

Các tuyệt chiêu viết những “miếng mồi” quảng cáo



Trong nhiều trường hợp, *chính quảng cáo về sản phẩm chứ không phải là sản phẩm quyết định sự thành công hay thất bại việc kinh doanh của bạn*. Tất nhiên sản phẩm của bạn phải có chất lượng tốt (nếu không một số lượng lớn khách hàng sẽ yêu cầu bạn hoàn trả lại tiền mua hàng), nhưng chính quảng cáo lại là yếu tố then chốt quyết định việc “*được ăn cả, ngã về không*” của công ty bạn.

Bạn muốn công việc kinh doanh của bạn mang lại nhiều lợi nhuận? Thế thì, còn chần chừ gì nữa, hãy viết những quảng cáo hiệu quả - đó chính là những con tàu chở vàng của bạn. Tôi xin được tiết lộ **9 bí quyết** mà bạn nhất định phải biết khi viết quảng cáo. Bạn hãy áp dụng các bí quyết này trong mỗi tin quảng cáo mà bạn viết!

1. Tiêu đề hấp dẫn

Ngôn từ trong tiêu đề quảng cáo quyết định hơn 70% sự thành công của quảng cáo. Điều đó cũng đồng nghĩa với việc bạn phải mất nhiều công sức cho việc này. Mục đích chính của tiêu đề là thu hút sự chú ý của người đọc. Chính vì thế, tiêu đề của bạn phải đạt được mục đích trên và tập trung vào các khách hàng tiềm năng: Các khách hàng này muốn gì? Họ cần gì? Họ thích gì và không thích gì? Các khách hàng tiềm năng càng dễ nhận ra mình, nhận ra nhu cầu cũng như nguyện vọng của họ khi đọc quảng cáo của bạn bao nhiêu thì họ càng nhanh chóng mua mặt hàng được quảng cáo bấy nhiêu.

2. Câu đầu tiên của bài quảng cáo cần phải nhấn mạnh đề tài quảng cáo

Nếu như trong tiêu đề, bạn đã hứa hẹn một phương thức kiếm tiền mới rất hiệu quả thì câu đầu tiên của quảng cáo phải hướng tới đề tài này, thôi thúc khách hàng quan tâm hơn nữa đến phương thức kiếm tiền trên. Còn nếu tiêu đề đã hứa hẹn giải pháp cho một vấn đề nào đó, bạn hãy sử dụng câu đầu tiên để tăng thêm tính quan ngại của độc giả đối với chính vấn đề này.

3. Ngay sau đoạn quảng cáo đầu tiên, độc giả cần phải hiểu được bản chất của quảng cáo

Nói một cách khác, đoạn đầu tiên phải là nội dung cô đọng của cả bài quảng cáo. Không phải vô lý do mà người ta cho rằng việc duy trì được sự quan tâm của độc giả trong suốt cả bài quảng cáo ngày càng trở nên khó hơn, trong khi doanh thu bán hàng thì lại vẫn phụ thuộc vào việc quảng cáo của bạn được đọc bao nhiêu lần. Vì thế, đơn giản là bạn chỉ cần học cách rút gọn lại “câu chuyện” về hàng hoá hay dịch vụ thành một đoạn văn chỉ dài vài dòng. Vậy thì ở những đoạn sau, chúng ta sẽ viết gì

đây?! Còn gì hơn nữa ngoài chính sản phẩm được quảng cáo, nhưng sẽ chi tiết cụ thể hơn.

4. Hãy chi tiết hoá, đừng đưa ra những thông tin chung chung

Bạn hãy cung cấp các thông tin chi tiết trong quảng cáo. Thay vì quảng cáo “Bạn hãy làm đầy hộp thư điện tử của mình bằng tiền mặt”, hãy viết “Bạn hãy nhận 355\$ trong một ngày ở hộp thư điện tử của mình”. Bạn hãy đừng nói “Bí quyết kiếm tiền” mà hãy nói “Một người đàn ông 63 tuổi tiết lộ những cách thức kiếm tiền, giúp ông ta kiếm được 578 đô la trong một ngày!”

Thông tin chi tiết khiến cho quảng cáo của bạn giống như thật. Khi bạn nói chung chung, khách hàng tiềm năng của bạn có thể nghĩ “Ồ, lại là sự bịa đặt thôi mà” và thông tin chính xác trong quảng cáo của bạn sẽ khiến các khách hàng nghĩ: “Có lẽ, người ta đã tính toán chính xác rồi. Thế thì tại sao mình lại không thử xem thế nào nhỉ?” Bạn hãy đừng bỏ qua chi tiết sau: sự chi tiết hoá luôn luôn có sức thuyết phục hơn những câu từ chung chung. Hãy đọc kỹ bài quảng cáo của mình và hãy chi tiết hoá nó!

5. Hãy sử dụng những thông tin về chính bản thân mình

Ngày nay nhiều quảng cáo áp dụng nguyên tắc “Tôi cũng thế”, vì người tiêu dùng hay có xu hướng bắt chước các nhân vật trong quảng cáo. Nhưng bạn nên nhớ rằng nguyên tắc này lại là con dao hai lưỡi. Việc lạm dụng nó đôi khi lại không mang lại hiệu quả mong đợi vì người tiêu dùng sẽ bị phản cảm. Vì thế bạn phải có một cách tiếp cận thật độc đáo. Bạn là người cao tuổi? Là thanh niên? Bạn bị khuyết tật điếc? Khi còn ở ghế nhà trường, bạn chuyên bỏ học? Bạn chỉ mới học hết lớp 8? Hãy đừng ngần ngại sử dụng những thông tin về bản thân trong quảng cáo của mình. Một người

đàn ông bị hói đầu có thể viết quảng cáo như sau: “Đô la do một người đàn ông 57 tuổi hói đầu kiếm được mọc nhanh hơn tóc của một thanh niên trai tráng!” Thật là ấn tượng phải không bạn? Bạn hãy tìm một điều gì đó khác người ở bạn và hãy sử dụng nó khi viết quảng cáo. Hãy cứ để mọi người biết được con người thực của bạn, như thế họ sẽ bắt đầu tin tưởng vào bạn và không phải chính niềm tin kích thích chúng ta mua hàng hay sao?

