

HOW TO WRITE SALE PAGE THAT SELL

Even If You Don't Know What To Write

10 Bí Mật Về Cách Sử Dụng Ngôn
Từ Khiến Khách Hàng Mua Hàng
Mà Không Cần Bạn Phải Là Một
Chuyên Gia Viết Quảng Cáo



HOÀNG BÁ TẦU

BY HOÀNG BÁ TÀU

FOR YOU AND YOUR BUSINESS

*“Tin hay không tùy bạn - kỹ năng sử dụng
ngôn từ khiến khách hàng đưa tiền cho bạn là
kỹ năng quan trọng nhất trong cuộc sống mà
bạn cần làm chủ, đặc biệt khi bạn đang ở kỷ
nguyên Internet, nơi bạn có thể bán hàng cho
hàng ngàn người cùng một lúc”*

- Hoàng Bá Tàu

COPYRIGHT © 2016 BY HOÀNG BÁ TẦU

ALL RIGHTS RESERVED. NO PART OF THIS PUBLICATION MAY BE REPRODUCED, DISTRIBUTED, OR TRANSMITTED IN ANY FORM OR BY ANY MEANS, INCLUDING PHOTOCOPYING, RECORDING, OR OTHER ELECTRONIC OR MECHANICAL METHODS, WITHOUT THE PRIOR WRITTEN PERMISSION OF THE PUBLISHER, EXCEPT IN THE CASE OF BRIEF QUOTATIONS EMBODIED IN CRITICAL REVIEWS AND CERTAIN OTHER NONCOMMERCIAL USES PERMITTED BY COPYRIGHT LAW.

HOANGBATAU.COM

HOÀNG BÁ TÀU

Là người thích sự đơn giản đến
lạ thường...

Thích biến những điều phức tạp
thành đơn giản mà vẫn mang lại
hiệu quả.

Ngay cả viết quảng cáo cũng
vậy. Một công việc được cho là
cần sự sáng tạo, nhưng với tôi,
nó đều có thể được đóng gói và
làm cho đơn giản đến mức ai
cũng có thể học được...



QUAN TRỌNG

ĐỌC ĐIỀU NÀY TRƯỚC!

Bạn thân mến,

Quyết định đầu tư mua tài liệu này của bạn có thể sẽ là bước đi thông minh nhất mà bạn từng thực hiện!

Bạn sẽ được học ở tài liệu này tất cả những gì tôi đã hứa trong quảng cáo của tôi. Không chỉ có như vậy, bất cứ một kỹ năng, bí mật nào trong cuốn sách này bạn học được, chúng đều đã được kiểm tra và chứng minh là có hiệu quả.

Những kỹ năng này đã giúp tôi góp phần tạo ra những chiến dịch Marketing mang lại doanh thu 294.000 USD chỉ trong vòng 6 tháng cùng với đội nhóm của mình tại Life University, khi chúng tôi vẫn còn tổ chức những chương trình NLP lớn nhất Việt Nam.

Hãy để ý điều này, bí mật đơn giản mà bạn học được tại Chương 1 sẽ đưa khả năng viết quảng cáo của bạn lên một tầm cao mới, thậm chí nếu bạn chưa bao giờ viết một bản quảng cáo hay một trang bán hàng nào trước đây.

Và điều này: Công thức viết quảng cáo hiệu quả mà bạn học được ở Chương 2 sẽ khiến bạn cực kỳ ngạc nhiên...

Điều này nữa: Bí mật được đề cập ở Chương 3 sẽ giúp bạn có khả năng thu hút sự chú ý của khách hàng tiềm năng theo cách đặc biệt và hiệu quả nhất. Bạn sẽ tiết kiệm được rất nhiều tiền quảng cáo, bởi vì sự thu hút trong những từ ngữ bạn sử dụng sẽ khiến người đọc phải chia sẻ.

Còn điều này nữa: Những bí mật ở các chương còn lại trong tài liệu này sẽ khiến bạn sở hữu kỹ năng loại bỏ tất cả những rào cản đang ngăn cản khách hàng mua hàng từ bạn, dần dần đưa họ từ trạng thái nghi ngờ sang trạng thái sẵn sàng mua... và BÙM... bạn đã có một đơn hàng.

Rất đơn giản đúng không?

