

כתיבת כותרת שיווקית מוצלחת

לכתיבת כותרת טובה חשיבות רבה כי היא זו בה נתקל הגולש בפעם הראשונה. הכותרת צריכה ללכוד את עינו ולגרום לו לצלול בתוך מה שכתוב בהמשך. להלן מספר סוגי כותרות אפשריים ודוגמאות מלוות, אותן אספתי מהרשת.

כותרת ציווי

הכותרת מצווה על הקורא לבצע פעולה מסוימת וצריכה להיות על קבלת תועלת.

דוגמאות

- התחל לכתוב את המסרים השיווקיים שלך באופן עצמאי ומקצועי!
- דוגמא לכותרת ציווי לא נכונה: "הזמן עכשיו את סדרת הטיפים שלי".
- אנחנו לא מצוים על הקורא להזמין את המוצר/שירות שלנו, אנחנו מצוים עליו לקבל את התועלת.
- התחילו להשיג לקוחות חדשים דרך הרשת

נסו גם אתם:

כותרת שאלה

סוג של דיאלוג סמוי עם הקורא. שאלה מוצלחת היא שאלה כמעט רטורית שהתשובה עליה היא "כן". הקורא יחפש תשובה על השאלה ויהיה סקרן לדעת מהי התשובה שלך ולאן השאלה שלך מובילה.

דוגמאות

- מה היית עושה לו יכולת להפסיק לעבוד ממחר בבוקר?
- מהי הדרך היעילה ביותר לשמר לקוחות ולהשיג לקוחות חדשים?
- "הורים לילדים בני 6 עד 9? בואו ללמוד על הקייטנה לאומנויות בחול המועד סוכות"
- כותרת שאלה, אמורה לשאול שאלה שכוללת בתוכה תועלת. אולם ישנה גם גרסת כותרת שאלה, שכוללת בתוכה בעיה. לדוגמא עסק המייעץ בנושא ניהול זמן, יכול לשאול:
"האם הספקת היום את כל מה שתכננת?"

נסו גם אתם:

כותרת כיצד/איך

כותרת מסוג שאלה, אך זוהי שאלה שצופנת בתוכה הבטחה לתת לקורא תשובה מוסמכת או שיטה אפקטיבית לבעיה של הקורא ומה הוא הולך ללמוד. גם כאן שואלים על התועלת.

דוגמאות

- כיצד נפטרים מכאבי גב תחתון?
- כיצד בוחרים לוגו מוצלח?
- כיצד משיגים לקוחות חדשים?
- איך להגדיל את הכנסתך תוך 6 חודשים?
- "איך ל..." (How To)

נסו גם אתם:

כותרת עדות

כותרת המובאת כציטוט מפי לקוח שהפיק תועלת משימוש במוצר או מקבלת השירות, היא אפקטיבית מאד, משום שהיא יוצרת אמינות אצל הקורא. גם כאן העדות היא על התועלת, ולא עדות כללית על המוצר/השירות. כשעושים שימוש בכותרת עדות, מומלץ לציין את השם המלא של האדם המעיד, אחרת זה לא נראה אמין.

דוגמאות

- הורדתי 20 קילו תוך חודש!
- מחזרתי את המשכנתא שלי וחסכתי אלפי שקלים בחודש!
- כך הגדלתי את ההכנסה החודשית שלי באלפי שקלים
- כותרת לא נכונה: "השתמשתי בערכת הדיאטה של רינה"

נסו גם אתם:

כותרת בעיה או בעיה/פתרון

הכותרת מציפה את הבעיה באופן ברור וכואב ומצמידה אליה את הפתרון. זו כותרת יעילה כי המוח האנושי מנסה לפתור בעיות, במיוחד כשהן נוגעות אליו אישית.

דוגמאות

- אם נמאס לך לשלם ביוקר על שיחות טלפון – תתחיל לדבר בסקייפ
- אם נמאס לך לקבל שירותים בכמה מקומות – קבל אותם מאתנו
- מאמן אישי יגרום לקריירה שלכם לנסוק – קרא כאן של שיטת חמשת השלבים לחילוץ קריירה תקועה (מבוסס על פתרון)
- מדשדש בקריירה שלא מתקדמת לשום מקום? קרא כאן על שיטת חמשת השלבים לחילוץ קריירה תקועה (מבוסס על בעיה)
- רוצה להיות עשיר? הקפד על 3 הכללים הללו

נסו גם אתם:

ותרת המציגה תועלת ברורה

לציין תועלת בכותרת ולא את התכונות.

דוגמאות

- שפר מאוד את כושר המכירה של אתר האינטרנט שלך עם מערכת דיוור אלקטרוני המתקדמת בישראל!
- הצטרף עכשיו לתוכנית החיסכון שתחסוך לך אלפי שקלים בחודש
- 24 שיעורים על איך לנצח את האוברדרפט
- להפיק את המירב מהאייפוד שלי
- הפתרון לאיתור מהיר של מסמכים

נסו גם אתם:

ותרת מספרית

הכותרת נותנת תחושה של נוסחה בדוקה ואמינה ויוצרת ציפייה ברורה שתוך מספר צעדים הקורא ירכוש ידע או מיומנות חדשה. ככל שהמספר בכותרת גדול יותר כך הוא מבטיח סקרנות רבה יותר.

