

KLUCZOWE ELEMENTY OFERTY

CHWYTLIWY NAGŁÓWEK

- ☐ Skorzystaj z www.Title-Generator.com

PRZYPOMNIJ PROBLEM

- ☐ Pogłębiamy ranę klienta
- ☐ Przypomnij mu czemu on ma to czytać
- ☐ Przypomnij o implikacji (co to znaczy? Powody problemu?)
- ☐ Wiem, że znam Twoją sytuację
- ☐ Pokaż realne, życiowe przykłady
- ☐ Opisz to słowami klientów

POKAŹ ROZWIĄZANIE

- ☐ Powiedz, że wiesz, jakie ma wyzwania
- ☐ Znasz problem od podszewki
- ☐ UWAGA - tutaj często włącza się sceptyk
- ☐ On chce mi coś sprzedać, tylko wspomnij, że jest rozwiązanie
- ☐ Musimy rozgrzać trochę tych ludzi

UDOWODNIJ KOMPETENCJE

- ☐ Pokaż sukcesy klientów - Screeny / Nagrania / Zdjęcia

POKAŹ KORZYŚCI

- ☐ Klienta nie interesuje produkt
- ☐ Zastanawia się nad tym, jak poprawi się jego sytuacja dzięki produktowi
- ☐ To co mam, co da klientowi? Jakie korzyści?
- ☐ Kurs online - to gotowe rozwiązania
- ☐ Przenie klienta w przód jak już ma tą wiedzę

KLUCZOWE ELEMENTY OFERTY

UDOWODNIJ SKUTECZNOŚĆ

WYJDŹ Z OFERTĄ

- ☐ OTO CO MAM - część odbiorców już chce kupić - widzieli opinie i chcą wyciągać portfel
- ☐ Pokaż, ile to jest warte, że to inwestycja
- ☐ Rozłóż koszt w czasie - inwestycja to 3 zł dziennie + Porównaj koszt do czegoś codziennego
- ☐ To jest do przyjęcia - klient przelicza ROI - za Twoją ceną ma stać JAKOŚĆ

DAJ GWARANCJĘ

PONAGLENIE

WEZWANIE DO DZIAŁANIA CTA

- ☐ Jest komplet informacji w ofercie - teraz daj szansę na zakup; jasna komenda - nie używaj słowa KUP

OSTRZEŻENIE

- ☐ Przypomnij o ograniczeniu czasowym ilościowym