

Verkooppagina - 17 stappen

1. Titel + subtitel

Titel gericht op het gedroomde resultaat zonder de grootste drempel.

Subtitel spooft aan en begint met 'Ontdek'. Eindig met drie puntjes '...'

Alternatief

Logo + titel

In het logo is de naam van je product goed zichtbaar. De titel is een korte beloftevolle zin, resultaatgericht

2. Inleiding: resultaat in 2 à 3 zinnen

Direct onder het logo. Kort maar krachtig. Elk woordje afgewogen. Wees uiterst zorgvuldig met dit stukje tekst.

Alternatief

Persoonlijk voorstellen en introductie

Van: je naam

Betreft [productbelofte kort]

Beste lezer + benoemen resultaat dat iemand wil bereiken + belangrijkste pagina die iemand misschien wel zal lezen.

3. De hel

Ben jij [DOELGROEP] en herken je dit?

- Bullets
- Formuleer het zo dat mensen er in gedachten 'ja' tegen zeggen
- Ga in op de worsteling

Geef een beetje lucht en schets in een korte zin wat misschien wel goed gaat. Kom vervolgens met nog eens drie pijnpunten.

Sluit af: Veel [doelgroep] worstelen hier mee + nogmaals belangrijkste pijnpunten.

Maak de hel levendig en herkenbaar voor je lezer. Laat 'm voelen wat ie weet.

4. De hemel

In dit stuk schets je hoe het ook kan zijn voor je lezer. Begin met:

Dit hoeft voor jou niet zo te zijn. Er is een manier om te zorgen dat je [GEDROOMD RESULTAAT] zonder [PIJNPUNT 1]. En zonder [PIJNPUNT 2].

Dat bereik je met [NAAM PRODUCT]

blokje dat er uitspringt: Stel je eens voor:
opsommen en in contact brengen met het goede vooruitzicht. Praat in eindresultaat.

LET OP: maak het contrast tussen de hel en de hemel zo groot mogelijk. Hoe groter je dat kunt maken, hoe beter je pagina werkt.

5. Hoe kom je daar?

Hier laat je zien dat je je lezer echt goed begrijpt. Benoem je de belangrijkste drempel(s) die iemand kan hebben, bijvoorbeeld dat hij al zo veel dingen heeft geprobeerd die niet zijn gelukt. Laat ook zien wat zijn belangrijkste vijanden zijn om het doel te bereiken.

6. De oplossing + eerste koopimpuls

Onthul je product of dienst. Begin met De oplossing voor je probleem:

Vertel in maximaal drie zinnen wat jouw oplossing voor je lezer gaat betekenen. Sluit af met resultaat.

Zet hieronder je eerste koopbutton.

7. Testimonials

Op dit punt laat je zien welke resultaten klanten hebben behaald.

8. Wat mag je verwachten?

Leg in grote lijnen uit wat je als lezer krijgt. Vooral inbedden in relevante bewijzen.

- denk aan stappenplannen, programma's en checklists
- praat/schrijf in concreet resultaat
- koop-button

9. Wat krijg je allemaal?

De opbouw van je product → resultaatgericht

In lange lijsten opsommen wat je allemaal krijgt, vertaald naar resultaat.

10. Bonussen benoemen

Hiermee maak je het urgent. Geef veel bonus, geef aan dat het echt tijdelijk is, en noem de waarde, vertel dat je het *tijdelijk gratis* krijgt.

11. Je investering

Praat niet over kosten of betalen, maar over je investering. Geef aan welke korting je geeft en voor welke prijs je het nu krijgt.

Leg ook uit waarom je het zo voordelig kunt aanbieden.

→ koopbutton

12. Voor wie? En voor wie niet?

Het gaat hier om je expertise en autoriteit. Het is een laagdrempelige manier om te profiteren van jouw kennis. Twee manieren:

1. Vertel wie je bent en welke ervaring je hebt
2. Laat zien hoe en waarom je het product hebt ontwikkeld en wat je persoonlijke frustraties waren waardoor je op dit briljante idee bent gekomen

14. Garantie

Zo uitgebreid als je maar durft. Zet er een opvallende garantiebadge bij.

15. Twijfels wegnemen

In Q&A-vorm behandel je alle bezwaren die iemand maar kan hebben. Vraag is het bezwaar, antwoord is het wegnemen van dat bezwaar.

16. Meld je aan

De laatste alinea van je tekst. Hier nog even motiveren om deel te nemen. Laat – in weer andere worden – het belangrijkste resultaat zien dat je lezer kan bereiken.

Teken af met je naam.

17. PS

Zet daaronder de PS, PPS en eventueel PPPS. Vertel nogmaals welke belangrijkste resultaten je gaat behalen, vertel over de investering en de bonussen en dat je elk moment de prijzen kunt verhogen.

→ koopbutton