

Rough Outlines + Headlines

Source:

Benefits Of Being Famous.

Subject:

People treat you differently when you're a somebody, that's why it's crucial for a business to signal competence. IF YOU CAN SHOW OFF, THEN SHOW OFF.

Headlines:

- How To Show Off To Get More Clients.
- Simplest Way To Win Your Competitors' Customers
- Successful Businesses Do One Thing Really Well:

Outline:

- Problem:
 - When companies try to signal competence, they use a lot of words and go into detail about their achievements instead of showing something far more powerful.
- Agitate:
 - That something is not reviews from clients because it's easy to fake testimonials. It's also not social proof from magazines or newspapers because nowadays every company gets mentioned somewhere and it's not that impressive anymore. It's not even awards and prizes you won because your customers have no idea what makes them valuable, and they probably don't care about the organization that gave them to you.
- Solve:
 - Show off your WORK. You're a photographer? Show off your pictures. You Clean Houses? Show a before & after picture. Can't visually show off your work? Tell a STORY of one of your clients, not just a generic review.

Draft 1

One Thing Successful Companies Do Really Well

I'm about to tell you something that might sound a bit odd.

One of the things that separate a successful business from an average one is not always their product/service.

Your product is obviously important but it's not the only thing that matters.

There's something else that affects the way people perceive your business, how much money they're willing to give you, and whether or not they will choose you over your competitors.

I've seen companies grow leaps and bounds once they figured this out and other companies fail because they didn't grasp this principle.

Here's what this is all about:

People Buy From Winners, Not Losers.

Successful companies are usually very good at displaying competence.

It's like you know they're good just by looking at their website, social media, ads, etc...

And the problem is that the majority of business owners are horrible at this.

Most of them, when trying to show why their company is worth buying from or trusting, will use a lot of words and go into detail about their achievements and customer reviews and blalala...

All that stuff is cool, but there's something far more powerful you can show to make people want to buy.

Before we get into that, let's look at some of the things your customers don't care about as much as you think they do.

All Of This Is Secondary

- Reviews.

Like I said earlier, people don't care THAT MUCH about reviews.

Sure, they're important to justify the customer's decision to buy, but it's pretty easy to fake them.

Any business owner can enter his website from a different Google account and write hundreds of reviews.

- Social Proof From Magazines Or Newspapers.

Nowadays every company gets mentioned somewhere and so not that impressive anymore.

So unless it's a LARGE magazine like Forbes or Inc, people are not gonna be super impressed.

- Awards & Prizes Your Company Won

We understand that you appreciate them because you worked hard to earn them, customers have no idea what makes them valuable.

They also probably don't know or care about the organization that gave them to you.

Everything I mentioned so far is obviously not unimportant. You need to have reviews, and if you get mentioned in some magazine or win a prize then sure show it off.

But it's not your ultimate weapon for attracting customers.

There's only one thing that people care about the most... and that thing is:

The Absolute Most Important Thing You Have To Show Off

Results! Of course results!

You're a photographer? Show off a beautiful picture of your clients.

You clean houses? show a before & after picture.

You're a landscaper? Show a garden you designed.

Etc...

Now what about cases where you can't visually show off your work? What if you're a chiropractor that treats back pain?

In these cases you want to tell your client's story.

Don't showcase some generic review like this:

"Amazing chiro, takes care of all our extended family, a wide variety of alternative treatments, professional treatments, courteous service and really affordable prices."

Instead you want to show you client's transformation:

"Before I found doctor John I had xyz problem, it affected me in this and that area of my life, I tried xyz solution and nothing helped me, thanks to doctor John I can now do xyz, he improve this and that area of my life"

You get the idea.

So remember, the first thing that people care about is results.

Your achievements, reviews, awards, etc should always come second.

Hope you enjoyed this article.

Talk soon,

Tomer.

P.S. If you want us to look at your marketing plan and see what we could do for you, get in touch [here](#):

Draft 2

One Thing Successful Companies Do Really Well

I'm about to tell you something that might sound odd.

One of the major things that separate a successful business from an average one is not always their product or service.

Your product is obviously important but it's not the only thing that matters.

There's something else that affects the way people perceive your business, how much money they're willing to give you, and whether or not they will choose you over your competition.

I've seen companies grow leaps and bounds once they figured this out and others fail because they didn't grasp this idea.

Here's what this is all about:

Want More Clients? Prove You're A Winner!

The vast majority of companies are horrible at this.

When trying to prove why their business is worth buying from, they tend to use a lot of words and go into detail about their achievements and customer reviews and blalala...

All that stuff is cool, but there's something far more powerful you can show to almost force people to buy.

Before we get into that, let's look at the things your customers aren't that impressed with, but you probably think is super important.

All Of This Is Secondary

- Reviews.

Like I said earlier, people don't care THAT MUCH about reviews.

Sure, they're important to justify the customer's decision to buy, but it's pretty easy to fake them.

Any business owner can enter his website from a different Google account and write hundreds of reviews.

- Social Proof From Magazines Or Newspapers.

Nowadays every company gets mentioned somewhere so not that impressive anymore.

Unless it's a LARGE magazine like Forbes or Inc, people won't be super impressed.

