

طراحی خلاقانه متن تبلیغاتی

الگوی آماده برای جذب مشتری
در پلتفرم‌های مختلف

طراحی خلاقانه‌ی متن تبلیغاتی	عنوان
تیم تولید محتوای دیدار	ترجمه و گردآوری
الهه پروانه‌وار	به سرپرستی
سمیرا گلشن	گرافیک
ساجده مختارپور	صفحه‌آرا
بهار سال ۱۴۰۲	زمان انتشار
ابرایانش دیدار	ناشر
فروش و بازاریابی	موضوع

کلیه‌ی حقوق مادی و معنوی این کتاب متعلق به شرکت ابرایانش دیدار می‌باشد. انتشار این کتاب بدون دستکاری در محتوای آن و فقط به صورت آنلاین، نه تنها مجاز بلکه باعث خشنودی است.

توجه!

با توجه به اینکه کتاب‌های رایگان منتشرشده توسط دیدار دوره‌ای به‌روزرسانی می‌شوند، اگر این کتاب را از مسیر دیگری جز سایت ما دانلود کرده‌اید، برای دریافت آخرین نسخه‌ی کتاب «طراحی خلاقانه‌ی متن تبلیغاتی» روی لینک زیر کلیک کنید.

[لینک دریافت این کتاب از سایت دیدار](#)

فهرست

مقدمه	۵
بخش اول: اهمیت طراحی متن خلاقانه در دیجیتال مارکتینگ	۸
بخش دوم: عبارات شگفت‌انگیزی که باعث جذب مشتری جدید می‌شوند	۱۳
بخش سوم: طراحی پیغام‌های مناسب دعوت به ایونت	۴۸
بخش چهارم: متن‌های تبلیغاتی برای مشتریان وفادار	۶۳
بخش پنجم: متن تبلیغاتی برای بیزینس‌های مختلف	۷۰
سخن آخر	۱۰۰

مقدمه

خیلی‌ها فکر می‌کنند متن‌ها و پیام‌های تبلیغاتی فقط بخش ساده‌ای از مسیر توسعه‌ی کسب‌وکارها هستند. به همین دلیل، مثل کارهای روتین با آن برخورد می‌کنند و هیچ‌گونه خلاقیتی برای تولید این متن‌ها به خرج نمی‌دهند. برخلاف نظر این افراد، متن‌های تبلیغاتی یکی از ابزارهای قدرتمند بازاریابی هستند. متن‌های تبلیغاتی که تأثیرگذار، جذاب و تعاملی باشند، ارزش فوق‌العاده زیادی برای کسب‌وکار خلق می‌کنند.

بیشتر ما نگارش و طراحی متن‌های تبلیغاتی را با نام «کپی‌رایتینگ» می‌شناسیم. هدف اصلی از نوشتن متن‌های جذاب یا همان کپی‌رایتینگ، جلب توجه است. طبیعتاً در جهان دیجیتال امروزی که به اقیانوسی از اطلاعات تبدیل شده، «توجه» کالایی بسیار گران‌بهاست.

در واقع حتی اگر دنیای واقعی را فاکتور بگیریم، با میلیون‌ها وبسایت و میلیاردها پست در شبکه‌های اجتماعی، متمایز شدن از این جمعیت عظیم می‌تواند چالش‌برانگیز باشد. اینجا همان جایی است که متن‌های خلاقانه اهمیت خودشان را نشان می‌دهند.

کپی‌رایتینگ فقط مخصوص به محتوای تبلیغاتی کلاسیک نیست. بلکه به عنوان یک کسب‌وکار، می‌توانیم از این تکنیک برای جلب توجه مخاطبان با هر هدفی استفاده کنیم. این متن‌ها برای کاربردهایی مانند جذب مشتریان جدید، روحیه بخشیدن به مشتریان وفادار، دعوت به ایونت، جلب اعتماد و بسیاری زمینه‌های دیگر استفاده می‌شوند.

متن تبلیغاتی خوب می‌تواند واکنش عاطفی و کنجکاوی مخاطب را برانگیزد و او را برای تعامل بیشتر تشویق کند.

این کتابچه با هدف راهنمایی شما برای نوشتن متن تبلیغاتی خلاقانه، نوشته شده است. ما در این کتاب الکترونیکی سعی کرده‌ایم راهکارهایی را بررسی کنیم که به کمک آن‌ها می‌توانید قلبی برای جذب مخاطب بسازید و او را به سمت خود بکشانید. اینجا یاد می‌گیریم چطور باید احساس فوریت و هیجان ایجاد کنیم و از این طریق، مخاطب را برای ادامه‌ی تعامل یا خرید از برند ترغیب کنیم.

بخش اول: اهمیت طراحی متن خلاقانه در دیجیتال مارکتینگ

در بخش قبل تا حدودی به این سؤال پاسخ دادیم که سرمایه‌گذاری روی کپی‌رایتینگ و نوشتن متن‌های خلاقانه چه مزایایی دارد. با این حال، در این بخش نیز این مزایا را تیتروار بررسی می‌کنیم تا انگیزه‌ی شما برای مطالعه‌ی بخش‌های بعدی بیشتر شود.

فراموش نکنید اولین گام در طراحی متن تبلیغاتی، درک انگیزه‌ها، نیازها و خواسته‌های مخاطب هدف است. اگر مشتریان خود را به خوبی بشناسید و تحقیقات لازم را درباره‌ی بازار هدف انجام دهید، آن وقت می‌توانید متن‌هایی بنویسید که باعث ایجاد حس همدلی در مخاطب هدف و ارتباط با او می‌شوند.

خب، برویم سر اصل مطلب.

دلایل اهمیت کپی‌رایتینگ در توسعه‌ی کسب‌وکار عبارت‌اند از:

- متن‌های خلاقانه و متقاعدکننده قابلیت درگیرکردن مخاطب را دارند و او را برای خرید بیشتر ترغیب می‌کنند.
- متن‌هایی که انگیزه‌ها، نیازها و خواسته‌های مخاطب را شامل شوند با حذف نگرانی‌های مخاطب او را تشویق به اقدام می‌کنند.
- کپی‌رایتینگ مؤثر و هوشمندانه این قابلیت را دارد که فراخوان اقدام (CTA) شفاف و جذابی در دل خود داشته باشد.

- متن‌های تبلیغاتی ابزار بسیار قدرتمندی برای ایجاد آگاهی از برند و شکل‌دادن به هویت برند هستند. متن‌های خاص و جذاب می‌توانند ارزش‌ها، شخصیت و مأموریت برند را در خود داشته باشند.
- نوشتن پیام‌های متقاعدکننده به برندها کمک می‌کند با افزایش نرخ تبدیل، میزان بازگشت سرمایه (ROI) خود را بیشتر کنند.
- پیام‌های تبلیغاتی یکی از مهم‌ترین بسترهای معرفی محصول و خدمات هستند. این متن‌ها می‌توانند ارزش پیشنهادی یا همان وعده‌ی اصلی برند را در خود داشته باشند و از این طریق، حس اعتماد و اطمینان مشتری را جذب کنند.

