

برای تأثیرگذاری پیام های تبلیغاتی، از این کلمات استفاده کنید



روش هایی برای افزایش تأثیرگذاری آگهی تبلیغاتی
kafeniaz.com

پل ارتباطی میان شما و مخاطبین پیام های تبلیغاتی است که به روش های مختلف ارائه می شود تا کسب و کار، محصول و خدمات شما به یک برند تبدیل شود. این پیام های تبلیغاتی هستند با قدرتی که دارند می توانند شما را از فرش به عرش ببرند و اگر به صورت اشتباه تبلیغ کنید، امکان اینکه پول و هزینه خودتان را هدر بدهید هم زیاد است.

بدون شک هیچ کسب و کاری مایل نیست که پولش را هزینه تبلیغ و بازاریابی کند که هیچ سودی برایش ندارد. در این طور مواقع باید خیلی هوشمندانه و حساب شده جلو بروید و کلماتی را استفاده کنید تا شما را حرفه ای جلوه دهند و هم تأثیر زیادی روی مخاطب داشته باشد. مردم با کلماتی که شما انتخاب می کنید ارتباط برقرار می کنند و همین می شود یک شعار تبلیغاتی مناسب و اگر اشتباه انتخاب کنید، یک شعار تبلیغاتی مرگبار است.

تیم "کافه نیاز" سعی دارد ۵ نکته کلیدی را در اختیار شما قرار دهد تا با استفاده از آنها بتوانید پیام های تبلیغاتی تأثیرگذار و حرفه ای طراحی کنید که در دل مردم نفوذ کند.

با ما همراه باشید

۱. پیام تبلیغاتی فقط بین ۵ تا ۸ ثانیه فرصت تأثیرگذاری دارد

برای تأثیرگذاری در تبلیغات فقط ۵ تا ۸ ثانیه فرصت دارید



روزانه ما انسانها مورد هجوم هزاران تبلیغ مختلف هستیم. تبلیغاتی که از رادیو، تلویزیون، اینترنت، ایمیل مارکتینگ، بیلبردهای تبلیغاتی، پیامک های تبلیغاتی و ... مشاهده می کنیم. اما به طور کل و طبق تحقیقات به عمل آمده شما که دارای یک کسب و کار هستید فقط بین ۵ تا ۸ ثانیه این فرصت را دارید تا بهترین تأثیرگذاری را روی مخاطبین داشته باشید.

پس باید از کلماتی استفاده کنید که از اهمیت تأثیرگذاری بیشتری برخوردار باشد و همچنین زمان تبلیغات شما کمتر شود. اگر زمان تبلیغات بیشتر باشد امکان اینکه مخاطبین به تبلیغات شما گوش ندهند و یا آن را مطالعه نکنند، بسیار زیاد است.

دو کلمه ای که می توانید از متن تبلیغاتی خود حذف کنید کلمات "**خیلی و واقعاً**" است. این کلمات قدرت تأثیر گذاری خودشان را از دست داده اند. حذف کلمات غیر ضروری کاری است که باید انجام دهید. سعی کنید چندین پیام تبلیغاتی را یادداشت و کلمات غیر ضروری را حذف کنید. این کار شما باعث می شود تا بهترین کلمات را انتخاب و تأثیرگذارترین آنها را در پیام های تبلیغاتی خود استفاده کنید.

۲. از به کار بردن کلمات کاملاً تخصصی اجتناب کنید

به کار بردن کلمات تخصصی در تبلیغات، مخاطبین را فراری می دهد



پیام های تبلیغاتی هر چه ساده تر باشد مخاطبین بیشتری را به خودش جذب می کند و سعی نکنید برای کلاس کاری خود از کلمات تخصصی که هیچ ارزش و تأثیرگذاری ندارند استفاده کنید. این کار باعث فرار کاربر و مخاطبین می شود.

جلب توجه مخاطبین و کاربران وظیفه شما است. باید به گونه ای پیام های تبلیغاتی خود را منتشر کنید که مخاطبین را به سمت خودش بکشاند، نه اینکه تخصصی صحبت کنید که فرار کنند و این کاملاً بی نتیجه و بی اثر است.

سعی کنید تمام متن تبلیغاتی خود را ویرایش و کلمات تخصصی آن را حذف کنید و به جای آنها می توانید از کلمات مترادف استفاده کنید.

