



۹ گام برای جذاب‌تر کردن تبلیغات

ژان بقوسیان - تیم مدیر سبز

تبلیغاتی طراحی کرده‌اید و اکنون می‌خواهید منتشر کنید. شاید بهتر باشد قبل از این کار به ۹ مورد زیر توجه کنید و تبلیغ خود را جذاب‌تر کنید. هر چه تبلیغات جذاب‌تری بسازید، احتمال موفقیت آن بیشتر می‌شود.

۱. آزمایش «خب که چی؟»

وقتی متن تبلیغ خود را نوشتید، آن را بخوانید و ببینید آیا از آزمایش «خب که چی» سربلند بیرون می‌آید؟

اگر بعد از خواندن تبلیغ، فکر کردید که مخاطب هدف با جمله «خب که چی» به آن پاسخ می‌دهد، بازنویسی را آن‌قدر ادامه دهید تا پاسخ مخاطبان چیزی شبیه این باشد: «این دقیقا همان چیزی است که دنبالش بودم. چطور می‌توانم آن را به دست آورم؟» وقتی متن تبلیغ را نقد می‌کنید، باید بعد از خواندن هر جمله از خود



بپرسید: «خب که چی؟» این تکنیکی است که می‌تواند در تغییر و قوی‌تر کردن متن تبلیغاتی به شما کمک کند.

مثلا فرض کنید در متن تبلیغ نوشته‌اید که «ما بزرگ‌ترین توزیع‌کننده ماهی در ایران هستیم». مخاطب می‌تواند از خود بپرسد: خب که چی؟ ولی اگر بنویسید ماهی‌هایی عرضه می‌کنیم که کلسترول ندارد و برای افرادی که مشکل کلسترول دارند مفید است، مشتری شاید بگوید این دقیقا همان چیزی است که می‌خواستیم.

۲. استفاده از محرک‌های کلیدی

تبلیغ شما باید شامل یکی از محرک‌های کلیدی تبلیغ باشد که عبارت‌اند از: دوری از ترس و درد، کسب لذت و آسایش. اگر تبلیغ شما یک یا چند مورد از آن‌ها را ندارد، فروش فوق‌العاده‌ای ایجاد نخواهد کرد. شرکت اپل سال‌ها به‌جای تمرکز بر مشخصات فنی گوشی آیفون بر جایگاه و منزلتی تاکید کرده که با داشتن این گوشی کسب می‌کنید؛ در واقع در تبلیغات خود به محرک کسب لذت تمرکز کرده است. تبلیغات خود را بازبینی کنید و از خود بپرسید: «محصول یا خدمت من در نهایت با کسب چه لذت و آرامشی می‌شود؟» یا «باعث دوری از چه درد یا ترسی می‌شود». اگر جواب این سوالات را در تبلیغ منعکس کنید، تبلیغ شما بسیار جذاب‌تر شده است.

۳. توجیه مناسب بودن قیمت

باید نشان دهید که قیمت محصول شما در مقایسه با ارزش حاصل از آن قطره‌ای در دریا است. البته باید کیفیت محصول شما در حدی باشد که ارزش زیادی داشته باشد. محصولی تولید کنید که بتوانید قیمت آن را تا ۱۰ برابر قیمت اصلی افزایش دهید. اگر محصولی تولید کنید که تا این حد ارزنده‌تر از قیمت خود باشد، فروش تعداد زیادی از آن، بسیار ساده‌تر می‌شود.

خیلی‌ها محصولات عالی می‌فروشند؛ ولی به دلیل کمبود اطلاعات، از تمام مزایای محصول خود آگاه نیستند و در تبلیغ خود این موضوع را منعکس نمی‌کنند.