- کپی‌رایتینگ نقش بسیار مهمی در بهینه‌سازی سایت برای موتورهای جستجو (SEO) و جذب ترافیک ارگانیک ایفا می‌کند.
- متن‌های تبلیغاتی خلاقانه در پست‌های شبکه‌های اجتماعی به شدت تأثیرگذار هستند و فالوورها را تشویق می‌کنند با برند درگیر شوند. حالا فرقی نمی‌کند این متن یک توییت شوخ‌طبعانه باشد، یا یک استوری جذاب در اینستاگرام.
- راه‌اندازی کمپین‌های ایمیلی موفق بدون توانایی کپی‌رایتینگ جذاب غیرممکن است.

بخش دوم: عبارات شگفت‌انگیزی
که باعث جذب مشتری جدید
می‌شوند...

تا اینجا دیدیم که متن‌های تبلیغاتی ابزاری قدرتمند برای جلب توجه، بهبود آگاهی از برند، افزایش نرخ تبدیل و سئو هستند. اگر از حرفه‌ای‌های کپی‌رایتینگ بپرسید که رمز موفقیتشان چیست، در یک کلمه به شما پاسخ می‌دهند: «روان‌شناسی».

نوشتن پیام‌های متقاعدکننده که به نگرانی‌ها، نیازها و خواسته‌های مخاطب هدف می‌پردازد، نیاز به آشنایی با اصول روان‌شناسی دارد. یکی از مهم‌ترین عناصری که در شناخت روان انسان نقش دارد، «احساسات» است. احساسات قدرت بالایی دارند. تا جایی که بیشتر قضاوت‌های انسان بر اساس احساساتش شکل می‌گیرد.

بنابراین، جلب توجه، ایجاد اعتماد و در نهایت جذب مشتری جدید، بدون توجه به احساسات افراد غیرممکن است.

کلمات توانایی خلق احساسات و الهام‌بخشیدن به افراد را دارند. راز کپی‌رایتینگ در همین است. وقتی در این زمینه کمی عمیق می‌شویم می‌بینیم به تعداد کلماتی که در فرهنگ لغات هست، احساسات خاصی هم وجود دارد. حال اینکه ما کدام کلمات را انتخاب کنیم، به این برمی‌گردد که قرار است چه حسی را در مشتریان جدید خود برانگیزیم. آرامش؟ اعتماد؟ فوریت؟ کنجکاوی یا...؟

کلمات و عباراتی که حس ریسک را کمتر می‌کنند.

خطرکردن یا اصطلاحاً ریسک کردن برای انسان خوشایند نیست. هر چقدر هم یک‌سری افراد ادعا کنند ریسک‌پذیر هستند، باز هم وقتی قرار است تصمیم بگیرند، مضطرب می‌شوند. به حداقل‌رساندن حس ریسک در ذهن مشتریان جدید باعث می‌شود آن‌ها در تصمیم‌گیری برای خرید (یا هر اقدام دیگری)، راحت‌تر عمل کنند.

بنابراین باید سعی کنیم در متن‌های تبلیغاتی خود از عباراتی استفاده کنیم که به مشتری اطمینان می‌دهند قرار نیست خطر از دست دادن پول یا گره‌خوردن به یک تعهد طولانی‌مدت را تجربه کند.

برخی از کلمات و عباراتی که باعث می‌شود حس ریسک در ذهن مخاطب کمتر شود و آرامش بیشتری برای اقدام پیدا کند عبارت‌اند از:

۱. اصلاً نیازی به خرید نیست.

۲. فعلاً نیازی نیست چیزی بخرید.

۳. تضمینی

۴. با تضمین برگشت پول

۵. با گارانتی (n) ساله

۶. می‌توانید در هر زمانی اشتراک خود را لغو کنید.

۷. قرار نیست هر روز از طرف ما ایمیل دریافت کنید.

۸. بدون نیاز به تعهد

۹. بدون نیاز به ضامن

۱۰. الزامی برای خرید وجود ندارد.

۱۱. قرار نیست چیزی از دست بدهید.

۱۲. ضمانت بازگشت کامل وجه

۱۳. با نسخه‌ی دموی (n) ماهه

۱۴. با نسخه‌ی آموزشی

۱۵. با همکارمان صحبت کنید تا ببینید محصول برای شما مناسب است

یا خیر

برای کاهش حس ریسک و آرامش‌دادن به مخاطب، از اصطلاحات فانتزی و غیرواقعی استفاده نکنید. چون این‌طوری اعتماد مخاطب را از دست می‌دهید. همان زبان رسمی و روزمره‌ای را به کار ببرید که مخاطب معمولاً از آن استفاده می‌کند.

علاوه بر نوشتن این جملات و عبارات در تبلیغات، باید صفحه‌ای داشته باشید که سیاست‌های ضمانت و بازگشت شما را بیان کرده باشد. در این صورت، مشتری مطمئن می‌شود همه چیز واقعی است. هیچ‌وقت قول چیزی را که نمی‌توانید برآورده‌اش کنید، ندهید.

کلمات و عباراتی که باعث اطمینان بخشیدن به مشتریان جدید می‌شوند.

حس عدم قطعیت یکی از بزرگ‌ترین موانع ورود به هر اقدام است. بنابراین اگر سعی دارید مشتریان جدیدی را وارد کاریز فروش خود کنید، در اولین قدم باید حس عدم اطمینان را در آن‌ها کمتر کنید. اینجا هر چه مصرف‌کننده بیشتر با برندگان آشنا شود، حس اعتماد و اطمینانش بیشتر خواهد شد. در ادامه به چند کلمه و عبارت قدرتمند اشاره می‌کنیم که به کمتر شدن حس عدم اطمینان مشتریان جدید در تعامل با کسب‌وکار منجر می‌شوند:

۱. اولین ماه را مهمان ما هستید.
۲. دوره‌ی آزمایشی رایگان
۳. امکان آزمایش محصول قبل از ثبت خرید
۴. بدون هزینه‌های جانبی
۵. قبل از خرید نظرات کاربران را بخوانید.
۶. تضمین بازگشت کامل پول در صورت عدم رضایت
۷. گارانتی (n) ماهه

عبارات بازاریابی که حس اعتماد ایجاد می‌کنند.

کمترکردن حس عدم قطعیت فقط اولین مرحله از جذب مشتریان جدید است. بعد از این مرحله باید اعتماد کافی را در ذهن مخاطب ایجاد کنید. ما در ادامه به عباراتی اشاره خواهیم کرد که به مشتریان شما دلایل بیشتری برای ادامه‌ی تعامل ارائه می‌دهند.

۱. صفحه‌ی نظرات ما را بررسی کنید.

۲. آیا به گزارش مشتریان قبلی از تجربه‌ی خریدشان نیاز دارید؟

۳. کتابخانه‌ی ما را ببینید.

۴. بخش سؤالات متداول را بررسی کنید.

۵. برای چت زنده با متخصصین ما درخواست دهید.

(همان‌طور که می‌بینید، بعضی کلمات و عبارات در بخش‌های خاص با هم هم‌پوشانی دارند. چراکه بسته به هدف برقراری ارتباط، می‌توانند مقاصد مختلفی را دنبال کنند.)

