

7 Element Copywriting

Cara Merancang Iklan yang Sulit ditolak



a Present from Dewangga



7 ELEMENT COPYWRITING

Cara Merancang Iklan yang Sulit Ditolak

Dewangga Nuzulumay

Entrepreneur - Marketing Enthusiast

PERNAH KESULITAN SAAT MENULIS IKLAN?

Di zaman sekarang, ada banyak sekali referensi tentang ilmu copywriting.

Saking banyaknya, banyak sekali teman-teman yang baru belajar menulis copywriting jadi bingung harus menulis apa.

Setelah belajar, bukannya mengerti, tapi tambah pusing, hehe

Karena itulah Saya membuat ebook ini.

Ebook ini berisi salah satu pendekatan yang bisa digunakan untuk menulis copywriting. Yaitu dengan cara melengkapi sesuatu bernama **ELEMEN COPYWRITING**

Copywriting bukan tulisan yang asal jadi.

Ada poin-poin yang perlu Anda lengkapi agar iklan Anda enak di baca dan tentunya menghasilkan penjualan. Poin-poin disebut dengan elemen copywriting.

“Copywriting Bukan Tulisan Asal Jadi”

Secara umum, elemen copywriting terbagi menjadi 7 bagian. 7 Hal itu adalah

1. Headline
2. Pengantar
3. Detail Manfaat
4. Penawaran
5. Alasan
6. Call to Action, _ dan
7. Nota Bene

Apa saja penjelasannya ini??

Oke, kita bahas satu persatu ya. ^^

Elemen Pertama, HEADLINE

Secara sederhana, Headline adalah kalimat awal yang ada dalam copywriting Anda. Bisa di katakan, headline adalah bagian yang sangat penting dalam iklan Anda.

Riset mengatakan, dari 10 orang yang menerima iklan, hanya 2 orang yang memutuskan untuk membaca iklan sampai selesai. Apa artinya ini?

Artinya orang-orang akan memutuskan lanjut baca atau tidak setelah mereka membaca headline iklannya.

Tugas headline adalah membuat orang tertarik dan penasaran dengan apa yang mau Anda sampaikan.

Jika headlinenya biasa-biasa saja, maka bisa di pastikan keseluruhan iklan Anda tidak akan di baca. Dan ketika iklan tidak di baca, itu berarti tidak ada penjualan. ^^

Inilah mengapa, banyak profesional mengatakan bahwa headline itu sangat penting. Bahkan beberapa orang mengaku, saat membuat copywriting, mereka membutuhkan waktu yang lama dalam menyusun headline.

Bayangkan ketika headlinenya biasa-biasa saja,

Misal headlinenya isinya . .

- DISKON 5%!

- AYO BELI

Maka orang yang menerimanya akan nyeplos

- Terus kenapa?

- Emang gue pikirin

- Gak penting deh

dan kalimat-kalimat sejenisnya, hehe.

“Kegagalan Copywriting Di Mulai dari Gagal Merancang Headline yang Menarik”

Karena inilah, Salah satu yang harus Anda perhatikan saat menulis copywriting adalah Apakah headline Anda sudah sangat menarik dan membuat pembacanya penasaran??

Jika belum, maka jangan sebar copywriting Anda.

Elemen Kedua, PENGANTAR

Terkadang, ada orang-orang yang berhasil memancing prospek untuk membaca iklan mereka, tapi sayangnya, setelah headline mereka langsung menyodorkan produk.

Ini mirip seperti tamu yang tidak sopan. Setelah pintu di buka, kemudian si tamu langsung masuk rumah padahal belum di persilahkan. Jika ini di lakukan dalam copywriting, maka bisa di pastikan hasil copywritingnya kecil. Bahkan dalam banyak kasus, copywritingnya tidak menghasilkan penjualan satupun. ups

jadi, apa yang seharusnya di lakukan?

Sebaiknya, sebelum menawarkan sesuatu, Anda memulainya dengan kalimat-kalimat pengantar.

