

DIGITAL MODUL

## 4 Teknik Nulis Iklan yang Mampu Melewati Otak Kritis Pembaca

Isi dari modul ini memiliki hak kekayaan intelektual yang dilindungi oleh undang-undang. Dilarang menggunakan, mengubah, memperbanyak dan mendistribusikan seluruh atau sebagian isi modul untuk tujuan komersil

● Disusun oleh Tim entrepreneurID

Sadarkah Anda bahwa kalimat-kalimat pembuka iklan sebenarnya adalah bagian penting yang akan menentukan sukses tidaknya sebuah penawaran. Nah biasanya kalau kalimat awalnya sudah terkesan jualan, maka otak kritis prospek akan nyala dan itu membuat iklan tidak akan dibaca sampai habis, karena mereka sudah merasa risih dijual. 😏

Karena itu, cobalah pakai teknik-teknik dibawah ini untuk membuka iklan Anda. Ada 4 cara nulis iklan untuk melewati otak kritis prospek. Silahkan dicoba. 👍

## **Teknik 1 - Bangun Kesamaan**

Salah satu cara membuat target pasar mau membaca iklan Anda adalah dengan membangun kesamaan dengan mereka.

Ya, Anda bisa bangun kesamaan lewat minat, kondisi, kejadian, atau daerah asal.

Dengan melakukan ini, maka orang yang membaca pesan akan merasa akrab dan akhirnya timbul kenyamanan.

Contoh kalimatnya seperti ini

- *Saat Anda membaca pesan ini . . .*
- *Saya juga pernah merasakan itu . . .*
- *Saat di pesantren dulu . . .*
- *Untuk yang lagi scroll-scroll sosmed . . .*

Kalimat-kalimat diatas tujuannya adalah membangun kesamaan dengan target pasar. Tipsnya, bayangkan hal yang kira-kira sedang dilakukan pembaca Anda. Bayangkan hal yang sedang mereka rasakan atau bayangkan latar belakang pembaca iklan Anda, lalu tulislah hal-hal tersebut sebagai pembuka iklan.

Kebayang ya? 😊

## Teknik 2 - Cerita Natural

Intinya buka iklan dengan cerita yang bisa diikuti pembaca tanpa putus, alias buat cerita yang seru. Kalau ceritanya seru, maka secara alami target pasar akan mengikuti kalimat demi kalimat.

Contohnya seperti ini

*Saya heran banget dengan pemerintah zaman sekarang.  
Yah, walaupun saya bukan pakar politik, tapi saya merasakan banyak yang gak beres.*

*Entah karena akses informasi bebas yang membuat berita jadi gampang menyebar atau karena ada permainan politik ya?  
Makin dipikir makin bingung euy. .*

*Yasudah, daripada Saya pusing, lebih baik Saya lanjut urus orderan saja. Alhamdulillah laris. .*

*Nah buat yang cari aksesoris Hp yang lucu dan terjangkau ada disini ya.  
Toko Online kami buka 24 jam tanpa libur  
Setia melayani apapun kebutuhan kakak.*

*Boleh cek koleksinya di [www\(dot\)kenadeh\(dot\)com](http://www(dot)kenadeh(dot)com)*

*Silahkan pilih yang kakak suka ya.*

Nah, gak nyangka kan?

Awalnya ngomongin apa, eh tau-tau lanjut kemana, Hehe. 😏

Pada dasarnya cerita mampu mengakses alam bawah sadar orang lain. Karena itu, semakin seru ceritanya, maka target pasar akan terbuka menyimak setiap informasi yang Anda berikan. 😁

### Teknik 3 - Bikin Bingung

Kalau teknik pertama bikin pembaca setuju dan teknik kedua bikin pembacanya penasaran, maka teknik ketiga ini bikin pembaca bingung, hehe. 😏

Ya, ternyata membuat pembaca bingung juga bisa mematikan otak kritis target pasar. Karena itu, bukalah iklan Anda dengan kalimat yang bikin bingung pembacanya, hehe  
Emang gimana caranya?

Caranya dengan melempar pertanyaan atau pernyataan.

#### **Contoh bikin bingung dengan Pertanyaan**

- *Mana yang benar? Suami yang pegang uang atau istri yang pegang uang?*

#### **Contoh bikin bingung dengan Pernyataan**

- *Gak nyangka, ternyata ada cara simpel ngurusin badan tanpa perlu ngurangi makan.*

Nah 2 contoh barusan jika di taruh diawal iklan akan membuat pembacanya bingung. Mereka akan jadi terus membaca untuk memuaskan kebingungan mereka.

Jadi begitulah, saat prospek bingung dengan kalimat pembuka iklan Anda, maka besar kemungkinan mereka akan jadi "kepo" dan ujung-ujungnya malah membuat mereka tanpa sadar membaca tulisan Anda sampai habis, hehe. 😏

### Teknik 4 - Kata Orang

Teknik terakhir yang juga ampuh untuk melewati otak kritis pembaca iklan adalah dengan menggunakan kata orang lain.

Ya, ambil quote, riset, data, atau testimoni orang lain.

Buatlah seolah-olah mereka yang memberikan informasi kepada target pasar Anda. Dengan cara ini, maka mereka jauh lebih terbuka dengan apa yang akan Anda sampaikan. 👍

Contohnya :

- *Sudah tau belum? Jadi menurut Dr. Lia (Dokter Kecantikan), ternyata vitamin C itu bermanfaat untuk kulit lho*

Nah itulah materi di modul ini.

Jika selama ini merasa iklannya jarang ada yang nyimak, coba ganti kalimat pembukanya dengan teknik-teknik barusan.

1. Bangun Kesamaan
2. Cerita Seru
3. Bikin Bingung, dan
4. Kata Orang

Bobol dulu Alam bawah sadarnya, baru Bobol dompetnya, ups. hehe. 😏