OK. Bây giờ nghe này: Trong khi bạn đọc cuốn sách, rất có thể ở đâu đó, bạn sẽ nhận ra rằng thông tin trong này đáng giá hàng trăm lần số tiền bạn mua cuốn sách và bạn bắt đầu hỏi tự hỏi tại sao tôi lại đưa tất cả những bí mật đó vào đây và bán với mức giá rẻ như vậy.

Lý do khá thú vị. Bạn thấy đấy, trong kinh doanh, khi nói về lợi nhuận, chúng ta luôn cân nhắc lựa chọn giữa hai con đường: Hoặc là bán giá cao với số lượng ít, hoặc là bán nhiều với giá thấp. Và tôi đã chọn bán được nhiều với giá thấp!

Tại sao? Đơn giản bởi vì tôi muốn nhiều người có thể mua được cuốn sách này, ứng dụng nó để tạo ra tiền một cách dễ dàng và hiệu quả hơn.

Một lý do khác của việc có được nhiều người mua được cuốn sách này hơn đó là tôi sẽ nhanh chóng được nhiều người biết đến hơn nữa. Bởi vì khi đọc cuốn sách này, chắc hẳn bạn sẽ cảm thấy cuốn hút và muốn chia sẻ nó cho những người khác. Nếu bạn định làm điều đó, đừng chỉ chia sẻ cho một người, hãy chia sẻ cho năm người, và họ sẽ thầm cảm ơn bạn.

Khi bạn đang ở đây, đọc những dòng chữ này, tôi cá rằng, bạn vẫn đang bị cuốn hút bởi những gì tôi viết ở đây.

Đúng không?

OK. Đã đến lúc để chúng ta bắt đầu. Nào, hãy chuẩn bị một tập giấy A4 và một vài cây bút chì.

Tại sao lại là bút chì? Tôi cũng không biết nữa, nhưng những thứ đó rất hiệu quả với tôi. Tôi tin nó sẽ hiệu quả với bạn, và bạn sẽ nhận ra khi sử dụng chúng.

Một lần nữa, tôi muốn cảm ơn bạn đã cho tôi cơ hội để chứng minh bản thân mình với bạn.

Trân trọng,

Hoàng Bá Tàu

PS: Sẽ hiệu quả hơn nếu bạn đọc cuốn sách này từ đầu đến cuối thay vì lựa chọn từng phần để đọc.

MỤC LỤC

- 1 Kiến thức căn bản
- 2 Công thức hiệu quả nhất
- 3 Tiêu đề
- 4 Phần giới thiệu / Mở đầu
- 5 Tạo dựng câu chuyện để bán hàng
- 6 Giới thiệu sản phẩm
- 7 Lợi ích + Bullets
- 8 Xây dựng giá trị
- 9 Lời đảm bảo
- 10 Chốt hàng

LỜI MỞ ĐẦU

Như tôi đã nói...

Tin hay không tùy bạn nhưng kỹ năng sử dụng ngôn từ khiến khách hàng đưa tiền cho bạn là kỹ năng quan trọng nhất trong cuộc sống mà bạn cần làm chủ, đặc biệt khi bạn đang ở kỷ nguyên Internet, nơi bạn có thể bán hàng cho hàng ngàn người cùng một lúc.

Khi bạn kết hợp việc có được sản phẩm tốt và kỹ năng viết quảng cáo khiến mọi người mua những gì bạn bán... bạn đang có trong tay một cỗ máy sinh lợi nhuận một cách tự động (khi bạn thiết lập nó).

Vấn đề kinh doanh duy nhất có lẽ chính là khả năng *Liên Tục* tạo ra những sản phẩm cực kỳ chất lượng - khiến khách hàng yêu quý và khả năng *Liên Tục* viết ra những thông điệp bán hàng *hiệu quả* khiến cho khách hàng thò tay vào ví và đưa tiền cho bạn.

Bất cứ ai cũng có thể tạo ra được hai điều trên nếu họ nỗ lực gấp 1000 lần... nhưng chìa khóa giúp bạn chiến thắng đó chính là khả năng tạo ra một "hệ thống" có thể loại bỏ những suy đoán, nghi ngờ và đồng thời trang bị cho bạn những quy trình hiệu quả để có được kết quả mà bạn muốn... hơn nữa, hệ thống đó phải *đảm bảo bất cứ ai cũng sử dụng được, cho dù họ là người không có bất cứ kỹ năng gì...*

Hệ thống viết thông điệp bán hàng, quảng cáo mà tôi nói đến ở đây chính là hệ thống mà tôi đã sử dụng để viết những trang bán hàng hiệu quả nhất.

