

DIGITAL MODUL

Cara Mempengaruhi Calon Pembeli Agar Tertarik Dengan Apapun Yang Ditawarkan

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

Saat memasarkan sesuatu, setiap orang gak mau iklannya dicueki, diabaikan dan diacuhkan. Benar kan?

Nah, agar tidak seperti itu maka sebisa mungkin buatlah iklan yang bisa mempengaruhi pembacanya.

Ya, faktanya jika ada yang merasa hasil penjualannya kecil, yang respon iklannya sedikit, dan jauh dari target, bisa saja itu karena iklannya KURANG MEMPENGARUHI.

Iklan yang biasa, membuat pembacanya tidak tergerak untuk melakukan sesuatu setelah membaca iklannya. Karena itulah, kami dari entrepreneurID membuat Modul ini. Di Modul ini kami ingin berbagi 1 teknik menulis iklan, yaitu teknik influence copywriting.

Teknik Influence Copywriting artinya adalah cara menulis iklan yang bisa mempengaruhi pembacanya.

Ya, semua ada ilmunya, ada caranya, ada polanya. Termasuk membuat orang lain terpengaruh dengan iklan kita. Lalu bagaimana caranya?

Sebenarnya cara membuat iklan yang mempengaruhi itu ada jalan pintasnya. Jadi kunci untuk membuat pembaca iklan terpengaruh adalah di kalimat PEMBUKA IKLAN.

Ya, beberapa kalimat pembuka iklan adalah kunci membuat pembaca terpengaruh. Kalau bagian ini berhasil, maka pembaca akan tenggelam dalam iklan kita, dan menerima informasi yang kita berikan kepada mereka. Tapi kalau bagian ini dibuat asal-asalan, maka pembaca akan cuek dengan iklan kita, dan yang terburuk adalah mereka tidak membacanya.

Anda sering dapat kan?

Iklan yang awalnya dibuka langsung dengan penawaran. Kalau dapat seperti itu, apa responnya?

Pasti langsung negatif duluan, dan langsung ada penolakan dari dalam diri. Iya kan?

Nah, yang barusan itu terjadi pada semua orang. Kalau pembuka iklannya langsung jualan, pasti iklannya akan dicueki. Karena itu, mulai sekarang jangan buka iklan Anda dengan penawaran langsung ya. Kecuali, Anda yakin kalau yang ditawarkan adalah sesuatu yang dibutuhkan calon pembelinya, sampai-sampai mereka akan sulit tidur kalau gak beli produknya Anda. Dan kalau penawaran Anda tidak memberikan perasaan itu, maka hati-hati di bagian pembuka iklannya. 😊

Harusnya bagian pembuka iklan itu seperti apa?

Sebaiknya, pembuka iklan harus bisa membuat pembacanya TRANCE.

Apa itu trance??

Trance adalah kondisi alami dimana perhatian seseorang terserap pada aktivitas yang dikerjakannya dan cenderung mengabaikan lingkungan sekitar. Kalau dihubungkan dengan iklan, maka trance adalah kondisi dimana pembaca fokus dan memberikan perhatian penuh kepada apa yang dia baca.

Ya, kalimat-kalimat pembuka iklan, punya tujuan membuat pembacanya fokus ke iklan kita. Kalau kalimat pembuka gak bisa membuat pembacanya fokus, maka iklan kita akan cenderung diabaikan, penwarannya akan ditolak, dan hasilnya tidak akan maksimal.

Jadi kesimpulannya,

Alasan kenapa penawaran sering tertolak adalah bisa jadi pembaca tidak sedang dalam kondisi trance saat menerima penawaran tersebut.

Sebaliknya, begitu pembaca fokus, maka mereka akan menyimak pesan kita, dan ujunnya akan mudah diarahkan untuk membeli.

"BUKALAH IKLAN DENGAN KALIMAT YANG MEMBUAT PEMBACANYA FOKUS KE ISI IKLANNYA"

Yang jadi pertanyaan, lantas bagaimana membuka iklan agar pembacanya trance??

Jadi, ada banyak cara membuat pembaca trance, dan di modul ini kami akan memberitahu 5 caranya kepada Anda.

Silahkan mulai iklan Anda dengan salah satu dari 5 cara ini.

5 cara itu adalah . . .

1. Trance Words
2. Yes Set
3. Story
4. Break the Pattern
5. Pacing

Kita mulai dari teknik yang pertama ya.

Teknik 1 - Trance Words

Karena tujuannya membuat pembaca trance, maka kita gunakan kata-kata untuk mengaktifkan kondisi trance atau bisa juga disebut trance words.

