

E-REČNIK

DIGITALNOG MARKETINGA

Preko 100 psiholoških fraza kojima ćete probuditi pažnju, radoznalost i želju kod svojih kupaca

IMATE BIZNIS I JOŠ UVEK NISTE PRONAŠLI SVOG IDELANOG KOPIRAJTERA?
OVAJ E-REČNIK DIGITALNOG MARKETINGA JE ZA VAS



Zdravo, ja sam Marija Golubović,

pisac tekstova za web sajtove, reklame i sadržaja za društvene mreže. Ja sam Kopirajterka.

Pred vama je e-rečnik koji sam kreirala za vas da vam pomogne ukoliko još uvek sami pišete o svojim proizvodima, da vam bude podrška da brže i lakše dođete do pravih reči kada opisujete svoje proizvode ili usluge.



Koje su to prave reči?

- One koje će vašeg kupca lakše dovesti do kupovine. Baš od vas

Kako funkcioniše ovaj e-rečnik?

- Iz sadržaja odaberete osećaj koji želite da izazovete kod kupca, zatim pronađete u e-rečniku odabrane reči kojima ćete izazvati baš taj osećaj kod svojih kupaca.

Jer, nije obično pisanje. Ove reči rade! Hajde da vidimo kako.



Zašto e-rečnik digitalnog marketinga?

- zato što je važno da skrenete ali i da zadržite pažnju kupcu.
- zato što imate malo vremena da pišete objave na društvenim mrežama.
- zato što želite da dođete brže do reči koje bude želju za onim što nudite.
- zato što ćete imati bolju komunikaciju sa kupcima jer ste ih pokrenuli - rečima.
- zato što je put do svake kupovine popločan osećanjima koja ćete probuditi kod svojih kupca, psihologija je davno potvrdila,- rečima.

U ovom e-rečniku ćete pronaći tačno određene reči koje treba da koristite:

- kada želite da zadobijete poverenje kupaca,
- da istaknete kvalitet proizvoda,
- kada treba da ih uverite da će uštedeti,
- da će obaviti kupovinu bez rizika,
- i da ste baš vi njihov siguran izbor.



Kopirajteri su samo prepoznali ove činjenice, a psihologija je davno dokazala da reči sadrže energiju i da mogu da izazovu pozitivne i negativne reakcije.

Misli i reči imaju sposobnost da oblikuju naše raspoloženje a time i okolnosti, osećanja i odluke.

Pomozite svojim kupcima da lakše odlučuju tako što ćete im se obraćati rečima koje će ih sprovesti od tačke 'samo gledam' do sigurne kupovine.



Sadržaj

Ušteda.....	9
Kvalitet.....	10
Autoritet.....	11
Poverenje.....	12
Bez rizika.....	13
Hitnost.....	14
Radoznalost.....	15
Kontakt sa klijentima.....	17
Poziv na kupovinu.....	22



Pre početka

Jezik je moćan, a upotrebom pravih reči pravite razliku da li će ljudi primetiti vaš oglas u moru sličnih, da li će kliknuti, pročitati vaš blog post, naručiti proizvode ili jednostavno nastaviti da skroluju i kupe od drugih.

Pored ove svoje moći, reči u prodaji na internetu imaju još jednu ulogu - reči su izlog vaše radnje i zato moraju biti jasne, direktne i čiste. Zamislite izlog koji je prljav, musav i kupca koji prolazi i zastaje baš tu. Taj kupac neće moći da vidi šta to sjajno imate u radnji jer ne vidi jasno kroz izlog. Jednostavno prolazi i odlazi dalje.

Ovaj e-rečnik će vam pomoći da kupci jasno vide vaše poruke i ono najvažnije, da reaguju na njih.



Ušteda

Ukoliko je cena je deo procesa donošenja odluke kod vašeg kupca, važno je da pročita prave reči kada naiđe na vaš oglas ili dođe na vaš web sajt. Treba da shvati da je naišao na sjajnu ponudu i da će kupovinom od vas još i uštedeti. Koristite sledeće reči kada mu poručujete da će dobiti više:

- spasiti
- pristupačno
- lagano za vaš novčanik
- izbegnite dodatne troškove
- prikupite
- osvojite nagrade
- u okvirima vašeg budžeta
- zaradite bez odlaska u minus
- besplatno- oprezno sa ovim izrazom besplatno! Svi vole kada je nešto besplatno, ali imajte na umu da često besplatno nuđeni proizvodi mogu da stvore sumnju u kvalitet. Ovu reč koristimo kada za to ima smisla i kada se odabere pravi kontekst.