Thật khó khăn khi thiết kế những quy trình trong một hệ thống để tạo ra một sản phẩm chất lượng cao. Nhưng, để thiết kế ra một hệ thống viết quảng cáo mà bất cứ ai cũng có thể áp dụng là một điều khó khăn hơn rất nhiều lần.

Bạn thấy đấy, việc viết quảng cáo thường được coi là công việc sáng tạo và đầy tính nghệ thuật. Điều đó đúng trong vài trường hợp... nhưng đó việc sử dụng "nghệ thuật" và "sáng tạo" khi viết thông điệp bán hàng không phải là cách thông minh nhất của những chuyên gia Marketing.

Thú thực, tôi chẳng thích nghệ thuật chút nào, hơn nữa, khả năng sáng tạo cũng không đáng để nhắc tới. Tôi đoán bạn cũng giống tôi. Hoặc nếu bạn thích sử dụng "nghệ thuật" và "sáng tạo" thì có lẽ bạn không phù hợp với cuốn sách. Tôi cá rằng, nếu tôi dạy bạn hai điều trên, chắc chắn rằng bạn sẽ không bao giờ bỏ tiền mua cuốn sách này.

Bằng việc làm theo những công thức, phương pháp/ hệ thống viết quảng cáo thành công trong cuốn sách này bạn sẽ:

- Bạn sẽ có khả năng hoàn thành một bức thư hay một trang bán hàng thuyết phục người đọc trong vòng chưa đến 24h. Nếu bạn không phải là người sáng tạo, đơn giản chỉ cần sử dụng những công cụ hiệu quả mà tôi đưa cho bạn, chỉ cần điền vào chỗ trống.

- Bạn sẽ tự tin rằng những gì bạn thực hiện sẽ thực sự có hiệu quả
- Không cần phải thuê người viết quảng cáo. Nếu bạn vừa mới kinh doanh và muốn thành công... làm theo những công thức này chính là bước đi đầu tiên. Sự thực là, một người viết quảng cáo rất giỏi sẽ viết giỏi hơn bạn, nhưng chúng ta không cần đến những người giỏi nhất thế giới. Trong trường hợp này, một bài quảng cáo "vừa đủ tốt" sẽ phù hợp với mô hình kinh doanh của bạn hơn

Vì vậy, khi tôi hệ thống quy trình viết quảng cáo của tôi, và nghiên cứu, phân tích những bài quảng cáo, thư bán hàng hiệu quả nhất của tôi (và của những bậc thầy viết quảng cáo), tôi đã tích hợp chúng vào một công thức đơn giản mà bất cứ ai cũng có thể áp dụng. Nó có thể dùng lặp đi, lặp lại để bán bất cứ một sản phẩm nào qua hình thức online... nó phù hợp với mọi thị trường.

Có thể bạn sẽ thấy rất nhiều yếu tố mà tôi sử dụng để "make-up" những bài quảng cáo của tôi. Và bạn sẽ học được cách làm điều đó.

Tuy nhiên, giá trị thực sự ở cuốn sách này chính là những gì tôi đã đóng gói để bạn chỉ việc sử dụng.

Tôi đã dùng rất nhiều kỹ thuật viết trang bán hàng, đã lựa chọn ra những kỹ thuật hiệu quả nhất và đưa nó cho bạn trong cuốn sách này. Đồng thời, tôi cũng sẽ cầm tay chỉ việc để bạn thực hiện được những kỹ thuật đó.

Thay vì chỉ nói miệng rằng "bạn cần phải tạo ra trang bán hàng hiệu quả khiến khách hàng dán mắt vào từng chữ bạn viết rồi mở hầu bao đưa tiền cho bạn"... tôi sẽ đưa cho bạn 3 công thức hiệu quả nhất mà tôi đã tìm ra. Những công thức này bạn có thể dễ dàng ứng dụng trong bất cứ thị trường ngách nào, không thành vấn đề bạn đang bán thứ gì...

Và cứ như vậy.