- Awards & Prizes Your Company Won

We understand you appreciate your awards because you worked hard to earn them, but let's be real, your customers probably don't know or care about the organization that gave them to you.

Everything I mentioned so far is not UNIMPORTANT.

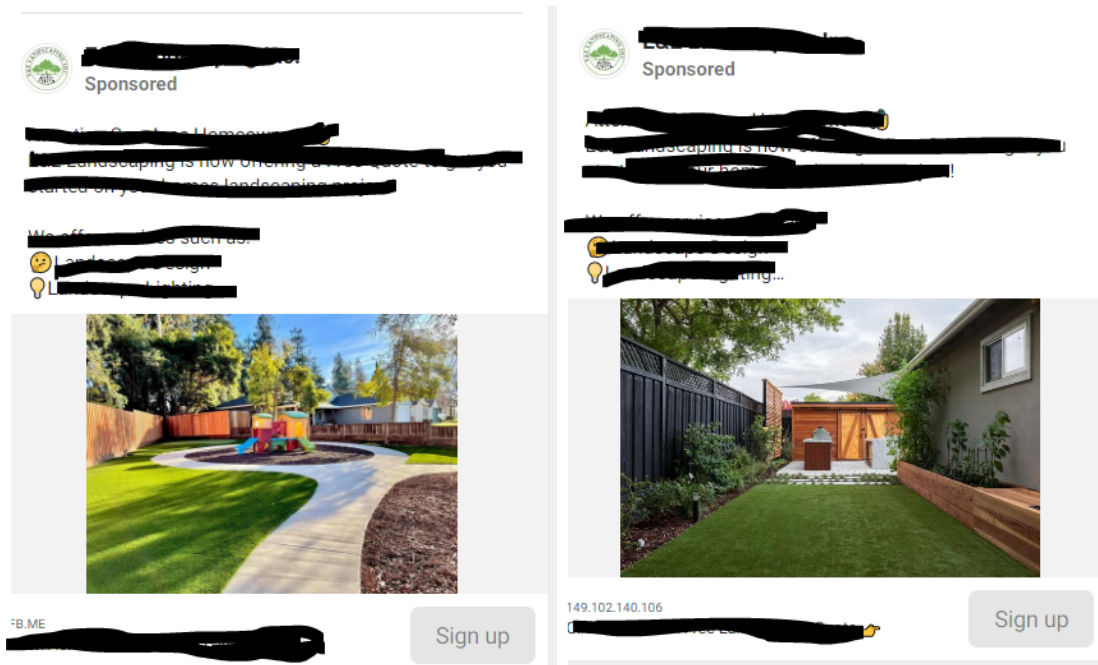
You need to have reviews, and if you get mentioned in some magazine or win a prize then sure mention it.

But it's not your ultimate weapon for attracting customers.

Here's the most effective way to make people want to buy:

If It's Worth Showing Off, Then Show It Off

Here's an example of two successful ads of a landscaping business:



Pay attention to the pictures. Do you see the main focus of the ads?

It's not their customer reviews...

Not their years of experience...

It's the END RESULT.

That's the thing that people care about the most.

So if you have a stunning product or service, then make sure to show it off.

Now what about cases where you can't visually show off the end result? What if you're a chiropractor that treats back pain and you can't put a picture of your client's spine.

In these cases you want to tell your client's story.

Don't showcase some generic review like:

"Amazing chiro, takes care of all our extended family, professional treatments, courteous service and really affordable prices."

Instead, ask your client to talk about his transformation:

“Before I found doctor John I had xyz problem, it affected me in this and that area, I tried xyz solution and nothing helped me, thanks to doctor John I can now do xyz, my life is much better in this and that area”

You get the idea.

So remember, if your work is worth showing off, then show it off.

Anything else like achievements, reviews, awards, etc are still worth mentioning, but the main focus should always be the end result/transformation.

Hope you enjoyed this article.

Talk soon,

Tomer.

P.S. If you want us to look at your marketing plan and see what we could do for you, get in touch here:

Draft 3

One Thing Successful Companies Do Really Well

I’m about to tell you something that might sound a bit threatening, but it’s for your own good.

Even if you have the best product/service in the world, if you won’t grasp what I’m about to share with you, your company is destined to struggle.

There’s an element related to your marketing that in opinion is as important as the quality of your service.

And if you get it wrong it will affect the way people perceive your business, how much money they’re willing to give you, and whether or not they will choose you over your competition.

Here’s what this is all about:

Want More Clients? Prove You're A Winner!

The vast majority of companies are terrible at this.

Whenever they try to prove why their business is worth buying from, they tend to use a lot of words and go into detail about their achievements and customer reviews and blalala...

All that stuff is cool, but there's something far more powerful you can show to almost force people to buy.

Before we get into that, let's look at the things your customers aren't that impressed with, but you probably think is super important.

All Of This Is Secondary

- Reviews.

Like I said earlier, people don't care THAT MUCH about reviews.

Sure, they're important to justify the customer's decision to buy, but it's pretty easy to fake them.

Any business owner can enter his website from a different Google account and write hundreds of reviews.

