



PAS(O) formula:
Skrivnost do prepričljivih
vsebin, ki prodajajo



Danes je nujno imeti spletno stran, sploh če komaj vstopate na trg z vašim izdelkom ali storitvijo. Spletna stran mora biti pregledna, oblikovana v skladu s podobo blagovne znamke in tehnično brezhibna, a to ni vse: imeti mora tudi privlačno vsebino, ki bo obiskovalca prepričala, da se spremeni v kupca.

Besede so tiste, ki obiskovalce pritegnejo ali odvrnejo od vaše ponudbe. A glej ga zlomka, prav tukaj se mnogim ustavi! Navkljub odličnim produktom in vrhunskim storitvam, ki jih nudijo, tega nikakor ne znajo spraviti v vsebino, ki bi na spletni strani opravljala svojo nalogo: prodajala! Včasih niti ne vejo, kje in kako začeti s pisanjem in priprava vsebin kar naenkrat postane prevelik zalogaj.

Zveni znano?

Se tudi ti trudiš ustvariti privlačno in učinkovito vsebino za spletno stran, a se ti zdi, da ne veš, kje začeti? Imaš odlične izdelke ali storitve, tudi ideje, vendar jih ne znaš pravilno ubesediti? Imaš obisk na spletni strani, prodaja pa šepa?

Če vsebine niso jasno napisane in osredotočene na potrebe tvojih ciljnih strank, tvegaš, da obiskovalci nikoli ne bodo postali kupci!

Ta e-vodič prinaša preprost, a izjemno učinkovit sistem, s katerim se naučiš, kako ustvariti vsebine, ki bodo pritegnile tvojo ciljno publiko in povečale uspešnost spletne strani.

Z uporabo PAS(O) formule za pisanje iskanje pravih besed ne bo več izziv in prepričljiva vsebina se bo pisala skoraj sama od sebe.

Da, tako enostavno je lahko to in za to ne potrebuješ nobenih naprednih znanj ali orodij!

Kaj je PAS(O) formula za pisanje?

PAS(O) formula za pisanje je v svetu copywritinga **ena izmed najbolj znanih in preizkušenih tehnik priprave vsebin**, ki ti lahko pomaga strukturirati različne vrste besedil: od vsebin na spletni strani, vse do e-mail marketing sporočil in blog zapisov.

Nobene potrebe ni, da bi odkrivali toplo vodo: jasno določena struktura PAS(O) formule ti pomaga oblikovati vsebino po preverjenih in delujočih smernicah. Delujejo pa zato, ker se potencialne stranke počutijo neposredno nagovorjene in vodene od problema k rešitvi. Včasih je to vse, kar potrebujemo, kot pisci in kot kupci!



Kratice PAS(O) v angleškem jeziku označuje:

P

kot problem



A

kot agitacijo (stopnjevanje v slovenskem prevodu)



S

kot solution (rešitev)



O

kot offer (ponudbo)



Priprava vsebine po PAS(O) formuli poteka tako, da v uvodu predstaviš problem, s katerim se srečuje tvoja ciljna skupina, pisanje nadaljuješ s stopnjevanjem tega problema, ki običajno odraža to, kar se bo zgodilo, če ne bodo ukrepali, v zaključku predstaviš rešitev in spodbudiš k dejanju.

Se sliši težko? Ni! Da bo bolj jasno, si samo za okus pogledjmo, PAS(O) formula deluje v praksi.

Recimo, da imamo joga studio, v katerega si želimo privabiti več strank. Če bi vsebino pripravili po PAS(O) formuli, bi jo zapisali nekako tako:

Se pogosto počutite izčrpane in pod stresom zaradi hitrega življenjskega tempa?

Neobvladovanje stresa in napetosti lahko privede do dolgoročnih zdravstvenih težav!

V našem joga studiu ponujamo različne vrste joge, ki se osredotočajo na zmanjšanje stresa in obnovo vašega telesa ter uma.

Še danes se prijavi na brezplačno prvo uro!

Besedilo smo začeli z jasno izpostavitvijo težav, s katerimi soočajo potencialni obiskovalci joge (izčrpanost, stres, slabo počutje), stopnjevali tako, da smo nakazali posledice, do katerih bo prišlo, če ne bodo ukrepali in na koncu ponudi rešitev - jogo, ki bo pozitivno vplivala na njihovo dobro počutje ter pozove k dejanju (še danes se prijavi ...).



Namig: definicija problema je ključnega pomena, saj je celotno besedilo osnovano ravno na izhodišču problema, ki tvojim potencialnim strankam predstavlja bolečo točko. Vzemi si dovolj časa, da natančno raziščeš težavo.

Kako definirati problem, stopnjevanje, rešitev in ponudbo?

Bolj podrobno, kot razdeliš vse člene formule, bolj ti bo steklo pisanje in tudi bolj učinkovito bo! V nadaljevanju najdeš nekaj ključnih usmeritev.