۴. شناخت دقیق مخاطبان

بازار هدف خود و ترس‌ها، نیازها، نگرانی‌ها، باورها، رفتارها و علایق آن‌ها را بشناسید. کریستین بوک می‌گوید: «روش من برای متقاعد کردن گروه هدف، تماس با آن‌ها و دعوت یک یا دو نفر از گروه برای شام و صحبت جدی‌تر است. همچنین با ۱۵ تا ۴۰ نفر از آن‌ها تماس تلفنی می‌گیرم تا نظرات زیادی به دست آورم. به جلسات و نمایشگاه‌هایی می‌روم تا آن‌ها را پیدا کرده و با کلیات شخصیت آن‌ها آشنا شوم. در حالت ایده‌ال، تعدادی از آن‌ها را سال‌ها در زندگی خصوصی‌شان همراهی می‌کنم. به این ترتیب، انگیزه‌های کلیدی واقعی آن‌ها را می‌شناسم.»

۵. نوشتن به زبان خودمانی

از سبکی محاوره‌ای و طبیعی استفاده کنید. همان‌طور که می‌گویید، بنویسید. از زبانی استفاده کنید که درک آن ساده و راحت است. به همان زبانی بنویسید که مشتریان‌تان صحبت می‌کنند. از نوشتن متون خشک و رسمی اداری یا استعارات بی‌مورد بپرهیزید. بسیاری از تبلیغات ایرانی شامل جملاتی هستند که از دید مخاطب دوستانه و خودمانی نیستند؛ مثلاً: «شرکت ... با پیمودن گام‌های ترقی در عرصه صنعت و رسیدن به افق خودکفایی، مفتخر است...». چنین جملاتی از جذابیت تبلیغ می‌کاهد.

۶. شناسایی فرصت‌ها

توجهی دقیق به رویدادها و اتفاقات در اخبار داشته باشید که می‌توان از آن‌ها استفاده کرد. موضوعی مناسب را انتخاب کنید و در برقراری ارتباط مفید با مشتریان فعلی، تبلیغ کردن برای مشتریان جدید و جستجوی شهرت در رسانه‌ها از آن استفاده کنید. موضوعی که بازار هدف درباره آن صحبت می‌کند حتماً جذابیت دارد و می‌تواند باعث جذابیت تبلیغ شما شود.



۷. آغاز تبلیغ با بهترین نقطه قوت

وقتی نوشته‌های خود و به خصوص نوشته‌های دیگران را می‌خوانم، می‌بینم که ارزشمندترین مورد را برای آخر کار گذاشته‌اند. بهتر است آن را به جایگاه اول منتقل کنیم. جذابیت اول تبلیغ بسیار مهم است و باعث می‌شود به ادامه تبلیغ توجه شود.

۸. ایجاد اعتماد بیشتر در خواننده

حتما می‌دانید که یکی از کلیدهای قانع کردن مردم، ایجاد اعتماد در آن‌ها است. اگر این کار را به خوبی انجام دهید، حداقل، شانس برای درگیر کردن و قانع کردن خواننده دارید؛ با این وجود، اگر این کار را به خوبی انجام ندهید، هیچ‌کدام از تکنیک‌های تجملی تبلیغ، شما را نجات نمی‌دهد. با تبلیغاتی واقع‌بینانه و دور از اغراق و بزرگ‌نمایی، اعتماد بیشتری جلب می‌کنید. لازم نیست خودتان و محصولاتتان را بیش از حد بزرگ کنید. چنین کاری حتی اگر باعث افزایش فروش شود، پس از خرید در خریدار حس یاس و ناامیدی ایجاد می‌شود.

۹. استفاده از واژه‌های تصویری

تا می‌توانید در تبلیغات خود از واژه‌های تصویری استفاده کنید. «ارائه خدمات IT» به هیچ وجه تصویری نیست. «نصب دوربین مداربسته» تصویری‌تر است. به جای اینکه در تبلیغ خود بنویسید محصولاتان باکیفیت است، دقیقا و تصویری توضیح دهید منظورتان از کیفیت چیست. هر چه مخاطب با خواندن تبلیغ شما در ذهنش تصاویر بیشتری ببیند، تبلیغ شما جذاب‌تر است.