Contoh-contoh Trance Words :

- Bayangkan
- Pikirkan
- Imajinasikan
- Ingat
- Rasakan
- Tahu
- Sadar
- Paham

Kata-kata barusan akan membuat pembaca memasuki dunia internalnya.

Cara praktiknya adalah . . .

Anda tinggal sisipkan kata-kata Trance Words, kedalam kalimat-kalimat pembuka iklan Anda. Kalau dipakai dalam dunia iklan, contoh penerapannya seperti ini

- ☑ **Bayangkan** kondisi dimana Anda mampu keluar dari masalah-masalah Anda saat ini
- ☑ Pernah **kepikiran** gak tentang cara meningkatkan produktivitas secara cepat?
- ☑ Sebelum baca pesan ini sampai selesai, coba **ingat-ingat kembali**.

Kata yang kami cetak tebal adalah trance wordsnya.

Begitu kata itu ada di kalimat-kalimat pembuka iklan Anda, maka itu bisa membuat pembacanya trance.

Gimana? Teknik yang pertama mudah kan?

Setelah kalimat pembuka yang ada Trance Wordsnya, maka Anda silahkan lanjutkan dengan iklan Anda.

Teknik 2 - Yes Set

Teknik yang ini cukup mudah juga. Yaitu kita membuka iklan kita dengan sesuatu yang membuat pembaca mengangguk setuju. Sesuatu itu bisa pertanyaan, bisa pernyataan.

Kalau pertanyaan, maka buka iklan Anda dengan pertanyaan yang mutlak jawabannya "YA".

Tipsnya, buatlah pembaca mengatakan “YA” minimal 3 kali. Ketika mereka menjawab “YA” berkali-kali itu namanya adalah Yes Set. Dan ketika kondisi yes set terjadi, maka orang itu jadi mudah untuk dipengaruhi.

Supaya Anda lebih kebayang penerapannya, ini Kami berikan contoh ya.

Contoh Teknik Yes Set Pertanyaan :

Nah, kira-kira apa jawaban dari pertanyaan-pertanyaan diatas? Jawabannya adalah "YA" berkali-kali, hehe. Jika sudah "YA" berkali-kali, maka kita bisa melanjutkan iklannya.

Nah, lakukan hal barusan di iklan Anda. Buat pembaca setuju berkali-kali dengan pertanyaan Anda.

Selain pertanyaan, kita bisa juga membuat pembaca nyeplos "YA" dengan pernyataan Yes Set.

Caranya begini, jadi di awal iklan berikanlah statement atau pernyataan yang membuat pembaca mengangguk setuju. Jika semakin banyak statement yang membuat pembaca setuju, maka nantinya Anda akan mudah memberikan informasi tambahan kepada mereka.

Nah, saat melakukan ini, tips dari Kami adalah hati-hati, karena bisa saja statement kita berlawanan dengan kondisi pembaca. Karena itu Anda bisa menambahkan kalimat “mungkin” di depan pernyataan.

Kami langsung masuk contoh ya.

Contoh Teknik Yes Set Pernyataan :

- Sebagai perempuan, mungkin kamu ingin tahu tips praktis merawat wajah agar terlihat lebih cerah, halus, dan bersih.*
- Adalah wajar jika orang tua ingin anak yang disayang tumbuh soleh, berprestasi, dan membanggakan.*

Jadi jika ingin teknik ini berhasil, maka kita harus membuat pembaca setuju dengan kalimat kita.

Agar bisa seperti itu, jangan menduga-duga ya. Tapi gunakanlah teknik disosiasi. Jadi bayangkan Anda menjadi target pasar, bayangkan Anda merasakan masalah yang mereka alami, serta bayangkan betapa Anda ingin keluar dari masalah tersebut.

Dengan cara disosiasi ini, maka Anda bisa memberikan pertanyaan dan pernyataan yang lebih akurat. 😊

Teknik 3 - Story

Seperti namanya, jadi buka iklan Anda dengan cerita.
Kenapa cerita?

Karena sejak kecil orang Indonesia suka dongeng, itu terbawa sampai mereka dewasa. Saat dewasa, kita lebih mudah diajak komunikasi dengan cerita. Nah, gunakan itu sebagai pembuka iklan Anda, agar iklan Anda membuat pembacanya trance.

Cara mempraktikan teknik ini mudah juga. Intinya adalah menceritakan sesuatu ke target pasar.

