

## Шпаргалка

# Пять триггеров, которые помогут составить УТП

## Бизнес-хак

Если хотите сформулировать УТП быстро, воспользуйтесь формулой: товар (бренд) + триггер (1–3 шт.)

- 1. Результат.** Покажите, какую пользу или выгоду получит клиент, купив ваш товар или услугу. Лучший образец — курсы похудения. Самые креативные обещают снизить вес на 10 кг за месяц, да еще и без отказа от мучного. Для убедительности они всегда прикладывают фото до и после.
- 2. Страх.** Если вы знаете, чего бояться ваши клиенты, используйте это. Если клиент боится купить в онлайн-магазине брюки потому, что они ему могут не подойти или не понравятся, предложите ему наложенный платеж и бесплатный возврат. Это повысит доверие клиентов.
- 3. Сравнение.** У вашего товара или услуги может не быть равных, но ведь клиенты об этом не знают. Ваша задача — показать преимущества. Вы можете сделать инфографику или таблицу, в которой покажете, например, чем отличается пуховик из натурального гусиного пуха от того, который выполнен из биопуха.
- 4. Отзывы с фотографиями.** Клиентам мало прочесть хвалебный отзыв, они хотят увидеть, как сидит свитер на ком-то, посмотреть видео-обзор, опубликованный клиентом. Такую опцию используют, например, маркетплейсы.
- 5. Сжатые сроки.** Клиенты склонны откладывать покупку на последний момент, поэтому им нужен стимул — ограниченные сроки. Поэтому лучше писать так: до конца акции осталось 12 часов, спешите — по акционной цене остались всего два размера.