в поисках микроскопа для ребенка, у вас скорее всего возникают вопросы:

- как обезопасить зрение юного исследователя?
- какое увеличение мне нужно?
- какой тип микроскопа выбрать?
- на что обратить внимание при выборе оптики?
- обязательно ли выбирать металлический корпус
- или достаточно и пластикового?

В этой статье мы дадим ответы на все эти вопросы, а также на несколько дополнительных. А после ее прочтения вас ждет небольшой сюрприз.

Итак, начнем с самого главного — с безопасности. Микроскоп – это уже не столько развивающая игрушка, сколько сложный оптический прибор, требующий квалифицированного обращения, поэтому важно научить ребенка безопасно пользоваться микроскопом.

Например, нельзя направлять объектив микроскопа на слишком яркий свет, да и вообще длительное «смотрение» в объектив микроскопа может привести к повышенной нагрузке на органы зрения, и это напрямую связано с качеством приобретаемого прибора.

Специалисты рекомендуют приобретать для детей стереомикроскоп, ведь наблюдение одновременно двумя глазами приводит к меньшей нагрузке на глазные мышцы и снижает риск ухудшения зрения ведущего глаза.

К тому же «объемное» изображение, даже при меньшем увеличении, обычно более информативно и, как следствие, более интересно и детям, и взрослым. Но такой микроскоп стоит намного дороже ввиду сложности оптики, потому, как вариант, стоит подумать о приобретении цифрового микроскопа.

Какое увеличение выбрать? Все зависит от ваших целей и от размеров объектов, которые вы планируете исследовать.

DESIRE. ЖЕЛАНИЕ

Именно в этом разделе вы особенно обстоятельно рассказываете о преимуществах вашего оффера. Учитывая, что цель данной статьи — разогрев посетителя перед предложением лид-магнита, постарайтесь дать ценный и актуальный для читателя контент, связанный с его самой яркой проблемой.

Для того, чтобы вызвать у читателя желание подписаться на лид-магнит, вы можете использовать:

- социальные доказательства (кейсы, отзывы, истории успеха);
- дать прямую ценность (технику/фишку/алгоритм для мгновенного применения);
- перечислить все шаги, которые необходимо пройти до результата, и намекнуть на то, что полноценно рассматриваете их в лид-магните;
- и т.д.

Пример 1. Школа танцев, сегмент ЦА — женщины 35-50

В этой части статьи можно дать рекомендации по выбору одежды для занятий танцами, показать экспертность тренеров школы через социальные доказательства (отзывы учеников, видео танцующих на занятии).

Можно также прописать, сколько уроков в среднем понадобится для изучения одного танца, какие танцы заложены в базовую программу, какие дополнительные преимущества получают пары, научившись танцевать.

Все зависит от логики статьи (если в заголовке вы обещаете дать 3 шага для взрыва эмоций в отношениях — стройте структуру статьи вокруг этого оффера).

Пример 2. Тренинги для женщин по отношениям, сегмент ЦА — одинокие женщины 35+

А знаешь ли ты, что уже за время первого часа знакомства можно легко понять, стоит ли связываться с этим человеком? Ведь по определенным нюансам поведения можно уверенно выявить не годного для отношений мужчину. Равно как и годного, настоящего. С которым хочется воспитывать детей и стариться вместе.

Через 5 дней я буду проводить двухчасовой онлайн мастер-класс «...» для тех женщин, кто устал танцевать на граблях и действительно готов изменить жизненную ситуацию.

Что будет на мастер-классе?

Ты узнаешь:

- как не повторять один и тот же сценарий в отношениях и вырваться из замкнутого круга проблем?
- как оставаться собой и изменить жизнь к лучшему?
- какие опасности подстерегают в отношениях не с тем мужчиной, и как с моей помощью их избежать?
- почему важно убрать вину за неудачные отношения, и как это отразится на твоей жизни?

- почему нельзя тешить себя надеждой, что мужчину можно переделать?
- четкую классификацию 10 типов мужчин, от которых нужно бежать, как от огня, а также — чем чреваты отношения с ними.

