

## 如何撰写有吸引力的销售信息

如果我告诉你撰写销售消息的五条规则而将你“领进门”，我想这会很有用。为了说明这些规则，我将使用一条真正的销售信息，实际上它是一位读者给我发的：

“公司聘请我们来调整其数字营销计划的技术方面内容。”

让我们首先从这条消息正确的一面开始。

**规则 1：讲述关于客户…而不是供应商的故事。**这条消息确实只和客户以及供应商如何提供帮助有关。干的不错。

**规则 2：语言生动感人，而不是令人反感的废话。**我认为“调整”这个词在上下文中就十分生动而有独创性。再次说，干的不错。

不幸的是，上面的消息违反了其他一些规则，即：

**规则 3：不要使用会带来疑问的术语。**一条好的销售消息会激励听众去询问你的产品，诸如“你是如何做的？”。你最不希望的就是有关术语的问题，诸如“你到底在说些什么？”。因此，当你使用一个词语或短语，总是先问自己：“当听众听到这些，他会怎么想？”在上面的消息中，我不知道“调整”、“技术方面”或“数字化营销”的意思是什么。

我可以猜测，但这很不好。

**规则 4：将自己从竞争对手中区分出来。**一条好的销售消息应该把你和其它选择区分开来。现在，我碰巧从该读者发的其他信息中了解到，竞争来自传统的广告代理，但你永远无法从这条消息中了解到这一点。

**规则 5：提供可量化的效益。**一条好的销售消息需要提供某种有形和可衡量的效益。在上述消息中，我不知道为什么将我的“技术方面”进行一次“调整”过程就是“好的”。考虑到所有上述情况，更加行之有效的销售消息是：

公司聘请我们帮助他们将产品打入市场，和传统广告代理相比，我们提供的服务效率是其两倍，而成本降低一半。

明白了这条消息是如何更加可行吗？故事仍旧是关于客户，而且在我放弃“调整”这个词的同时，我插入了“两倍”和“一半”这样对比的词语——一种生动的对比。

更重要的是，几乎所有商业人士都知道该卖什么，和商业的目的是什么。最后，它将在竞争中获胜。

我保证，这条重写的消息比原来的开启一次销售对话的可能性大很多。