Với mỗi thành phần làm cho thông điệp quảng cáo của bạn hiệu quả, tôi sẽ đưa cho bạn những nguyên lý quan trọng nhất mà bạn cần phải biết, sau đó (khi bạn đã hiểu) tôi sẽ đưa cho bạn công thức, hoặc những biểu mẫu đã được làm sẵn để giúp bạn có khả năng viết một trang bán hàng hiệu quả với những quy trình tự động và tốt ít thời gian, công sức nhất.

CHƯƠNG I

KIẾN THỨC CƠ BẢN

“Tôi không sợ những kẻ tập một lần 10.000 cú đá, tôi chỉ sợ những kẻ tập 10.000 lần một cú đá”

— Bruce Lee

KIẾN THỨC CĂN BẢN

XÂY DỰNG NỀN MÓNG

Trước khi chúng ta đi sâu vào từng công thức quảng cáo hiệu quả và tôi đưa cho bạn những biểu mẫu bạn cần, có một số "mẹo" viết lách bạn nên biết. Những "mẹo" này nếu được sử dụng kết hợp với quy trình viết quảng cáo của tôi, sẽ dễ dàng giúp bạn NHÂN ĐÔI tỷ lệ chuyển đổi khách hàng tiềm năng thành khách hàng.

Mặc dù tôi đã hoàn thành mọi thứ có thể để khiến cho quy trình viết trang bán hàng nhẹ nhàng hết mức bằng việc sẽ đưa cho bạn những biểu mẫu, những công thức, nhưng những mẹo này là cần thiết cho bạn.

Luôn nhớ điều này: tỷ lệ chuyển đổi (sự thành công của bạn) sẽ phụ thuộc vào nội dung / từ ngữ bạn sử dụng để biến những công thức bạn học được ở đây thành một điều gì đó thúc đẩy khách hàng tiềm năng hành động.

Nếu những gì bạn viết ra tồi tệ giống như những kẻ nói chuyện buồn tẻ khác, bạn sẽ khiến khách hàng tiềm năng của mình buồn ngủ... cho dù công thức tôi đưa cho bạn có hiệu quả đến mức nào đi nữa. Hiểu chứ? Tốt.

Tiếp tục nào.

Tin tốt là không cần phải tốn quá nhiều công sức để chuyển hóa một bài viết "buồn tẻ" thành một bài viết khiến người đọc tràn đầy cảm xúc, không muốn dời mắt và khiến họ bấm ngay vào nút mua hàng khi chạm đến điểm bùng phát.

Nhân tiện đây, khi nói đến kỹ năng viết, ý tôi không phải là ngữ pháp và chính tả. Mà ý tôi là kỹ năng viết khiến khách hàng mua hàng.

Thực tế thì sau khi bạn hoàn thành một thông điệp bán hàng thuyết phục, bạn cần kiểm tra lỗi chính tả, kiểm tra ngữ pháp, dấu câu, dấu phẩy xem đã đúng chưa. Cố gắng làm cho bài viết càng dễ đọc bao nhiêu, thì tỷ lệ mua hàng càng được đảm bảo bấy nhiêu. Nếu không, bạn sẽ chỉ nhận được cực kỳ ít đơn hàng.

Nhân tiện đây, có thể bạn sẽ hỏi: "Này Tàu, những thứ bạn dạy tôi ở đây có dùng được cho kịch bản video bán hàng không?". Câu trả lời là: **TẤT NHIÊN LÀ CÓ RỒI**. Trong thực tế, những kỹ năng này thậm chí còn rất quan trọng khi bạn tạo ra những video bán hàng. Những kỹ năng này đảm bảo rằng người xem không thể nào tua nhanh video được, bởi vì họ sẽ muốn nghe từng từ bạn nói, như thể bị thôi miên vậy.

Bạn hiểu chứ? Tốt.

Hãy bắt đầu với nguyên tắc #1...

KIẾN THỨC CĂN BẢN

RULE #1: VIẾT MÀ KHÔNG CẦN PHẢI DỪNG LẠI NGHĨ

Cảm ơn nhà trường, giáo viên và hệ thống giáo dục. Cảm ơn vì đã có những bài kiểm tra làm văn, ở đó chúng ta được yêu cầu phải thực hiện 2 nhiệm vụ cùng một lúc... trong khi thực tế thì 2 nhiệm vụ đó không thể nào làm đồng thời được.