Kvalitet

Kvalitet je reč kojom je tržište danas prezasićeno. Svi kažu za svoj proizvod da je kvalitetan, a ljudi su postali baš oprezni kada pročitaju ovako nešto.

Naravno, kada, imate vredan proizvod ili uslugu, to treba da napišete ali pazite kako. Reči koje saopštavaju vrednost, pored toga što otklanjaju sumnju, rade i na pouzdanju - da je vaša usluga posebna i da je vredna.

Dakle, kada želite da istaknete kvalitet, koristite sledeće reči:

- dobijate maksimum za svoj novac
- na zahtev
- lokalno
- ručno rađeno
- domaće
- individualno
- eko-friendly
- intenzitet
- izgled
- standard
- uspeh
- dizajn
- najbolja vrednost
- dobra cena
- sigurno
- efikasno
- prvi
- najbrži
- jedinstveni
- značaj
- doživljaj
- staatus
- stil
- efekat



Autoritet

Svi težimo autoritetu, zar ne? Da naš proizvod bude autoritet među sličnim proizvodima, da naša usluga važi za parametar sigurnosti i kvaliteta, da mi budemo neko na koga se ugledaju kolege.

Svi koji su postigli visoke pozicije u svojoj branši važe za autoritet. Kada znate da ste među njima i da su vaše ponude visoko kotirane i prihvaćene na tržištu, reči kojima ćete održavati svoju poziciju kada se obraćate svojim kupcima su:

- najbolji u klasi
- visoko rangiran
- potvrđuju statistički podaci
- specijalizovano
- dokazano
- provereno
- sigurno
- onako kako se očekuje od nas



Poverenje

Izgraditi poverenje u bilo kom odnosu znači imati slobodu. Sloboda u prodaji znači da to više nije klasična prodaja već prelazi na viši nivo i prerasta u razmenu sa dobrom namerom.

Zato je tako lako prodavati kada kupci imaju poverenja u vas. Nije brzo ali nije ni nedostižno. Za početak, potrudite se da u svojim objavama koristite izraze kao što su:

- naši klijenti o nama
- razgovarajmo uživo
- česta pitanja i odgovori
- ne pričamo o ceni već o vrednosti
- tu smo da vas podržimo
- navijamo za vas
- naš plan poslovanja za narednih 10 godina
- probni period od mesec dana je besplatan
- nema skrivenih troškova
- dobićete uzorak
- pročitajte odlomak
- za naše klijente
- vraćamo novac ukoliko niste zadovoljni
- ukoliko ne dobijete proizvod u dogovorenom roku, mi ga plaćamo
- javite nam utiske u javnom komentaru
- dođite da se upoznamo



Bez rizika

Reči koje umanjuju rizik čine da se vaši kupci/ čitaoci osećaju relaksirano dok kupuju bez osećaja da će biti oštećeni. Napišite odmah na početku da se nalaze na sigurnom mestu i da ste tu za sva njihova pitanja. Ohrabrite svoje kupce da budu opuštteni kada kupuju od vas preko interneta tako što ćete koristiti sledeće reči:

- vraćamo novac ukoliko ne budete zadovoljni
- nećemo vam pretrpati inboks
- bez obaveza
- možete se odjaviti u svakom trenutku

Ove reči nisu kliše, već otvorene i iskrene poruke koje vašeg kupca uveravaju da kupovinom od vas ne rizikuje ništa. To su reči koje dodatno ulivaju poverenje u vaš proizvod ili uslugu. Pružite svojim klijentima sigurnost da je odluka da kupe baš od vas, ona prava.



Hitnost

Kada želite da ubrzate prodaju i podstaknete klijenta da se odluči na kupovinu bez odlaganja jer ste napravili plan prodaje za neko određeno vreme, pomozite mu tako što ćete mu se obratiti ovako:

- preuzmite danas
- sačuvaj sebi mesto
- prijavite se na listu čekanja
- šansa koju ne treba da propustiš
- ovakva ponuda će ponovo biti aktuelna za 6 meseci
- samo ovog vikenda
- prijavite se pre isteka roka, platite kasnije



Radoznanost

Radoznanost je u našoj prirodi i zato tako spontano reagujemo na reči koje nas podstiču na razmišljanje 'šta je to, živo me zanima, baš bih volela da saznam'...

Pogotovo kada se radi o nekim insajderskim informacijama jer svi žele da nešto prvi saznaju, da budu informisani pre ostalih. U marketingu je ovo jedna od najkorišćenijih caka a uz malo kreativnosti i vama može doneti sjajne rezultate.