Kalimat pengantar ini bisa berupa cerita, fakta-fakta, hasil riset, pertanyaan, menceritakan latar belakang, atau berbentuk sapaan.

Buatlah tulisan yang bisa menyambungkan headline dengan produk Anda.

Inti dari pengantar adalah pendekatan dulu.

Buat pembaca Anda hanyut, dan mengangguk saat membaca bagian ini. Semakin di baca, semakin membuat pembacanya larut dalam tulisannya.

Memang tahap ini menantang.

Tapi jika Anda bisa melakukannya, maka akan memudahkan Anda dalam menjual sesuatu.

Jadi, setelah headline, jangan lupakan bagian pengantar ya. ^^

Pada dasarnya orang tidak suka di jual.

Karena itu, pendekatan dulu baru jualan.

Jika pendekatan Anda salah, maka hasilnya bermasalah.

Elemen Ketiga, DETAIL MANFAAT

Di bagian inilah Anda mulai memperkenalkan produk Anda.

Jelaskan manfaat produk Anda.

Jika manfaatnya banyak, Anda bisa gabungkan 3 manfaat dalam 1 paragraf atau Anda bisa menuliskannya dalam poin-poin.

Ingat ya, Yang di ceritakan adalah manfaatnya.

Banyak orang di bagian ini sibuk menceritakan fitur produk.

Padahal, fitur dengan Benefit (manfaat) itu berbeda.

Misal Anda jual obat.

Maka jangan ceritakan komposisinya, karena tidak ada yang peduli dengan itu, kecuali jika ada yang tanya, hehe.

Calon pembeli ingin tahu produk Anda bisa apa, mereka tidak peduli dengan cara buatnya.

Orang beli shampoo untuk menghilangkan ketombe, karena aromanya.

Orang beli pakaian karena desainnya, karena ukurannya pas, karena bahannya nyaman.

Orang beli makanan, karena itu enak, karena rasanya, karena mereka penasaran.

Orang mendaftar jadi reseller, karena peluangnya, karena produknya mudah di jual.

Kata kuncinya adalah manfaat produk atau jasa yang Anda tawarkan. Itulah yang seharusnya Anda ceritakan.

“Ketika Orang Paham dengan yang Anda Jual, Maka Kemungkinan Produk Anda Terbeli akan Semakin Besar”

Sebagai tambahan

Di bagian ini kalau perlu ceritakan perbedaan produk Anda dengan produk kompetitor. Tonjolkan hal-hal yang uniknya.

Tapi ingat, cukup ceritakan kelebihan Anda tanpa perlu menjelekan orang lain ya, hehe

Elemen Keempat, PENAWARAN

Inilah kunci agar copywriting Anda di respon pembacanya.

Yaitu penawaran.

Bagian sebelumnya, hanya menceritakan produk Anda.

Tapi bagian ini yang akan menggerakkan pembaca untuk tertarik.

Terkadang, orang membeli bukan semata-mata karena butuh produknya. Terkadang, orang membeli karena penawarannya menarik. Jadi, buatlah penawaran yang bahkan Anda sendiri tidak bisa untuk menolaknya.

Penawaran yang umum di gunakan ada 3

Pertama, Bonus spesial

Kedua, Potongan harga

Ketiga, Kemudahan

Jika Anda bisa, berikan bonus untuk setiap pembelian. Sebaiknya bonus yang di berikan juga bonus yang berkualitas. Karena semakin berkualitas bonusnya, semakin membuat orang tertarik. Apalagi jika bonusnya berkualitas dan jumlahnya banyak, hehe

Kemudian potongan harga, atau orang menyebutnya dengan diskon.

Tidak bisa di pungkiri, bahwa ketika kita bisa mendapatkan sesuatu dengan harga yang jauh lebih hemat, itu adalah sebuah kesenangan tersendiri, hehe

Nah, hal ini juga berlaku untuk calon pembeli Anda.