6. Hãy chú trọng đến lợi ích chứ không phải là những đặc điểm khác biệt của sản phẩm

Bạn cần phải tập trung quảng cáo vào lợi ích mà sản phẩm của bạn mang lại chứ không phải là những đặc tính của nó. Nếu bạn nghĩ rằng, lợi ích và đặc tính là một thì bạn đang mắc phải một sai lầm nghiêm trọng đó.

Đặc tính của sản phẩm của bạn, đó là chất liệu làm ra sản phẩm, phương thức thanh toán, vân vân và vân vân. Lợi ích- đó là những gì mà sản phẩm mang lại cho người tiêu dùng. Đặc tính chú trọng đến sản phẩm, trong khi lợi ích chú trọng đến người tiêu dùng. Lợi ích chính là “Khách hàng sẽ kiếm ra được bao nhiêu tiền?”, “Khách hàng sẽ giảm được bao nhiêu cân?”, “Tóc sẽ mọc được dài đến đâu?”. Bạn cần phải viết những quảng cáo hướng đến người tiêu dùng, chứ không phải hướng đến sản phẩm, vì sự lựa chọn đối tượng của bạn sẽ quyết định sự thành công hay thất bại của chiến dịch quảng cáo.

7. Hãy sử dụng những lời giới thiệu hoặc những nhận xét tích cực

Dù cho lời lẽ quảng cáo của bạn có thuyết phục đến mức nào đi chăng nữa thì đa số đám đông vẫn không tin ngay nội dung của nó. Vì thế, hãy cho họ một thời gian để họ có thể tin tưởng bạn. Nhưng để không mất đi thời giờ quý báu của mình, hãy sử

dụng trong quảng cáo những ý kiến nhận xét tốt về hàng hoá hoặc dịch vụ. Mọi người thường có xu hướng tin tưởng những lời giới thiệu của những người không quen biết hơn là những người viết quảng cáo.

Việc có được những ý kiến này từ phía khách hàng dễ hơn nhiều so với chúng ta nghĩ. Bạn hãy chuẩn bị sẵn mẫu “Ý kiến khách hàng” (bắt buộc phải có chữ ký của khách hàng) và phát cho tất cả các khách hàng của bạn. Hãy để cho họ biết rằng, bạn quan tâm đến việc họ nghĩ như thế nào về sản phẩm và dịch vụ của bạn. Sau khi khách hàng đã cung cấp cho bạn các ý kiến của họ, bạn hãy sử dụng chúng tối đa khi quảng cáo.

8. Hãy nhấn mạnh sự chú ý của người tiêu dùng vào bảo hành

Bảo hành sẽ góp phần tăng doanh thu bán hàng. Nếu như sản phẩm của bạn có bảo hành, hãy nhấn mạnh điều này để nó đập ngay vào mắt khách hàng. Đây chính là sự kích thích rất lớn đối với người tiêu dùng, giúp họ vượt qua được mọi sự e ngại, hoài nghi, thậm chí là chống đối để mua hàng. Doanh thu thu được từ bán hàng thường nhiều hơn rất nhiều để bù đắp chi phí dành cho bảo hành hoặc các chi phí khác liên quan đến quá trình này.

9. Đơn giản hoá quy trình đặt mua hàng

Hãy đơn giản hoá quá trình đặt hàng. Điều này đơn giản đến mức nhắm mắt cũng tưởng tượng ra được, thế nhưng vẫn có nhiều quảng cáo vi phạm nguyên tắc này. Hãy hướng dẫn cụ thể để khách hàng có thể đặt hàng dễ dàng. Ví dụ như: “Chỉ cần nhắc điện thoại và gọi số 1-800-000-0000. Hãy gọi ngay bây giờ!” hoặc “Hãy điền các thông tin vào phiếu đặt hàng và gửi fax theo số 1-000-000-000” hay “Hãy gửi đơn đặt

hàng theo địa chỉ: số 27, Đại lộ FT Washington, New York!” Khách hàng của bạn cần phải hiểu rõ những gì họ cần làm để có thể nhanh chóng đặt hàng.

Chúng tôi cũng xin lưu ý một chi tiết nữa, rằng bạn sẽ có thể tăng doanh số bán hàng lên từ 50% đến 100% nếu như bạn nhận thanh toán bằng thẻ tín dụng. Hình thức thanh toán này sẽ củng cố thêm niềm tin của khách hàng đối với doanh nghiệp của bạn và góp phần tăng doanh thu đối với các doanh nghiệp nhỏ hoặc doanh nghiệp tại gia. Hãy đặt mua cuốn sách “Làm thế nào để tăng hiệu quả kinh doanh, ít nhất là 50%, bằng cách chấp nhận thẻ tín dụng”. Bạn thấy không, chúng tôi cũng đang quảng cáo sản phẩm của mình đây.!!!