



PERSUASIVE COPYWRITING IN ACTION

6 Cara Mempengaruhi dan Meyakinkan
Pembaca Iklan untuk Segera Beli

Dewangga Nuzulumay

Entrepreneur - Marketing Enthusiast

Ehm Ehm. . .

Perkenalkan nama Saya Dewangga, orang yang nulis Ebook ini.

Siapa Saya?

Silahkan cek sendiri disini ya [Fb.me/dewangga.nuzulumay](https://fb.me/dewangga.nuzulumay)

Hehehe

Memulai Ebook ini, Saya punya cerita ringan.

Jadi, dari seluruh ilmu bisnis yang sudah Saya pelajari sampai saat ini, Saya paling senang dengan ilmu Marketing (pemasaran).

Kenapa?

Karena memang ilmu pemasaran itu berdampak banget jika ditekuni, hehe.

Secara sederhana,

Dengan menguasai ilmu marketing, kita bisa membuat mereka yang awalnya tidak mengenal produk kita sama sekali, bisa jadi pelanggan setia.

Asik, hehe

Lanjut ya.

Nah, dari seluruh cabang ilmu marketing, ada satu cabang ilmu marketing yang paling Saya sukai.

Ya, ilmu marketing kesukaan Saya.

Bisa dikatakan, sampai saat Saya menulis materi ini, semua bisnis saya menggunakan ilmu tersebut. ^^

Bahkan, mungkin jika di masa depan Saya bangun bisnis baru, ya Saya terapin lagi ilmunya ke bisnis Saya, hehe.

Menariknya, ilmu marketing kesukaan Saya ini, juga bisa jadi solusi beberapa masalah bisnis.

Buat yang selama ini merasa susah jualan. Sering posting status tapi gak ada yang respon. Jualan setiap hari tapi pembelinya musiman. coba deh kuasai ilmu satu ini.

Atau, jika merasa terganggu dengan orang-orang yang mau transfer tapi gak jadi. Ilmu ini bisa jadi solusi juga. ^^

Bahkan diluar bisnis, ilmu ini juga ada efeknya, hehe.

Ilmu ini juga berguna untuk dapat jodoh. Eh maksudnya berkomunikasi dengan orang lain.

Ilmunya bisa di pakai untuk rekrut orang, mencari partner, negosiasi, dan lain-lain.

Nah saat Saya mengatakan semua hal ini, Anda mungkin mulai penasaran dengan nama ilmunya.

Bagi yang kenal Saya, pasti sudah tahu namanya.

Tapi karena gak semua yang baca Ebook ini kenal Saya, jadi Saya kenalkan ulang saja ya, hehe

Nama ilmu yang Saya maksud adalah

"Teknik Pemasaran dengan cara Persuasi"

Apa itu persuasi??

Pengertian mudahnya, Persuasi adalah komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang lain.

Ingat saja 3 kunci. Persuasi itu. .

1. Komunikasi
2. Mempengaruhi,
3. Meyakinkan.

Tapi mohon maaf ya.

Setelah Saya cerita seperti ini, Saya gak akan jelaskan tentang teknik persuasinya di Ebook ini, hehe (Lho koq??)

Jadi, kalau mau belajar tentang persuasi lebih banyak, bisa jadi Agen entrepreneurID atau Ikutan Ecourse Mesin Uang Online, karena didalam situ dibahas teknik ini.

Lalu kalau gak jelasin ilmu persuasi, Saya mau jelasin apa dong??

Nah, kali ini yang Saya mau jelaskan adalah "Persuasif Copywriting". Atau bisa kita katakan cabang ilmu Copywriting yang sifatnya mempengaruhi dan meyakinkan orang lain.

Ini keren banget jika Anda coba pahami konsepnya. ^^

Jika Anda bisa kuasai ilmu satu ini. .

Anda bisa gunakan ilmunya untuk membangun kepercayaan secara cepat dengan tulisan.

Ya, kepercayaan terbentuk dengan cepat.