- Social Proof From Magazines Or Newspapers.

Nowadays every company gets mentioned somewhere so not that impressive anymore.

Unless it's a LARGE magazine like Forbes or Inc, people won't be super impressed.

- Awards & Prizes Your Company Won

We understand you appreciate your awards because you worked hard to earn them, but let's be real, your customers probably don't know or care about the organization that gave them to you.

Everything I mentioned so far is not UNIMPORTANT.

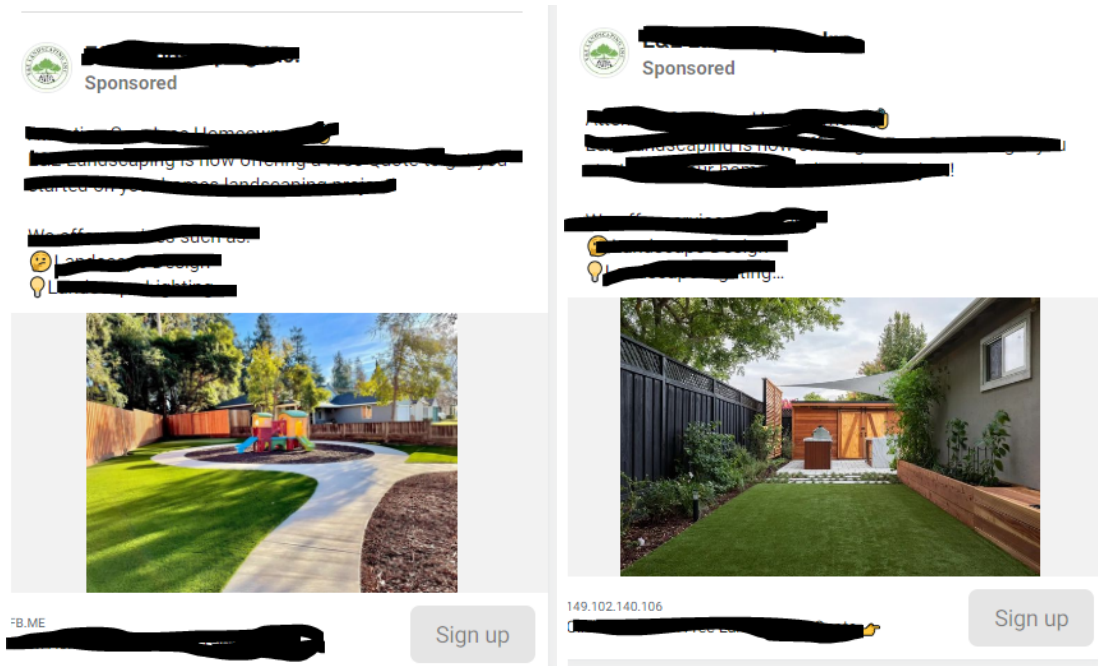
You need to have reviews, and if you get mentioned in some magazine or win a prize then sure mention it.

But it's not your ultimate weapon for attracting customers.

Here's the most effective way to make people want to buy:

If It's Worth Showing Off, Then Show It Off

Here's an example of two successful ads of a landscaping business:



Pay attention to the pictures. Do you see the main focus of the ads?

It's not their customer reviews...

Not their years of experience...

It's the END RESULT.

That's the thing that people care about the most.

So if you have a stunning product or service, then make sure to show it off.

Now what about cases where you can't visually show off the end result? What if you're a chiropractor that treats back pain and you can't put a picture of your client's spine.

In these cases you want to tell your client's story.

Don't showcase some generic review like:

"Amazing chiro, takes care of all our extended family, professional treatments, courteous service and really affordable prices."

Instead, ask your client to talk about his transformation:

"Before I found doctor John I had xyz problem, it affected me in this and that area, I tried xyz solution and nothing helped me, thanks to doctor John I can now do xyz, my life is much better in this and that area"

You get the idea.

So remember, if your work is worth showing off, then show it off.

Anything else like achievements, reviews, awards, etc are still worth mentioning, but the main focus should always be the end result/transformation.

Hope you enjoyed this article.

Talk soon,

Tomer.

P.S. If you want us to look at your marketing plan and see what we could do for you, get in touch [here](#):

Draft 4

One Thing Successful Companies Do Really Well

I'm about to tell you something that might sound a bit threatening, but it's for your own good.

Even if you have the best product/service in the world, if you won't grasp what I'm about to share with you, your company is destined to struggle.

There's an element related to your marketing, which in my opinion is as important as the quality of your service.

And if you get it wrong it will affect the way people perceive your business, how much money they're willing to give you, and whether they'll choose you or your competition.

Here's what this is all about:

Want More Clients? Prove You're A Winner!

The vast majority of business owners are doing it wrong.

Whenever they try to prove why their business is worth buying from, they tend to use a lot of words and go into detail about their achievements and customer reviews and blalala...

All that information is nice, but there's something far more powerful you can show to almost force people to buy.

Before we go over it, let's take a look at the things your customers aren't so impressed with, but you probably think are super important.

All Of This Is Secondary

- Written Reviews.

Like I said earlier, people don't care THAT MUCH about written reviews.

