



ตัวอย่างการใช้เทคนิคที่เรียกได้ว่า

“สำคัญที่สุด” **ในการเขียน Copywriting** **ของ John E. Kennedy**

โดย

Jesse OHMPIANG Jesse



COPYRIGHT © 2019 OHMPIANG MARKETING CO., LTD., All rights reserved.

E-Book ชุดนี้ รวมถึงจดหมายแนบ, Transcript, โบนัส, ของขวัญ และ Sales Copy ที่เกี่ยวข้องกับหนังสือ Intensive Copywriting เป็นลิขสิทธิ์ของบริษัท OHMPIANG MARKETING จำกัด ขอสงวนลิขสิทธิ์ห้ามทำซ้ำ เลียนแบบทุกประการ

ที่สำคัญท่านก็ไม่สามารถนำเนื้อหาของหนังสือ Intensive Copywriting และ E-Book ที่เกี่ยวข้องไปลงเว็บไซต์, Facebook, Facebook Live, Youtube หรือใช้ในการสอนตามงานสัมมนาเพื่อแสวงหาผลกำไร ทั้งทางตรงและทางอ้อม

จริงอยู่ว่าผมมีทิมกฎหมายที่คิดว่าตัวเองเป็นจอห์น วิคตอนที่หมาโดนฆ่า ผสมกับเลียม นีสันในหนัง เรื่อง Taken ทุกภาครวมกัน แต่เขาก็ต้องยึดมั่นในขอบเขตของกฎหมายและกระบวนการ

แต่ผมนี้สติตัวมงบายเลยแหละ แถมปากผมนี้แหวอะไรชอบเป็นจริงด้วย ตอนอยู่ปี 3 ผมเคยแหวรุ่นพี่ปี 7 คนหนึ่งที่ต้องการเกรดอีก 0.0 เท่าไหร่ก็ไม่รู้ แล้วเผลอพูดไปว่า “เดียวพี่ก็ขาดอีก 0.02 จะได้อยู่รับ ปริญญาพร้อมกับน้อง” ปรากฏว่าเป็นเช่นนั้น และรุ่นพี่คนนั้นก็โทษผมมาจนทุกวันนี้

เพราะงั้นหากมีการละเมิดเกิดขึ้น ผมจะแหวลอยๆไว้ก่อนว่า “วิชาทั้งหมดที่ท่านได้รับจะคืนกลับ เจ้าของ เงินที่ได้มาอยู่ๆก็ต้องเสียกับเรื่องไม่เป็นเรื่อง และวันดีคืนดีลูกค้ารายใหญ่ก็วิ่งไปหาคู่แข่ง โทรมไปก็ไม่รับ ทักไปก็ไม่ตอบ พอเจอตัวก็ตีหน้านิ่ง แล้วบอกเหตุผลว่าสถานการณ์การเงินไม่ค่อยดี” แถม Ad โฆษณาที่วิ่งด้วยต้นทุนน้อยๆอยู่ดีๆก็เพิ่มขึ้น 2-3 เท่าโดยไม่รู้สาเหตุ”

E-Book เล่มนี้ รวมไปถึงข้อมูลทุกอย่าง เป็นผลลัพธ์จากการลองผิดลองถูกทั้งสิ้น ผมและทุกคนที่บริษัทโอห์มเพียง มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ไม่ขอรับผิดชอบหากนำไปใช้แล้วไม่ได้ผล

สวัสดีครับ,

เจอกับ เทคนิคที่ผมจะพูดถึงคือ

การตั้งหัวข้อ Copy ให้มีสเน่ห์ของการนำเสนอข่าว
ในบทที่ 3 ของหนังสือ Intensive Copywriting

เขาบอกว่า

Ad โฆษณาที่ปราศจากสเน่ห์ของการนำเสนอข่าว
จะไม่มีตัวตนในสายตาของกลุ่มเป้าหมายแม้แต่บ่อย
ชนิดที่ว่าผู้คนยังมีตัวตนจับต้องได้มากกว่า

ดังนั้นการทำโฆษณาเหล่านั้นออกมาคือ

การเอาเงินไปเผาเล่น

การไม่มีสเน่ห์ของการประกาศข่าวในการเขียนหัวข้อ,
การเลือกรูปภาพที่ใช้ ล้วนเป็นการสิ้นเปลืองพื้นที่ในการโฆษณาทั้งสิ้น

จงจำสิ่งนี้เอาไว้ และจำให้ขึ้นใจ

รูปสวยแค่ไหน ต่อให้สวยเวอร์วังอลังการเพียงใด
ก็เทียบไม่ได้แม้แต่ร้อยละหนึ่งกับหัวข้อโฆษณาที่
ใส่สเน่ห์ของการประกาศข่าวลงไป

ความสวยงามอย่างเดียวไม่สามารถสร้างหรือกระตุ้น

“ความอยากซื้อ” ให้เกิดขึ้นได้ในจิตใจสำนึกของลูกค้า

หากต้องการให้ Ad โฆษณาของท่านสร้างผลลัพธ์ สร้างกำไรเยอะๆ

ท่านต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายของท่าน
อ่านมันด้วยความสนใจเท่าๆกับที่พวกเขาอ่านข่าว

ถ้าท่านเป็นเหมือนผมตอนแรก โอเค
สิ่งที่เขาสอนเป็นอะไรที่ทรงพลังมาก แต่สิ่งที่ผมอยากรู้มากไปกว่านั้นคือ
แล้วหัวข้อที่มีสเน่ห์ของข่าว มันหน้าตาเป็นอย่างไรล่ะ?