کلمات و عبارات تبلیغاتی که دعوت به خرید می‌کنند.

اگر مردم بتوانند تصور کنند محصولات یا خدمات شما چطور زندگیشان را بهتر می‌کند، به خرید ترغیب خواهند شد. برای اینکه مشتریان جدید را متقاعد کنید محصولاتان را بخرند، باید به ارزشی که بعد از خرید به‌دست

می‌آورند، اشاره کنید و اینکه چقدر به دست آوردن این ارزش برای آن‌ها آسان است!

۱. برای رسیدن به (مزیت خاص محصول) همین امروز ثبت‌نام کنید.

۲. شک دارید؟ با خودتان فکر می‌کنید (نام محصول) چطور به شما

کمک می‌کند به (مزیت) دست پیدا کنید؟ خودتان پاسخ این سؤال را پیدا کنید. (لینک را قرار دهید).

۳. رسیدن به (مزیت خاص محصول) از این آسون‌تر نمی‌شه!

۴. حتماً از این پیشنهاد ویژه استفاده کنید.

۵. معامله‌ای که نمی‌توانید به آن نه بگویید.

۶. آماده‌اید با یک کلیک به (مزیت خاص محصول) برسید؟

۷. نتایج واقعی استفاده از محصول را ببینید.

۸. با (نام برند) (صفتی که مشتری دوست دارد به آن تبدیل شود) شوید!

توجه داشته باشید که برای پرکردن پرانتزهای بالا باید از احساسات، مزایا و دستاوردهای مناسبی که در فکر مشتری می‌گذرد باخبر باشید. خیلی وقت‌ها انتخاب کلمات مناسب، به شناخت شما از مشتری بستگی دارد. البته نکات روان‌شناسی کپی‌رایتینگ که در این کتاب به آن اشاره می‌کنیم هم به شما کمک خواهند کرد.

کلمات و عبارات بازاریابی برای تحریک حس فوریت

کمپین‌های تبلیغاتی که در کوتاه‌مدت راه‌اندازی می‌شوند، راهی عالی برای تشویق افراد به اقدام هستند. برای اینکه حس فوریت و ضرورت را در متن‌های تبلیغاتی خود تقویت کنید، حتماً از این کلمات یا عبارات این‌چنینی در پیشنهادات خود استفاده کنید:

۱. همین حالا/امروز دانلود کنید.
۲. هنوز (n) (محصول) در انبار باقی مانده. پس عجله کنید!
۳. فقط برای مدت محدود

۴. هرچه زودتر جایگاه خود را رزرو کنید.

۵. (یک روز مشخص) پایان هفته‌ی فروش (نام برند) است.

۶. قبل از تمام شدن مهت اقدام کنید.

۷. آخرین شانس

۸. این یکی را نباید از دست بدهید.

۹. این پیشنهاد به‌زودی به پایان می‌رسد.

۱۰. پیشنهاد با زمان محدود

۱۱. امروز تماس بگیرید.

۱۲. (ساعت: دقیقه: ثانیه) مانده به اتمام مهلت

حتی اگر پیشنهاد محدودی ارائه نمی‌دهید، قرار دادن کلمه‌ی «حالا»، «اکنون» یا «امروز» بعد از فراخوان اقدام می‌تواند تأثیر بیشتری بر خواننده داشته باشد و او را تشویق به عمل کند.

عباراتی که باعث کنجکاوی مشتریان جدید می‌شوند.

کپی‌رایتینگ در تلاش است تا مشتریان را تشویق کند در سطوح مختلفی با برند ارتباط برقرار کنند. در واقع فرقی نمی‌کند با چه هدفی از کلمات و عبارات تبلیغاتی استفاده می‌کنید.

این هدف می‌تواند ثبت‌نام در خبرنامه، جذب بازدیدهای بیشتر از وبلاگ یا فروش محصول به مشتریان جدید باشد. در همه‌ی این موارد نکته‌ی کلیدی این است که افراد را به اندازه‌ی کافی کنجکاو کنید تا قدم بعدی را بردارند. این شما و این چند کلمه و عبارت برای ایجاد حس کنجکاوی و تعامل در مشتری:

۱. چی می‌شد اگه...؟

۲. اختصاصی

۳. ویژه

۴. یاد بگیرید چطور...

۵. شما هم دعوتید...
۶. کشف کنید.
۷. تصور کنید.
۸. بالاخره...
۹. برملا شد.
۱۰. پیدا کنید.
۱۱. دسترسی پیدا کنید.
۱۲. بازکردن قفل

۱۳. دریابید.

۱۴. ببینید چرا...

۱۵. اسرارآمیز

نکته‌ی کلیدی در نوشتن متن‌های کنجکاوی‌برانگیز این است که خیلی هم مبهم نباشید و بعداً به قول خود عمل کنید. اگر در این متن‌ها ارزش یا نکته‌ی کلیدی محصول (یا مقاله) را روشن کنید، به احتمال زیاد مشتریان به دعوت شما نه نمی‌گویند.

کلمات و عباراتی برای ارتباط عمیق‌تر با مشتریان جدید

ارتباط با مشتریان در سطوح شخصی‌تر باعث می‌شود سریع‌تر به خواسته‌ی خود برسید. برای برقراری چنین ارتباطی، همان‌طور که پیش از این گفتیم به مشکلات، اهداف، چالش‌ها و موقعیت‌های ایده‌آل مخاطب هدف خود فکر کنید.

خاطرنشان کردن این نیازها و خواسته‌ها به مخاطبان نشان می‌دهد برند واقعاً آن‌ها را می‌شناسد و نسبت به نیازهایشان حس هم‌دردی دارد. در ادامه به کلمات و عباراتی برای ارتباط عمیق‌تر با مشتریان جدید اشاره خواهیم کرد:

۱. تا حالا شده فکر کنی...؟
۲. تا حالا آرزو کردی...؟
۳. بالاخره شد!
۴. از (مشکل مشتری) خسته شدی؟
۵. ما مشکلتون رو می‌فهمیم.
۶. ما هواتون رو داریم!
۷. ما پشت شما هستیم.
۸. آشنا به نظر نمیاد؟

۹. دنیایی عاری از (مشکل مشتری)

۱۰. شما لایق (شایستگی مشتری)

همان‌طور که می‌بینید، ایده اصلی در این عبارات این است که نیازهای مشتریان را شناسایی کنید و سپس آن‌ها را به وضعیتی جدید و بهبود یافته سوق دهید. وضعیتی که به لطف کسب‌وکار شما ممکن شده! در ضمن، این را به یاد داشته باشید که هر چقدر افراد تصور بهتر و دقیق‌تری از مقصد خود داشته باشند، مراحل رسیدن به آنجا برایشان جذاب‌تر و دلچسب‌تر می‌شود.