Wuzzzzzzz

Jadi walaupun sebelumnya tidak dekat.

Eh setelah baca copywriting Anda, jadi percaya juga. hehe

Nah, gimana detail ilmunya??

Yuk kita pelajari. Selamat membaca Ebook ini sampai selesai. ^^

Kenalan dengan Ilmu Persuasi

Buat yang gak tau sejarahnya, jadi ilmu persuasi ini pertama kali diperkenalkan oleh seorang professor bernama *Robert Cialdini*.

Dulu banget, Saat Saya belum lahir. Pakde Robert ini telah melakukan penelitian selama 15 tahun.

Beliau meneliti sebenarnya apa saja yang bisa mempengaruhi dan meyakinkan orang lain.

Coba lihat lama penelitiannya.

Gak tanggung-tanggung, 15 Tahun lhooo !!!

Itu lamaaaaaa pakai banget.

Dari SD sampai SMA saja butuh 12 tahun, nah ini tambah 3 tahun lagi. Kalau kuliah setara D3, hehe.

Jadi bisa di katakan hasil penelitiannya ini paten bin keren, hehe.

Bagi yang gak percaya dengan hasil penelitiannya, boleh koq melakukan penelitian lebih lama, minimal 16 tahun dan lawan teori ini, hehe. Kalau Saya mah percaya percaya aja, hehe.

Nah, dari hasil risetnya, Pakde Robert menyimpulkan ada 6 hal yang bisa mempengaruhi seseorang. 6 hal ini di masa depan dikenal dengan Faktor persuasi. 6 hal yang bisa mempengaruhi dan meyakinkan orang lain

6 hal itu adalah

- Timbal Balik
- Bukti Sosial
- Komitmen
- Kesukaan
- Kelangkaan, dan terakhir
- Otoritas

Apa saja ini dan bagaimana penerapannya dalam Copywriting??

Kita bahas satu persatu yes. .

Dari faktor persuasi pertama dulu.

Yaitu timbal balik.

Faktor Persuasi Pertama - Timbal Balik

Untuk paham Faktor pertama ini, mari kita ingat-ingat kejadian dalam hidup kita.

Jadi, bisa disimpulkan bahwa kita cenderung percaya atau mudah terpengaruh dengan seseorang yang pernah memberikan sesuatu kepada kita. Ya, hukum timbal balik.

Inilah alasan kenapa Orang tua, guru, mentor, pasangan, sahabat. Orang-orang seperti itu, kata-kata dari mereka sangat mempengaruhi kita.

Sadar atau nggak, kita sungkan menolak permintaan dari mereka.

Iya kan? Kenapa bisa seperti ini?

Ini karena mereka pernah memberikan sesuatu dalam hidup kita, sehingga faktor persuasi pertama berlaku disini.

Faktanya. .

Faktor persuasi ini sangat membius. Walaupun kita tau prinsipnya, tetap saja kita terpengaruh.

Buktinya, gak ada kan yang berani membantah orang tuanya??
hehe

Lalu bagaimana penerapannya dalam copywriting??

Jadi . . . Jika Anda ingin praktikan faktor yang satu ini. Sebelumnya Anda harus memberikan sesuatu yang bermanfaat kepada target pasar Anda. Anda bisa kasih voucher, kasih Ebook, atau bahkan Bisa terima curhat gratis.

Sebenarnya gak perlu selalu gratis koq. Selain itu, Anda bisa berikan penawaran yang menarik atau potongan harga. yang seperti ini pun akan membuat orang lain tanpa sadar jadi terpersuasi oleh Anda. ^^

Intinya memberikan sesuatu.

Setelah Anda memberikan sesuatu, lalu saat iklan, Anda tulis seperti ini.

Contoh Copywritingnya

Karena Anda sudah terima Voucher dari Saya..

Atau bisa juga

Beberapa hari yang lalu Saya telah memberikan Anda Ebook . .

Atau bisa juga

Kemarin kita sudah ngobrol banyak . .

Setelah menuliskan kalimat seperti itu, Anda masukan pesan yang ingin Anda sampaikan.

