

«Тексты для Рекрутинга Онлайн на \$1 000 000!»

<https://MLMUniversitet.ru/trening>

Как часто Ваши письма и сообщения открываются подписчиками?
Слабо? Крайне редко?

А ведь письма – **это важнейший** инструмент для Автоматизации Рекрутинга в МЛМ.

Сегодня я покажу Вам самые эффективные темы для писем в моём бизнесе, и поясню, какой и почему хорошо работает.

Каждый из "заголовков-победителей" в списке ниже состоит из конкретных психологических оборотов и секретных техник, которые я раскрою впервые...

Когда Вы поймёте психологию этих техник, Вам будет проще их смоделировать для Вашего бизнеса.

ВНИМАНИЕ! Чем больше открываемость Ваших писем, тем больше и отписок. Это обратная сторона медали эффективных заголовков :)

А сейчас забирайте в свою коллекцию проверенные техники и заголовки для увеличения отклика в Вашей рассылке.

=====

Техника #1: Числа

*«Как сделать... за 60 минут ...»,
«Как привлечь 133 Партнёра за 12 месяцев...»*

Перри Маршалл – один из создателей Гугл Эдвордс, который много занимается анализом и тестированием, в свое время сказал:

«Сколько бы я не видел объявлений или заголовков, которые получали высокий отклик, у них у всех был один и тот же элемент – ЦИФРЫ».

Цифры дают конкретику и привлекают внимание. Цифры ассоциируются с фактами. Если цифр нет – объявления, тексты, и заголовки превращается в «воду».

Посмотрев на мои рассылки и заголовки, Вы часто увидите хоть какую-то цифру.

Если в теме письма Вы напишите, как сделать то-то, то-то и добавите цифру, например, «Как создать сайт за 10 минут», то получите прекрасный отклик.

Техника #2: Вопросы

«Вы получили моё письмо?»

Чаще всего люди реагируют на этот заголовок, как на личное послание, поэтому у него всегда высокий процент открываемости.

Плюс письмо с вопросом часто вызывает настоящие ответы, что позволяет Вам вступить в переписку с читателями.

Техника #3: Проценты

«Как увеличить... на 50%...»

Это ещё одна из моих любимых и мощных техник, при том она комбинированная, так как проценты используются с цифрами.

Важно помнить, что самые сильные заголовки – это заголовки, начинающиеся со слова «Как» и фразы «Кто еще хочет...?».

Например: «Как увеличить поток кандидатов в МЛМ на 50% за 3 дня...», или «Кто еще хочет Автоматизировать бизнес на 98%?».

Второй пример заголовка порой работает, даже лучше первого, так как подразумевается, что кто-то это уже сделал. То есть, это свершившийся факт.

Тем самым этот заголовок вызывает больше доверия.

Техника #4: Квадратные скобки

*[Новое видео], [Видео], [СЕКРЕТ], [Польза],
«[Новый пост] Как сделать ...»*

Тут всё просто.

Квадратные скобки выделяют Ваши заголовки среди общей массы писем, так как все пишут одинаково.

А это не стандартный подход, и визуально Ваш заголовок лучше заметен среди десятка писем в почтовом ящике Вашего читателя.

Техника #5: Бесплатные отчёты и PDF

*«Бесплатный PDF: 12 Ошибок в Сетевом Маркетинге»,
«Бесплатный отчёт: 55 Идей для захватывающего контента
ВКонтакте»*

PDF-отчёт – это по сути платный контент, упакованный в несколько страниц текста с пошаговыми рекомендациями.

Подписчики охотно скачивают такие отчёты, так как внутри мы даём полезную выжимку информации для быстрого применения.

Для их прочтения требуется всего 10 минут времени, а рекомендации можно внедрить сразу и видеть результат.

Техника #6: Имена известностей и мировые бренды

*«Что общего между МЛМ и компанией Apple?»,
«Секреты успеха Макдональдс и как это внедрить в МЛМ?»*

Без особых комментариев.

Бренды и известности всегда притягивают внимание миллионов.

Каждому предпринимателю хочется знать новые техники, секреты и трюки, которые ускорят движение к успеху.

Техника #7: «Жёлтая Пресса»

«5 фатальных ошибок Ренди Гейджа (бесплатный отчет)»

Ещё одна эффективная комбинированная техника.

Это использование известных имён (брендов) со скандальным оттенком.

, элемент желтой прессы. К примеру: «Что от вас утаил Ренди Гейдж?» или «О чем недоговаривает Довгань своим дистрибьюторам» и все то, что вызовет у человека желание кликнуть на письмо – это задача.

Единственное, не перегибайте палку, потому что как только человек открывает письмо, он надеется прочесть о том, что Вы написали в заголовке. Если Вы написали «5 фатальных ошибок дистрибьютора», а в письме рассказываете о том, какой хороший воскресный день и приглашаете на вебинар, то человек почувствует себя обманутым. Заголовок должен быть релевантным тексту письма.

Техника #8:

Повторы: *«Re (или вместо RE, пишите «Повтор»): Секреты создания рекрутингового сайта»*

Когда человек видит слово «Повтор», он чаще всего начинает думать, что он что-то пропустил, если это уже повтор. Помню, во время

релизов хорошо работал заголовок «Второе предупреждение», при котором человек задумывался, почему пропустил первое.