Sesekali berikanlah penawaran potongan harga.

Jelaskan nominal yang bisa mereka hemat, dan tonjolkan harga setelah di potong diskon. Buat itu seolah-olah murah, maka copywriting Anda akan sangat membius, hehe

Lalu bagaimana jika Anda tidak bisa memberikan bonus atau potongan harga?

Artinya fokus ke penawaran ketiga, yaitu kemudahan.

Berikan kemudahan untuk pembaca iklan Anda. Apakah kemudahan transaksi, kemudahan pengiriman, atau kemudahan lainnya.

Kemudahan akan memancing pembaca copywriting Anda untuk tertarik.

“3 Penawaran yang biasa digunakan. Bonus, Potongan Harga, Kemudahan”

Elemen Kelima, ALASAN

Kebanyakan orang saat menulis copywriting, mereka lupa menyertakan alasan kenapa produknya harus di beli sekarang.

Produknya sudah bagus, penawarannya sudah menarik, tapi tidak ada alasan yang kuat kenapa produk itu harus di beli tanpa menunda. Sehingga, copywritingnya tidak bertenaga, dan tidak menghasilkan apa-apa.

Karena itu, tugas kita adalah Setelah menjelaskan semuanya, maka yakinkan pembaca copywriting kita untuk melakukan sesuatu. Sudah di yakinkan saja masih ada yang ragu, apalagi jika tidak di yakinkan, hehe.

Meyakinkannya dengan apa??

Bisa mainkan 3 hal ini

Cara pertama. Cantumkan testimoni pengguna sebelumnya, karena orang lebih percaya apa kata pengguna produknya di banding kata penjualnya, hehe

Cara kedua, berikan garansi, adanya garansi akan mengikis keraguan pembaca iklan Anda, karena pada dasarnya orang cenderung mencari rasa aman, apalagi jika mereka harus keluar uang dalam jumlah yang besar.

Cara ketiga, cantumkan batasan, selama tidak ada batasannya, maka calon pembeli bebas menunda. Karena itu, cantumkan hal ini. Bisa dengan memberikan batasan berupa jumlah produk, atau memberikan batasan waktu transaksi.

Dari ketiga hal diatas, pilih salah satu atau gabungkan hal-hal yang cocok dengan bisnis Anda.

Elemen Keenam, CALL TO ACTION

Atau biasa di singkat dengan CTA

Bagian ini bertujuan untuk mengarahkan seseorang untuk melakukan sesuatu setelah membaca copywriting Anda.

Tanpa call to action, maka copywriting Anda kurang kuat, dan membuat pembacanya hanya menikmati tulisan Anda.

Jadi, Anda ingin calon pembeli melakukan apa setelah membaca copywriting Anda?

Apakah membalas pesan?

Menghubungi nomor tertentu?

Menekan link beli?

Mendaftarkan dirinya?

Atau apapun, maka tuliskan disini.

Elemen Ketujuh, NOTA BENE

Alias NB, atau catatan yang di tulis di bagian terbawah pesan.

Fungsi bagian ini untuk meyakinkan lagi pembaca agar segera mengambil keputusan.

Perjelas batasannya, agar memperkuat alasan kenapa calon pembeli Anda harus action sekarang tanpa di tunda.

Akhirnya. .

Itulah elemen copywriting yang perlu Anda masukan saat Anda menulis iklan Anda.

Jika Saya sampaikan ulang, maka urutannya seperti ini

Mulailah dengan headline yang memancing penasaran.

Kemudian tuliskan kalimat-kalimat pengantar agar pembaca tidak risih dengan pesan Anda.

Setelah Anda melakukan ini, maka mulai jelaskan detail manfaat produk Anda.

Cantumkan penawaran yang kuat.

Lalu berikan alasan kenapa produknya harus di beli sekarang bukan nanti-nanti.

Arahkan pembaca untuk melakukan sesuatu.

Dan tutup pesannya dengan catatan untuk meyakinkan pembaca agar segera mengambil keputusan.