Bạn có biết 2 nhiệm vụ đó là gì không?

Nếu bạn không biết thì bạn đã giỏi hơn tôi rất nhiều rồi.

Đùa thôi. Hãy để tôi nói cho bạn biết rõ hơn 2 nhiệm vụ quan trọng của việc viết lách.

Trước khi xuất bản bất cứ một thông điệp bán hàng hoặc một bài viết nào, bạn phải thực hiện 2 nhiệm vụ này một cách riêng biệt, vào thời gian khác nhau để đảm bảo rằng chúng hiệu quả. Và 2 nhiệm vụ quan trọng đó là:

1. Viết
2. Sửa

Đó là 2 nhiệm vụ hoàn toàn khác nhau, và cần phải ở 2 trạng thái hoàn toàn khác nhau để thực hiện chúng hiệu quả. Ấy vậy mà ở trường học, chúng ta cần phải làm 2 nhiệm vụ đó cùng một lúc trong bài tập làm văn. Thật tuyệt.

Viết là một công việc sáng tạo, nó đòi hỏi tâm trí của bạn trong trạng thái "tuôn chảy" và để cho từ ngữ đi ra một cách tự nhiên từ tiềm thức.

Sửa, đòi hỏi một tâm trí hoàn toàn ngược lại so với sáng tạo, bạn cần phải tuân theo luật và cần phải cố gắng loại bỏ những từ "không" cần thiết.

Không thể nào có được trạng thái "tuôn chảy" để viết, nếu như bạn liên tục bị ngắt quãng và nghĩ về việc chỉnh sửa từng từ, từng câu được.

Đó là lý do tại sao trước đây, mỗi khi bạn phải viết một thông điệp quảng cáo nào đó... bạn viết những câu đầu tiên... sau đó bạn đọc lại những gì bạn vừa viết, nhưng bạn không thích nó. Thế rồi bạn chỉnh sửa, sau đó nghĩ ra từ ngữ tốt hơn... Rồi đọc, đọc, suy nghĩ. Không, từ này không phù hợp. Xóa. Xóa. Xóa. Xóa....

Và cuối cùng, kết quả bạn nhận được lại chính là nơi bạn bắt đầu. Không có bất cứ một câu nào được viết ra. Hơn nữa, bạn lại mất đi sự tự tin vào khả năng viết của mình.

Việc làm 2 việc viết, sửa cùng một lúc sẽ giết chết khả năng sáng tạo của bạn, biến bài viết của bạn thành một bài viết trông có vẻ ngu ngốc, buồn chán và không có sức sống.

Vì vậy, để có được trạng thái "tuôn chảy", hãy thực hiện 2 điều đơn giản sau:

1. Mặc kệ lỗi sai. Thậm chí nếu bạn nhận ra bạn vừa đánh máy hoặc viết sai chính tả, hoặc bạn vừa đặt sai dấu phẩy... bạn cần phải huấn luyện bản thân mình để có thể bỏ qua những lỗi đó. Điều này là khá khó khăn trong những lần đầu tiên, nhưng nó sẽ chuyển hóa cách viết của bạn và đưa tâm trí của bạn vào trạng thái "tuôn chảy" để viết hay hơn.

2. Viết NHANH. Hãy để tay bạn di chuyển thật nhanh, đánh máy nhanh, gần như bằng cách sử dụng tiềm thức vậy... và đừng sợ phải viết ra quá nhiều chữ không hợp với những gì bạn muốn nói, những thứ đó bạn sẽ chỉnh sửa sau. Như vậy sẽ làm bạn viết thông điệp bán hàng một cách dễ dàng hơn.

Chỉ thế thôi.

Chỉ với những kỹ năng này cũng sẽ khiến cho bạn viết thông điệp bán hàng hay hơn, đầy năng lượng, đam mê và nhiệt huyết hơn. Và tất nhiên, người đọc sẽ cảm nhận được những điều đó. Đây chính là chìa khóa để khiến cho khả năng viết quảng cáo của bạn được nâng cao... thậm chí trước đó bạn không có một chút tài năng viết lách nào.

