1PS.RU

9 идей для рекламного заголовка

Клод Хопкинс, известный американский рекламист, как-то сказал: «*Мы выбираем то, что хотим прочитать, по заголовкам*». И это действительно так. От того, насколько будет привлекательным заголовок, зависит, станут читать ваш текст или нет.

Несколько идей работающих заголовков, проверенных нами на практике.

Идея 1. Заголовок в форме интригующего вопроса

Ничто не привлекает большего внимания, чем интрига в вопросе. Примеры таких вопросов: «Какой кофе считается лучшим в Бразилии?», «Что принимает от зубной боли стоматолог?», «Какой автомобиль считается самым дорогим в мире?», «Почему взрослые дикие кошки не умеют мяукать?»

Идея 2. Заголовок, содержащий причины

Озвучивая причины, Вы сразу говорите о преимуществах сотрудничества с Вами. «10 причин, почему поломоечные машины Karcher считаются лучшими в Европе», «5 самых непростительных ошибок вебмастера», «30 важных советов молодой мамочке», «9 признаков беременности».

Идея 3. Заголовок, ориентированный на потенциальных клиентов

Не ходите вокруг и около – обратитесь к целевой аудитории: «Родители, будьте аккуратны», «Специальное предложение для курящих», «Беременным читать обязательно». Лишние уйдут, а потенциальные клиенты обязательно обратят внимание.

Идея 4. Заголовок, сообщающий факт или новость

Сообщите интересный факт или новость: «Теперь безразборный ремонт двигателя – не сказка», «Мы знаем, как платить за электроэнергию в 2 раза меньше», «Я подрался с соседом. И это здорово».

Идея 5. Обратитесь к проблеме клиента

Определите основную проблему, которую помогает решить ваш товар или услуга, и сыграйте на этом. «Болит спина?», «Не знаете, где купить дрель ночью?», «Нужны дешевые парики из натурального волоса?», «Высокое давление?», «Сложности со сдачей налоговой отчетности?».

Идея 6. Запретите читать Ваш текст

Как только человеку что-то запрещают, первая мысль, которая возникает – сделать все наоборот. Примеры таких заголовков: «Беременным не читать!», «Если вы впечатлительны – не читайте текст дальше, он может шокировать», «Внимание! Следующие 3 абзаца предназначены только для мужчин!».

Идея 7. Используйте волшебные слова

Добавьте в заголовки волшебные слова «бесплатно», «выгодное предложение», «вся правда о…», «представьте,…», «все знают, что..» и другие. Великие копирайтеры советуют включать эти слова в заголовки для увеличения эффективности.

Идея 8. Придумайте провокацию

Известный копирайтер Дэвид Огилви использовал этот прием для своего любимого заголовка: «Пришлите нам доллар, и мы вылечим Ваш геморрой. Или оставайтесь со своим долларом и геморроем». Еще несколько примеров провокационных заголовков: «Помогите, меня считают идиотом», «Всего 1 минута наедине с ним кардинально изменила мою жизнь».

Идея 9. Балансируйте на грани

Все необычное и экстраординарное, как правило, очень сильно привлекает к себе внимание. Попробуйте использовать юмор в заголовках, необычные сочетания слов, непривычные ассоциации: «Сдаются копирайтеры в аренду, дорого», «Volkswagen Touareg, 2001 г.в. ищет папу», «Вы хотели бы почувствовать эффект белой обезьяны?». Нужно быть осторожным и тщательно тестировать подобные заголовки – будут они работать или нет.

И небольшой совет напоследок: цель заголовка в том, чтобы начали читать Ваш текст. Концентрируйтесь на этом при создании заголовка и не забывайте тестировать разные варианты.

С пожеланиями работающих заголовков,
Отдел копирайтинга Сервиса 1PS.RU

P.S. Больше полезных советов – в нашем блоге: http://1ps.ru/blog/