

Wervende verkoop teksten

Mei 2001

Henk Jongedijk, vrijdag 22 september 2006 - 00:00:00

Als u zelf een verkoopfolder leest, gaat u zichzelf bewust of onbewust vragen stellen. Als uw vragen niet direct beantwoord worden, legt u de folder waarschijnlijk naast u neer. Na een week bent u de helft van de inhoud van de folder vergeten en na een maand heeft u de verkoop van het product definitief afgeblazen.

Zo ongeveer verlopen ook de verkopen via het Internet. Het is dus zaak om uw klanten meteen te informeren met de juiste antwoorden.

Om potentiële vragen te verzinnen, hoeft u echt niet helderziend te zijn. Volg vooral uw gezond verstand. Ik help u graag op weg met een viertal voorbeelden.

1. Welk voordeel verkrijg ik met dit product?

Som een aantal, maar nog niet alle, van de belangrijkste voordelen op. Probeer het zo bondig mogelijk te formuleren. Beloof echter niets wat u niet kunt waarmaken. Een voorbeeld waarbij lezers zich meteen iets concreets kunnen voorstellen doet wonderen.

Doe dit niet: "Verdien tijd en geld met Klikdits!"

Maar wel: "Gratis! Uren vrije tijd voor uw favoriete hobby, spelen met uw kinderen, bespaar geld met Klikdits! De meest betrouwbare Klikdits op de markt."

2. Hoe werkt het voordeel?

Omdat mensen van nature nieuwsgierig zijn, is het goed om uit te leggen waar het geheim in schuilt. Ook denken mensen dat er vast een 'addertje onder het gras' zit. Leg daarom eerlijk, geloofwaardig en logisch uit waarom uw product de belofte waar maakt.

"Met Klikdits bereikt u sneller resultaat omdat er niet één, maar twee hypercomponenten in zitten. Wetenschappelijke test, uitgevoerd door TNO, tonen aan dat onze Klikdits constant en onder alle omstandigheden de concurrentie voorbleven in snelheid, nauwkeurigheid en levensduur."

3. Waarom zou ik u geloven?

Mensen willen meermalen overtuigd raken dat uw product de juiste keuze is. Geef informatie over uw bedrijf, uw kwalificaties en ervaringen op dit gebied. Citaten van tevreden klanten zijn prima, zolang ze maar niet anoniem zijn. Hoe meer gegevens u van deze klanten kunt vermelden, hoe betrouwbaarder uw product wordt.

"Mevrouw Jaarsma (43) is al 20 jaar directie secretaresse bij Van Duurzen B.V. te Sliedrecht. Haar bevindingen over de Klikdits:

"Sinds ik Klikdits gebruik kan ik weer genieten van mijn avonden. Mijn hele gezin vindt het een verademing te ervaren dat ik zo vroeg thuis kan zijn."

4. En als het me toch niet bevalt?

Kopen in een winkel, met het product tastbaar aanwezig, ervaren mensen al als een gok. Laat staan bij het kopen in een virtuele webwinkel. Breng daarom de beleving van risico voor uw klanten weg. Een niet-goed-geld-terug formule, is een sterke garantie. Vermeld daarbij direct de omruiltijd. Dit schept onmiddellijk duidelijkheid naar uw potentiële klant. Hoe langer de garantieperiode of inruilmogelijkheid die u aanbiedt, hoe betrouwbaarder uw product overkomt. Bijkomend voordeel is dat uit onderzoeken blijkt, dat niet iedereen daadwerkelijk de moeite neemt hiervan gebruik te maken. Het werkt dus verkoopverhogend. Het prompt nakomen van deze belofte werkt overigens ook imageverhogend. De mond-tot-mond reclame die u ermee zult verkrijgen positioneert uw product stevig in de markt.

"Toch niet het resultaat wat u verwachtte? Stuur dan de aangebroken verpakking aan ons op en maak gebruik van onze dertig dagen

niet-goed-geld-terug garantie."

Verweef bovenstaande antwoorden in uw teksten voor Internet verkopen en uw lezers zullen veranderen in kopers.