דוגמאות

- 8 הטעויות הנפוצות של עסקים קטנים
- 9 צעדים קלים לגולש המתחיל
- 3 כללים חשובים לפני בחירת אינסטלטור
- 11 סיבות אטרקטיביות להכניס לשיווק שלך תוכן
- 50 קריאות לפעולה שיניעו את המבקרים בדף הנחיתה שלכם
- כך תחסכו 12% בצריכת הדלק של מכוניתכם
- "מסנן הקרינה שפועל ב-91.3% מהמקרים"
- כדי שהכותרת תהיה אמינה כדי לציין אחוז מדויק ולא אופטימלי כמו 100%, שנראה פחות אמין.
- כך תחסכו לכם 30% מהזמן שלכם ברכישה ממקום אחד

נסו גם אתם:

ותרת עם עובדות

לפעמים ציון פשוט של העובדות יכול להראות הכי אותנטי שיש, וכך להסיר הרבה התנגדויות שעלולות להתעורר אצל הגולשים שלכם בכותרת שיווקית רגילה.

דוגמאות

- השיטה שגרמה לחברת טבע להכפיל את מחזור המכירות שלה בשנת 2014
- קנה מחשב נייד של דל עם מסך מגע בעלות של 199 שקל בלבד למשך 36 חודשים
- ספר איכותי לניהול אפקטיבי של חברות הסוחרות עם סין
- רק השבוע ספר אלקטרוני ב- 19.99

נסו גם אתם:

שימוש במטפורות

הרבה פעמים אנשים יכולים להתחבר לסיפור טוב או מטאפורה מדויקת שמאפשרת להם לדמיין את המסר השיווקי אותו אתם רוצים להעביר.

דוגמאות

- בניית דף נחיתה באמצעות המערכת החדשה היא כה פשוטה שאפילו אנאלפבית יכול להצליח
- קראו על המכונית החדשה של BMW המשייטת במהירות של מטוס זעיר ללא טייס

נסו גם אתם:

שימוש במרכיב מעורר סקרנות

לאנשים יש צורך חזק להשלים תמונה ולכן סקרנות במינוח נכון, יכולה להניע אנשים להמשיך לקרוא. אנשים ישמחו להיכנס לפרסום בנושא אקטואלי, כאשר הכותרת יוצרת תחושה של מעודכן ועכשווי. כותרת על נושא שנוי במחלוקת גם היא יוצרת עניין ורצון להגיב. כותרת שאמורה לעורר סקרנות צריכה להיכתב במינוח הנכון. מכיוון שבמידה והגולשים ירגישו שאתם מנסים לפתות אותם עם משהו יותר מדי גרנדיוזי הם פשוט יתעלמו.

דוגמאות

- הטעות הקריטית ש- 90 אחוז מהמפרסמים בגוגל עושים וכיצד תוכל אתה להימנע ממנה
- הצצה לעולם המופלא של חוקרי הקוטב
- מתנת האירוסין שתשאיר את בת הזוג שלך בהלם
- 7 טעויות קריטיות שגברים עושים עם נשים
- סדרת הסרטונים אשר מגלה את...
- גלאקסי 2014 – כך תשיגו אותו לפני כולם

נסו גם אתם:

כותרת שלילית

הכותרת השלילית מתמקדת בדברים השלילים (בעיה/קושי) שיש לגולשים כיום, וכך גורמת להם להבין שאם ישאירו פרטים יצליחו להימנע מאותם דברים שליליים.

- לא נמאס לך לתת לכסף שלך לשכב בבנק ולקבל ריבית 0?
- חמשת המחסומים שבגללם הלקוחות לא מוצאים אותך
- לא נשבר לך ממחירי הדיור הגבוהים בתל אביב?

נסו גם אתם:

כותרת לחסרי זמן וסבלנות

כותרת כזו מדגישה שהפתרון שלכם הוא הכי מהיר, ודורש הכי פחות מאמץ לעומת כל דבר אחר ולכן גם לגולשים העסוקים כדאי מאוד לשים לב אליו.

- הקורס שיהפוך אותך למומחה איב"י תוך שבוע
- למי שרוצה לרדת במשקל בתוך שבוע זה בשבילך
- הקורס שיתן לך כישורי שיחה באנגלית תוך חודשיים
- 5 מתכונים קלים וטעימים לאנשים עסוקים
- איך לעשות גינה יפהפייה – המדריך לעצלנים

נסו גם אתם:

תחזיות וטרנדים

כל אחד רוצה לדעת מהו "הדבר הבא" ומהו הדבר הבא הגדול שיגיע. לשם כך כותרת שמכילה רמז או מידע לגבי הדבר הבא יכולה למשוך הרבה קוראים.

- טרנד חם שהגיע רק השנה מהעולם
- שמעתם כבר על הטרנד החדש של עולם האביזרים הלבשיים החכמים?
- איך יראה האייפון החדש? רמז הוא יהיה גמיש וקמור
- טרנד הבריאות שכובש את ארצות הברית
- טרנדים חמים בהלבשה תחתונה הישר מבית ויקטוריה סיקרטס

נסו גם אתם: