



Виды текстов для рекламы:



• Рекламные анонсы в социальных сетях

- «Полезные» письма
- «Полезные» анонсы
- «Полезные» статьи



I) Заголовок и состав письма

- От кого- белый подход (знакомые люди)
- От кого- спамерский подход (незнакомые люди)

II) Размер заголовка

- 50 символов
- 30 символов
- 3 слова

III) Заголовки для регулярной рассылки

- Актуальная новость
 - Ученые выяснили что.....
 - Придуман новый способ.....
 - Созданы новые технологии
- Бесплатно
 - Скачайте брошюру бесплатно.
 - Забирайте запись вебинара.
- Интрига или шуточная интрига.
 - Вы все взвесили?
 - Посмотрите, что мы наделали.

IV) Заголовки продающей рассылки

- Самолюбие
 - Вам присвоен статус «Привилегированный клиент»
 - Вы получили статус «Голд»

- Интрига
- Пообещайте выгоду

-Купите 2 продукта по специальной цене.

-Купите набор и получите подарок.



V) Текст рассылки

- 80% пользы
- 20% рекламы
- Рекламный блок внизу
- Рекламные ссылки и крючки в тексте



VI) Обращение

- Обращение по имени
- Обращение в стиле «унисекс»

- Коллега

- Читатель

- Клиент

- специально для Вас

VII) Чтобы повысить открываемость без имени, указать в заголовке:

- название компании
- прошлый заказ
- город или регион (специально для москвичей)
- погода и конверсия

Октябрь, рассылка товаров для тепла.



VIII) Event- рассылка

1) В письме 2 части склеены вместе

- Повод- почему обращаетесь
- Продажа – маркетинговое предложение

2) Заголовки Event-рассылки

- Все принципы продающей рассылки
- Поздравление с праздником



IX) Серия продающих писем

В данном случае должно быть не менее 3-х писем.

Анонс акции

- 3 письма
- Регулярность 2-4 дня
- Накал эмоций
 - Письмо №1: Анонс+ ограничение
 - Письмо №2: «Тревожный» повтор + ограничение
 - Письмо №3: «Даю последний шанс»