

## AIDA Copywriting

**A – Atentie**

**I – Interes**

**D – Dorinta**

**A – Actiune**

Un anumit lucru capteaza atentia clientului, daca e relevant, acesta devine interesat sa afle mai multe despre respectivul lucru. Daca serviciul corespunde nevoilor clientului acesta incepe sa si-l doreasca, insa trebuie sa fie motivat sa treaca imediat la actiune si sa cumpere produsul respectiv ignorand precautia fireasca pe care o are orice om in momentul in care trebuie sa scoata bani din buzunar.

### **A – Atentie:**

Cum captam, cum atragem atentia clientului ?

Nu chiar atat de simplu. De ce ? Pentru ca atat la telefon, cat si fata in fata avem la dispozitie cateva secunde pentru a capta atentia potentialului client.

Prima impresie conteaza foarte mult asa ca prima recomandare este sa zambiti.

Surprinde-l pe client. Una din metodele de impact este sa ii faci o surpriza, o surpriza placuta, care sa il apropie de tine in loc de o surpriza care sa-l sperie si sa-l faca sa fuga de tine.

Metoda prin care poti castiga atentia este sa incepi printr-o intrebare directa, deschisa, provocatoare, care sa aibe legatura cu domeniul sau de interes :

- Vi s-a intamplat vreodata sa ... ?
- Ati observat ca ... ?
- Cat de mult ... ?
- Stiti ca ... ?

Dupa ce am castigat atentia e cazul sa trecem la etapa urmatoare:

### **I – Interes:**

L-am facut atent, ne urmareste, e gata sa asculte ce avem de zis. Trebuie acum sa-i castigam interesul. Cum facem asta?

- Il lasam sa ne spuna care sunt problemele lui
- li prezentam solutii pe care le avem pentru rezolvarea problemelor lui
- li spunem o poveste despre cum produsul a ajutat pe altcineva, o marturie din partea unui client, etc.

Intotdeauna trebuie sa fim atenti si sa prezentam atat caracteristicile produsului pe care il vindem, dar mai ales beneficiile lui. Nu uitati "*Caracteristicile spun, beneficiile vand*".

Am ajuns sa il facem pe client sa fie interesat de produsul nostru, sa stie ca are nevoie de produsul nostru si ca acesta il poate ajuta, dar aceasta nu determina actiunea, aceasta fiind determinata de dorinta. Dorinta este factorul motivator care declanseaza actiunea.

## **D – Dorinta:**

Cum facem clientul sa isi doreasca produsul pe care i l-am propus? Nimic mai simplu.

Folosim cateva metode de marketing traditional, precum:

- Aratandu-le ca produsul nostru este valabil doar pentru o anumita perioada de timp si doar pentru un anumit numar de persoane
- Aratand cum alti oameni pe care ii cunoaste au achizitionat produsul si au fost multumiti de el ( marturii )
- Oferindu-i produsul pentru o perioada limitata de timp sa-l foloseasca fara nici un cost, sa il testeze gratuit.

Si acum sa facem clientul sa treaca la actiune . Tineti minte: in vanzari vorbim intotdeauna la prezent, niciodata la trecut sau la viitor, vanzarea trebuie sa aibe loc acum. Deci, sa facem clientul sa cumpere.

## **A – Actiune:**

Putem determina clientul sa cumpere produsul pe care il vindem oferindu-i o reducere pentru achizitionarea imediata sau un cadou care sa il atraga.

De altfel il putem impinge sa treaca la actiune raspunzandu-i la intrebari cu alte intrebari.

Exemplu: clientul intreaba "*Si daca produsul se strica am vreo garantie?*", noi raspundem: "*Bineinteles ! 90 de zile ! Deci va trimit acum produsul pe adresa ... ?*".