Sure, they're important to justify the customer's decision to buy, but it's pretty easy to fake them.

Any business owner can enter his website from a different Google account and write hundreds of reviews.

- Social Proof From Magazines Or Newspapers.

Nowadays every company gets mentioned somewhere so not that impressive anymore.

Unless it's a LARGE magazine like Forbes or Inc, people won't be super impressed.

- Awards & Prizes Your Company Won

We understand you appreciate your awards because you worked hard to earn them, but let's be real, your customers probably don't know or care about the organization that gave them to you.

Everything I mentioned so far is not UNIMPORTANT.

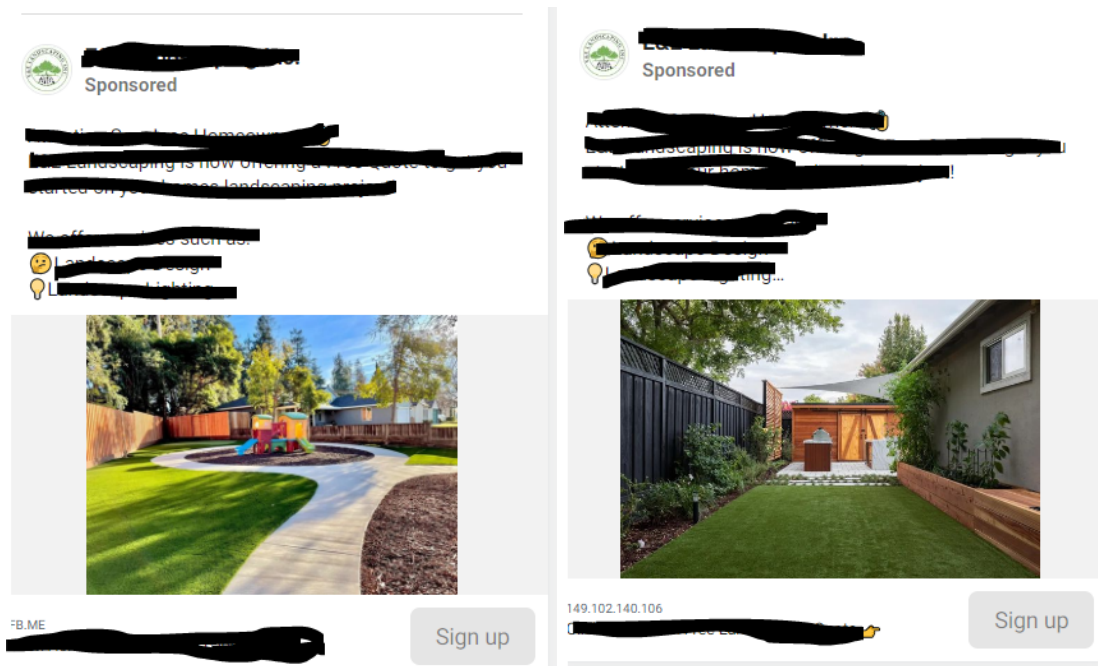
You need to have reviews, and if you get mentioned in some magazine or win a prize then sure mention it.

But it's not your ultimate weapon for attracting customers.

Here's the most effective way to make people want to buy:

If It's Worth Showing Off, Then Show It Off

Here's an example of two successful ads of a landscaping business:



Pay attention to the pictures. Do you see the main focus of the ads?

It's not their customer reviews...

Not their years of experience...

It's the END RESULT.

That's the thing that people care about the most.

And that's also why if the end result is stunning, if your product/service is worth showing off, make absolutely sure to show it off.

Now what about cases where you can't visually show off the end result? What if you're a chiropractor that treats back pain and you can't put a picture of your client's spine.

In these cases you want to tell your client's story.

Don't showcase some generic review like:

"Amazing chiro, takes care of all our extended family, professional treatments, courteous service and really affordable prices."

Instead, ask your client to talk about his transformation:

"Before I found doctor John I struggled with (problem), it affected me in this and that area, I tried xyz solution and nothing helped me, thanks to doctor John I can now do xyz, my life is much better in this and that area"

You get the idea.

So remember, always make sure to show the end result/transformation.

Anything else like achievements, reviews, awards, etc are still worth mentioning, but the main focus should always be the end result.

Hope you enjoyed this article.

Talk soon,

Tomer.

P.S. If you want us to look at your marketing plan and see what we could do for you, get in touch here:

Draft 5

One Thing Successful Companies Do Really Well

I'm about to tell you something that might sound a bit threatening, but it's for your own good.

Even if you have the best product/service in the world, if you won't grasp what I'm about to share with you, your company is destined to struggle.

There's an element related to your marketing, which in my opinion is as important as the quality of your service.

And if you get it wrong it will affect the way people perceive your business, how much money they're willing to give you, and whether they'll choose you or your competition.

Here's what this is all about:

Most Companies Market Themselves The Wrong Way.

Whenever they try to prove that people should buy from them, they tend to go into detail about their achievements and customer reviews and blalala...

All that information is nice, but there's something far more powerful you can show to almost force people to buy.

Before we go over it, let's take a look at the things your customers aren't so impressed with, but you might think is super important.

