

Siadamy i robimy – jak to wygląda krok po kroku?

Intrygujący nagłówek

O co tu chodzi?

Dokładnie o to samo, co w opisie profilu na portalu randkowym. Masz zatrzymać uwagę odbiorcy i sprawić, żeby chciał dowiedzieć się więcej.

Do czego to jest potrzebne odbiorcy?

Nie mamy czasu ani ochoty na poznawanie osób, z którymi na dłuższą metę nie będzie nam po drodze. Dlatego strona „O mnie” często decyduje o tym, czy napiszemy do kogoś w sprawie współpracy. A jeśli pierwsze zdanie nie zrobi na nas wrażenia, szansa, że będziemy uważnie czytać dalej, gwałtownie zmaleje.

Co wrzucić w środku?

Streść to, co robisz, w jednym zdaniu. Maksymalnie dwóch. Tak, to trudne! Możesz skorzystać na przykład z jednej z tych konstrukcji:

Pomagam [komu?] [zrobić/poprawić co?][jakimi, najlepiej nieoczywistymi, metodami?].

Pomagam żonom Brazylijczyków poprawić ich portugalską wymowę, ucząc języka przez telenowele.

Kiedy inni [co zwykle robią ludzie z Twojej branży?], ja [jak nazwiesz to, co robisz lepiej?]

Kiedy inni skupiają się na leadach i konwersjach, ja dostrzegam w kliencie człowieka.

Jestem [kim?], która nie zgadza się na [co doprowadza Cię do szału w branży], bo wierzy, że można [co robisz inaczej?].

Jestem psycholożką dziecięcą, która nie zgadza się na okrutne treningi snu, bo wierzy, że to dzięki budowaniu bliskości w dzień cała rodzina może spać spokojnie w nocy.

Pomogę Ci [zrobić/poprawić co?] bez [jaki jest potencjalny koszt/wada?].

Pomogę Ci nauczyć się szyć na maszynie bez tony zmarnowanych materiałów i nici.

Jestem [kim?], który(-ra) wierzy, że [coś nieoczywistego w Twojej branży].

Jestem copywriterką, która wierzy, że klient płaci za coś więcej niż liczbę znaków ze spacjami.

Nazywam się [Twoje imię]. Uczę [czego?] tych, którzy chcą nie tylko [coś podstawowego w branży], ale i [coś ponad zwykłe oczekiwania klientów].

Nazywam się Irena. Uczę fotografii tych, którzy nie tylko chcą mieć zdjęcia w albumie, ale i historie na pokolenia.

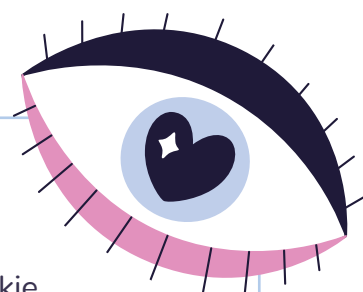
(Tak, możesz się przedstawić na początku!)

Co ma myśleć odbiorca po przeczytaniu tej części?

Ooo, niezłe wejście – czytam dalej, bo tak mi się jeszcze nikt nie przedstawiał.

Rzuć okiem na przykład!

Ale zanim – kilka słów wprowadzenia do tej sekcji. Pamiętaj, że wszystkie przykładowe teksty, które się w niej pojawiają, są napisane przeze mnie lub z moją pomocą! Wierzę, że jesteś w stanie (o ile się naprawdę zaangażujesz) stworzyć swoje własne, które Cię zadowolą. Jeśli jednak w którymś momencie uznasz, że chcesz skorzystać z mojego indywidualnego wsparcia, daj znać na halo@biznesowaskrzydlowa.pl. Chętnie porozmawiam o współpracy!



A tak wyglądają przykładowe nagłówki u moich Klientek (i u mnie):

Moi, c'est Marta. Uczę francuskiego tych, którzy chcą nie tylko mówić w tym języku poprawnie, ale i z dziką przyjemnością.

[Źródło: Marta Bargiel, AchTenFrancuski.pl \(nowa strona w budowie\)](#)

Cześć, jestem Natalia!

Pomagam solopresiębiorcom projektować biznes online, który zarabia świetne pieniądze i zostawia sporo czasu na ich wydawanie.

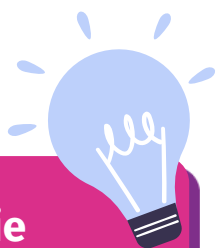
[Źródło: Natalia Dożycka, CEOLab.pl](#)

Pomogę Ci zapomnieć o długich listach zaległych zadań. Na zawsze!

[Źródło: Karolina Nowicka, StrefaWirtualnejAsysty.pl](#)

Jestem Biznesową Skrzydłową. I pomogę Ci rozkochać odbiorców w Twojej ofercie.

[Źródło: Karolina Bartoszek-Dourado, BiznesowaSkrzydlowa.pl](#)



**Złoto, nie
wskazówka**

Zamiast iść w zdanie opisu o sobie w nagłówku, możesz zacząć od bezpośredniego zwrotu do odbiorcy, na przykład pytania. Dokładnie tak, jakbyś zagadywała do kogoś. Takie zaproszenie do rozmowy na początku strony wciąż jest dość zaskakujące i na pewno zwróci uwagę!

Jak robią to moje Klientki? Zobacz przykłady!

Zgodzisz się ze mną, że portugalski raczej rzadko jest pierwszym wyborem, jeśli chodzi o język obcy?

[Źródło: Marta Łuczejko, MartaLuczejko.pl](#)



Złoto, nie wskazówka

Poznajmy się bliżej, żebyś miał(a) pewność, że między nami kliknie.

[Źródło: Klaudia Łapa, PaniOdKlikania.pl](#)

Jak się dziś czujesz?

Nazywam się Alicja Szuchnik. Pomagam kobietom w ciąży i nowo narodzonym matkom oswoić emocje i znaleźć zrozumienie.

[Źródło: Alicja Szuchnik, CzulePlemie.pl](#)

Jestem Edyta, a Ty?

[Źródło: Edyta Draus, EdytaDraus.pl](#)

Możesz także pod nagłówkiem i ewentualnie krótkim wstępem dorzucić guzik przekierowujący bezpośrednio do kontaktu lub oferty. Przecież nie możemy wykluczyć, że ktoś się zakocha od pierwszego... zdania.

Spróbuj skorzystać z jednego z poniższych przykładów.

[To coś dla mnie, porozmawiajmy!]

[Takiej osoby potrzebuję, take my money!]

[Od razu umawiam się na spotkanie!]

Zwróć uwagę na formę – używamy pierwszej osoby liczby pojedynczej, bo oddajemy decyzję i sprawczość odbiorcy. Nie żadne KUP TERAZ. To ma być wypowiedziane ustami zainteresowanej osoby.

Kolory guzików przekierowujących do działania powinny mieć raczej ciepły odcień. Jeśli użyjesz ciemnego, chłodnego koloru, może się okazać, że podświadomie odbiorca nie uzna go za aktywny przycisk. Efekt? Guzik będzie się słabiej klikać.