Oh ya, Selain memberikan sesuatu, Faktor persuasi ini bisa aktif juga saat Anda memperlakukan orang lain secara spesial. Misal kalimat seperti

Jika Anda menerima pesan ini, itu artinya . .

Atau Anda bisa katakan

Email yang Anda baca ini spesial karena . .

Ya, jika Anda berlangganan Email Saya. Maka Anda akan tahu bahwa Saya sering membuka pesan dengan kalimat seperti diatas.

Apa hasilnya?

Kebanyakan yang buka pesan Saya jadi membaca pesannya sampai habis, hehe. Alhamdulillah.

Nah, Anda boleh koq terapkan hal ini dalam copywriting yang Anda buat. . Halal di kontek . . . ^^

*"Seseorang Cenderung Percaya Atau Mudah
Terpengaruh dengan orang lain yang pernah
Memberikan sesuatu kepadanya"*

Faktor Persuasi Kedua - Bukti Sosial

Jadi, seseorang lebih mudah terpengaruhi, ketika ada banyak orang melakukan hal serupa.

Ya, jika banyak orang yang melakukan sesuatu yang sama, kita jadi kepo mendadak, dan menurunkan kewaspadaan.

Akhirnya semua informasi yang kita terima saat kondisi kita seperti ini, jadi kita percayai.

Dan ternyata, hal barusan ini berlaku untuk siapa saja.

Sadar gak?

Orang percaya kepada barang yang banyak dipakai orang lain, sesuatu yang dibeli orang lain, toko yang ramai, atau profesional yang punya pelanggan banyak.

Lalu bagaimana penerapan dalam copywritingnya?

Dalam dunia Copywriting, Anda bisa tuliskan

Siapa lagi yang mau . . .

Kata "siapa lagi" diawal kalimat, itu seakan menunjukan kalau sebelumnya sudah ada orang yang mencoba, hehe.

Bisa juga tulis

Sudah diorder oleh lebih dari 3000 orang . .

Sebutkan angkanya. .

Semakin banyak orangnya, pengaruhnya akan semakin luar biasa.

Bisa juga dengan

Produk ini paling Best Seller di toko kami

Best Seller artinya yang penjualannya paling banyak.

Ini ujung-ujungnya memancing orang untuk penasaran dan mungkin bertanya, *koq bisa best seller sih? emang produknya gimana?*

Atau contoh terakhir

Kebanyakan orang sih milihnya paket ini. . .

Kebanyakan itu sebenarnya seberapa banyak?

Walaupun gak jelas jumlahnya, ada kata "banyak" di dalam kalimat sudah bisa mempersuasi, hehe. .

Faktor Persuasi Ketiga - Komitmen

Bisa dikatakan, seseorang lebih mudah dipengaruhi jika sebelumnya mereka telah membuat sebuah komitmen yang sifatnya kecil. Maksudnya gimana?

Penjelasannya begini. Jadi ketika seseorang berjanji melakukan suatu hal, lalu ketika hal tersebut berhasil dilakukan, maka akan lebih mudah meminta mereka melakukan hal yang lebih besar.

Kalau masih bingung, contoh nyatanya begini. . .

Ketika seseorang bisa naik sepeda, maka mereka akan lebih mudah diyakinkan untuk belajar naik motor. Atau Ketika seseorang membuat sebuah rekor, maka dia lebih mudah dikompromi untuk memecahkan rekor berikutnya.

Jadi melakukan suatu hal kecil dulu, baru minta melakukan hal yang lebih besar dari sebelumnya. .

Nah, dalam copywriting ternyata cara ini bisa diterapkan

Ada 3 cara yang bisa Anda lakukan untuk mempersuasi dengan cara komitmen

- Cara Pertama Memberikan Pernyataan Yes Set
- Cara kedua dengan memberikan Pertanyaan Yes Set
- Cara ketiga dengan meminta lakukan hal kecil dulu

Penjelasannya gimana?

Kita bahas mulai cara pertama dulu.

