

چگونه از اشتباهاتی که در تبلیغ نویسی وجود دارد پرهیز کنیم؟

۳ اشتباه رایج تبلیغ نویسان در تبلیغات



یکی از مهارت‌ها و توانایی‌هایی که این روزها باب شده این است که بتوانید یک تبلیغ نویسنده حرفه‌ای شوید و تیتراها و تبلیغ‌هایی را ارائه دهید که مخاطبین را آن‌چنان مجذوب خودش کند که بتواند تمام متن تبلیغ را مطالعه کنند. خیلی از افراد تبلیغ نویسنده حرفه‌ای هستند و بابت متنی که ارائه می‌دهند پول هنگفتی دریافت می‌کنند. این اشخاص تبلیغ‌هایی ارائه می‌دهند که حس خوبی به مخاطب بدهد و برای خرید محصول یا خدمات سریع دست به کار شود.

متن تبلیغ نویسی به مخاطب می‌گوید که قرار است چه مزایایی بدست بیاورد و با خرید این محصول چه نیازی از وی برطرف خواهد شد و این نوع تبلیغات در کل یعنی برقراری یک ارتباط دوستانه با مخاطبین آن‌هم با تبلیغ نویسی کاملاً متفاوت نسبت به نوع سنتی آن.

اما شاید بارها و بارها از خودتان پرسیده‌اید که در کل تبلیغ نویسی چیست و به چه دردی می‌خورد و یا تکنیک‌ها و فوت و فن‌های یک تبلیغ حرفه‌ای چه چیزهایی می‌تواند باشد. اگر قرار است که به تک‌تک این سوالات جواب دهیم باید ادامه‌ی متن این مقاله را مطالعه نمایید و با این اصول آشنا شوید.

تبلیغ نویسی در هر جایی که تصور کنید مورد استفاده قرار می گیرد از تبلیغات تلویزیونی گرفته تا تبلیغات رادیویی، تبلیغات آنلاین، تبلیغات بیلبردی و هر چیزی که مد نظر شماست. اما در هر کدام اشتباهاتی هم وجود دارد. به صورت مثال تصور نکنید تبلیغات تلویزیونی که روی ذهن مخاطب کار می کند هیچ عیب و ایرادی ندارد و تمام مخاطبین به سمت این تبلیغ ها کشیده می شوند.

برخی از این تبلیغات که مشاهده می کنید هم تکراری هستند و هم آنقدر از نظر متنی ضعیف عمل می کنند که واقعاً به تبلیغات خسته کننده تبدیل می شوند و همین باعث می شود تا هرگز به سمت این تبلیغات کشیده نشوید. این نوع ضعف در تبلیغ نویسی هم به صورت مکرر در تبلیغات وب سایت ها وجود دارد و یک سری تبلیغات تکراری با روش های تکراری را در اختیار مخاطبین قرار می دهند.

تیم "**کافه نیاز**" در این مقاله مایل است ۳ نمونه از مشکلات و ایراداتی که هر شخصی ممکن است در تبلیغ نویسی انجام دهد بیان کند. دانستن این موارد کمک بسیار بزرگی به شما خواهد بود تا بتوانید تبلیغاتی ارائه دهید که روی فروشتان تأثیر مستقیم خواهد گذاشت.

با ما همراه باشید

ایراد اول: تبلیغ نویسی در مورد ویژگی ها و امتیازهای محصولات و خدمات

**در هنگام تبلیغ نویسی در مورد ویژگی محصول صحبت نکنید
مشتري می خواهد بداند چه نیازی از وی برطرف می شود**



شاید به جرأت می توان گفت که این نوع تبلیغ نویسی یک نوع رایج از اشتباهاتی است که خیلی از کسب و کارها انجام می دهند و مدام از ویژگی ها و امتیازهایی که محصولات و خدماتشان در اختیار مخاطبین قرار می دهد استفاده می کنند. حتی اگر محصولات و خدماتی که ارائه می دهید ویژگی های زیادی داشته باشید این اشتباه را مرتکب نشوید که بخواهید از این موارد در تبلیغات استفاده کنید.

به طور مثال به این دو نوع تبلیغ که در مورد رزرو صندلی برای همایش هایی در مورد ثروتمند شدن با یک کسب و کار اینترنتی است توجه کنید:

مثال اول: کاملاً مبتدیانه

با رزرو کردن این همایش به شما خواهیم گفت که چطور می توانید با خرید یک پکیج، یک کسب و کار اینترنتی راه اندازی کنید و به درآمد میلیونی برسید

مثال دوم: حرفه ای

یک صندلی رزرو کن تا بهت بگم چطور با یه سایت میلیونر بشی

در مثال اول همه می دانند که چطور می توانند با یک سایت به درآمدهای میلیونی برسند و به نوعی به ویژگی های یک محصول اشاره و کاملاً مبتدی عمل کرده اید. اما در روش دوم شما قرار است به صورت کامل در یک همایش این موارد را توضیح دهید و در پایان همایش نرم افزار و پکیج خودتان را به دیگران معرفی کنید.