کلمات و عباراتی برای بیان ارزش محصول

علاوه بر کاهش ابهام، این خیلی مهم است که اطمینان مخاطب را نسبت به محصول، خدمات یا معامله بیشتر کنیم و به او ثابت کنیم پیشنهادمان، ارزش سرمایه‌اش را دارد. چند مورد از کلمات و عباراتی که برای بیان ارزش محصول بیان می‌شوند:

۱. بالاترین

۲. بهترین

۳. برترین

۴. درجه یک

۵. معادل با

۶. جدید

۷. بی‌خطر

۸. امن

۹. کارآمد

۱۰. کیفیت بالا

۱۱. سفارشی

۱۲. فقط

۱۳. اولین

۱۴. سریع‌ترین

۱۵. بی‌نظیر

۱۶. قدرتمند

۱۷. بیشترین (مثلاً: بیشترین بهره را از سرمایه خود ببرید.)

توجه داشته باشید که این عبارات خیلی کلی هستند و فقط برای شروع مناسب‌اند. برای همین، پس از جذب مشتری به این فکر کنید که چه چیزی واقعاً برای مصرف‌کنندگان شما بیشترین ارزش را دارد. بعد سعی کنید این ارزش را به‌درستی به او ارائه دهید تا میزان اعتبار برند خود را در بازار بیشتر کنید.

کلمات و عباراتی برای انتقال حس قدرت

یکی از فاکتورهایی که در کپی‌رایتینگ اهمیت بالایی دارد، خلق و انتقال حس قدرت است.

درست است که تولید محتوای با کیفیت، تبلیغ کسب‌وکار در کانال‌های مختلف و خلق شهرت و بهینه‌سازی فاکتورهای رتبه‌بندی در گوگل، همگی باعث خلق قدرت می‌شوند، اما این حس قدرت باید در متن‌ها و عبارات تبلیغاتی شما نیز ظاهر شود. بنابراین سعی کنید از کلمات و عباراتی مانند این‌ها در محتوای بازاریابی خود استفاده کنید:

۱. نهایی

۲. بالا

۳. بیشتر

۴. بالاترین رده

۵. قوی

۶. قدرتمند

۷. مستحکم

۸. رتبه‌ی برتر

۹. مورد تأیید

۱۰. پیشنهادشده توسط متخصصین و کارشناسان

۱۱. فقط

۱۲. منتهی

۱۳. شماره یک

۱۴. درجه یک

۱۵. تخصصی

۱۶. اختصاصی

۱۷. سفارشی

کلمات و عباراتی که به «رشد» و «سود» اشاره دارند.

همیشه ته ذهن مشتریان مفاهیمی مثل پیشرفت، رشد، سود و... مثل یک چراغ چشمک‌زن وجود دارد. برای اشاره‌کردن به این مفاهیمی در نوشته‌های بازاریابی خود، از این عبارات استفاده کنید:

۱. تقویت‌شدن

۲. بهترشدن

۳. بیشتر شدن

۴. افزایش

۵. رسیدن

۶. لمس کردن

۷. فراگرفتن

۸. مقصد

۹. روبه‌جلو

۱۰. رشد

۱۱. رونق

۱۲. مثمرثمر

۱۳. کسب‌کردن

۱۴. بهره‌مندی

۱۵. صعود

۱۶. قله

۱۷. فردا

کلمات و عبارات بازاریابی برای تمرکز بر مفهوم «صرفه‌جویی»

بدون شک «قیمت» بخشی از فرایند تصمیم‌گیری هر مصرف‌کننده‌ای است.

بنابراین اگر قصد دارید به مشتریان خود بگویید معامله‌ی شما نسبت به دیگر رقبا به‌صرفه‌تر است، از این عبارات استفاده کنید:

۱. ذخیره

۲. مقرون‌به‌صرفه

۳. حفظ

۴. حفظ ارزش پول

۵. به‌راحتی

۶. به‌سادگی

۷. با توجه به بودجه شما

۸. بدون نیاز به هزینه‌های غیرضروری

۹. پاداش

۱۰. مزایا

۱۱. کنار گذاشتن مقداری پول

حالا که با عبارات تبلیغاتی مناسب برای جذب مشتری آشنا شده‌اید، حتماً فهمیده‌اید که «زبان» چقدر قدرتمند است و استفاده از کلمات مناسب واقعاً می‌تواند بین بازاریابی مؤثر و شکست‌خورده تفاوت ایجاد کند. البته، این را هم بگویم که از این کلمات، به صورت جداگانه انتظار معجزه نداشته باشید.

مثل همیشه، استراتژیک باشید، تست A/B را انجام دهید و پس از طوفان فکری با اعضای تیم، بهترین گزینه را انتخاب کنید. در بخش بعدی سراغ عبارات و متن‌های تبلیغاتی برای دعوت به ایونت خواهیم رفت. با ما همراه باشید.

بخش سوم: طراحی پیغام‌های مناسب دعوت به ایونت

پیام‌ها و عبارات دعوت به ایونت (یا به فارسی: رویداد) ابزار بسیار مؤثری برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات در مورد یک گردهمایی یا کلاس خاص است. این عبارات، باید مهمانان یا مخاطبان برند را به شرکت در این گردهمایی یا کلاس ترغیب کنند. درست مثل بخش قبل، اینجا هم تکنیک‌هایی وجود دارد که گرفتن پاسخ مثبت از مشتریان شما را تضمین می‌کنند. پس اگر در حال برنامه‌ریزی برای یک رویداد تجاری هستید، حتماً از نمونه‌های زیر استفاده کنید.

نمونه (۱) دعوت به رویداد افتتاحیه

سلام و وقت به‌خیر

امیدواریم شاد و سلامت باشید.

(نام مخاطب) عزیز!

لطفاً به ما بپیوندید تا ظهر روز شنبه ۱۹ شهریور افتتاحیه‌ی فروشگاه خود

را جشن بگیریم.

ما سخت تلاش کرده‌ایم تا به این مرحله برسیم. برای همین می‌خواهیم

افتتاح فروشگاه خود را در کنار سخاوتمندترین حامیان خود جشن بگیریم.

لطفاً برای تأیید حضور خود به این ایمیل پاسخ دهید.

با احترام

(نام برند یا نام دعوت کننده)

نمونه ۲) دعوت به رویداد سالگرد فروشگاه

سلام (نام مخاطب) عزیز!

این دعوت را از دست ندهید.

فروشگاه (نام برند) این آخر هفته بیست و پنجمین سالگرد خود را جشن می‌گیرد. ما عزیزترین مشتریان خود را به این رویداد دعوت کرده‌ایم. برای دریافت کدهای تخفیف، لذت از استندآپ‌کمدی و شرکت در یک گردهمایی ارزشمند، حتماً در این جشن حضور پیدا کنید.

منتظر شما هستیم.

با تشکر و آرزوی شادی و سلامتی (نام برند)

نمونه ۳) دعوت به رویداد حرفه‌ای

سلام (نام مخاطب) عزیز!

شما صمیمانه به جلسه‌ی کارشناسی (نام شرکت) که به مناسبت پایان سال برگزار می‌شود دعوت شده‌اید. این رویداد تخصصی این دوشنبه از ساعت ۱۰ صبح تا ۵ بعدازظهر برگزار می‌شود و پذیرایی ناقابلی نیز در نظر گرفته شده است. اگر قصد شرکت در این جلسه را دارید لطفاً به همین ایمیل پاسخ دهید.