All Of This Is Secondary

- Written Reviews.

Like I said earlier, people don't care THAT MUCH about written reviews.

Sure, it's important that you have good reviews, but people know that it's pretty easy to fake them.

Any business owner can enter his website from a different Google account and write hundreds of reviews.

- Social Proof From Magazines Or Newspapers.

Nowadays every company gets mentioned somewhere so not that impressive anymore.

Unless it's a LARGE magazine like Forbes or Inc, people won't be super impressed.

- Awards & Prizes Your Company Won

We understand you appreciate your awards because you worked hard to earn them, but let's be real, your customers probably don't know the organization that gave them to you.

Everything I mentioned so far is not UNIMPORTANT.

You need to have reviews, and if you get mentioned in some magazine or win a prize then sure mention it.

But it's not your ultimate weapon for attracting customers.

The Most Effective Way To Make People Want To Buy Is...

...so not customer reviews.

...not your achievement or years of experience.

The secret is an impressive end result.

That's why if the end result of your service looks good to the eye, then be sure to show it off in your advertising.

For example:

You're a photographer? Run ads showing beautiful pictures of your clients.

Landscaper? Show a garden you designed.

Now what about cases where you can't visually show off the end result?

Then the absolute best thing you can do is record a video of your clients saying this:

"Before I found doctor John I struggled with (problem).

It affected me in this and that area.

I tried xyz solution and nothing helped me.

Thanks to doctor John I can now do xyz, my life is much better in this and that area"

Basically showcase their transformation and how it changed their life.

So remember, if you have a service/transformation that's worth showing off, then show it off.

Hope you enjoyed this article.

Talk soon,

Tomer.

P.S. If you want us to look at your marketing plan and see what we could do for you, get in touch here:

Draft 6

One Thing Successful Companies Do Really Well

I'm about to tell you something that might sound a bit threatening, but it's for your own good.

Even if you have the best product/service in the world, if you won't grasp what I'm about to share with you, your company is destined to struggle.

There's an element related to your marketing, which in my opinion is as important as the quality of your service.

And if you get it wrong it will affect the way people perceive your business, and how much they're willing to pay you.

Here's what this is all about:

Most Companies Market Themselves The Wrong Way.

Whenever they try to prove that people should buy from them, they tend to go into detail about their achievements and customers reviews and blah blah blah...

All that information is nice, but there's something far more powerful you can show to almost force people to buy.

Before we go over it, let's take a look at the things your customers aren't so impressed with, but you might think is super important.

All Of This Is Secondary

- Written Reviews.

Like I said earlier, people don't care THAT MUCH about written reviews.

Sure, it's important that you have good reviews, but people know that it's pretty easy to fake them.

Any business owner can enter his website from a different Google account and write hundreds of reviews.

- Social Proof From Magazines Or Newspapers.

Nowadays every company gets mentioned somewhere so not that impressive anymore.

Unless it's a LARGE magazine like Forbes or Inc, people won't be super impressed.

- Awards & Prizes Your Company Won

We understand you appreciate your awards because you worked hard to earn them, but, your customers probably don't know the organization that gave them to you.

Everything I mentioned so far is not UNIMPORTANT.

You need to have reviews, and if you get mentioned in some magazine or win a prize then sure mention it.

But it's not your ultimate weapon for attracting customers.

The Most Effective Way To Make People Want To Buy Is...

...not customer reviews.

...not your achievement or years of experience.

The secret is to show off the end result of your work.

You're a photographer? Run ads showing beautiful pictures of your clients.

Landscaper? Show a garden you designed.

Now what about cases where you can't visually show off the end result?

Than the absolute best thing you can do is record a video of your clients saying this:

"Before I reached (your company) I struggled with (problem).

I tried to solve it with (failed solution) and nothing helped me.

Thanks to (your company) I no longer struggle with (problem) and my life is much better.

A video that showcases their transformation.

So in conclusion, make sure to show the end result of your work.

Hope you enjoyed this article.

Talk soon,

Tomer.

P.S. If you want us to look at your marketing plan and see what we could do for you, get in touch [here](#).

Translated Version

דבר אחד שחברות מצליחות עושות ממש טוב

אני עומד לספר לך משהו שאולי ישמע קצת מאיים, אבל הוא לטובתך.

גם אם יש לך את המוצר/שירותים הכי טובים בעולם, אם לא תיישם את מה שאני עומד לשתף איתך, החברה שלך צפויה להתמודד עם קשיים.

מדובר על אלמנט שקשור לשיווק שלך שלדעתי חשוב לא פחות מאיכות המוצר שלך.

וכאשר מיישמים אותו בצורה לא נכונה, הוא משפיע על האופן שבו אנשים תופסים את העסק שלך, כמה כסף הם מוכנים לשלם לך, והאם הם יבחרו בך או במתחרים שלך.

הנה על מה מדובר:

רוצה יותר לקוחות? תוכיח שאתה ווינר!

הרוב המכריע של בעלי עסקים עושים את זה לא נכון.

בכל פעם שהם מנסים להוכיח למה כדאי לקנות מהעסק שלהם, הם נוטים לדבר יותר מידי על הניסיון שלהם, ביקורות מלקוחות ובלה בלה בלה.

