**Copywriting sprzedażowy, czyli treści, które sprzedają**

**Nie jest większym odkryciem stwierdzenie, że trudno jest dzisiaj cokolwiek sprzedać - zarówno w Internecie, jak sklepie stacjonarnym.**

Rosnąca każdego dnia konkurencja i przesyt produktów i usług powoduje, że klient czuje się przytłoczony, zmęczony i zniechęcony. Mnogość ofert wprawia o zawrót głowy i wcale nie pomaga podjąć słusznej decyzji zakupowej. Marki sięgają po sprawdzone narzędzia ułatwiające promocję i wyróżnienie się na tle silnej konkurencji. Do jednych z nich należy **copywriting sprzedażowy**. Słowa posiadają dużą moc, z której warto czerpać. O czym należy pamiętać decydując się na te narzędzie?

**Wejdź w rolę swojego odbiorcy i dopasuj słowa**

**Copywriting sprzedażowy** polega na posługiwaniu się technikami perswazyjnymi, do których należy np. storytelling czy też neuromarketing. Osoby tworzące treści wykorzystują wiedzę z zakresu budowania atrakcyjnych historii, z którymi utożsamiają się klienci oraz informacje związane z psychologią społeczną. Celem staje się spojrzenie na oferowany produkt czy usługę z perspektywy klienta po to, by móc w pełni zrozumieć i zaspokoić jego potrzeby. Co ważne, **copywriting sprzedażowy** nie może być naszpikowany treściami reklamowymi i hasłami sztucznie nawołującymi do zakupu. Nie jest sztuką napisać artykuł, który od pierwszych słów zachwalać będzie cechy produktu. Pamiętaj o tym, że dzisiaj konsumenci są świadomymi odbiorcami, dlatego proponowanie szablonowych rozwiązań i nachalnych porad nie przybliżą marki do zwiększenia liczby klientów i podwojenia zysków.

**Copywriting sprzedażowy - najważniejsze zasady**

Każdy rodzaj tekstu rządzi się swoimi zasadami. Jakie obowiązują podczas tworzenia treści sprzedażowych?

l pisz językiem korzyści - pokaż konkretną wartość, jaką uzyska osoba decydująca się na zakup Twojej usługi i produktu. Krem dobrze nawilża cerę i chroni przed mrozem? Piekarnik informuje o zakończeniu pieczenia i podpowiada najlepszy stopień temperatury do wypieku? Opowiedz o tym w taki sposób, w jaki sam chciałbyś być poinformowany o zaletach danej rzeczy. Wybieraj innowacyjne metody i unikaj banałów. Nie bądź nachalny w swoim przekazie, szukaj nowych dróg dotarcia do klienta. Konsument musi wiedzieć, jak zmieni się jego życie po zakupie produktu. Zobrazuj korzyści i rozwiązanie problemu, dzięki czemu zdobędziesz uwagę klienta i swoją historią doprowadzisz do jego zaangażowania.

l dopracuj opis produktu i usługi - to, że to właśnie Twój produkt jest najlepszy wiesz doskonale. Ale czy klienci również to wiedzą? Co kryje się pod nazwą “najlepszy mikser”? Jakie cechy i parametry za nim stoją? Wypunktowanie kilku cech nie wystarczy. Dobrze jest pokusić się o więcej i stworzyć unikalny opis, dopasowany do potrzeb klienta. Opis produktu powinien rozbudzać wyobraźnię i rodzić pragnienie posiadania tej właśnie rzeczy.

l zaproponuj nową jakość - **copywriting sprzedażowy** powinien opierać się o zasadę tworzenia nowych, unikalnych treści. Nie kopiuj opisów produktów ze stron konkurencji. Pisząc artykuł posiłkuj się własnymi doświadczeniami i zdobytą wiedzą. Występuj w roli eksperta, buduj swój wizerunek na każdym polu. Jeśli chcesz opublikować porady, niech będą świeże, wcześniej nieznane. Staraj się dawać to, czego klient nie znajdzie na stronach innych marek.

**Copywriting sprzedażowy** wymaga od nas wysiłku i cierpliwości. Choć efekty pracy z tekstem nie przyjdą od razu, warto na nie poczekać. Moc słowa może doprowadzić markę do sukcesu i być stabilnym pomostem pomiędzy firmą a jej klientami.

------

Chcesz wiedzieć, jak tworzyć content sprzedażowy? :)

Napisz do nas: kontakt@conture.pl