با احترام

(نام مدیر)

نمونه ۴) دعوت به رویداد خیریه

با سلام و آرزوی شادی و سلامتی!

ما مفتخریم که شما را به گردهمایی خیرین در مؤسسه‌ی (نام مؤسسه) دعوت کنیم. این گردهمایی بلیط ورودی دارد و تمام درآمدهای حاصل، صرف فعالیت‌های خیریه خواهد شد.

لطفاً تا ۳۰ اردیبهشت برای شرکت در این گردهمایی خیرخواهانه و مبارک بلیط تهیه کنید.

سپاس از مهر شما

(نام مؤسسه خیریه)

نمونه ۵) متن صمیمی و محاوره‌ای برای دعوت به رویداد راه‌اندازی محصول

سلام (نام مخاطب) عزیز!

این‌طور که بوش می‌آد، یه جشن تو راهه!

(نام برند) این مدت در حال راه‌اندازی یه محصول جدید و خاص بوده که حالا قراره تو یه جشن بزرگ معرفی‌ش کنه. خیلی خوشحال می‌شیم اگه از ساعت ۹ صبح تا ۲ بعد از ظهر شنبه ۱۶ خرداد به (آدرس) بیاید و از محصولات جدید ما دیدن کنید. خدا رو چه دیدید، شاید یه محصول رایگان هم برنده شدید!

منتظرتون هستیم! تیم توسعه محصول (نام برند)

نمونه ۶) دعوت‌نامه افتتاحیه فروشگاه خرده‌فروشی

(اسم‌ها تخیلی هستند.)

با سلام و احترام

«علی توسلی» مدیر فروشگاه بزرگ کفش «برازندگان» شما را به افتتاحیه‌ی بزرگ این فروشگاه در تاریخ شنبه ۳ اسفند دعوت می‌کند. هر زمانی دوست داشتید بین ساعت ۱۰ صبح تا ۵ بعد از ظهر تشریف بیاورید و کفش رؤیاهای خود را پیدا کنید.

منتظران هستیم.

نمونه ۷) دعوت به رویداد استقامتی

با سلام و آرزوی شادکامی

ما مفتخریم شما را در شصت و پنجمین رویداد استقامت سالانه‌ی (نام شرکت) در (آدرس) دعوت کنیم. اگر شما، یکی از اعضای خانواده یا یکی از دوستانتان به دنبال شغل هستید، بدون شک این رویداد فرصتی عالی برای یافتن شغل ایده‌آلتان است. این رویداد از ساعت ۱۰ صبح تا ۶ بعد از ظهر یکشنبه ۲۹ آبان برگزار می‌شود.

به امید دیدار

(نام شرکت)

نمونه ۸) دعوت به جلسه‌ی استقبال از کارمند جدید

سلام (نام مخاطب) عزیز!

امیدواریم لحظات خوبی را سپری کنید.

ما قرار است این جمعه یعنی ۲۴ اردیبهشت طی یک ناهار صمیمی از هم‌تیمی جدیدمان یعنی «کاوه کیانی» استقبال کنیم. کاوه هفته‌ی قبل به ما پیوست تا مدیر ارشد منابع انسانی شرکت باشد. پس این جمعه حوالی ساعت ۱۲ منتظران هستیم.

باتشکر

(نام مدیر مجموعه)

نمونه ۹) دعوت‌نامه‌ی جشن بازنشستگی کارمند

سلام (نام مخاطب) عزیز!

از شما دعوت می‌کنیم که شنبه ۳۱ آذر به ما بپیوندید تا از «کاوه کیانی»
و تأثیری که در زمینه‌ی تبلیغات شرکت ما داشته قدردانی کنیم. بدون
شک کاوه برای همیشه در خاطر ما خواهد ماند و بازنشستگی‌اش قرار
نیست ارتباط ما را با او به پایان برساند.

به امید دیدار

(نام مدیر مجموعه)

نمونه ۱۰) دعوت‌نامه‌ی رویداد گرامیداشت ریاست جدید سازمان

سلام (نام مخاطب) عزیز!

از شما دعوت می‌کنیم تا در پنجشنبه ۴ خرداد به ما بپیوندید تا انتخاب جناب آقای «کاوه کیانی» را به ریاست شرکت «برازندگان» گرامی بداریم. این جلسه از ساعت ۱۹:۳۰ شروع می‌شود و پس از پذیرایی شام پایان خواهد یافت. اگر قصد شرکت کردن در این جلسه را دارید، ما را مطلع کنید.

نمونه (۱۱) دعوت‌نامه مراسم اختتامیه نمایشگاه

با سلام و احترام!

ما قصد داریم قبل از پایان نمایشگاه باری دیگر مشتریان وفادار خود را ببینیم و با خلق لحظاتی به‌یادماندنی، از آنها تقدیر کنیم. مراسم اختتامیه همین سه‌شنبه ۲۶ فروردین از ساعت ۱۴ تا ۷ بعد از ظهر اجرا خواهد شد. منتظران هستیم.

نمونه ۱۲) دعوت‌نامه ناهار کاری

سلام (نام مخاطب) عزیز!

از شما دعوت می‌کنیم که برای یک ناهار کاری به ما بپیوندید تا حضور
«کاوه کیانی» مدیر جدید بخش تحقیق و توسعه را در شرکت‌مان جشن بگیریم.
مطمئنیم کاوه از ملاقات با همکاران جدیدش هیجان‌زده خواهد شد! اگر
قصد دارید حضور پیدا کنید، به همین ایمیل پاسخ بدهید.

بخش چهارم: متن‌های تبلیغاتی برای مشتریان وفادار

تقریباً همه‌ی شرکت‌های مطرح دنیا برنامه‌های وفاداری (Loyalty Programs) دارند. این برنامه‌ها که تحت کمپین‌های بازاریابی حفظ مشتری اجرا می‌شوند، در تمام صنایع معجزه می‌کنند. ارزش عمر مشتری (LTV) برای یک مشتری وفادار ۴ برابر یک مشتری جدید است. تحقیقات نشان می‌دهند مشتریان وفادار میزان ارجاعات بیشتری دارند و به مرور زمان، خرید بیشتری هم می‌کنند. بنابراین ارسال پیام‌های تبلیغاتی متنی، راهی مقرون‌به‌صرفه و مؤثر برای تشویق این مشتریان به خرید و تعامل بیشتر با برند است. در ادامه چند نمونه متن تبلیغاتی آورده‌ایم که می‌توانیم از آن‌ها برای برنامه‌های وفاداری خود استفاده کنیم:

۱. سلام (نام مشتری) عزیز! آیا می‌خواهید قبل از هر کس دیگری محصول جدید ما را امتحان کنید؟ کافیست به پروفایل خود در سایت بروید و با کد تخفیف Loyalti۴۰۲ (نام محصول) را پیش‌خرید کنید.

۲. سلام (نام مشتری) عزیز! ما برای تشکر از مشتریان VIP خود، تصمیم گرفتیم به شما دسترسی انحصاری به نسخه‌ی آزمایشی محصول جدیدمان را بدهیم. برای دریافت این محصول به پروفایل کاربری خود مراجعه کنید.