به طور مثال اگر می خواهید در مورد [سئو و بهینه سازی سایت](#) پیام تبلیغاتی بنویسید و منتشر کنید، هر چند که مخاطبین شما اشخاص مشخص و خاص هستند اما باز هم سعی کنید ساده صحبت کنید. سعی نکنید از کلماتی مانند بانس ریت یا همان نرخ فرار استفاده کنید. به جای آن از افزایش بازدید سایت صحبت کنید.

۳. پیام های تبلیغاتی تان باید نیاز مشتری را برطرف کند

پیام های تبلیغاتی تان باید به گونه ای باشد که نیاز مشتری را برطرف کند



برای مخاطبین اصلاً مهم نیست که قیمت و کارکرد محصول شما چگونه است. برطرف کردن نیاز، برای مخاطبین مهم است. پس باید به گونه ای بنویسید که نیازی را از مشتری برطرف کند و کلماتی را به کار ببرید که تأثیر زیادی روی مشتری بگذارد. سعی نکنید در مورد خودتان و محصولتان صحبت کنید و از کلماتی مانند "من و ما" استفاده نکنید. به جای آن از کلماتی مانند "تو و شما" که همان مخاطبین هستند استفاده کنید. با استفاده از این دو کلمه و همچنین نیازی که مشکلات مردم را برطرف می کند، می توانید بهترین تبلیغ تأثیرگذار را بنویسید.

۴. از کلماتی استفاده کنید که بهترین حس را به مشتری منتقل می کند

در تبلیغات از کلماتی استفاده کنید که حس خوبی به مخاطبین می دهد



کمتر پیام های تبلیغاتی را مشاهده خواهید کرد که حس خوبی به مشتری منتقل کند. بنابراین باید به گونه ای پیام هایتان را ویرایش کنید که بهترین حس را به نمایش بگذارد. رمز موفقیت در این نوع تبلیغات این است که از کلمات معجزه گر استفاده کنید. کلماتی که حس مشتری را بر می انگیزد. کلماتی که حس خوشحالی و شادی را به وی منتقل کند. مانند "جدید، جدیدترین، اثبات شده، مطمئن و ... " به خاطر اینکه حدود ۹۰ درصد مردم بیشتر به خاطر احساسی بودنشان خرید می کنند.

شما هم می توانید از این نوع احساسات که همان شادی، خوشحالی، غم، تعجب، خشم و ترس است، استفاده کنید. مردم دوست دارند محصولاتی را انتخاب کنند که هم جدید باشد، هم از پیش اثبات شده است و هم مطمئن باشد.

۵. از حس کنجکاوی مردم استفاده کنید

برانگیخته شدن حس کنجکاوی مردم تأثیر زیادی در تبلیغات دارد



برای اینکه حس کنجکاوی مردم را برانگیخته کنید باید به صورتی هوشمندانه عمل کنید. به طور مثال این روزها کدهای دستوری در رسانه های دیداری و شنیداری و هم در اینترنت به گونه ای رواج پیدا کرده است که هر کسی کنجکاوی می شود حتی برای یک بار هم که شده این کدها را امتحان کند.

سعی کنید اینگونه عمل کنید تا مشتری را جذب خود کنید. می توانید از کلمات و جملاتی مانند " آخرین فرصت، تا دوشنبه وقت دارید، تخفیف فقط در سایت فلان، تخفیف در کانال تلگرام فلان و ... " استفاده کنید. با به کارگیری این نوع کلمات مطمئن باشید برای یک بار هم که شده مخاطبین به مکان هایی که اعلام کردید سر می زنند، حتی اگر خرید نکنند.

این هنر شماسست که مشتری را به سمت خود بکشید و این هنر شماسست که مشتری را به یک خریدار تبدیل کنید. پس سعی کنید بهترین کلمه ها و جمله ها را برای تبلیغات خود انتخاب کنید.

سخن آخر

تبلیغات یک هنر و مهارت است که با ایجاد کمپین های تبلیغاتی و روش های مختلف تبلیغاتی می توانید بهترین تبلیغات را با بیشترین تأثیرگذاری انتخاب کنید. در انتخاب بهترین کلمات و تأثیرگذاری آن روی مخاطبین خود خیلی دقت کنید. کوچکترین اشتباه، بزرگترین ضرر را به شما می رساند. تا جایی که می توانید تبلیغات خود را بنویسید و مدام ویرایش کنید و بهترین را انتخاب کنید.

اگر در این کار تخصص خاصی ندارید سعی کنید با مشاوران اهل فن صحبت کنید. امکان دارد با کوچکترین اشتباه شما ضرر مالی زیادی را به خود و شرکت تحمیل کنید.