Problem

Problem je tisto, kar pritegne največ pozornosti, in v čemer se tvoje stranke prepoznajo v prvem stavku (dobesedno!), zato si vzemi nekaj časa za raziskavo. Res je, to smo že napisali, ampak ker je tako pomembno, ponavljamo še enkrat.

Kako se lotiti raziskovanja? Pogovarjaj se z obstoječimi ali potencialnimi strankami, uporabi ankete in socialna omrežja, ne pozabi na ChatGPT, ki ti je lahko pri raziskavi veliko pomoč. Probleme lahko odkriješ že med pogostimi vprašanji, ki ti jih postavljajo stranke!

Pomagaj si z vprašanji:

- Kaj je glavni problem ali izziv, s katerim se srečuje moja ciljna stranka?
- Kako se ta težava izkazuje v njihovem vsakdanjem življenju?
- Zakaj je ta težava zanje tako moteča?
- Kako lahko težavo opišem na način, da ga bodo najbolj začutili?



Stopnjevanje (agitacija)

Ko imaš enkrat jasno definiran problem, ga moraš v naslednji točki stopnjevati. Na ta način pokažeš, kaj se bo zgodilo, če problem ne bo rešen in kakšne so lahko posledice. To je tisti del besedila, ki pri obiskovalcu vzbudi največ čustvenih reakcij in jih dodatno spodbudi, da poiščejo rešitev. To ne pomeni, da moraš potencialne stranke na smrt prestrašiti! Samo nakaži smer, kaj se lahko zgodi, če ne bodo ...

Pomagaj si z vprašanji:

- Kako se bo težava poslabšala, če je ne rešijo?
- Katere so negativne posledice, ki jih prinaša ta težava, če je ne bodo rešili?
- Katere negativne posledice, ki jih težava prinaša, če jo bodo ignorirali?
- Kako izpostaviti frustracije, ki jih s sabo prinaša težava?
- Katere dolgoročne posledice naj izpostavim?
- Kako bo ta težava vplivala na njihovo življenje, če je ne bodo rešili?



Rešitev

Po izpostavljenem problemu in stopnjevanju je končno čas, da predstaviš rešitev! Ta naj bo posredovana jasno in jedrnato ter naj bo kar se le da konkretna. Pri opisovanju rešitve se osredotoči na njene prednosti in ne lastnosti.

Pomagaj si z vprašanji:

- Kako konkretno moj izdelek ali storitev pomaga ljudem rešiti njihovo težavo?
- Kakšne so ključne prednosti moje rešitve?
- Kako lahko predstavim svoj izdelek ali storitev kot najboljšo izbiro?
- Kaj bo moja ciljna stranka pridobila, če se odloči za moj izdelek ali storitev?
- Kako lahko poudarim takojšnje in/ali dolgoročne koristi uporabe rešitve, ki jo ponujam?
- kateri poziv k akciji naj vključim, da bi spodbudil hitrejši odziv?



Ponudba

Ponudba je morda nevhvaležen prevod, saj se v praksi offer po PAS(O) formuli bolj odraža kot poziv k dejanju (angleško: call to action). Tukaj ni prostora za filozofijo in dolgovezenje, gre za zadnji korak, ki mora potencialni stranki jasno in nedvoumno povedati, kaj želiš, da naredi. To je lahko poziv k nakupu, oddaji povpraševanja, prijavi na e-novice ali klicu, odvisno od tega, kaj je značilno za izdelek ali storitev, ki ga ponujaš.

Nekaj konkretnih primerov:

- Prijavite se na e-novice in pridobite 10 % popust na vaš prvi nakup.
- Kliknite tukaj za brezplačen preizkus/prenos.
- Rezervirajte zdaj in prejmite brezplačno svetovanje ob prvem sestanku!
- Oddajte povpraševanje in pokličemo vas v roku 24 ur.



Namig: odgovore na ta vprašanja ti lahko pomaga najti tudi ChatGPT. Za čim boljše odgovore moraš čim boljše in natančno opisati tvojo ciljno publiko!

5 razlogov, zakaj PAS(O) formula deluje

- 1. Stranke se počutijo neposredno nagovorjene:** začneš vedno z izpostavitvijo problema, ki je tvoji ciljni skupini zelo znan. S tem ustvariš občutek, da neposredno nagovarjaš točno njih.
- 2. Čustvena vpletenost:** ko težavo stopnjuješ in jo poglobljaš, se v ljudeh sprožijo čustva, zaradi katerih so bolj pripravljeni na naslednji korak.
- 3. Rešitev spodbudi dejanje:** ker stranke na koncu naletijo na konkretno rešitev njihovega problema, so pripravljene narediti naslednji korak.
- 4. Hitro pritegne pozornost:** v problemu, ki je izpostavljen na začetku, se tvoja ciljna skupina prepozna. In ko se prepozna, je njihova pozornost na tvoji stran.
- 5. Univerzalnost:** PAS(O) formula učinkovito deluje pri vseh vrstah promocijskih vsebin, od pristajalnih strani do e-poštnega marketinga, socialnih omrežji in natisnjenih letakov. Njeno strukturo in principe lahko uporabiš čisto povsod, kjer je tvoja ciljna publika.