כל המידע הזה נחמד, אבל יש משהו הרבה יותר חזק שאתה יכול להראות בשביל כמעט לאלץ אנשים לקנות.

לפני שנעבור עליו, בואו נסתכל על הדברים שהלקוחות שלכם לא כל כך מתרשמים מהם, אבל אתם כנראה חושבים שהם סופר חשובים.

כל זה משני

- ביקורות בכתב.

כמו שאמרתי קודם, ביקורות זה לא הדבר שהכי חשוב ללקוחות שלך.

ברור, חשוב שהיו עליכם ביקורות טובות כדי להצדיק את החלטת הלקוח לקנות, אבל די קל לזייף אותם.

כל בעל עסק יכול להיכנס לאתר שלו מחשבון גוגל אחר ולכתוב מאות ביקורות. אנשים יודעים אז זה.

- הוכחה חברתית ממגזינים או עיתונים.

כיום כל חברה מוזכרת איפשהו אז זה כבר לא כזה מרשים.

אלא אם יש על העסק כתבה בעיתון כמו וואלה או כלכליסט, אבל ברוב המקרים אנשים לא יתרשמו במיוחד.

- פרסים שהחברה שלך זכתה בהם

אנחנו מבינים שאתה מעריך את הפרסים שלך כי עבדת קשה כדי לזכות בהם, אבל בוא נהיה כנים, הלקוחות שלך כנראה לא מכירים את הארגון שנתן לך אותם.

כל מה שציינתי עד כה אינו חסר חשיבות.

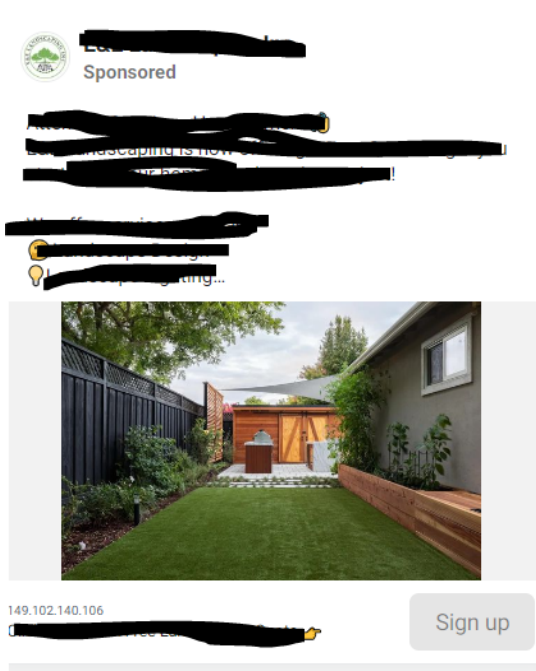
ברור שחשוב שהיו עליכם ביקורות טובות, ואם אתה מוזכר במגזין כלשהו או זוכה בפרס, אז בכיף ציין זאת.

אבל זה לא הנשק האולטימטיבי שלך למשיכת לקוחות.

הנה הדרך היעילה ביותר לגרום לאנשים לרצות לקנות:

אם שווה להשוויץ, אז תשוויץ בזה

הנה דוגמה לשתי מודעות מוצלחות של עסק גינון:



Sponsored

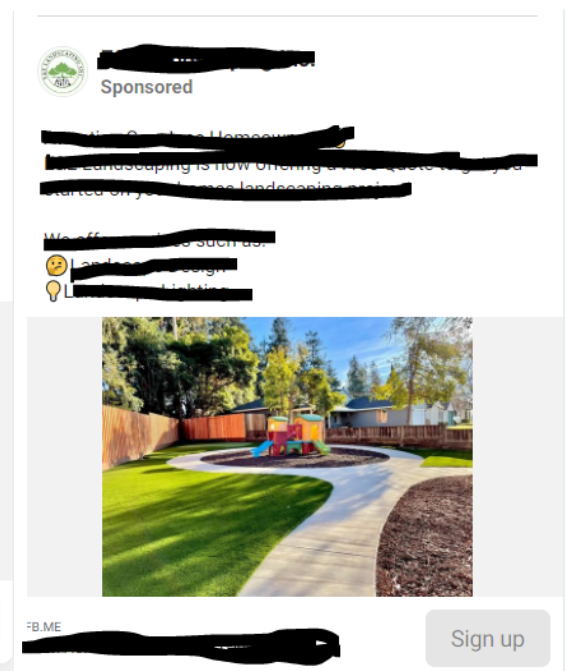
Landscaping is now offering a new service to help you get started on your home landscaping project.

We offer services such as:

- Landscaping design
- Landscaping lighting

149.102.140.106

Sign up



Sponsored

Landscaping is now offering a new service to help you get started on your home landscaping project.

We offer services such as:

- Landscaping design
- Landscaping lighting

B.M.E.

Sign up

תסתכל על התמונות. את שם לב מה הדבר העיקרי שהמודעה מתרכזת בו?

זה לא ביקורות מהלקוחות שלהם...

לא שנות הניסיון שלהם...

