

Чек-лист проверки на основные ошибки при написании офферов

Ошибки при написании оффера, из-за которых вы теряете деньги:

- **не проводятся маркетинговые исследования;**

Не изучена досконально [ЦА] целевая аудитория, не выявлены потребности, возражения, боли и страхи, для последующего закрытия на оффере. Не изучены конкуренты, на предмет сильных и слабых сторон, для составления своего более сильного оффера на основе полученной информации.

- **несколько предложений объединяются в один оффер;**

Нельзя продать в одном предложении несколько товаров. Один оффер, один товар.

- **даются невыполнимые обещания;**

100 000 рублей за один день; Сбрось 10 килограмм за неделю. Ваше предложение должно быть реальным.

- **нет конкретики, предложение размыто;**

Ваше предложение должно быть конкретным и решать проблему Вашей целевой аудитории.

- **нет отстройки от конкурентов;**

В любой нише есть довольно большая конкуренция. Необходимо отстроиться от своих конкурентов. Проводя маркетинговые исследования в области участников рынка необходимо сформулировать свое уникальное предложение.

- **Два разных призыва к действию;**

Часто в предложениях встречаются две кнопки призыва к действию. Одна предлагает покупку, а другая оформить подписку. Так делать нельзя. Один

призыв к действию, если продажа в лоб, то продаем. Если регистрация в подписку, то регистрируем.

- **Большое количество полей в подписной форме;**

Каждое поле на подписной странице снижает конверсию в подписку. Чем меньше надо вводить данных пользователю, тем лучше.

Обязательно скачайте себе данный чек-лист!

P. S.

Внимание!!!

Любой оффер размещается на лендинге (продающей странице).

Наш проект подготовил для Вас бесплатный уникальный конструктор лендингов. Пройдите простую регистрацию по ссылке ниже, получите доступ к уникальному конструктору посадочных страниц и решите раз и навсегда проблему с подготовкой лендингов!

[Регистрация на мастер класс.](#)

P. S.

Даже одна из перечисленных ошибок делает оффер слабым и отпугивает клиентов, а все вместе они способны привести к полному сливу рекламного бюджета. Даже если вы допустили недочёты при составлении торгового предложения, следите за статистикой сайта (продающей страницы) и вы всегда сможете это исправить.

Полезные материалы по теме:

Что такое оффер - <https://ruinterbiz.ru/что-такое-offer.html>

Что такое лендинг и как его грамотно создать - <https://ruinterbiz.ru/что-такое-landing-pejdzh-prostim-slovami.html>

Первый экран продающей страницы - <https://ruinterbiz.ru/landing-page-pervi-ekran.html>

Составляем портрет целевой аудитории - <https://ruinterbiz.ru/sostavlyaem-portret-celevoi-auditorii.html>

Оффер по модели aida - <https://ruinterbiz.ru/aida-landing.html>

Оффер по модели РМРНС — «БОЛЬ» - <https://ruinterbiz.ru/pmphs-landing.html>

Что такое посадочная страница товара - <https://ruinterbiz.ru/что-такое-posadochnay-stranica-tovara.html>