Radoznanost

Dakle, kada hoćete da zagolicate maštu kupcima, naterate ih da misle o vašim proizvodima, probajte ovako:

- nauči kako
- saznajte prvi
- malo ljudi zna za ovo
- istraži
- zamisli
- šta ako
- još ovako korisnih informacija dobijate ukoliko se prijavite na moj newsletter
- insajderski
- šta ako...
- otkrij
- doprite do
- ključ za uspeh
- plan rada uz koji ćete imati uspešan i ispunjen dan
- vidi zašto
- samo deset minuta dnevno OVIH vežbi i imaćete zategnuto telo



Kontakt sa klijentima

Krenite iz pozicije da vi svojim klijentima ne prodajte, već im nudite način kako da ostvare svoje krajnje želje. Ovo je momenat kada počinjete da gradite odnos sa njima jer osećaju da ih razumete. Tada oni postaju vaši ljudi, više nego vaši kupci.

Nezaobilazni deo u radu jednog kopirajtera je određivanje idealnog kupca ili ciljne grupe.

Ceo proces istraživanja ciljne grupe je pravo blago jer kad jednom upoznate svoje kupce, počinjete da govorite njihovim jezikom a prodaja je samo logičan završni korak do sjajnog odnosa koji ste izgradili. Tu je sva magija. Kada saznate šta je njihov krajnji cilj, pokažite im da imate rešenje kako da ga ostvare.

Osoba koja je započela dijetu, ne želi proces mršavljenja, izbegavanja hrane i ustručavanja već želi da izgleda dobro, da se dopada sebi i svojoj okolini, možda je krajnji cilj da pronađe idealog partnera, da doživi iskrenu ljubav.

Toliko tih krajnjih ciljeva se krije iza namere da pristupi programu mršavljenja koji ste možda baš vi kreirali. Komunicirajte na nivou krajnjih ciljeva, želja i zamisli vaših kupaca jer to je ono što žele da čuju, to je ono što ih pokreće.



Kontakt sa klijentima

Iako niste kopirajter ili još uvek tragate za nekim ko će se na ovako dubinskom nivou baviti istraživanjem vaše ciljne grupe, sledeće reči vam mogu pomoći kada opisujete svoje proizvode ili usluge:

- sigurno ste nekada poželeli...
- konačno
- čuvamo ti leđa
- razumem vas jer sam bila na vašem mestu
- doživite svet bez...
- zvuči poznato?
- ono što zapravo želite je...
- zatvorite oči i zamislite svoj idealni život
- želiš da se osećaš dobro u svojoj koži
- ne mora da bude teško
- idemo zajedno korak po korak
- imate našu podršku i nakon završene obuke

Proces povezivanja sa vašm publikom nekada moće da potraje, a nekada se desi na prvu. Isto kao i u životu, sa nekim ljudima jednostavno kliknete jako brzo a za neke vam je potrebno vreme.



Kupovina iz stomaka

Ono što je zajedničko i kod jednih i kod drugih je da će nakon dobro ostvarenog odnosa, prodaja biti čista biologija.

Kako, pitate se sad?

Tako što kada jednom kupac stekne u poverenje u vas kao firmu, u vaše proizvode i usluge, kupovaće iz stomaka - zato što voli, zato što se oseća sigurno kada kupuje od vas, zato što poznaje vrednost onoga što će dobiti.

Sledeći korak je da taj isti kupac uvek kupi od vas iako zna da je konkurencija povoljnija- to se zove lojalnost, ali o tome u nekom od mojih blog postova na sajtu www.kopirajterka.com



Pokažite vašim kupcima put do klika za kupovinu

Korišćenjem dobro proverenih reči u digital marketingu gradite most za mostom. Zamislite vodenu površinu koju vaš kupac mora da pređe. Zato su ove reči most za mostom. Vodite ga iz jedne u drugu fazu.

Od momenta kada mu privučete pažnju dobro osmišljenim naslovom, preko zadržavanja na vašoj web stranici pa sve do krajnjeg cilja a to je da kupi od vas.

Morate mu vi pomoći i sprovesti ga do tačke gde ćete se sresti na obostrano zadovoljstvo.



Nekada je dovoljna samo 1 reč da kažu DA

Istražujte šta to muči one kojima bi vaš proizvod pomogao, inspirišite ih da se pokrenu. Nekada je dovoljna samo jedna reč, znate i sami.

Vi ste ti koji ih vodi preko zamišljenih mostova (rečima) ka njihovom novom, boljem sebi i ka lepšem životu. Ne, nemojte misliti da je ovo manipulacija, ovo se zove inspiracija. Nekada nam je tako malo potrebno da preskočimo taj zid i ostvarimo sebe u punom kapacitetu.

Napišite jasno šta želite da urade vaši kupci:

- kupi, naruči, prijavi se

Budite im navigacija:

- klikom na OVAJ LINK OVDE

Budite jasni.



