

9 фреймворков написания заголовков-текстов для рекламы, воронок и сайтов

Фреймворки:

1. AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)

- **Attention:** Захватите внимание вашей целевой аудитории с помощью яркого заголовка или визуального элемента.
- **Interest:** Удержите их внимание, предоставив интересную информацию, которая касается их потребностей или проблем.
- **Desire:** Создайте желание использовать ваш продукт или услугу, выделив его преимущества и уникальные качества.
- **Action:** Подтолкните их к конкретному действию, например, нажатию на кнопку "Купить" или "Узнать больше".
- **Примеры**
 - **Attention:** "Экономьте \$10,000 и больше на мебели!"
 - **Interest:** "Арендуйте мебель с FurniFlex и наслаждайтесь бесплатной доставкой и установкой по всему Дубаю."
 - **Desire:** "Сэкономьте от \$10,000 и получите возможность выкупа мебели после 24 месяцев."
 - **Action:** "Узнайте больше и получите предложение сегодня!"

2. PAS (Problem, Agitate, Solve)

- **Problem:** Определите проблему, с которой сталкивается ваша целевая аудитория.
- **Agitate:** Усиьте эту проблему, показав, какие последствия она может иметь.
- **Solve:** Предложите ваше решение и объясните, как ваш продукт или услуга помогает решить эту проблему.
- **Примеры**

- **Problem:** "Устали от больших затрат на мебель?"
- **Agitate:** "Покупка мебели может быть дорогой и неудобной."
- **Solve:** "С FurniFlex вы можете арендовать мебель, сэкономив до \$10,000, и получить бесплатную доставку и установку по всему Дубаю."

3. 4U (Urgent, Unique, Useful, Ultra-specific)

- **Urgent:** Создайте чувство срочности, чтобы побудить людей действовать сразу.
- **Unique:** Показать уникальность вашего предложения.
- **Useful:** Объясните, как ваше предложение полезно для аудитории.
- **Ultra-specific:** Будьте максимально конкретны в своем предложении.
- **Примеры**
 - **Urgent:** "Обставьте дом за \$500 прямо сейчас!"
 - **Unique:** "FurniFlex предлагает аренду мебели с бесплатной доставкой и установкой по всему Дубаю."
 - **Useful:** "Всего \$500, чтобы обставить ваш дом или офис."
 - **Ultra-specific:** "Аренда включает бесплатную доставку и профессиональную установку."

4. BAB (Before-After-Bridge)

- **Before:** Опишите ситуацию до использования вашего продукта или услуги.
- **After:** Покажите, как изменилась ситуация после использования.
- **Bridge:** Объясните, как ваш продукт или услуга помогли достичь этих изменений.
- **Примеры**
 - **Before:** "Платите тысячи за мебель?"
 - **After:** "Сэкономьте до 50% и наслаждайтесь бесплатной доставкой и установкой с FurniFlex!"
 - **Bridge:** "Арендуйте мебель с гибкими условиями и возможностью выкупа после 24 месяцев."

5. QUEST (Qualify, Understand, Educate, Stimulate, Transition)

- **Qualify:** Определите, подходит ли ваша аудитория под целевую категорию.
- **Understand:** Поймите и объясните их потребности и желания.

- **Educate:** Обучите их, предоставив полезную информацию о вашем продукте или услуге.
- **Stimulate:** Стимулируйте их интерес, демонстрируя преимущества.
- **Transition:** Переходите к призыву к действию, побуждая их совершить покупку или другое целевое действие.
- **Примеры**
 - **Qualify:** "Ищете экономичный способ меблировать дом?"
 - **Understand:** "Покупка мебели может быть дорогой и неудобной."
 - **Educate:** "С FurniFlex вы можете арендовать мебель, сэкономив до \$10,000, с бесплатной доставкой и установкой."
 - **Stimulate:** "Наша мебель подходит для любой комнаты и бюджета."
 - **Transition:** "Узнайте больше и получите предложение сегодня!"

6. SLAP (Stop, Look, Act, Purchase)

- **Stop:** Остановите внимание пользователя с помощью привлекательного заголовка или изображения.
- **Look:** Удержите их внимание интересным содержанием.
- **Act:** Призовите к конкретному действию.
- **Purchase:** Попросите совершить покупку или другое конверсионное действие.
- **Примеры**
 - **Stop:** "Меблируйте дом всего за \$500!"
 - **Look:** "Арендуйте мебель с бесплатной доставкой и установкой по всему Дубаю."
 - **Act:** "Закажите аренду мебели сейчас!"
 - **Purchase:** "Узнайте больше и получите предложение!"

7. FAB (Features, Advantages, Benefits)

- **Features:** Опишите особенности вашего продукта.
- **Advantages:** Объясните, какие преимущества эти особенности дают.
- **Benefits:** Поясните, какую выгоду получит клиент от этих преимуществ.
- **Примеры**
 - **Features:** "Аренда мебели на срок до 24 месяцев."
 - **Advantages:** "Бесплатная доставка и установка, гибкие условия."

- **Benefits:** "Экономьте до \$10,000 и выкупайте мебель после 24 месяцев."

8. The 5 Basic Objections (Need, Trust, Urgency, Money, Desire)

- **Need:** Показать необходимость вашего продукта.
- **Trust:** Создайте доверие к вашему бренду или продукту.
- **Urgency:** Создайте чувство срочности.
- **Money:** Обоснуйте стоимость и покажите ценность.
- **Desire:** Стимулируйте желание использовать ваш продукт или услугу.
- Примеры
 - **Need:** "Нужна качественная мебель по доступной цене?"
 - **Trust:** "FurniFlex – надежный партнер с отличными отзывами."
 - **Urgency:** "Начните арендовать мебель уже сегодня и получите бесплатную доставку!"
 - **Money:** "Сэкономьте до \$10,000 и арендуйте мебель всего за \$500 в месяц."
 - **Desire:** "Сделайте ваш дом уютным и стильным с арендованной мебелью от FurniFlex."