TNI BUSINESS SCHOOL

TEMPLATE: COPYWRITING - VIẾT SAO ĐỂ THUY

Bước 1: Gây sự chú ý

Bước 2: Nêu ra vấn đề theo 2 cách

Bước 3: Giải quyết vấn đề

Bước 4: Nói ra rủi ro

Bước 5: Lời kêu gọi hành động

1 Xây dựng nền tảng

Hiểu đối tượng mục tiêu, hiểu Khách hàng

1. Ai đang có nhu cầu mua sản phẩm của bạn?
2. Ai là đối tượng bạn thực sự muốn bán sản phẩm (đối tượng khách hàng mục
3. Chân dung đối tượng khách hàng mục tiêu là gì?
4. Hành vi của đối tượng khách hàng mục tiêu là gì?
5. Rủi ro của KH khi sử dụng sản phẩm dịch vụ là gì? (Tại sao họ không mua)
6. Khách hàng yêu thích điều gì từ sản phẩm của bạn? (Tại sao họ bỏ qua sản p

Hiểu sản phẩm

1. Sản phẩm được miêu tả như thế nào?
   ....
2. Điều gì độc đáo, đặc biệt ở sản phẩm của bạn?
3. Những lợi ích của sản phẩm, dịch vụ mang lại?
4. Sản phẩm giải quyết nỗi đau nào của khách hàng?

2 Xác định giọng văn

Tông giọng

1 Bạn đang đóng vai gì? (Chuyên gia, một người bạn, người thân,...)

2 Bạn đang nói với ai? (Bạn bè, người đi sau, người tri kỷ,...)

3 Ngôn ngữ sử dụng như thế nào? (Nghiêm túc, giao tiếp thông thường, trang t

Phong cách

1 Phong cách bạn muốn thể hiện qua từ ngữ, hình ảnh, video là gì? (Hài hước,

3 Lựa chọn trường phái



☐ Lý trí

(Lập luận bằng ví dụ, phép căn cứ, loại suy)



☐ C

4 Xây dựng ý tưởng



☐ Theo phong cách người Nhật

☐ Theo cách Search ý tưởng, tự sáng tạo nội dung

☐ Th

ẾT PHỤC NGƯỜI KHÁC MUỐN ĐỌC

tiêu)?

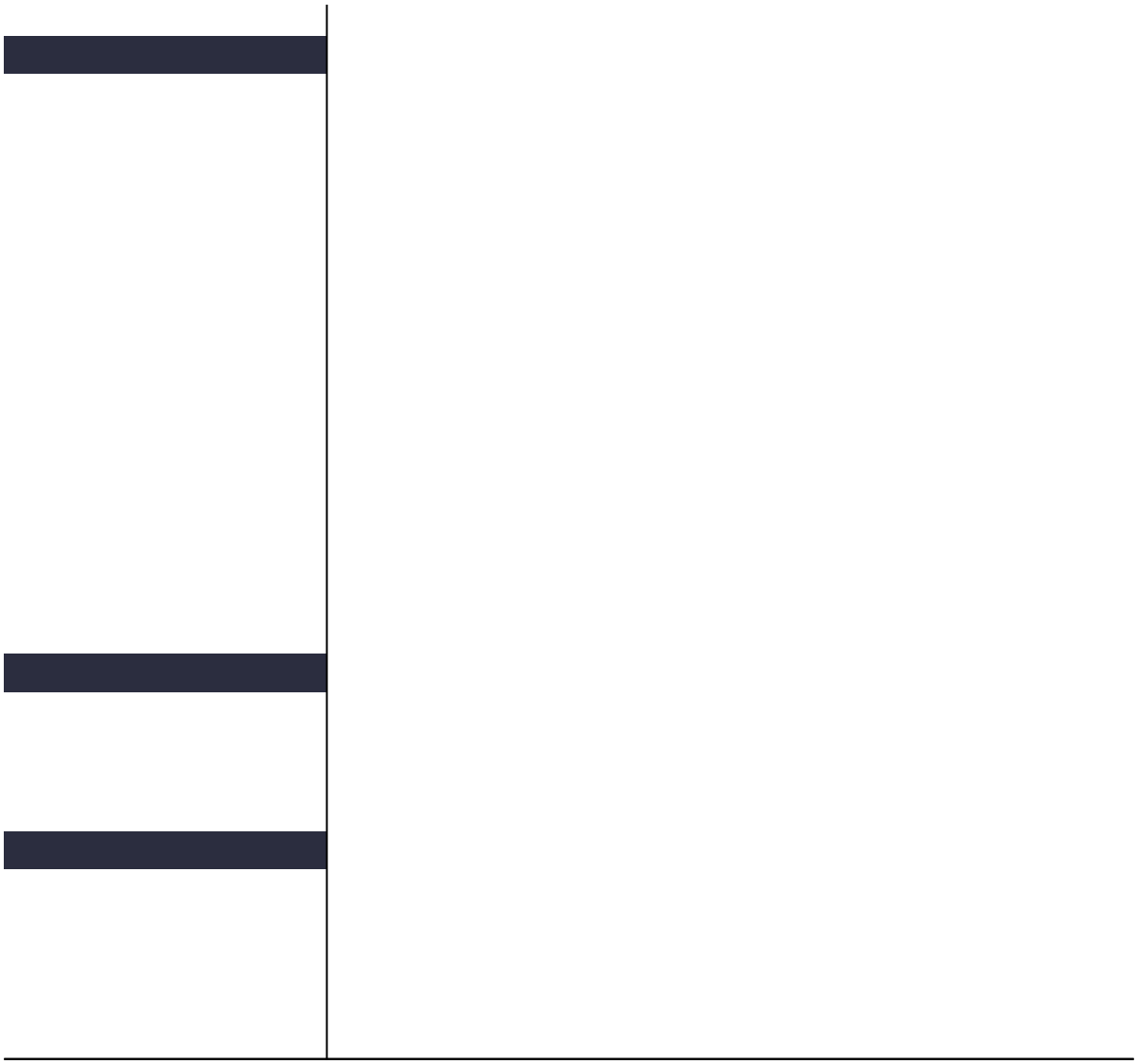
ẩm)