Poziv na akciju

Da je nekim slučajem ovaj e-rečnik trebalo da sadrži samo jednu oblast, to bi definitivno bio POZIV NA AKCIJU.

Kako vi svoje kupce pozivate da urade određenu akciju?

Osnovno je pravilo NEKA BUDE JASNO ali i podsticajno i to sledećim rečima:

- ostvarite sebi želju i prijavite se danas
- naruči danas i osećaj se dobro svaki dan
- pridruži se timu tako što ćeš se prijaviti
- klikni i postani deo porodice
- pokreni magiju jednim klikom, prijavi se
- samo jedan klik te deli od ovog dobrog osećaja



Trka sa vremenom i one man show

Koliko vas se pored posla koji radite, bavi i pisanjem objava za taj isti posao za društvene mreže, odgovaranjem na pitanja kupaca ili slanjem paketa?

- Da li i vi imate osećaj da vam to oduzima vreme a da opet niste napisali baš onako kao neko ko se samo time bavi?
- Da li i vi ponekad zapostavljate svoj biznis zbog opisivanja istog na društvenim mrežama i web sajtu?

Ovakva pitanja su nekada mučila i moje klijente za koje danas pišem. Videvši ovaj e-rečnik, rekli su mi da bi voleli da su imali ovako nešto u periodu kada su još uvek sami pisali o svojim proizvodima i uslugama, jer su sigurni da bi im olakšao posao, uštedeo vreme a komunikacija sa klijentima i prodaja bi im išla mnooogo laganije.



Kako će vam ovaj e-rečnik koristiti:

Pisanje objava na mrežama će vam ići mnogo brže jer sada imate:

- prave reči kada želite da kupac uradi baš to što je ideja vaše kampanje,
- mogućnost da pišete objave SVAKI DAN jer vam e-rečnik štedi vreme, ne gubite ga smišljajući reči kojima ćete pokrenuti svoju publiku,
- podršku uz koju ćete moći sami da kreirate super postove na Instagramu, Facebooku ili koju već mrežu koristite za svoj biznis.



Bonus za vas

Najbolja stvar u kopirajtingu je jednostavnost. Upravo tome treba da težite kada opisujete svoje proizvode na mrežama. Ljudi neće razumeti komplikovane i dugačke hvalospeve vaše nove usluge.

A kada ne razumeju, neće ni kupiti. Izbegavajte tehničke izraze, približite čitaocu običnim rečima šta će dobiti upotrebom kosilice o kojoj pišete pre nego da pišete koliko ona zaista ima vati. Kupca zanima za koje vreme će pokositi 10 ari i koliko će mu ostati slobodnog vremena. Pišite im ono što ih zanima, šta je za njihovu korist.

UMESTO:

automobil
baza podataka
parametar
selektovati
superioran

KORISTITE:

auto, kola
info
faktor
odabrati
najbolji



I na kraju, još jedna dobra vest za vas je i da ne morate sve sami, jer postoje ljudi koji se ozbiljno bave kopirajtingom i pišu fenomenalne tekstove za web. Ali kao što znate, nije to SAMO PISANJE, ima tu mnogo više istraživanja, ispitivanja, isprobavanja i naravno trgovine.

Jedan od najpoznatijih kopirajtera, Judžin Švarc (1927-1995) koji je od reklamnog pisanja zaradio više od 200 miliona dolara, dao je najtačniju definiciju za copywriting: povezivanje dve različite stvari u logičnu celinu.

Meni se posrećilo da spojim diplomu filologa sa iskustvom u spoljnoj trgovini i dobijem kopirajting kojim se bavim poslednje 3 godine sa velikom ljubavlju i posvećenošću.



Ako vam je ovaj e-rečnik podigao raspoloženje i podstakao vas na samostalno pisanje, podelite ga sa prijateljima kojima će ovaj koristan sadržaj takođe biti super pomoć dok ne pronađu svog kopirajtera.

Još korisnog sadržaja možete pronaći na mom sajtu www.kopirajterka.com

Ne volim rastanke zato vam umesto pozdrava pišem pozivnicu za druženje svakog petka u vašem inboks.



Prijavite se na newsletter *Kopirajterka ti piše petkom* i svakog petka u vaše sanduče stiže neka fina priča sa porukom za početak vikenda a ima veze sa kreiranjem sadržaja za sajtove i sa pisanjem za vaše objave na mrežama.

Zadatak joj je da osveži trenutak dok pijete kafu ili da vam šapne ideju za neku super stvar koju ćete uraditi baš tog vikenda za svoj biznis ili za sebe.

Kliknite na link i družimo se petkom.





**Do čitanja,
Vaša Kopirajterka**