אלה התוצאות שהם מביאים.

זה הדבר שהכי ממנו אכפת לאנשים.

אז אם יש לך מוצר או שירותים שנראים מדהים, הקפד להשוויץ בהם.

עכשיו מה לגבי מקרים שבהם אתה לא יכול ויזואלית להראות את התוצאה הסופית? מה אם אתה כירופרקט שמטפל בכאבי גב ואינך יכול לשים תמונה של עמוד השדרה של הלקוח שלך. במקרים כאלו אתה רוצה לספר את הסיפור של הלקוח שלך.

אל תציג ביקורת גנרית כמו:

"מטפל מדהים, דואג לכל המשפחה המורחבת שלנו, טיפולים מקצועיים, שירות אדיב ומחירים ממש משתלמים."

במקום זה, תבקש מהלקוח שלך לדבר על התהליך שהוא עבר:

"לפני שמצאתי את יוסי סבלתי מ(בעיה), זה השפיע עליי בתחום הזה והזה, ניסיתי לפתרון את זה על ידי של (פתרון כושל) וכלום לא עזר לי, בזכות יוסי אני יכול עכשיו לעשות (משהו חיובי), החיים שלי הרבה יותר טובים בתחום הזה והזה"

הבנת את הרעיון.

אז זכור, אם המוצר שלך מהמם, אל תתבייש להראות אותו.

כל דבר אחר כמו ביקורות, פרסים וכו' עדיין ראויים להזכיר, אבל הפוקוס העיקרי צריך תמיד להיות התוצאה הסופית/השינוי.

מקווה שנהנית מהמאמר הזה.

נדבר בקרוב,

תומר.

נ.ב. אם אתה רוצה שנבחן את תוכנית השיווק שלך ונראה מה נוכל לעשות עבורך, צור קשר כאן:

Translated Version Draft 2

דבר אחד שחברות מצליחות עושות ממש טוב

אני עומד לספר לך משהו שאולי ישמע קצת מאיים, אבל הוא לטובתך.

גם אם יש לך את המוצר/שירותים הכי טובים בעולם, אם לא תיישם את מה שאני עומד לשתף איתך, החברה שלך צפויה להתמודד עם קשיים.

מדובר על אלמנט שקשור לשיווק שלך שלדעתי חשוב לא פחות מאיכות המוצר שלך.

וכאשר מיישמים אותו בצורה לא נכונה, הוא משפיע על האופן שבו אנשים תופסים את העסק שלך, כמה כסף הם מוכנים לשלם לך, והאם הם יבחרו בך או במתחרים שלך.

הנה על מה מדובר:

רוב העסקים משווקים את עצמם בצורה לא נכונה.

בכל פעם שהם מנסים להוכיח למה כדאי לקנות מהם, הם נוטים לדבר על הניסיון שלהם, ביקורות מלקוחות מרוצים ובלה בלה בלה.

כל המידע הזה נחמד, אבל יש משהו הרבה יותר חזק שאתה יכול להראות בשביל כמעט לאלץ אנשים לקנות.

לפני שנעבור עליו, בואו נסתכל על הדברים שהלקוחות שלכם לא כל כך מתרשמים מהם, אבל אתם כנראה חושבים שהם סופר חשובים.

כל זה משני

- ביקורות בכתב.

כמו שאמרתי קודם, ביקורות זה לא הדבר שהכי חשוב ללקוחות שלך.

ברור, חשוב שהיו עליכם ביקורות טובות, אבל אנשים יודעים שדי קל לזייף אותם.

כל בעל עסק יכול להיכנס לאתר שלו מחשבון גוגל אחר ולכתוב מאות ביקורות.

- הוכחה חברתית ממגזינים או עיתונים.

כיום כל חברה מוזכרת איפשהו אז זה כבר לא כזה מרשים.

רק אם יש על העסק שלך כתבה בעיתון כמו וואלה או כלכליסט אז אנשים באמת התפעלו.

- פרסים שהחברה שלך זכתה בהם

אנחנו מבינים שאתה מעריך את הפרסים שלך כי עבדת קשה כדי לזכות בהם, אבל בוא נהיה כנים, הלקוחות שלך כנראה לא מכירים את הארגון שנתן לך אותם.

כל מה שציינתי עד כה אינו חסר חשיבות.

ברור שחשוב שהיו עליכם ביקורות טובות, ואם אתה מוזכר במגזין כלשהו או זוכה בפרס, אז בכיף ציין זאת.
אבל זה לא הנשק האולטימטיבי שלך למשיכת לקוחות.

הדרך היעילה ביותר לגרום לאנשים לרצות לקנות היא...

... אז לא ביקורות של לקוחות.

...לא ההישגים או שנות הניסיון שלך.

הסוד הוא תוצאה סופית מרשימה.

וזו גם הסיבה שאם התוצאה הסופית של השירות שלך נראה טוב לעין, אז הקפד להשוויץ בה בפרסום שלך.

לדוגמא:

אתה צלם? תריץ מודעות שמראות תמונות יפות שצילמת.

מעצב נוף? תראה גינה שעיצבת.