Cara 1 - Pernyataan Yes Set

Maksudnya dalam copywriting Anda menuliskan beberapa pernyataan yang membuat pembaca mengangguk setuju dengan tulisan Anda.

Contohnya misal Anda nulis di Facebook. Anda bisa tulis seperti ini

Saat Anda buka Facebook dan baca status ini, Anda mungkin pernah memikirkan . . .

Itu kalau di Facebook

Benar kan pernyataannya?

Dia sedang buka Facebook, dan sedang baca status, hehe.

Dengan pola yang sama.

Anda bisa juga dengan nulis seperti ini kalau dalam pesan promosi.

Saat Anda buka pesan ini dan mulai baca pesan dari Saya. . .

Dia buka pesan, dan dia sedang baca, hehehe

Silahkan di modif modif. .

Lanjut cara kedua.

Cara 2 - Pertanyaan Yes Set

Kalau tadi Pernyataan. Yang ini adalah Pertanyaan yang memancing jawaban Ya. Contohnya misal target pasarnya adalah orang yang punya bisnis. Kita bisa mempersuasi dengan menuliskan

Apakah Anda punya bisnis? Apakah Anda ingin tau rahasia jualan laris manis? Apakah Anda ingin menghasilkan penjualan lebih banyak dari sebelumnya?

Dia punya bisnis? Ya

Mau tau rahasia jualan laris manis? Ya

Mau menghasilkan jualan lebih banyak dari sebelumnya? Ya

Otomatis kalau ada pebisnis di tanya pertanyaan diatas, mayoritas jawabannya adalah Ya, hehe

Cara 3 - Lakukan hal kecil dulu

Nah kalau cara ketiga, Anda minta mereka melakukan hal yang mudah dulu, sebelum ujung-ujungnya dijual, #Eh

Misal seperti

Untuk dapat Ebook spesial ini, Anda cukup masukan email Anda form di bawah ini

Minta Email dulu, dijual kemudian.

Atau contoh lainnya

Silahkan daftar jadi waiting list dulu sehingga saat produk ini dilaunching nanti, Anda jadi orang pertama yang dapat informasinya

Atau bisa juga jika sebelumnya ada yang sudah membeli produk murah, Anda bisa pancing ke produk yang lebih mahal

Anda bisa katakan dalam Copywritingnya

Promo ini khusus untuk pelanggan yang pernah membeli produk kami

Poinnya adalah buat orang melakukan komitmen kecil, baru ke komitmen besar

Faktor Persuasi Keempat - Kelangkaan

Dari riset Pakde Robert, ternyata seseorang itu cenderung menginginkan sesuatu yang sifatnya terbatas

Produk sama, yang satu dijual dengan menginfokan adanya keterbatasan. Dan yang lainnya dijual tanpa keterbatasan.

LARISNYA BISA BEDA.

Yang satu cuma dijual gitu aja. Sedangkan yang satunya dijual dengan memberikan alasan kenapa harus beli sekarang, maka yang ada alasannya insyaAllah lebih laris. Koq bisa?

Ya karena ada batasannya, maka orang lebih menghargai.

Nah, lalu penerapannya di Copywriting seperti apa?

Anda bisa tuliskan hal-hal seperti

- *Pendaftaran Ecourse ini terbatas hanya sampai*
- *Penawaran spesial ini hanya bisa Anda dapatkan sampai*
- *Sisa 4 seat lagi sebelum kelasnya penuh*
- *Bonus spesial ini hanya untuk 100 pembeli pertama.*
- *Kapan lagi Anda bisa dapatkan fasilitas selengkap ini selain disini?*

Kata kuncinya yang di terapkan di bagian ini adalah

- *Terbatas*
- *Sisa*
- *Hanya*
- *Kapan lagi*

Kata-kata diatas akan memicu orang untuk bergegas

Ingatlah bahwa ada golongan orang yang cenderung menunda.

hehehehe.

"Jika Tidak Ada Batasannya. Maka Calon Pembeli Anda Akan Bebas Menunda Semau Mereka."

