

# И так пришло время создавать лонгрид (продающий текст):

Шаг 1. Берем все документы которые у нас есть на этом этапе:

- Исследование
- Большая идея и Уникальный механизм
- Бриф 3.0
- Неотразимый оффер

Шаг 2. Заходим на сайт <https://swiped.co/> и выбираем примеры для моделирования. Скачиваем себе через (“печать”).

Шаг 3. Выбираем одну из формул “Архитектуры убеждения” (всего их четыре).

Номер 1:

**Вводная часть:**

- Назовите проблему.
- Обещание решения болевой точки + обещание сэкономить время/деньги.
- Дразнящая история эмоционального открытия.
- Расскажите (подразните) об уникальном механизме, лежащем в основе решения.
- Указание на противоречивый характер механизма (это противоречит тому, что вам говорили раньше).
- Работайте над стимулированием продолжения чтения (Я отвечу на эту загадку для вас).
- Кратко затронуть тему скептицизма.
- Кратко упомяните о средствах повышения доверия.
- Квалификация - для кого это работает. Для всех ли? Для определенной группы? Обращайтесь к своему рынку.
- Включите несколько широких отзывов, если есть (о преимуществах, но не рассказывайте о продукте).

## **История которую рассказываем:**

- Кто я такой + факторы доверия, когда это уместно (например, врач или эксперт).
- «Я или кто-то из моих близких был таким же, как вы (испытывал боль)» - вот эмоциональная история об этом.
- Традиционные решения и советы не работают.
- Триггерное событие - проблема или болевая точка выросла до уровня, когда аватар осознает что-то должно измениться.
- Поиск истины/ответов.
- Дополнительно: Встречает мудрого «сэнсэя», который обещает открыть скрытую правду.

## **Уникальный механизм проблемы:**

- Объяснение «реальной причины» проблемы; у вас есть 99% ответа, но это недостающий 1%.
- Должно быть удивительным, возможно, даже континтуитивным.
- Подкрепляться элементами достоверности и доказательности.
- *Снимаем вину ("это не твоя вина")*.

## **Уникальный механизм решения:**

- Теперь, когда вы знаете истинную причину проблемы, это «реальное решение» на МАКРОуровне.
- Оно должно быть логически связано с проблемой.
- Например: Если причиной увеличения веса являются плохие бактерии, то решение - это новый способ избавить ваш кишечник от плохих бактерий.
- Как только у них есть МАКРО-решение (теория) - они копают глубже, чтобы доказать теорию (и проникнуть в МИКРО).
- Подкреплено элементами достоверности и доказательства, включая цитаты и научные источники.
- *Фактор эксклюзивности подчеркнуть (вы не сможете найти их больше нигде)*.
- *Отработка выражение которые возникнут в голове.*

## **Создание продукта + Раскрытие:**

- Теперь, когда аватар знает решение, он ищет версию «из коробки»; что-то, что просто закончит его поиски и решит проблему прямо на месте.
- Но обнаруживает, что «из коробки» не подходит.
- Приходится делать это самому и создавать новое решение.
- Начинает тестировать его или работать над ним. Возникают проблемы и неудачи.
- Но в конечном итоге успех/прорыв.
- Доказательство того, что продукт работает.

- Другие просят его.
- Продукт рождается.

### **Закрытие:**

- Детали продукта (что входит в комплект, что делает его особенным, уникальные выгоды).
- Обсудите и отбросьте другие альтернативы (дорогие, неэффективные, побочные эффекты, низкое качество, непроверенные).
- Дополнительные отзывы.
- Как использовать продукт.
- Необязательная срочность - обстоятельства которые могут помешать мне поделиться этим в любой момент.
- Дефицит: Спрос высок, предложение ограничено, запасы отсутствуют часто.
- Личная миссия - сделать все лучше - связана с эмоциями.
- Работа с ценой - другие "решения" более дорогостоящие, обойдутся дороже в обслуживании, последствия дорогие.
- Последствия бездействия дорогостоящи (стоимость может быть как материальной, так и нематериальной).
- Это решение лучше и сэкономит вам деньги, обычно оно стоит \$X, что является выгодной сделкой, но прямо сейчас вы можете получить его всего за \$Y!
- Умные люди покупают больше.
- Первый призыв к действию.
- Что произойдет после того, как вы нажмете на кнопку.
- Дополнительно: Ценные бесплатные бонусы.
- Гарантия - вы, скорее всего, получите отличный опыт, но если по какой-то причине не получите, никакого риска и никаких хлопот.
- Второй призыв к действию.
- Два варианта - вы можете продолжать страдать, а можете начать действовать сегодня и навсегда изменить свою жизнь; выбор за вами.
- Срочность 2 - Но вы действительно должны поторопиться, так как презентация заканчивается и нет никаких гарантий, как долго предложение будет доступно.
- Третий призыв к действию.
- Спасибо за просмотр/чтение.