ซึ่งตรงนี้ในหนังสือไม่ได้มีอธิบายเพิ่มเติม และมันน่าเสียดาย
แต่ไม่ต้องห่วง ผมทำการบ้านมาให้เรียบร้อยแล้ว และต่อไปนี่คือ
ตัวอย่างของหัวข้อที่เข้าข่าย “มีสเน่ห์ของข่าว”
แบบที่ John E. Kennedy หมายถึง

1. แนวการบอกความจริง

ตัวอย่าง :

“ความจริงที่คุณต้องรู้เกี่ยวกับการซื้อ Ad โฆษณบน Facebook”

“ความจริงที่คุณควรจะต้องรู้เกี่ยวกับแบคทีเรียในห้องนอนที่จะทำให้ร้าย
ครอบครัวของคุณ”

“ความจริงที่คุณควรจะต้องรู้เกี่ยวกับการลงทุนในต่างประเทศ”

2. แนวการแจ้งข่าวสำคัญ

ตัวอย่าง :

“ด่วน : นักวิทยาศาสตร์ของเราค้นพบเชื้อดื้อยาที่จะช่วยให้สืหายไปแบบถาวร”

“โปรดฟังอีกครั้ง : ลดทั้งร้าน 90% เพราะเรากำลังจะเลิกกิจการ”

“โปรดทราบ : การที่คุณมีเงินเยอะๆตอนเริ่มลงทุนอาจไม่ใช่เรื่องดีเสมอไป”

3. แนวเคล็ดลับ...

ตัวอย่าง :

“เคล็ดลับการใช้ชีวิตคู่อย่างสงบสุขและยืนยาว”

“เคล็ดลับใหม่ล่าสุดของการลดน้ำหนักแบบไม่ต้องออกกำลังกาย”

“เคล็ดลับการทำการตลาดวงในที่ทุกคนกำลังพูดถึง”

4. แนววันนี้ที่รอกอย

ตัวอย่าง :

“ในที่สุดก็คลอด วิธีลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ที่ใครๆก็ทำได้”

“ในที่สุดก็มา คำตอบของสิ่งที่คุณตามหาเรื่องผิวน้ำ”

5. แนวคำแนะนำ

ตัวอย่าง :

“คำแนะนำจากผู้จัดการกองทุนระดับประเทศ ถึงนักลงทุนรายย่อย เรื่อง การลดความเสี่ยงเพื่อเพิ่มกำไร 225% ในระยะยาว”

“คำแนะนำจากนักโภชนาการมากประสบการณ์ ถึงคนที่กำลังมีปัญหาเรื่องผิว”

6. แนวการป้องกัน

ตัวอย่าง :

“วิธีป้องกันอันตรายในครัวเรือน แม้แต่ตอนที่คุณไม่อยู่”

“ในที่สุดก็เปิดเผยออกมา วิธีที่ปลอดภัยในการปกป้องการลงทุนของคุณ”

7. แนวการค้นพบ

ตัวอย่าง :

“ค้นพบวิธีง่ายๆในการทำเงินล้านจากการทำ Instagram”

“ค้นพบเคล็ดลับที่จะพลิกชีวิตของคุณไปตลอดกาลได้ที่นี่”

8. แนว ใช้ครับ / ใช้ค่ะ

ตัวอย่าง :

“ใช้ครับ สถิติการล้างพอร์ตของคุณถึงคราวสิ้นสุดแล้ว”

“ใช้ค่ะ ผู้ชายที่ประสบความสำเร็จทุกคน
มีผู้หญิงที่มีศักยภาพคอยหนุนหลังอยู่”

9. แนวคำถาม

ตัวอย่าง :

“คุณต้องการจะรู้ว่าจริงๆแล้วศักยภาพของคุณยิ่งใหญ่แค่ไหนไหม?”

“คุณต้องการดีลดีๆไหม?”

10. แนวคุณต้องการอะไร

ตัวอย่าง :

“คุณอยากจะลดเงินที่ต้องผ่อนค่าบ้าน ค่ารถไหม?”

“คุณอยากจะถูกหวยติดกันหลายๆวดไหม?”

11. แนวคุณเท่านั้น

ตัวอย่าง :

“คุณเท่านั้นที่จะเปลี่ยนแปลงชีวิตของตัวเองได้”

“คุณเท่านั้นที่ต้องตัดสินใจตอนนี้”

“คุณเท่านั้นที่สามารถทำเงินล้านได้จากการลงทุนหลังจากนี้ 72 ชั่วโมง”

12. แนว How-To

ตัวอย่าง :

“วิธีสร้างเงินล้านด้วยการขายของออนไลน์แบบไม่มีความเสี่ยง”

“วิธีออกแบบสวนสนุกส่วนตัวหลังบ้านของตัวเอง”

“วิธีเลี้ยงสุนัขให้ชนะรางวัล

ทุกวันนี้สิ่งที่ผมแบ่งปันพร้อมยกตัวอย่างยังคงได้ผลอยู่เป็นอย่างดี
ลองเอาไปใช้กับธุรกิจตัวเองนะครับ
ขอให้โชคดีครับ

OHMPIANG
เจษ