KIẾN THỨC CĂN BẢN

RULE #2: VIẾT ĐƠN GIẢN & DỄ HIỂU

Khi khách hàng đọc bài viết bán hàng của bạn, bạn phải nhớ rằng có đến 1001 lý do và tác động ở xung quanh anh ta khiến anh ta không tập trung.

Sự quan tâm của khách hàng không phải 100% ở website hay thư bán hàng của bạn, vì vậy bài viết của bạn PHẢI dễ dàng để đọc, dễ hiểu, và rõ ràng hết mức có thể... thậm chí có thể hiểu được ngay cả khi họ không chú ý 100%.

Nếu bạn làm cho khách hàng tiềm năng bối rối, chỉ một lần thôi, bạn sẽ mất anh ta.

Giữ điều đó trong tâm trí, bài viết của bạn cần phải rõ ràng và nói đúng điều muốn nói. Nói theo một cách khác, đến người ngốc cũng có thể hiểu được.

Để làm được điều đó, chỉ cần thực hiện 3 bước đơn giản sau đây:

1. *Sử dụng từ ngắn, đơn giản, từ ngữ dễ hiểu.* Điều này thực sự tạo ra sự khác biệt rất lớn. Nó thậm chí còn quan trọng hơn cả việc bạn dành một khoảng thời gian dài để thuyết minh về sản phẩm của mình.

2. *Dùng câu ngắn.* Mỗi một câu nên thể hiện duy nhất một ý. Nếu bạn cố gắng viết một câu quá dài, điều đó sẽ khiến khách hàng mệt mỏi và khó hiểu... điều đó sẽ làm giảm tỷ lệ mua hàng của bạn.

Như một nguyên tắc, không bao giờ viết một câu dài quá 3 dòng. Nếu bạn thấy một câu nào đó quá 3 dòng, đừng lo lắng... chỉ cần cứ tiếp tục viết. Đến khi chỉnh sửa, hãy nghĩ ra những câu ngắn hơn nhưng cũng mang nghĩa tương tự, hoặc chia nhỏ câu dài thành nhiều câu ngắn.

3. *Đoạn ngắn.* Đoạn dài sẽ làm cho 99% người đọc chán nản. Đặc biệt trong môi trường online, nơi mà có rất nhiều phương tiện như video, audio... người đọc đã chán với việc đọc một đoạn văn dài như trong sách giáo trình đại học rồi.

Giữ cho đoạn văn của bạn ngắn.

Ghi nhớ điều này, mỗi đoạn văn của bạn không nên vượt quá 3 - 4 câu. Đồng thời, hãy trình bày đoạn văn sao cho thật dễ nhìn, dùng viết nghiêng, gạch chân, bôi đậm để thực hiện việc đó. Hoặc viết một đoạn văn thật dễ hiểu.

Giống như thế này.

Bạn hiểu hết chưa? *Thật không?* Bạn đã nhớ? OK. Bây giờ, hãy tiếp tục với nguyên tắc thứ #3...

KIẾN THỨC CĂN BẢN

RULE #3: BIẾT KHÁCH HÀNG CỦA BẠN LÀ AI

Cố gắng viết một trang bán hàng mà không biết người đọc định nhắm tới là ai giống như là dùng máy tính mà không có bàn phím. Nó có thể hoàn thành (với những động tác rườm rà của con chuột)... nhưng nó không hiệu quả, và dẫn đến một kết quả nghèo nàn, chán nản.

Ai cũng nói rằng bạn cần viết một bức thư bán hàng sao cho người đọc (hoặc người nghe) cảm thấy giống như cuộc hội thoại cá nhân của bạn với họ.

Nhưng nếu bạn không biết khách hàng của mình nhắm tới là ai, bạn sẽ *không bao giờ* có hy vọng thuyết phục họ mua bất cứ một thứ gì cả.