### **ФАК:**

- Вернитесь к тому, чтобы стать их другом; помогите прояснить все недоразумения, которые могут у них возникнуть.
- Напомнить им о том, что представляет собой продукт, для чего он используется, как важно действовать сегодня, каковы условия гарантии и как купить!

Номер 2:

1. Заголовок
2. Открывающий абзац
3. Сформулируйте свое Уникальное Торговое Предложение
4. Перечислите причины поверить в то, что вы говорите
5. Список выгод программы (буллеты)
6. Отзывы от довольных клиентов
7. Укажите покупательские критерии (предупреждение: Не нанимайте \_\_\_\_, если они не соответствуют следующим X критериям!)
8. Укажите цену
9. Перечислите бонусы
10. Гарантия
11. Призыв к действию (что делать дальше)
12. P.S.

Номер 3:

1. Предзаголовок, показывающий, для кого предназначена программа
2. Привлекающий внимание заголовок с большим обещанием
3. Подзаголовок, в котором объясняется обещание
4. Сформулируйте проблему
5. Усильте проблему
6. Решите проблему
7. Детально опишите предложение:
  - Предложение
  - Буллеты с выгодами
  - Ответ на возражения
  - Указание цены
  - Гарантия
8. Дайте причину действовать ПРЯМО СЕЙЧАС (дефицит, дедлайн и так далее)
9. Призыв к действию (Сделайте это прямо сейчас!)
10. Предупредите о боли, которую они испытывают, если не выполнят это действие
11. P.S. Повторите, почему им нужно действовать ПРЯМО СЕЙЧАС.

Номер 4:

1. Предзаголовок, показывающий, для кого предназначена программа
2. Привлекающий внимание заголовок с большим обещанием
3. Подзаголовок, в котором объясняется обещание
4. Создание мгновенного доверия с помощью отзывов
5. Выстраивание интереса с помощью описания того, почему вы делаете обещание
6. Перечислите выгоды предложения в буллетах
7. Еще больше отзывов, показывающих, что вы даете обещаемые результаты
8. Выстраивание ценности и указание цены

9. Объясните, почему вы делаете такое выгодное предложение
10. Определите БЕСПЛАТНЫЕ бонусы за быстрое действие
11. Опишите свою гарантию
12. Заставьте читателя выполнить действие немедленно, сказав о дефиците или дедлайне
13. Напомните, что он потеряет, не действуя прямо сейчас
14. Призыв к действию (сделайте это прямо сейчас!)
15. P.S. Финальный бонус за быстрое действие

## Шаг 4: Загружаем все это в ИИ (я использую Gemini 2,5 Pro). И вводим промпт следующего содержания.

Привет, я хочу чтобы вы написали мне продающий текст моего курса который я буду размещать на Тильде. Я прикрепил вам все необходимые исследования и пример продающего текста в стиле которого я хочу получить результат.

Я так же прикрепил вам формулу по которой надо создать мой продающий текст. Я хочу чтобы вы задействовали максимальное количество психологических триггеров. Авторитет (Authority): Люди склонны доверять и следовать за экспертами. Предоставляя ценный контент, вы автоматически становитесь авторитетом в глазах аудитории . Взаимность (Reciprocity): Когда вы что-то даете людям бесплатно (ценный контент), у них возникает подсознательное желание отдать что-то взамен, например, купив ваш продукт . Доверие (Trust): Процесс запуска дает вам время, необходимое для построения доверительных отношений. Люди покупают у тех, кому доверяют . Ожидание (Anticipation): Создание ажиотажа и ожидания, как перед премьерой голливудского фильма. Люди начинают с нетерпением ждать ваш продукт . Симпатия (Likeability): Мы предпочитаем иметь дело с теми, кто нам нравится. Демонстрируя свою личность и общаясь с аудиторией, вы вызываете симпатию . События и Ритуал (Events and Ritual): Запуск превращается в событие, в котором люди участвуют вместе. Это создает сильную эмоциональную связь . Сообщество (Community): Люди любят быть частью чего-то большего. В процессе запуска вокруг вашего продукта формируется сообщество единомышленников . Дефицит (Scarcity): Ограничение по времени, количеству или специальным бонусам — мощнейший мотиватор к покупке. Дефицит заставляет людей принимать решение здесь и сейчас . Социальное доказательство (Social Proof): Когда люди видят, что другие интересуются продуктом, комментируют, ждут его и покупают, они с большей вероятностью сделают то же самое .

Не стесняйтесь писать много, мне нужен текст на 6-8 страниц формата А4 с одной стороны. Четко структурируйте его, сделайте продающие подзаголовки, буллеты списком. Там где нужны будут доказательства поставьте [xxx] я сам их туда впишу у меня их очень много. Вообще можете давить авторитетом и отзывами/кейсами. Сделайте их как можно больше по всему тексту. Пишите на сленге и языке аудитории, это очень важно. Покажите что максимально понимаете их и проблемы которые у них есть.

Результат: <https://skrizhal.online/smoffer>