



10 راه برای بهتر نوشتن تبلیغات

شما می‌توانید طول تبلیغاتتان را کوتاه یا بلندتر کنید. هیچ قانونی وجود ندارد که معین کند طول تبلیغات شما باید چقدر باشد، مگر میزان فضایی که در اختیار دارید. تبلیغات شما باید آنقدر بلند باشد که بتواند کالاهای شما را به فروش برساند.

جام جم آنلاین: 1 - شما می‌توانید طول تبلیغاتتان را کوتاه یا بلندتر کنید. هیچ قانونی وجود ندارد که معین کند طول تبلیغات شما باید چقدر باشد، مگر میزان فضایی که در اختیار دارید. تبلیغات شما باید آنقدر بلند باشد که بتواند کالاهای شما را به فروش برساند.

۲ - یک زیرتیتر به تبلیغاتتان اضافه کنید. کار زیر تیترها به نوعی قاپیدن تمرکز بیننده و تهییج کردن وی به خواندن ادامه تبلیغات شماست.

۳ - در تبلیغ از بینندگان یک سوال بپرسید. آنها به این سوال در ذهن خویش پاسخ خواهند داد. سوالی که مطرح می‌کنید باید بیننده را متقاعد کند کالای شما را خریداری کند.

۴ - کلمات کلیدی را در متن تبلیغ به صورت روشن‌تر درج کنید. کلمات کلیدی باید برای مخاطبان شما جذاب باشد. شما می‌توانید این کلمات کلیدی را با روشن‌تر کردن رنگ آنها یا با زیرخط یا با کج کردن فونت نوشتاری آنها، از قسمت‌های دیگر متن متمایز کنید.

۵ - مزیت‌های کالای خود را در تبلیغات، برجسته و سه‌بعدی طراحی کنید. خیلی از مردم علاقه‌ای به خواندن یک تبلیغ تا انتها ندارند و با این کار شما مشتری‌هایی را که سرسری از روی مطالب رد می‌شوند، هم از دست نمی‌دهید.

۶ - ابعاد نوشته‌ها را در تبلیغات تغییر دهید. باید آنها را به حدی بزرگ کنید که خواندن آنها مشکل نباشد. همچنین سرتیترها و امتیازات را بزرگ‌تر و برجسته‌تر به نمایش بگذارید.

۷ - شما می‌توانید در تبلیغات قیمت‌ها را مقایسه کنید. یک قیمت بالا در تبلیغات شما قیمت کالای شما را در ذهن مخاطب بالا خواهد برد و یک قیمت پایین که برای کالایان ارائه می‌دهید، منافع کالای شما و تخفیف‌های شما را گوشزد خواهد کرد.

۸ - در تبلیغات باید نتایج استفاده از محصولات را اثبات کنید. شما می‌توانید ضمانتنامه‌ها، تاییدنامه‌ها و آمارهای واقعی ارائه دهید که به اطمینان از خرید کالای شما کمک نمایند.

۹ - در تبلیغاتتان هدایایی برای فروش قرار دهید. تخفیف‌های ویژه، جوایز، کالاهای همراه رایگان و نسخه‌های ویژه معمولاً راحت‌تر از فروش معمولی است.

۱۰ - کلمات قصار و پیچیده را از تبلیغاتتان حذف کنید. شما می‌خواهید مزایای کالای خود را به ذهن بیننده منتقل کنید، برای این کار نباید به گونه‌ای نوشت که بیننده نیاز به استفاده از فرهنگ لغت پیدا کند.