Để làm tốt marketing, *ít nhất* bạn phải biết:

- Khách hàng tiềm năng thực sự muốn gì
- Họ sợ điều gì
- Điều gì khiến họ chán nản hoặc gặp vấn đề mỗi ngày
- Họ đổ lỗi cho vấn đề gì của họ
- Thông tin nhân khẩu học căn bản (tuổi, giới tính, thu nhập...)
- Cuộc sống của họ sẽ thay đổi thế nào sau khi dùng sản phẩm mà bạn cung cấp

NOTE: Một khi bạn có những thông tin đó, hãy lấy một tờ giấy trắng và trả lời những câu hỏi bên trên. Lấy câu trả lời, ví dụ "Trải nghiệm tồi tệ mà khách hàng của tôi gặp phải mỗi ngày", sau đó viết một đoạn đơn giản cho mỗi câu trả lời và giải thích sản phẩm của bạn sẽ giúp họ vượt qua vấn đề đó như thế nào. Làm tương tự với các phần sau:

- Sản phẩm của bạn sẽ mang lại lợi ích như thế nào cho họ
- Tại sao sản phẩm của bạn lại hiệu quả với những nhóm người thuộc nhân khẩu học mà bạn nhắm tới
- Tại sao sản phẩm của bạn sẽ giúp được họ vượt qua vấn đề mà họ đang gặp phải. Ví dụ, tôi sẽ viết thế này nếu tôi bán sản phẩm giảm cân: *"Bằng việc sử dụng công thức khỏe mạnh tự nhiên này, bạn sẽ có khả năng gạt bỏ ngay lập tức những loại thuốc đắt tiền nhưng không hiệu quả mà bạn đang sử dụng. Đoán xem, điều đó sẽ giúp bạn tiết kiệm rất nhiều tiền, thậm chí, bạn không phải đối mặt với nguy cơ gặp phải tác dụng phụ của thuốc."*

Nếu bạn không có những thông tin đó TRƯỚC KHI bạn bắt đầu viết, và nếu câu tiêu đề cùng với đoạn mở đầu thông điệp bán hàng của bạn không dựa trên những nghiên cứu đó, sẽ KHÔNG CÓ cách nào để bạn thu hút được sự chú ý của họ... hoặc không thể bán được hàng.

Những thông tin đó cũng là nền tảng về nội dung cho trang bán hàng của bạn, thậm chí nó còn là một mẫu thông điệp được viết sẵn cho bạn trước khi bạn bắt đầu.

Bạn cần phải viết tất cả những thông tin đó ra theo dạng danh sách và đọc chúng ít nhất hai đến ba lần trước khi bạn làm bất cứ điều gì trong quy trình viết. Đồng thời, luôn giữ và bám theo những thông tin đó trong toàn bộ bài viết của bạn.

Thậm chí nếu bạn có khả năng viết một thông điệp bán hàng tuyệt vời, và dùng tất cả những công thức, biểu mẫu hiệu quả mà tôi sẽ dạy bạn... thì thông điệp đó cũng KHÔNG HIỆU QUẢ nếu bạn không làm theo quy trình trên để hiểu rõ khách hàng. Tôi biết việc dành thời gian để nghiên cứu sẽ rất tẻ nhạt, nhưng nếu so sánh với việc viết, nếu bạn nghiên cứu rõ ràng đối tượng bạn nhắm tới, công việc sẽ chỉ còn lại 40%. Và hơn nữa, bạn sẽ sở hữu một thông điệp bán hàng thực sự... **BÁN ĐƯỢC HÀNG.**

Tôi đã từng viết quảng cáo cho một trang web để thu thập thông tin khách hàng tiềm năng. Sau khi test khoảng 500 lượt truy cập, tôi bắt tay vào viết lại, và thông điệp chỉ nhắm đến đối tượng để lại thông tin nhiều nhất trong 500 lượt truy cập đó. Bạn biết không, tỷ lệ để lại thông tin cho tôi tăng lên gấp hai lần (chắc chắn rồi, điều đó khiến cho thu nhập của tôi tăng lên...)

Hãy đảm bảo rằng bạn hoàn thành bước này trước khi bắt đầu viết thông điệp bán hàng của bạn.

KIẾN THỨC CĂN BẢN

SỬ DỤNG CÔNG THỨC CÁCH DỄ DÀNG ĐỂ VIẾT THẬM CHỈ NGAY CẢ KHI BẠN KHÔNG BIẾT VIẾT GÌ

Như bạn có thể thấy, trong công việc của mình, tôi thường dùng công thức có sẵn cho gần như tất cả mọi thứ. Tôi có công thức cho việc viết trang bán hàng, viết email, viết kịch bản video....

Bất kể là gì. Ngay bây giờ, tôi muốn bạn nắm được ý tưởng của việc sử dụng công thức có sẵn... để đến khi tôi đưa cho bạn công thức, bạn sẽ biết ứng dụng chúng một cách hiệu quả nhất cho tất cả những thông điệp bán hàng mà bạn viết.