Gimana?

Sudah ada gambaran kan. . ^^

Saya akan berikan satu contoh bagaimana cara menggabungkan semua frasa ini agar jadi satu copywriting utuh.

Hm. .

Misal Saya ingin memasarkan program belajar di entrepreneurID. Maka Copywritingnya jadi seperti ini.

(1) Sekarang Anda bisa menghasilkan lebih banyak uang dari bisnis yang Anda miliki

(2) Jadi ceritanya, banyak orang curhat ke Saya bahwa bisnis mereka bermasalah.

Mereka mengatakan bahwa mereka kesulitan menjual produknya. Ada juga yang cerita kalau sering dapat calon pembeli yang hanya tanya-tanya tapi tidak membeli.

Atau ada juga yang cerita bulan berganti bulan, tapi hasil jualannya tidak ada peningkatan.

Memang, bisnis penuh dengan tantangan.

(3) Oleh karena itu, biasanya Saya merekomendasikan kepada yang curhat ke Saya untuk belajar bisnis di entrepreneurID aja.

Manfaatnya banyak.

Ilmunya aplikatif, materinya runut, penjelasannya mudah dicerna, dan kalau bingung bisa konsultasi.

Nanti belajar banyak hal.

Mulai dari mindset bisnis, ilmu penjualan, bahkan sampai cara meningkatkan penghasilan.

Mau?

(4) *Beruntungnya .*

Untuk yang daftar sekarang akan dapat Diskon Spesial.

Jadi hemat Rp. 100.000 dari biaya normalnya.

(5) *Sampai detik sudah 10.000 lebih orang yang resmi terdaftar sebagai alumni.*

Syukurlah, beberapa laporan kalau

- Sekarang sudah punya gambaran cara memulai bisnis dengan baik seperti apa

- Bisnisnya semakin berkembang

- Awalnya kesulitan keuangan, sekarang bisa memiliki penghasilan rutin senilai jutaan

(6) *Lalu cara daftarnya bagaimana?*

Silahkan balas pesan ini dengan "SAYA SIAP BELAJAR BISNIS", nanti Saya akan bantu mendaftarkan Anda

(7) *Oh ya, hampir lupa, potongan biaya pendaftaran hanya berlaku sampai akhir bulan saja ya. Jika ingin hemat dan merasakan banyak manfaat, maka waktu terbaik adalah daftar sekarang*

Jujur saja, Copywriting barusan itu dibuat secepat kilat, hehe

Saya buatkan untuk memberikan gambaran bahwa

- (1) adalah Headline
- (2) adalah pengantar
- (3) adalah Detail Manfaat
- (4) adalah Penawaran
- (5) adalah Alasan
- (6) adalah CTA
- (7) adalah NB

Sekarang, Saya yakin Anda sudah punya gambaran membuat iklan. Syukurlah. ^^

Jangan lupa untuk terus mengasah kemampuan.

Selalu tes dan ukur hasil iklan yang Anda buat.

Nanti akan tiba masanya Anda jadi ahli dan iklan menjadi semakin profesional.

Pesan Saya,

Jangan mudah menyerah

Bisa menulis bukan berarti Anda sudah selesai belajar.

Di awal-awal, mungkin iklan yang Anda buat tidak langsung menghasilkan karena dalam iklan banyak faktor yang perlu di perhatikan, seperti siapa penerimanya, dan siapa penjualnya.

Jadi, sambil belajar materi copywriting lainnya, terus saja latihan buat iklan, nanti jualannya akan jadi laris juga, hehe

Kedua, jangan cepat berpuas diri

Dunia copywriting itu luas

Anda bisa belajar dari Kursus Online, buku, atau sumber ilmu lainnya.

Ilmu copywriting tidak selesai di bahas dalam ebook ini, ada banyak rahasia yang perlu Anda pelajari di luar sana, hehe.

Terus mencari ya.

Sekian dulu isi Ebook ini