עכשיו מה לגבי מקרים שבהם אתה לא יכול ויזואלית להראות את התוצאה הסופית?

במקרים האלה הדבר הטוב ביותר שאתה יכול לעשות הוא להקליט סרטון של הלקוחות שלך אומרים את הדבר הבא:

"לפני שמצאתי את יוסי סבלתי מ(בעיה),

זה השפיע עלי בתחום הזה והזה.

ניסיתי לפתור את זה על ידי של (פתרון כושל) וכלום לא עזר לי.

בזכות יוסי אני יכול עכשיו לעשות (משהו חיובי), החיים שלי הרבה יותר טובים בתחום הזה והזה"

בקיצור, תארו את התהליך שהם עברו ואיך החיים שלהם השתנו.

אז לסיכום, אם יש לך שירות/סיפור ששווה להשוויץ בו, אז תשוויץ בו.

מקווה שנהנית מהמאמר הזה.

נדבר בקרוב,

תומר.

נ.ב. אם אתה רוצה שנבחן את תוכנית השיווק שלך ונראה מה נוכל לעשות עבורך, צור קשר כאן:

Translated Version Draft 3

דבר אחד שחברות שעסקים מצליחים עושים ממש טוב

אני עומד לספר לך משהו שאולי ישמע קצת מאיים, אבל הוא לטובתך.

גם אם יש לך את המוצר/שירותים הכי טובים בעולם, אם לא תיישם את מה שאני עומד לשתף איתך, החברה שלך צפויה להתמודד עם קשיים.

מדובר על אלמנט שקשור לשיווק שלך שלדעתי חשוב לא פחות מאיכות המוצר שלך.

וכאשר מיישמים אותו בצורה לא נכונה, הוא משפיע על האופן שבו אנשים תופסים את העסק שלך וכמה הם מוכנים לשלם לך.

הנה על מה מדובר:

רוב העסקים משווקים את עצמם בצורה לא נכונה.

בכל פעם שהם מנסים להוכיח למה כדאי לקנות מהם, הם נוטים לדבר על הניסיון שלהם, ביקורות מלקוחות מרוצים ובלה בלה בלה.

כל המידע הזה נחמד, אבל יש משהו הרבה יותר חזק שאתה יכול להראות בשביל כמעט לאלץ אנשים לקנות.

לפני שנעבור עליו, בואו נסתכל על הדברים שהלקוחות שלכם לא כל כך מתרשמים מהם, אבל אתם כנראה חושבים שהם סופר חשובים.

כל זה משני

- ביקורות בכתב.

כמו שאמרתי קודם, ביקורות זה לא הדבר שהכי חשוב ללקוחות שלך.

ברור, חשוב שהיו עליכם ביקורות טובות, אבל אנשים יודעים שדי קל לזייף אותם.

כל בעל עסק יכול להיכנס לאתר שלו מחשבון גוגל אחר ולכתוב מאות ביקורות.

- הוכחה חברתית ממגזינים או עיתונים.

כיום כל חברה מוזכרת איפשהו אז זה כבר לא כזה מרשים.

רק אם יש על העסק שלך כתבה בעיתון כמו וואלה או כלכליסט אז אנשים באמת התפעלו.

- פרסים שהחברה שלך זכתה בהם

אנחנו מבינים שאתה מעריך את הפרסים שלך כי עבדת קשה כדי לזכות בהם, אבל הלקוחות שלך כנראה לא מכירים את הארגון שנתן לך אותם.

כל מה שציינתי עד כה אינו חסר חשיבות.

ברור שחשוב שהיו עליכם ביקורות טובות, ואם אתה מוזכר במגזין כלשהו או זוכה בפרס, אז בכיף ציין זאת.

אבל זה לא הנשק האולטימטיבי שלך למשיכת לקוחות.

הדרך היעילה ביותר לגרום לאנשים לרצות לקנות היא...

... לא ביקורות מלקוחות מרוצים.

...לא הבטחה שיש לך הרבה שנות נסיון בתחום.

הסוד הוא לדעת להשוויץ בתוצאה הסופית של העבודה שלך.

אתה צלם? תריץ מודעות שמראות תמונות יפות שצילמת.

מעצב נוף? תראה גינה שעיצבת.

עכשיו מה לגבי מקרים שבהם אתה לא יכול ויזואלית להראות את התוצאה הסופית?

במקרים האלה הדבר הטוב ביותר שאתה יכול לעשות הוא להקליט סרטון של הלקוחות שלך אומרים את הדבר הבא:

"לפני שניגשתי ל(עסק שלך) סבלתי מ(בעיה),

ניסיתי לפתור את זה על ידי (פתרון כושל) וכלום לא עזר לי.

אודות ל(עסק שלך) אני לא סובל יותר מ(בעיה) והחיים שלי הרבה יותר טובים.

סרטון שמסביר את השינוי שהם עברו.

אז לסיכום, תדאג להראות את התוצאה הסופית של העבודה שלך.

מקווה שנהנית מהמאמר הזה.

נדבר בקרוב,

תומר.

נ.ב. אם אתה רוצה שנבחן את תוכנית השיווק שלך ונראה מה נוכל לעשות עבורך, צור קשר כאן.