۳. سلام (نام مشتری) عزیز! باورش سخته اما شما یک ساله که مشتری وفادار ما هستی! برای خرید بعدی می‌تونی از کد تبلیغاتی ANNIVERSARY۲۰ استفاده کنی و موقع پرداخت نهایی ۲۰ درصد تخفیف بگیری. ما از بودنت خیلی خوشحالیم!

۴. سلام (نام مشتری) عزیز! تیم ما در (نام برند) بیستمین خرید شما از فروشگاه ما را گرامی می‌دارد. به عنوان تشکر، این کد تخفیف ۱۰٪ را برای خرید بعدیتان از ما قبول کنید.

۵. سلام (نام مشتری) عزیز! شما یکی از مشترکین ممتاز و وفادار (نام برند) هستید. بنابراین مایلیم در مورد آخرین تجربه‌ی شما بشنویم. نظرات خود را برای ما ارسال کنید و ما در جواب، پیشنهاد ویژه‌ای برای شما ارسال خواهیم کرد!»

۶. تولدت مبارک (نام مشتری) عزیز! از اینکه یکی از مشتریان وفادار (نام برند) هستی نهایت سپاس رو داریم. برای کادوی تولدت تصمیم گرفتیم یک کد تخفیف ۱۵ درصدی برات بفرستیم. این کد فقط تا ۱۵ روز آینده اعتبار داره. پس هر چه سریع‌تر ازش استفاده کن.

۷. سلام (نام مشتری) عزیز! شما مشتری وفادار ما هستید، برای همین ما فکر کردیم که باید زودتر در جریان این تخفیف بزرگ قرار بگیرید. ما از ابتدای هفته‌ی بعد تخفیف ۵۰ درصدی برای همه‌ی لوازم جانبی خودمان ارائه خواهیم داد. پس از همین الآن با مشاهده‌ی محصولات ما انتخاب خود را بکنید.



کتاب کاريز فروش

نکته مهمی که وجود دارد این است که: هیچ نکته خاصی نیست!
هیچ رازی در میان نیست به جز دو اصل ساده:

اصل اول: نتایجی که به دست می آورید، حاصل فعالیت های شماست!
اصل دوم: برای تخمین دقیق نتایج باید از بازی اعداد آگاه باشید.

این کتاب به فروش از زاویه این دو اصل نگاه کنم.
در این کتاب به شما خواهیم آموخت که چگونه فروش خود را متحول کنید و فراتر از آن،
از این تکنیک ها چطور برای زندگی بهتر استفاده کنید.
این کتاب بیش از آنکه شما فکر کنید، شما را شگفت زده خواهد کرد.



برای دانلود رایگان کتاب کاريز فروش روی لینک زیر کلیک کنید
و یا کد را اسکن کنید.

دانلود رایگان <

بخش پنجم: متن تبلیغاتی برای بیزینس‌های مختلف

تا اینجای کتاب سعی کردیم با کلمات، عبارات و نمونه‌های متن تبلیغاتی به صورت کلی آشنا شویم. اما در ادامه قصد داریم سراغ بی‌زینس‌های مختلف برویم و برای هر کسب‌وکار، متن‌ها و جملات خاصی ارائه دهیم. هر کدام از این متن‌ها می‌توانند حاوی نکات و درس‌هایی باشند که می‌توانید برای نوشتن جملات خاص خودتان از آن‌ها استفاده کنید.

برای نوشتن متن‌های تبلیغاتی خوب، اول روی مزایای برند خود تمرکز کنید، بعد منافع مشتری را به این مزایا وصل کنید. کپی‌رایتینگ احساسی همیشه معجزه می‌کند. پس در کنار این متن‌های آماده، حتماً به کلمات و عباراتی که در بخش سوم کتاب آوردیم هم دقت کنید.

نمونه متن‌های تبلیغاتی برای شرکت بیمه

شما متوجه حضورمان نمی‌شوید، اما همیشه و در همه جا کنارتان هستیم تا مطمئن شویم همه چیز به‌خوبی پیش می‌رود. بیمه ...

۱. (نام مشتری) عزیز! مدت‌زمان مهلت بیمه‌ی شما تا پایان این هفته

به اتمام می‌رسد. برای تمدید یا تغییر طرح بیمه خود، با کارشناسان

(نام شرکت) تماس بگیرید. با تشکر!

۲. چقدر به فکر سلامت و امنیت کارکنان و کارگران محل کار خود هستید؟
با بیمه (نام شرکت) امنیت را به محیط کار خود بازگردانید. شماره
تماس: ... ایمیل: ... شبکه‌های اجتماعی: ...

۳. در این اوضاع اقتصادی، می‌دانید بیمه‌ی خودرو چقدر مهم است؟
شرکت ... فعال در زمینه‌ی انواع بیمه‌ی خودرو (بیمه‌ی شخص ثالث،
بدنه و حوادث و...) آماده است تا بهترین خدمات بیمه را به شما
ارائه دهد. شماره تماس: ---

۴. بیمه‌ی عمر (نام شرکت) همراه مطمئن شما در زندگی است. با ما یک عمر با آسودگی زندگی کنید. همین حالا تماس بگیرید.

۵. (نام مخاطب) عزیز! با عضویت در خانواده‌ی (نام شرکت) بهترین شرایط بیمه‌ی حوادث را دریافت کنید. شماره تماس: ... سایت: ...

۶. با شرکت بیمه ... امید به آینده را در دل خود و فرزندان‌تان زنده کنید. خدمات باکیفیت، پشتیبانی همه‌جانبه و هزینه‌های به‌صرفه

۷. بعضی وقت‌ها یک ثانیه زندگی شما را برای همیشه تغییر می‌دهد.

مطمئن شوید که از قبل، اقدامات لازم را انجام داده‌اید!

۸. ما محصولات شما را در برابر هرگونه خسارت و حادثه محافظت

می‌کنیم. انتقال مطمئن کالا به خارج از کشور، با بیمه‌ی صادرات...

۹. بیمه‌ی سلامت (نام شرکت) بهترین مراقبت‌های پزشکی را در هر زمان

از روز برایتان تضمین می‌کند.

۱۰. با استفاده از خدمات بیمه ... با خیال راحت سراغ آرمان‌ها و آرزوهای

خود بروید!

۱۱. همیشه سال بعدی وجود دارد، مگه نه؟ از خودتان در برابر ۲۰۲۰ (یا هر

سالی که مد نظرتان هست) محافظت کنید!

۱۲. با بیمه‌ی تجاری ... هرگز با خسارت‌های مالی مواجه نخواهید شد.

صدور بیمه به شکل غیرحضوری و با کمترین زحمت!

۱۳. امنیت و آرامش خانه خود را با بیمه مسکن ... تضمین کنید. برای صدور انواع بیمه‌ی حوادث و آتش‌سوزی با کارشناسان (نام شرکت) تماس بگیرید.

۱۴. ما اینجا هستیم تا آینده‌ی مالی شما را تضمین کنیم. بیمه‌ی بازنشستگی...

۱۵. امنیت و اطمینان خاطر شما اولویت ماست. تجربه‌ی بیمه آسان و سریع با (نام شرکت)

نمونه متن‌های تبلیغاتی برای سالن آرایشی

۱. مدرن‌ترین و به‌روزترین خدمات آرایشی در سالن ...