Contohnya, kita bisa menuliskan ini

- ☑ *Jadi ceritanya kemarin ada kejadian seru saat Kami jalan-jalan di Mall. Ceritanya begini. .*
- ☑ *1 Tahun yang lalu, Kami lupa tepatnya bulan apa. Kami mengalami kejadian yang luar biasa.*
- ☑ *Ini cerita tentang bagaimana seseorang bisa . . .*

Dan cerita-cerita lainnya.

Tips tambahan dari kami, agar teknik ini berhasil, pastikan ceritanya ada hubungannya dengan tujuan iklan Anda ya. Misal lagi menawarkan produk,

artinya ceritanya berhubungan dengan produk. Karena jika gak nyambung antara cerita dan tujuan, nanti yang baca hanya menikmati tulisan Anda tanpa melakukan apapun, hehe.

Teknik 4 - Break The Pattern

Teknik apa ini?

Seperti namanya.

Break = Menghancurkan

The Pattern = Pola

Konsepnya adalah kita melakukan "sesuatu diluar kebiasaan umum" agar orang lain bingung, nah ketika mereka bingung, maka kita akan mudah menyusupi mereka dengan informasi dari kita.

Ya, intinya kita buat orang lain bingung dengan apa yang kita lakukan sebagai pembuka komunikasi.

Kalau diterapkan dalam iklan seperti apa contohnya?

Di iklan, kita perlu menuliskan hal yang "tidak biasa" sebagai kalimat pembuka. Nah, Ketika pembaca bingung atau kaget dengan yang Anda tuliskan, maka saat itu mereka sedang membuka lebar-lebar gerbang untuk menerima informasi selanjutnya.

Contohnya seperti ini

- Mana yang benar? Suami yang kelola uang atau istri yang kelola uang?
- Ingat gak apa yang spesial ditanggal ini?
- Kalau ada yang bilang Sapi kakinya 2, pasti dia salah

Ya, buat bingung atau buat kaget pembacanya,

Setelah pembaca bingung atau kaget, lanjutkan iklan dengan informasi yang ingin Anda berikan, hehe. 😊

Teknik 5 - Pacing

Apa maksudnya pacing?

Pacing maksudnya adalah menyelaraskan kondisi target pasar.

Jadi, tugas kita adalah memikirkan kondisi yang sedang dialami target pasar saat ini, lalu beritahu mereka bahwa ada orang lain yang merasakan hal yang sama.

Nah, dengan cara ini maka pembaca akan lebih respect dengan iklan kita karena mereka merasa punya teman yang merasakan hal yang sama. Dengan begitu, akhirnya mereka jadi trance.

Kondisi yang dialami target pasar ini bisa masalah, bisa kebutuhan, bisa keinginan, atau kondisi apapun. Dan orang yang ditonjolkan bisa diri kita sendiri, kenalan kita, atau konsumen kita sebelumnya, bahkan tokoh dari cerita yang pernah kita dengar.

Contoh pembuka iklannya seperti ini

- Kalau ada yang punya masalah gangguan pola menstruasi, itu sama seperti salah satu konsumen Kami, namanya Mba Nita.*
- Tidak banyak yang tau kalau dulu Kami pernah punya masalah dengan mitra bisnis Kami.*
- Mayoritas orang yang pernah merasakan alergi akan trauma dengan produk tertentu, dan mungkin Anda juga salah satu yang pernah merasakannya.*

Nah, begitu ya. Angkat kondisi yang sedang dialami oleh target pasar, dan beritahu bahwa ada orang lain yang merasakan hal yang sama seperti mereka. Lalu jadikan itu sebagai pembuka iklan.

Jadi begitulah 5 teknik influence copywriting.

1. **Trance Words**, masukan trance words kedalam kalimat-kalimat pembuka iklan Anda

2. **Yes Set**, berikan pertanyaan, atau pernyataan yang membuat pembaca setuju
3. **Story**, buka iklan dengan cerita
4. **Break The pattern**, tuliskan kalimat yang tidak biasa sebagai pembuka iklan, dan
5. **Pacing**, buka iklan dengan informasi ke pembaca bahwa ada orang lain yang pernah merasakan kondisi yang sama dengan mereka

Dengan 5 teknik ini, maka insyaAllah iklan Anda akan lebih mempengaruhi

Selalu ingat bahwa salah satu kunci keberhasilan iklan terletak dibagian pembukanya. Kalau pembukanya sudah menarik bahkan mempengaruhi, maka itu seperti 50% keberhasilan iklan.

Tapi kalau pembukanya asal-asalan, maka itu akan menghancurkan iklan secara keseluruhan.

Jadi, lebih hati-hati lagi ya dalam menulis kalimat-kalimat pertama dari iklan Anda. 😊