Ты сможешь:

- понять, кто перед тобой в первые минуты знакомства, и не поддаться чарам «не того» мужчины;
- сходу выявить мужчину, общение с которым опасно для жизни и здоровья, и не ввязаться в отношения с ним;
- задавать мужчине правильные вопросы, которые покажут его истинные цели и жизненные ценности;
- найти настоящего мужчину и стать счастливой.

Пример 3. Продажа развивающих игрушек, сегмент ЦА — мамы с детьми 5-7 лет

Для указанного сегмента ЦА актуальной будет пошаговая инструкция по выбору микроскопа, изложенная с описанием тонкостей по пунктам.

Например,

1. Виды подсветки
2. Три основных типа линз для объективов

и т.д.

В процессе читатель получает ценность — собранные в одной статье рекомендации по выбору микроскопа, понятные даже далекому от биологии человеку, + осознает, насколько многоступенчатый и ответственный процесс выбора устройства.

Дополнительно можно показать в статье видео, на котором дети увлеченно рассматривают что-то в микроскоп, чтобы создать ощущение обладания этим прибором. Также неплохо расписать, какие новые навыки получит ребенок, и как это может помочь ему в дальнейшем.

ACTION. СОВЕРШЕНИЕ ДЕЙСТВИЯ

Вы проделали много работы, чтобы заинтересовать потенциального подписчика. Обидно было бы упустить его в самый последний момент. Чтобы избежать этого, вы должны сделать предложение, от которого трудно отказаться.

Конечно же, нужен сильный призыв к действию. Расскажите читателю, что от него требуется, чтобы сделать следующий шаг.

Пример 1. Школа танцев, сегмент ЦА — женщины 35-50

Прямо сейчас мы проводим запись на пробное занятие в Школе танцев.

Но есть одно условие. Для того, чтобы показать серьезность намерений, необходимо внести 5 долларов предоплаты. Мы вынуждены пойти на такие меры, чтобы отсеять любителей записаться на занятие и передумать в последний момент.

Но эти деньги в любом случае остаются у вас. Если вы придете на занятие и вам не понравится — мы вернем вам \$5 сразу по окончании урока. Если захотите продолжить обучение — эти 5 долларов автоматически засчитают в оплату абонемента.

Также вы получите чек-лист с перечнем вещей, необходимых для занятий, и рекомендациями по питанию перед уроками от профессионального инструктора.

Готовы? Тогда нажмите на кнопку ниже, чтобы перейти к регистрации на первый пробный урок танцев. До встречи на танцполе!

Пример 2. Тренинги для женщин по отношениям, сегмент ЦА — одинокие женщины 35+

Если ты уже приняла решение и готова получить доступ к мастер-классу «...» — нажми на кнопку ниже, чтобы перейти на страницу регистрации.

Там тебя ждет сюрприз — фрагмент из мастер-класса с описанием одного из 10 типов опасных мужчин. Просмотрев это видео, ты еще до начала мастер-класса получишь ценные знания, а также сможешь оценить степень полезности материала.

Первые 23 участницы получают доступ к мастер-классу бесплатно.

Пример 3. Продажа развивающих игрушек, сегмент ЦА — мамы с детьми 5-7 лет

Поздравляем! Вы сделали это!

Теперь вы знаете о микроскопах больше, чем 99,9 % населения, и, что более важно, вы знаете, на что обратить внимание, чтобы подобрать микроскоп, наиболее подходящий вашему ребенку.

Ну, а дальше все определит только ваша фантазия и финансовые возможности. Теперь, зная все подводные камни, связанные с выбором микроскопа для юного исследователя, можно приступить к сравнению характеристик разных моделей.

Понимая, что этот процесс достаточно трудоемкий и многим мамам сложно выделить 5-6 часов для этого, наш интернет-магазин предлагает следующее решение: мы сделаем эту работу за вас.

Для этой цели мы разработали анкету из 11 пунктов, на основании которой наши специалисты подберут и вышлют в течение 3 часов на ваш email подборку из 3 моделей микроскопов, идеально подходящих под описанные вами задачи и ваш бюджет.

Такая услуга введена нами впервые, поэтому сложно предугадать, останется ли она на постоянной основе.