Trước khi đi vào từng công thức, hãy cùng nhau bàn về sự bế tắc khi viết. Sự bế tắc xảy ra khi bạn bắt đầu một dự án nào đó hoặc bạn bế tắc ở một điểm nào đó, và không biết tiếp theo sẽ phải viết gì. Tôi sẽ giải quyết cả hai vấn đề đó.

Đầu tiên, vấn đề chính là việc bạn bắt đầu viết từ đâu với một trang giấy trắng mà không biết phải bắt đầu từ đâu. Đáng lẽ ra, bạn không nên bắt đầu từ tay trắng... bạn lẽ ra phải luôn có sẵn bảng nghiên cứu đã chuẩn bị ở bước trước. Nó sẽ cho bạn rất nhiều ý tưởng và thông tin để bắt đầu. Đồng thời, khi viết trang bán hàng, bạn phải luôn luôn thống nhất thông điệp với những gì bạn đang quảng cáo.

Kết hợp những gì đã nghiên cứu về khách hàng với những công thức viết tiêu đề hiệu quả mà tôi sắp hướng dẫn bạn sẽ giúp bạn có được tiêu đề tuyệt vời cho thông điệp bán hàng.

Khi bạn đã có bước đi đầu tiên đó, trạng thái "tuôn chảy" bắt đầu được kích hoạt. Trong câu đầu tiên sau tiêu đề, bạn đơn giản chỉ cần giải thích cho rõ nghĩa cho tiêu đề và lợi ích họ nhận được một khi họ sử dụng sản phẩm (tôi sẽ đưa cho bạn công thức), và rồi... lại tiếp tục sử dụng công thức tôi đưa cho bạn để khiến cho quy trình viết thông điệp bán hàng gần như tự động.

Nhưng, nếu tôi bị bế tắc thì sao?

Khi viết lách bình thường (không sử dụng công thức), não của bạn sẽ có đôi lúc thoát ra khỏi trạng thái "tuôn chảy" trong một khoảng thời gian.

Điều đó có nghĩa rằng bạn có thể nằm ngoài trạng thái "tuôn chảy" trong một giờ, một ngày, một tuần, hoặc cũng có thể là một tháng.

Nó dẫn bạn đến trạng thái không biết bước tiếp theo phải làm gì hoặc viết tiếp điều gì.

Tình huống đó sẽ không thể nào xảy ra nếu bạn sử dụng công thức có sẵn.

Tại sao?

Bởi vì bạn luôn luôn biết tiếp theo phải nói gì, bạn cứ thể tự nhiên viết các bước tiếp theo theo cấu trúc mà tôi đã vẽ ra cho bạn.

Thậm chí nếu bạn "gặp bế tắc" trong bất kỳ giai đoạn nào... tất cả những điều bạn cần làm đó là bỏ qua giai đoạn đó (tạm thời), và chuyển đến phần tiếp theo. Thường thì, bằng việc bỏ qua giai đoạn đó và tiếp tục viết, một ý tưởng tuyệt vời sẽ xuất hiện và bạn sẽ hoàn thành được giai đoạn vừa bỏ qua.

Tại Sao Hầu Hết Mọi Người HOÀN TOÀN Phát Điên Khi Sử Dụng Công Thức Có Sẵn

Công thức không phải là một nguyên tắc hay luật lệ nào cả, hãy ghi nhớ điều đó. Tôi thích nghĩ về những công thức giống như là "bộ khung linh hoạt", điều đó có nghĩa chúng có thể thay đổi đôi chút, và nếu phần nào không phù hợp với những gì bạn đang bán... HÃY BỎ NÓ ĐI.

Tôi đã thấy rất nhiều người ngượng nghịu sử dụng công thức theo một cách máy móc để rồi làm hỏng cả một thông điệp bán hàng.

Vì thế, đừng làm giống họ.

Nếu bất cứ phần nào trong công thức mà tôi hướng dẫn bạn không phù hợp, hãy mạnh dạn bỏ qua. Bây giờ, bạn đã có nền tảng để viết quảng cáo hiệu quả, hãy sẵn sàng để bắt đầu với những công thức có sẵn tôi chuẩn bị đưa cho bạn ở Chương #2.