Faktor Persuasi Kelima - Kesukaan

Ini paling mudah dipahami. Seseorang akan mudah terpengaruh oleh sesuatu yang mereka sukai.

Jika ada publik Figure, artis, toko yang kita senangi, memberikan kita informasi. Kita otomatis percaya, tanpa analisa. Nah, lalu gimana penerapannya dalam Copywriting? Anda bisa tuliskan . . .

- *Si Anu aja rekomendasikan ini . . .*
- *Tau si itu? kata beliau*

Si Anu dan Si Itu bisa di ganti nama orang yang disukai target pasar Anda ya, hehehe.

Teknik kelima ini, juga berlaku jika kita membangun kesamaan.

Kesamaan akan memunculkan empati, dan mengaktifkan faktor persuasi yang satu ini. Maksudnya? Maksudnya jika ada orang yang nasibnya sama dengan kita, maka kita akan mudah percaya dengan orang tersebut. Nah contohnya dalam copywriting, Anda bisa tuliskan.

Dulu Saya juga merasakan itu, sampai akhirnya ketemu . . .

"Apapun yang Kita Sukai, Mudah Mempengaruhi Kita."

Faktor Persuasi Keenam - Otoritas

Sekarang teknik terakhir yaitu otoritas. Otoritas apa ya?

Kalau diterjemahkan dengan gaya tarzan, otoritas adalah “kesan Ahli” yang ditempelkan keseseorang. Jadi orang di cap ahli oleh orang lain.

Contohnya. .

Seorang ulama, lebih dianggap ahli saat berbicara tentang agama.

Seorang dokter, otomatis di cap ahli di bidang kesehatan

Otoritas ini adalah Faktor perusasi yang paling luar biasa. Kenapa?

Karena seseorang yang punya otoritas kata-katanya menembus alam bawah sadar, seakan-akan yang dikatakannya selalu benar.

Seorang atasan, lebih mudah mengatur bawahannya ketika sang atasan memiliki otoritas. Kita lebih mempercayai montir saat memperbaiki kendaraan kita. Dokter memberikan kita obat apapun, kita langsung percaya. Intinya, kita lebih tenang menyerahkan sesuatu kepada ahlinya.

Benar kan?

Anda juga bisa gunakan Faktor yang satu ini untuk meyakinkan Target pasar Anda.

Lalu penerapan dilapangan seperti apa?

Ada dua cara.

Cara pertama adalah dengan otoritas sendiri

Cara kedua dengan otoritas orang lain

Cara pertama artinya Anda harus melakukan aktivitas agar Anda dicap ahli oleh target pasar Anda.

Sedangkan Cara kedua lebih mudah. Anda tinggal mencatat nama seseorang yang di anggap ahli oleh target pasar dalam copywriting Anda.

Kalau pakai cara pertama. Anda bisa mengatakan

Ini adalah Rahasia Saya . . .

Bagi yang punya otoritas, kalimat barusan akan sangat mempengaruhi. Tapi bagi yang belum punya otoritas, bisa gunakan cara kedua. Anda bisa menuliskan

Kata XXX yang merupakan . . .

Sebutkan nama orang, dan jelaskan siapa orang itu. . serta apa kemampuannya.

Selain dua hal barusan, teknik otoritas juga bisa di terapkan dengan mencantumkan hasil riset, hasil survey, atau hasil penelitian. Sama seperti saat Saya menjelaskan Teknik persuasi ini ke Anda. Saya gunakan Hasil riset Pakde Robert. Hasilnya?

Akhirnya Anda membaca sampai sini, hehehe

*"Seseorang yang Punya Otoritas Kata-katanya
Menembus Alam Bawah Sadar, Sedkan-akan yang
dikatakannya Selalu Benar"*

Mulai sekarang, cobalah untuk gunakan unsur-unsur persuasi dalam setiap copywriting yang Anda buat, dan rasakan hasil yang berbeda.

Yakinkan pembaca copywriting Anda dengan teknik persuasi. Selamat mencoba.