۲. زیبایی و تحول را با ما تجربه کنید.

۳. تجربه‌ای منحصربه‌فرد از آرایش حرفه‌ای در سالن ...

۴. تجربه‌ی ماساژ و آبرسانی بعد از یک روز کاری شلوغ! آگه قصد داری برای دریافت نوبت فیشال اقدام کنی، همین حالا تماس بگیر.
۵. برای مشاوره و رزرو نوبت کراتین‌تراپی مو در سالن ... به دایرکت همین صفحه پیام دهید.
۶. با سالن ... جدیدترین روش‌ها و تکنیک‌های آرایشی را تجربه کنید.
۷. با تیم حرفه‌ای و مجرب ... به زیبایی ایده‌آل خود سلام کنید.

۸. سالن ... با بهترین محصولات و تجهیزات، به شما تجربه‌ای لذت‌بخش از زیبایی هدیه می‌دهد.

۹. آخرین روش‌ها و ترندهای آرایشی و زیبایی جهان در سالن ...

۱۰. سالن ... مجموعه‌ی کاملی از خدمات زیبایی اختصاصی را به مشتریان خود ارائه می‌دهد. زیبایی و اعتمادبه‌نفس شما اولویت ماست.

۱۱. اگه تو هم از سبک میکاپ قدیمی بیزاری، حتماً یه نگاه به مدل‌های

شیک و به‌روز ... بنداز! آی‌دی اینستا... شماره تماس:...

۱۲. صورتت رو دست هرکسی نسپار! سالن ...، جایی که چهره‌ی رؤیایی

شما به حقیقت بدل می‌شه.

نمونه‌ی متن‌های تبلیغاتی برای مشاور املاک

۱. با مشاورین املاک ... به خانه‌ی ایده‌آل خود سلام کنید! کامل‌ترین

فایل‌های مسکن منطقه در (نام املاک)

۲. بنگاه معاملات ملکی ... با اشراف بر نکات حقوقی بازار ملک، راهنمای

شما در خرید و فروش خانه خواهد بود. برای شروع همکاری تماس

بگیرید. شماره تماس: ...

۳. تخصص ما در قیمت‌گذاری منصفانه و سودآور است. فروش ویژه‌ی زمین‌های (نام منطقه) با قیمتی استثنایی! برای کسب اطلاعات بیشتر همین حالا با شماره‌ی ... تماس بگیرید.

۴. ما خانه‌ای برایتان پیدا می‌کنیم که با سلیقه و نیازهایتان هم‌خوانی دارد. تیم املاک ... در مسیر خرید خانه‌ی رؤیاییتان با معرفی بهترین گزینه‌ها، قدم‌به‌قدم همراه شماست. مشاوره‌ی دقیق و تضمین سود عالی در معاملات، اولویت‌های اصلی ما هستند.

۵. روی ۷ سال سابقه‌ی درخشان ما در یافتن بهترین ملک‌ها و خانه‌ها حساب کنید.

۶. به دنبال فرصت‌های معاملاتی بیشتر هستید؟ با تکیه بر تخصص و تجربه‌ی ما در بازار املاک، بهترین گزینه‌ها را پیدا کنید.

۷. بنگاه معاملات ملکی ... با خدمات شفاف و قابل اعتماد خود شناخته شده است.

۸. این فرصت عالی برای سرمایه‌گذاری را از دست ندهید. ملکی بی‌نظیر با امکانات ویژه و تضمین سود. همین حالا با مشاورین املاک ... تماس بگیرید.

۹. ما رکورد سرعت فروش ملک را شکستیم! برای فروش املاک خود به شبکه‌ی فروش گسترده‌ی املاک ... اعتماد کنید.

۱۰. موقعیت‌های ناب و اکازیون خرید، فروش و مشارکت در ساخت منطقه‌ی ... را از مشاورین املاک ... بخواهید.

نمونه متن‌های تبلیغاتی برای آژانس مسافرتی

۱. آرامش را در سفرهای خاطره‌انگیز آژانس مسافرتی ... تجربه کنید.

۲. آژانس مسافرتی ... همراه شما در سفرهایی پر از هیجان و خاطرات
به یادماندنی

۳. با آژانس مسافرتی ... به دنیاهای جدید سفر کنید و لحظاتی دل‌نشین
بسازید.

۴. در جستجوی مقصد ایده‌آل برای تعطیلات ... (نوروز یا...) هستید؟

آژانس مسافرتی ... با بهترین پیشنهادها در خدمت شماست.

۵. از هر جا به هر جا با خیال راحت سفر کنید. آژانس مسافرتی ... در

کنار شماست.

۶. با آژانس مسافرتی ... تنها کاری که باید انجام دهید، لذت بردن از

لحظه‌های دل‌انگیز سفر است!

۷. با آژانس مسافرتی ... فقط راه بیفتید! بقیه‌اش با ما!

۸. با آژانس مسافرتی ... مثل یک مسافر حرفه‌ای سفر کنید!

۹. آژانس مسافرتی ... کلیدی برای دستیابی به تجربه‌های بی‌نظیر در
سراسر جهان.

۱۰. آژانس مسافرتی ... دریچه‌ای به دنیایی از زیبایی‌ها و شگفتی‌ها

۱۱. بهترین خدمات، بهترین قیمت و بهترین تجربه را با آژانس مسافرتی ... تجربه کنید.

۱۲. آژانس مسافرتی ... در کنار شماست، تا سفری متفاوت و خاص را برایتان رقم بزند.

۱۳. در تعطیلات ... بهترین هتل‌ها، تورهای شگفت‌انگیز و تجربه‌های تازه را دریابید! برای شروع سفر با آژانس مسافرتی ... تماس بگیرید.

۱۴. سفر از مرحله‌ی برنامه‌ریزی تا اجرا؛ با آژانس مسافرتی ...

۱۵. آژانس ... در کنار شماست تا سفری ماندگار را برایتان رقم بزند.

نمونه متن‌های تبلیغاتی برای رستوران

۱. (نام مخاطب) عزیز! فقط امروز وقت داری (نام غذا) رو با ۲۰ درصد

تخفیف از رستوران ما سفارش بدی. پس همین الان سری به سایت

(یا اپلیکیشن) ما بزن.

۲. (مناسبت) مبارک! به مناسبت این روز فرخنده، با ثبت سفارش از

طریق لینک زیر می‌توانید برای همه‌ی سفارش‌های آنلاین ۲۵ درصد

تخفیف بگیرید. (لینک)

۳. رستوران ... بهترین مقصد برای عاشقان غذاهای خوشمزه! همراه ما به تجربه‌ای ماندگار دعوتید.

۴. اگر دوست دارید این آخر هفته را با طعمی منحصر به فرد و فضایی دل‌نشین بگذرانید، مهمان رستوران ... باشید.

۵. در رستوران ... علاوه بر یک وعده غذا، تجربه‌ای منحصر به فرد و لذت‌بخش را تجربه کنید. غذاهای ما با عشق و هنر سرو می‌شوند.