Техника #9:

Уважительное обращение: *Вы, Ваш, Вам и т.д.*

Общайтесь с аудиторией уважительно, особенно при первом контакте.

Бывают случаи, когда есть смысл переходить на «ты». Считается, что обращение на «ты» лучше проникает в человека, Вас замечают, на Вас реагируют, потому что идет удивление, с какой стати Вы обращаетесь на «ты», «тыкаете».

Таким образом обращается внимание, цель достигается, но первичный контакт нужно делать с **«Вы», «Ваш», «Вам»**, и помнить, что в письме должно быть в 10 раз больше **«Вы»**, чем **«Я»** – это должно мелькать, потому что люди не читают письма, а их сканируют.

Я всегда рекомендую писать с заглавной буквы. Говорят, что это не всегда грамотно, и учителя литературы, были бы нашими злейшими врагами :) первые продают и неплохо живут, а вторые, к сожалению, сетуют на маленький оклад, зато грамотные.

Техника #10:

Повелительное наклонение, призыв к действию:

«Скачивайте запись вебинара... у Вас 48 часов!», «Заходите сейчас... мы в прямом эфире»

Техника #11:

Обращение по имени:

«Кирилл, есть вопрос...», «Кирилл, занимайте места...Старт через 5 минут!»

А теперь ловите выборку проверенных мною заголовков, увеличивающих отклик Ваших подписчиков. Каждый из «заголовков-победителей» в списке ниже состоит из конкретных психологических оборотов и секретных техник, которые я раскрываю впервые.

Скачивайте Вебинар №1 и №2!

Секрет: *магическое слово (все любят скачивать) + призыв к действию в повелительном наклонении + цифры.*

Мой любимый тип заголовка для раздачи «бесплатностей». Работает убойно. Всегда.

[СРОЧНО] У Вас 1 ДЕНЬ на это Видео...

Секрет: *эффект срочности + квадратные скобки + цифры + магическое слово «видео».*

Квадратные скобки отлично повышают отклик, однако не используйте их слишком часто.

ИМЯ, Вы не оставили комментарий? :(

Секрет: *обращение по имени + вопрос + неформальный элемент (смайлик). Это обезоруживает человека.*

Имя человека – самое сильное слово, которое мощно воздействует и моментально привлекает внимание. Когда я вижу, что кто-то собирает с холодного трафика только e-mail, я зарабатываю больше денег ;)

ИМЯ, я попался на СПАМ-е в Соцсетях...

Секрет: *обращение по имени + интрига + элемент провокации (жёлтая пресса).*

Люди хотят слышать не только о победах, но и поражениях.

ИМЯ, мои извинения...

Секрет: обращение по имени + открытость и признание ошибок.

Не забывайте о простом человеческом общении и открытости. Этим Вы притягиваете к себе повышенное внимание.

Что я узнал о Боинге 737?

Секрет: *сильный провокационный заголовок + цифры + вопрос.*

Здесь без лишних комментариев.

Несмотря на то, что в письме речь действительно шла о боинге, в который я залез пока был в Дубай, в нём было 0 информации про политику. Это важно!

Если Вы принимаете решение использовать нечто подобное, то будьте осторожны, продумывая каждое слово заголовка.

Ещё несколько примеров эффективных тем моих писем:

- ✓ **Сегодня 23 Февраля и 2 важных события...**
- ✓ **1-ое Января 2022 + доступ к вебинару**
- ✓ **Азиатские Фото + Новый Тренинг...**
- ✓ **Доступ будет закрыт через 17 часов...**
- ✓ **С 8-ым Марта! (только для девушек и женщин)**

И напоследок ТОП-3 заголовка ушедшего года

3 место: ИМЯ, я ОБЕЩАЮ...

2 место: ИМЯ, Вам личное письмо...

1 место: 98% сетевиков знают ЭТО, но не делают...

Секрет: *цифры + проценты (конкретика) + магическое слово для целевой аудитории + интрига.*

Помните...

- Вы должны думать не о том, что нравится вам, а насколько это эффективно. Как говорит один мой знакомый: «Я люблю

клубнику, но на рыбалку хожу с червями, потому что рыба любит именно их»;

- Очень важно обращение по имени, но не в 100% случаев. У меня есть очень хороший заголовок письма – «100 000 рублей за один клик», он хорошо работает, хоть вообще нет обращения по имени;
- Все вышеприведенные фишки уже завтра начнут использовать многие, поэтому они начинают слабее работать и в этот момент нужно переходить на то, от чего Вы ушли.

И на десерт самая простая рекомендация.

Все Ваши письма должны делиться на 3 категории.

- А) Бесплатная польза!
- Б) Продажа/Рекрутинг
- В) Ваши хобби и стиль жизни

Всегда соблюдайте баланс в этих 3-х зонах.

Хотите больше рекрутировать через тексты и автоматизацию?

Хотите, чтобы Ваш бизнес развивался и был максимально Автоматизирован?

Тогда узнайте все подробности о революционной системе Автоматизации Рекрутинга и Обучения команды в МЛМ!



<https://MLMUniversitet.ru/trening>