Primer vsebine za joga studio



P

(problem):

Imate tudi v težave z držo ali se v svojem telesu počutite togo?

Zaradi sedečega dela in premalo gibanja mnogi ljudje danes trpijo zaradi slabe telesne drže in omejene gibljivosti, kar lahko pripelje do napetosti v telesu in drugih neprijetnosti. Mišice so zakrčene, sklepi postanejo togi in počasi izgubljajo naravno gibljivost.



A

(stopnjevanje):

Če ne boste poskrbeli za gibljivost in držo, vas lahko to na dolgi rok pripelje do resnih težav, kot so bolečine v hrbtu in celo glavoboli!

Ko niste ustrezno razgibani, se poveča tudi možnost za poškodbe, zakrčene mišice in sklepi pa lahko omejijo gibanja telesa. Sčasoma se to odrazi tudi na splošnem počutju in pri vsakodnevnih opravilih.



S

(rešitev):

V našem joga studiu imamo zasnovane posebne vadbne, ki obnovijo naravno gibljivost in izboljšajo vašo držo.

Z rednim izvajanjem joge boste postopoma sprostili zategnjene mišice, okrepili hrbtenico in izboljšali gibljivost sklepov. Razliko boste začutili že po nekaj tednih redne vadbe. Vaša drža se bo izboljšala, gibanje bo lahkotno in izboljšalo se bo tudi splošno počutje. Naše vadbne so zasnovane tako, da so primerne za vsakogar – ne glede na starost ali fizično pripravljenost.



O

(ponudba):

Pridružite se našim uvodnim vadbam že danes in si zagotovite prvi mesec vadbe po polovični ceni!

Ponudba velja samo do konca meseca, še danes si rezervirajte vaše mesto!

Primer vsebine za coacha



P

(problem):

Imate občutek, da kljub trudu ne dosegate vseh vaših ciljev in potenciala?

Mnogi ljudje imajo jasne cilje in želje, a jih zaradi pomanjkanja usmeritve ter podpore ne znajo doseči. Dodatno breme predstavljajo ovire, zaradi katerih imate lahko občutek, da se vrtite v začaranem krogu ali se počutite, kot da ste obtičali na istem mestu.



A

(stopnjevanje):

Ignoriranje takih občutkov vodi v frustracijo in stagnacijo.

Brez prave usmeritve lahko vaša osebna ali profesionalna rast obstane na mrtvi točki. Včasih je težko prepoznati, kaj vas zadržuje pri tem, da bi se premaknili naprej, sčasoma se lahko tudi zgodi, da izguba fokusa in neuspehi pripeljejo do zmanjšane motivacije, dvomov vase ter izgube samozavesti. To lahko povzroči kopico neprijetnih občutkov, nezadovoljstva s samim sabo, v skrajnem primeru tudi izgorelost.



S

(rešitev):

Kot vaš coach vam pomagam razviti jasen načrt, ki vas bo pripeljal do uspeha in osebne sreče ter zadovoljstva.

Coaching program je v celoti prilagojen vašim željam in potrebam. Prepoznali bomo ovire na poti do vašega cilja ter razvili strategije, s katerimi boste ovire premagali. Sploh ni pomembno, ali si želite kariernega ali osebnega napredka, uravnotežiti poklicno in osebno življenje ali se znebiti nekoristnih navad, pomagali vam bomo na poti do uresničitve ciljev. Osvojili boste disciplino in pridobili motivacijo, da se premaknete naprej ter dosežete zadane rezultate.



O

(ponudba):

Ne čakajte več, boljša verzija sebe je od vas oddaljena samo en klik!

Prijavite se še danes in prejmite brezplačno svetovalno uro!



Zdaj razumeš, zakaj PAS(O) formula deluje?

Čas je, da znanje preneseš v prakso

Zdaj, ko imaš večšine priprave vsebin s pomočjo PAS(O) formule v malem prstu, je čas, da jih uporabiš na svoji spletni strani.

Ne pozabi! Prodajno naravnana vsebina gre z roko v roki s profesionalno izdelano spletno stranjo, ki bo uporabniku nudila odlično izkušnjo ter optimiziran proces nakupa.

Če nimaš spletne strani ali je obstoječa zastarela, ne odlašaj na jutri, saj s tem izgubljaš dragocene priložnosti!

Pomagali ti bomo pri izdelavi nove WordPress strani ali spletne trgovine na Woocommerce platformi, ki bo prilagojena tvojim željam.

In ne pozabi: WordPress platforma omogoča enostavno urejanje in dodajanje vsebin, ki jih zdaj obvladaš!

Ne čakajte več in poskrbite, da vaša nova spletna stran postane vaša najboljša prodajna platforma!