۶. ما به ذائقه‌ی شما احترام می‌گذاریم. رستوران ...

۷. این مزه‌های فراموش‌نشده‌ی را دریابید! رستوران ... با منوی بی‌نظیر
و مدرن، منتظر حضور پر مهر و برکت شماست.

۸. رستوران ما، آسمانی برای ذائقه‌ی شماست. از لذت‌های مرغوب و
رنگارنگ ما لذت ببرید.

۹. با تنوع غذایی (نام رستوران) حتماً برای همه‌ی اعضای خانواده و

دوستانتون یه غذای عالی پیدا می‌کنید!

۱۰. رستوران ...، سفری جذاب به دنیای طعم‌ها!

۱۱. (نام مخاطب عزیز) نظرت چیه همین الان غذای خوشمزه‌ای سفارش

بدی؟ تمام سفارش‌های بیرون‌بر (نام رستوران) تا پایان امشب ۲۵

درصد تخفیف دارند. پس عجله کن!

۱۲. (نام مخاطب) عزیز، تولدت مبارک! به مناسبت این روز فرخنده ۲۰

درصد تخفیف به شما تعلق می‌گیرد. فراموش نکنید غذایتان را تا

پایان امروز سفارش دهید!

نمونه متن‌های تبلیغاتی برای مزون و خیاطی

۱. با مزون ... بالاخره آن لباسی که همیشه می‌خواستید را تحویل بگیرید!

۲. مزون ... برای استایل خاص و منحصربه‌فرد شما احترام ویژه‌ای قائل است.

۳. خیاطی ...، جایی که استایل، دقت و شیک‌بودن با هم ترکیب می‌شوند.

۴. مزون ... همواره سعی دارد با دوخت لباس‌هایی شیک و بی‌نظیر، به شما اعتمادبه‌نفس و ظاهری چشم‌نواز هدیه دهد.

۵. با خیاطی ما به یک سفر شخصی سفر کنید، جایی که آرزوهای طراحی شما به حقیقت پیوند می‌خورند.

۶. خیاطی ...: بالاترین کیفیت، عمیق‌ترین دقت و مطمئن‌ترین انتخاب

ممکن!

۷. لباس شما نشانه‌ی شخصیت شماست. ما در خیاطی ... روایت‌گر

شخصیت شما هستیم.

۸. با خیاطی ... شاهد تغییری عالی در ظاهر و باورهای خود خواهید

بود...!

۹. با خیاطی ... بیشتر از همه توی چشم باشید.

۱۰. با خیاطی ... اصالت حقیقی خود را تجربه کنید.

۱۱. با خیاطی ... هر لحظه و هر روزتان را به یک نمایشگاه مد تبدیل

کنید!

سخن آخر

در این کتابچه سعی کردیم با ویژگی‌های متن تبلیغاتی جذاب و اهمیت بالای آن آشنا شویم و برای هر بیزینس و هدف خاص، نمونه‌های متعددی ارائه دهیم. دیدیم که متن تبلیغاتی خلاقانه باید توانایی جلب توجه مخاطبان را داشته باشد و به آن‌ها انگیزه‌ای برای اقدام تزریق کند. از طرفی اگر این متن‌ها شفاف و قابل‌فهم نباشند، مشتریان را در ابهام و سردرگمی رها می‌کنند. بنابراین متن تبلیغاتی ایده‌آل ساده و مختصر و مفید، اصل پیام را، در قالب جذاب‌ترین کلمات ممکن، به مخاطبان منتقل می‌کند.

اما برای ارسال پیام‌های گروهی می‌توانید از ابزارها و نرم‌افزارهای مختلفی کمک بگیرید. برای نمونه نرم‌افزارهای ایمیل مارکتینگ، قابلیت ایجاد لیست مخاطبان، اتوماسیون فرایند تولید و ویرایش محتوای ایمیلی و ارسال آن‌ها را فراهم می‌کنند. این‌گونه سرعت گردش کاریتان را افزایش می‌دهید و دیگر نگران اسپم‌شدن ایمیل‌هایتان نیستید.

از طرف دیگر نرم‌افزارهای مختلفی هم برای ارسال SMS انبوه وجود دارد. در این بین می‌توانید به کمک نرم‌افزار CRM پیامک‌های آماده و از قبل تعریف‌شده برای مشتریان خود ارسال کنید.

برای مثال در CRM دیدار، کفیسست از قسمت تنظیمات و از قسمت پیامک‌ها، گزینه‌ی افزودن پاسخ آماده‌ی جدید را انتخاب و با اضافه کردن عنوان و متن دلخواه پیامک، پیامک آماده‌ی خود را ایجاد کنید.

★★★★★
به صرفه ترین راهکار!

★★★★★
بیشترین رضایت مشتری!

★★★★★
نهایت سادگی!

نرم افزار CRM دیدار

می تواند فروش شما را تا ۳۰۰٪ افزایش دهد!

استفاده از نرم افزار CRM دیدار، علاوه بر ایجاد تحول در فروش و ارتباط شما با مشتریان با گزارشات خود به شما کمک می کند که تصمیمات هوشمندانه و دقیقی برای توسعه کسب و کارتان بگیرید.

اکنون ۹۱ درصد کسب و کارهای کوچک و متوسط در دنیا برای مدیریت بخش فروششان از CRM استفاده می کنند.

بعد از شروع به استفاده از دیدار
چه اتفاقی می افتد؟



یک ساعت بعد از شروع :

پیگیری جاری شما منظم، دقیق و سریع شده و دیگر شما هیچ پیگیری را از دست نخواهید داد. هیچ دقیقا یعنی هیچ



یک هفته بعد از شروع :

داده‌های قدیمی مشتریان شما وارد دیدار شده و شما یک پایگاه داده‌ای متمرکز + به روز از مشتریان و خریدهای آنها خواهید داشت.



یک ماه بعد از شروع :

حداقل (حداقل) روزی بین ۱ تا ۲ ساعت در زمان کارمندان فروش شما که قبل صرف جستجوی اطلاعات بین فایل‌ها، یادداشت‌ها و حافظه‌شان می‌شد صرفه‌جویی می‌شود.



سه ماه بعد از شروع :

می‌توانید یک شب دل‌انگیز با یک چای تازه دم در آرامش گزارشات ۳ ماه را در CRM دیدار بررسی و پیشنهادهای هوشمندانه از اطلاعات جمع‌آوری شده به تیم‌تان بدهید.



شش ماه بعد از شروع و استفاده درست از دیدار:

نرخ تبدیل‌تان تا ۳۰۰ درصد افزایش پیدا می‌کند.
پروسه پیگیری و ارتباط با مشتریان کامل مستقل از افراد می‌شود.
شما دقیقا می‌دانید کدام تبلیغات شما بهتر کار می‌کند، پروسه فروش شما چگونه است؟ کدام کارمند فروش بهتر تبدیل می‌کند و ...
از این که کسب و کارتان در کنترل شما به شدت احساس آرامش می‌کنید.



برای استفاده ۱۵ روز رایگان از دیدار روی دکمه زیر کلیک کنید یا QR کد را اسکن کنید.

۱۵ روز رایگان <