مردم زمانی که قرار است پول بدهند از مهلکه فرار می کنند ولی اگر قرار است در ازای پرداخت پول چیزی یاد بگیرند به طور حتم حاضرند هزینه ی آن را پرداخت کنند و همه ی اینها به نوع تبلیغ نویسی شما بر می گردد.

برای اینکه در تبلیغ نویسی جلب توجه کنید سعی کنید خیلی ساده و عامیانه صحبت کنید



همان طوری که به صورت عامیانه با مردم حرف می زنید از همان زبان استفاده کنید و تبلیغ نویسی کنید و چه بهتر که در هر شهری با لهجه ی همان شهر تبلیغ نویسی کنید. اگر در شیراز هستید شیرازی صحبت کنید، اگر در اصفهان هستید اصفهانی، اگر در مشهد هستید مشهدی صحبت کنید.

این مورد باعث می شود تا مردم لحظه ی مکث کنند و تبلیغ شما را با همان لهجه و گویش خودشان بخوانند و شاید لحظه ای لبخند بزنند. همین لبخند زدن باعث می شود تا این تبلیغ بیشتر در ذهنشان باقی بماند.

به هیچ عنوان احتیاجی نیست از کلماتی استفاده کنید که درک آن برای خواننده سخت باشد. شاید این کلمات کلاس کاری شما را بالا ببرد اما در بیشتر مواقع حس خوبی به مخاطبین منتقل نمی کند و به راحتی از کنار تبلیغات تان می گذرند و با تبلیغ شما به هیچ عنوان ارتباط برقرار نمی کنند.

در همین بین استفاده از کلمات انگلیسی هم متداول شده و خیلی از اشخاصی که در حوزه ی تبلیغ نویسی هستند از این کلمات استفاده می کنند فقط به خاطر اینکه کلاس کاری خود را حفظ کنند. اما این کاری اشتباه است به خاطر اینکه باید به فکر ارتباط برقرار کردن با مخاطبین باشید نه به فکر کلاس کاری.

چرا استفاده از این کلمات هیچ سودی ندارد؟

کلمات هر چه عامیانه تر باشد خیلی راحت تر می تواند در ذهن مخاطبین جا بگیرد و ممکن است یک ارتباط قوی بین تبلیغ و مخاطب برقرار شود. اما اگر این ارتباط برقرار نشود به طبع هزینه ای که بابت تبلیغات داده اید از بین خواهد رفت و نه ارتباطی برقرار شده و نه فروشی صورت خواهد گرفت.

کلمات باید آن قدر ساده باشد که وقتی مخاطب آن را می خواند در فرهنگ لغت ذهنش به دنبال معنی آن نگردد و خیلی سریع با تبلیغ ارتباط برقرار کند وگرنه به راحتی سایت شما را ترک می کند و به سمت رقبایتان حرکت می کنند.

ایراد سوم: به طور مستقیم در مورد خود محصول یا خدمات تان صحبت نکنید

یکی از اشتباهاتی که تبلیغ نویسان انجام می دهند این است که مدام در تبلیغات شان در مورد محصول یا برندشان صحبت می کنند



یکی دیگر از ایراداتی که به تبلیغ نویسی این روزها وارد شده این است که سعی می کنند به صورت مستقیم در مورد محصول، خدمات و یا برندشان صحبت می کنند اما این برای مخاطب اصلاً مهم نیست. هزاران مورد از این

محصولات و خدمات در دنیا وجود دارد و ممکن است از محصولات شما هم بهتر باشد پس لازم نیست مرتب در مورد آن صحبت کنید.

برای مخاطب این مهم است که با خرید محصول یا خدمات شما چه نیازی از وی برطرف می شود و یا بهتر است بگوییم چه سودی برای وی دارد. متأسفانه این نوع تبلیغات در سطح وب یا در بیلبوردها خیلی شایع است و از جملاتی مانند ما بهترین در نوع خود هستیم، این اولین محصول در کل کشور است، از ما بهتر پیدا نخواهید کرد و هزاران جمله ی دیگر را استفاده می کنند که هیچ کدام برای مخاطب هیچ ارزشی ندارد.

همان طوری که در بالا گفتیم این موارد یک سری موارد تکراری است که به صورت مستقیم در مورد محصول یا خدمات صحبت شده است و مردم دوست دارند نیازی که از آنها برطرف می شود را بدانند. برطرف کردن نیازهایی که می تواند زندگی را برای آنها راحت تر و بهتر کند. این نکته ای است که خیلی از تبلیغ نویس ها به آن توجهی نمی کنند و شما سعی کنید در این نوع تبلیغ نویسی این موارد را در نظر بگیرید که همان برطرف کردن نیاز مردم است.

سخن آخر

تبلیغ نویسی یک هنر، مهارت و توانایی که با مقداری تمرین به راحتی می توانید ذهن میلیونها نفر از مخاطبین و مردم را به سمت آگهی و تبلیغ خود متمرکز کنید. این نوع تبلیغ نویسی می تواند شما را ثروتمند کند. کما اینکه خیلی از افراد با استفاده از این نوع مهارت ها به سمت و سویی کشیده شده اند که با نوشتن یک تبلیغ می توانند میلیون ها تومان پول به جیب بزنند. پس چرا شما اینگونه نباشید.