trọng, hay mang tính văn học 1 chút,...)

truyền cảm hứng, lãng mạn, sâu sắc...)

ảm xúc

heo nội dung có sẵn



TNI BUSINESS SCHOOL

TEMPLATE: COPYWRITING - VIẾT SAO ĐỂ THUYẾT

Bước 1: Gây sự chú ý

Bước 2: Nêu ra vấn đề theo 2 cách

Bước 3: Giải quyết vấn đề

Bước 4: Nói ra rủi ro

Bước 5: Lời kêu gọi hành động

1 Viết Headline

Nguyên tắc: Key words + Killing words

2 cách viết **TÍCH CỰC** **TIÊU CỰC**

1 Viết tiêu đề dựa trên 11 dạng tiêu khó cưỡng nhất.

2 Từ 1 tiêu đề đã viết áp dụng vào 11 loại tiêu đề còn lại.

TIÊU ĐỀ CỦA BẠN

2 Viết Body

Viết bài Quảng cáo

Từ Bước 2: Nêu ra vấn đề theo 2 cách

1 **Viễn cảnh**

2 **Nỗi đau**

Your body text...

Từ Bước 3: Giải quyết vấn đề

.....

Từ Bước 4: Nói ra rủi ro

Viết Content

Làm rõ Bước 2 (theo 2 cách)

Viễn cảnh

1/ Trước: Chỉ cho khách hàng thấ
2/ Sau: Hãy tưởng tượng mọi chu
3/ Cách thực hiện: Chỉ cho họ cá

.....

Nỗi đau

1/ Xác định vấn đề: Rõ ràng, cụ
2/ Nhấn mạnh vấn đề: Đi sâu và
3/ Giải quyết vấn đề: Bằng sự tr

.....

Viết bài PR

Lựa chọn 1 trong 5 dạng bài viết PR

x

1/ Giới thiệu DN, cá nhân
2/ Phỏng vấn chuyên gia, ngườ
3/ Tường thuật các hoạt động
4/ Hướng khách quan
5/ PR về sự kiện, sản phẩm

Xác định 6 yếu tố viết bài

1/ Nhân vật chính
2/ Mâu thuẫn
3/ Giải pháp
4/ Thông điệp rõ ràng
5/ Người kể chuyện
6/ Cảm xúc

Áp dụng 5 bước thuyết phục

3 Viết CALL TO ACTION

Nguyên tắc: **SIMPLE - SPECIFIC**

☐ Trực tiếp

.....

☐ Gián tiếp

.....

4 Kết hợp hình ảnh minh hoạ nội dung bài viết tối ưu hiệu quả

5 Đo lường- xuất bản- đánh giá

PHỤC NGƯỜI KHÁC MUỐN ĐỌC

Your text .....

ấy vấn đề của họ, thực trạng của họ, bao lâu họ phải chịu đựng như vậy...
uyện của bạn được giải quyết
ách thức thực hiện, những gì họ làm, thứ gì sẽ giúp họ làm nhanh hơn và tốt hơn, bằng chứ

thể vấn đề của khách hàng là gì
ào những nỗi đau của khách hàng khi vấn đề tiếp tục tồn tại trong tương lai
ợ giúp của sản phẩm dịch vụ

ời nổi tiếng, cảm nhận KH
PR

- STRONG

ứng

[redacted]

[redacted]