

De opbouw van je verkooppagina in 16 stappen

STAP 1

IJzersterke belofte – Titel + subtitel

Het eerste dat je doet is een ijzersterke belofte maken. Dat ene grote ding dat jouw product oplevert als je ermee aan de slag gaat. Je krijgt een paar handige formules om die belofte op een goede manier op te schrijven.

STAP 2

Inleiding waardoor je lezer gaat lezen

Na je ijzersterke belofte wil je lezer verder. In deze stap, de inleiding, schets je heel kort welke resultaten je lezer met gemak gaat behalen.

STAP 3

De hel

Je hebt een ijzersterke belofte gedaan, je hebt kort geschetst welke resultaten je lezer zal behalen. En nu ga je vervelend doen. Nu ga je het beest in je lezer wakker maken en wakker houden. Veel ondernemers hebben moeite met dit deel van de tekst, maar het is hier zaak om in de emoties van je lezer te wroeten en 'm pijn te doen.

We willen af van onze pijn.

STAP 4

De hemel

Hier wek je de dromen van je lezer. In deze stap laat je zien hoe het leven ook kan zijn. Dit is een schets van de gedroomde situatie van je lezer.

Maar het is ook de beschrijving die je favoriete klant je heeft gegeven en die dus haalbaar is, die echt is.

STAP 5

Hoe kom je in de hemel?

Nu is je lezer heel nieuwsgierig geworden: “Okay, het is een rottige situatie waar ik in zit of waar ik me in herken. En inderdaad: ik zou heel graag in de ideale situatie terechtkomen. Maar hoe kom ik daar?” Dat vertel je in deze stap. Nou ja, je vertelt het niet echt, maar je laat vooral zien dat je je lezer echt goed begrijpt.

En je geeft een klein beginnetje van de oplossing, niet meer. Anders hoeft je lezer niet verder te lezen, terwijl hij in veel gevallen nog met vragen, bezwaren en scepsis heeft.

Dat moet allemaal worden weggenomen. Daarom is het belangrijk dat je lezer zo lang mogelijk bij je blijft.

STAP 6

De oplossing + 1e koopimpuls

In deze stap vertel je de oplossing, maar heel kort en extreem beloftevol. Op dit punt zullen er lezers zijn die willen kopen. Daarom geef je hier veel aandacht aan.

Plaats hier ook je eerste button of kooplink. Terwijl je de prijs nog niet eens hebt genoemd!

STAP 7

Anderen over je product of dienst

Iedereen die niet op de bovenstaande button of link heeft geklikt twijfelt. Vanaf dit punt in de verkooppagina schrijf je voor twijfelende lezers. Hoe verder die in je verkooppagina komen, hoe groter hun twijfels zijn en dus hoe meer je moet doen om twijfels en bezwaren weg te nemen.

Begin met uitgebreide testimonials. Die vormen bewijs voor wat jij allemaal vertelt en die kunnen ook nog eens bezwaren en twijfels wegnemen.

STAP 8

Wat mag je verwachten?

In deze stap schets je in grove lijnen wat iemand krijgt. Je gaat niet in op het proces van je product, maar je vertelt in een paar zinnen wat er gaat gebeuren als je lezer de training, dienst of het product koopt.

STAP 9

Wat krijg je allemaal: de kracht van stapelen

Deze stap is makkelijk. In deze stap maak je lange opsommingen met wat er allemaal op en aan je product zit. Weet je nog? De producteigenschappen met 'zodat je', de productvoordelen met 'zodat je' en de voordelen van de voordelen.

STAP 10

Bonussen

In je OTCR heb je kort iets geleerd over bonussen. Die komen in deze stap.

STAP 11

Investing... (hier pas de prijs noemen!)

Het klinkt misschien gek, maar nu pas vertel je de prijs. En die noem je geen 'prijs', 'kosten' of 'wat je moet betalen', maar 'investing' of 'je investing'.

Want dat doet minder pijn.

STAP 12

Voor wie is dit — en voor wie beslist niet?

In deze stap ga je op zoek naar de interne motivatie. Je wil dat je lezer 'JA' zegt tegen jou en je aanbod. Een goede manier is vertellen voor wie dit aanbod is bedoeld — en voor wie beslist niet. Dat motiveert enorm

STAP 13

Waarom met jou in zee gaan?

Dit is weer bewijsvoering, namelijk waarom mensen voor jou zouden moeten kiezen.

STAP 14

Garantie

Ook deze stap ken je nog uit de OTCR. In deze stap kom je met je garantie.

Je merkt het hè: alles in dit gedeelte is erop gericht om de twijfelaars over de streep te trekken. Ze lezen tot hier en hebben nog steeds niet gekocht. Omdat ze twijfels en bezwaren hebben.

STAP 15

Laatste twijfels wegnemen

Die bezwaren heb je in je lopende tekst al proberen weg te nemen, net als met je klantrecensies. Maar er blijven altijd bezwaren bestaan. Met de techniek die je in stap 15 ontdekt, neem je alle bezwaren in één machtige beweging weg.

STAP 16

Meld je nu aan + PS

In deze laatste stap spoor je met een linkje nog eenmaal aan om te kopen. Je sluit af met je naam en eventueel je handtekening.

En je schrijft hier een van de allerbelangrijkste zinnen van je verkooppagina, namelijk de PS. Hierna kun je nogmaals een button zetten.