

اندازه کافی مورد توجه واقع نشده است و جایگاه خوبی بین اطرافیان نداشته و الان می‌خواهد که جایگاه بهتری را داشته باشد. حتی شاید این فرد به راحتی به نکاتی که گفته شد اعتراف نکند، ولی شما می‌توانید با سوالات خیلی خوب و کمی خلاقیت این اطلاعات را به دست بیاورید و بدانید که در تبلیغات خودتان به چه مشکلی بپردازید.

بنابراین مشکل افرادی که به آموزشگاه کنکور مراجعه می‌کنند، صرفاً این نیست که می‌خواهند به جامعه بیشتر خدمت کنند و لایه‌های عمیق‌تری وجود دارد. شما با درایت و هوشمندی خودتان باید آن‌ها را کشف کنید و در تبلیغ خودتان از این نکات استفاده کنید، شاید خیلی از رقبیان شما جرات نکنند که در تبلیغ خودشان به این مشکلات عمیق‌تر بپردازند و آن‌ها را بیان کنند، ولی شما با شجاعت این کار را انجام دهید و ببینید که نتیجه بهتری خواهید گرفت.

۲. ارائه راه‌حل‌های ممکن

در این قسمت بلافاصله راه‌حل خودمان را نمی‌گوییم، بلکه ابتدا به تمام راه‌حل‌های ممکن می‌پردازیم و در مورد هر راه‌حل می‌گویید که چه مشکلاتی وجود دارد. در مورد هر محصول یا خدمتی می‌توانید راه‌حل‌های زیر را ارائه دهید:

نداشتن محصول

اگر شخص از محصولات و خدمات شما استفاده نکند چه اتفاقی می‌افتد؟

فرض کنید شما دوربین عکاسی حرفه‌ای می‌فروشید، می‌توانید راه‌حل‌های ممکن را این‌گونه بگویید که اگر شخص اصلاً دوربین حرفه‌ای نخرد و فقط با موبایل خود فیلم‌برداری کند در نتیجه کیفیت خوبی ندارد، شما را حرفه‌ای نخواهند دانست و...

محصولات رقیبان

می‌توانید به افراد بگویید تا از محصولات رقیب استفاده کنند؛ مثلاً به جای خرید دوربین از ما از دوربین‌های دیگران استفاده کنید و از دیگران دوربین بخرید، در آنجا

توضیح می‌دهید که چه در دسرهایی خواهد داشت، مثلا می‌توانید توضیح دهید که خدمات دیگران شاید در این حد نباشد که دوربین را درب خانه تحویل دهند، شاید ضمانتشان مانند ما نباشد و...

پس راه‌حل دیگری که به آن اشاره می‌کنید این است که اگر از محصولاتی به‌جز محصولات شما استفاده کند چه اتفاقی می‌افتد و چه معایبی خواهد داشت.

محصول ما!

سومین راه‌حل این است که به مخاطب خودتان می‌گویید از محصولات ما استفاده کنید و فعلا از راه‌حل خودتان دفاع نمی‌کنید که این موضوع بهترین است.

۳. تمایز راه‌حل خودمان

در قسمت سوم تمایز راه‌حل خودتان را نسبت به تمام راه‌حل‌های ممکن نشان می‌دهید. در واقع توضیح می‌دهید که چرا محصول یا خدمات من بین تمام راه‌حل‌هایی که ارائه کرده‌ام بهترین راه‌حل ممکن است.

بنابراین می‌توانید با یک فرمول سه مرحله‌ای یک ادعای خوب و حرفه‌ای طراحی کنید: در مرحله اول مشکل را مطرح می‌کنید، در مرحله دوم تمام راه‌حل‌های ممکن را می‌گویید و در مرحله سوم توضیح می‌دهید که چگونه راه‌حل ما از تمام راه‌حل‌ها متمایز است.

اگر در طراحی ادعا دقیقا از این مدل استفاده کنید، مطمئن باشید که می‌توانید با یک تبلیغ، فروش‌های بسیار بیشتری را داشته باشید و به موفقیت‌های خیلی بزرگ‌تری برسید.