

Utilizarea Paginii de Vânzări „Completează spațiile goale”:

Acest document poate fi folosit în ORICE AI și este destinat să fie utilizat prin copierea și lipirea lui în AI-ul tău, învățându-l despre produsul tău. Apoi, AI-ul poate prelua detaliile produsului tău, povestea ta și să creeze o pagină de vânzări completă.

Personal, eu folosesc Claude Project, iar acolo uploadez documente ajutătoare precum cel pe care îl citești acum, profilul clientului ideal, segmentarea pieței, principii de copywriting, principii de psihologia consumatorului, date despre produsul sau/și oferta mea, analiza vocii și stilului meu de scris pentru a le reproduce corect etc.

Odată ce are toate acestea, pot să-i cer să creeze o pagină de vânzări pentru mine.

Structură pagina de vânzări front end (produsul transformațional de bază)

SECȚIUNEA 1: SECȚIUNEA DE ANTET

„Vrei să [INSEREAZĂ REZULTATUL DORIT] Fără [INSEREAZĂ CEL MAI MARE OBSTACOL]?”

„Noul [INSEREAZĂ TIPUL DE PRODUS] Dezvăluie [INSEREAZĂ NUMĂRUL] Secrete Practic Necunoscute Pentru [INSEREAZĂ BENEFICIUL PRINCIPAL] În Doar [INSEREAZĂ INTERVALUL DE TIMP].…”

[PROMISIUNE] [INTERVAL DE TIMP] [MECANISM] [DISTRUGĂTOR DE OBIECTII]

Exemplu: „Extrage-ți Produsul Digital de 6 Cifre [PROMISIUNE] În Următoarele 60 de Minute [INTERVAL DE TIMP] Folosind Acest Prompt Revoluționar de 4 Pagini cu AI Dezvoltat de un Creator Digital Multi-8 Cifre [MECANISM] ...Chiar Dacă Nu ai Creat Niciodată un Produs Până Acum” [DISTRUGĂTOR DE OBIECTII]

Formate de Headline:

SECȚIUNEA 2: SECȚIUNEA DE ANTET

Există două tipuri de [AUDIENȚA ȚINTĂ]: cei care [COMPORTAMENT/REZULTAT NEGATIV] și cei care [COMPORTAMENT/REZULTAT POZITIV]....

„Vrei să [INSEREAZĂ REZULTATUL DORIT] Fără [INSEREAZĂ CEL MAI MARE OBSTACOL]?”

„[TIPUL DE PRODUS] Contraintuitiv Care [REZULTAT SURPRINZĂTOR] Chiar Și Când [OBSTACOL COMUN]”

„Noul [INSEREAZĂ TIPUL DE PRODUS] Dezvăluie [INSEREAZĂ NUMĂR SPECIFIC, ex. 7, nu „câteva”] Secrete Practic Necunoscute Pentru [INSEREAZĂ BENEFICIUL PRINCIPAL cu REZULTAT SPECIFIC] În Doar [INSEREAZĂ INTERVAL EXACT DE TIMP, ex. 57 de minute, nu „aproximativ o oră”].…”

[PROMISIUNE] [INTERVAL DE TIMP] [MECANISM] [DISTRUGĂTOR DE OBIECTII]

Exemplu: „Extrage-ți Produsul Digital de 6 Cifre [PROMISIUNE] În Următoarele 57 de Minute [INTERVAL DE TIMP] Folosind Acest Prompt Revoluționar de 4 Pagini cu AI Dezvoltat de un Creator Digital Multi-8 Cifre [MECANISM] ...Chiar Dacă Nu ai Creat Niciodată un Produs Până Acum” [DISTRUGĂTOR DE OBIECTII]

SECȚIUNEA 3: BARĂ DE CREDIBILITATE (opțională)

„De încredere pentru:” [INSEREAZĂ 4-6 LOGOURI SAU CREDENȚIALE RELEVANTE]

SECȚIUNEA 4: AGITAREA PROBLEMEI

„Dacă ești ca majoritatea [INSEREAZĂ PIAȚA ȚINTĂ], probabil că ești sătul și obosit de... Și dacă nimic nu se schimbă, peste 6 luni vei fi tot în [REZULTAT NEGATIV VIITOR].”

Lasă-mă să-ți arăt ce vreau să spun...

✗ Chiar acum, probabil că:

- Te lupți să [INSEREAZĂ PUNCT SPECIFIC DE DURERE], chiar dacă știi că ai valoare de împărtășit
- Privești cum alții [INSEREAZĂ SUCCESUL CONCURENȚILOR] în timp ce tu [INSEREAZĂ SITUAȚIA ACTUALĂ]
- Te simți copleșit de [INSEREAZĂ COMPLEXITATEA INDUSTRIEI]
- Ești îngrijorat că [INSEREAZĂ CEA MAI MARE FRICĂ]
- Ești frustrat pentru că [INSEREAZĂ FRUSTRAREA COMUNĂ]

Fiecare zi în care continui [COMPORTAMENT NEGATIV], pierzi aproximativ [PIERDERE SPECIFICĂ – timp, bani, oportunitate].

Și partea cea mai rea?

Fiecare zi care trece, [INSEREAZĂ CONSECINȚA INACȚIUNII] în timp ce [INSEREAZĂ CE FAC CONCURENȚII].

Chiar acum trăiești [STAREA ACTUALĂ DUREROASĂ]. Imaginează-ți în schimb [STAREA IDEALĂ VIITOARE].

SECȚIUNEA 5: FERESTRA DE OPORTUNITATE

„Dar chiar acum, trăim în cea MAI MARE fereastră de oportunitate din istorie pentru [INSEREAZĂ INDUSTRIA]... Această fereastră se închide pentru că [MOTIV SPECIFIC PENTRU LIMITAREA TIMING-ULUI DE PIAȚĂ].”

Iată de ce:

- [INSEREAZĂ NOUA TEHNOLOGIE/TREND] a schimbat totul
- Majoritatea oamenilor încă [INSEREAZĂ METODA VECHE]
- Cei care înțeleg [INSEREAZĂ NOUA METODĂ] [INSEREAZĂ REZULTATUL POZITIV]
- Asta creează un avantaj FĂRĂ PRECEDENT pentru cei care [INSEREAZĂ ACȚIUNEA]

Cei care nu profită de această fereastră vor rata [OPORTUNITĂȚI SPECIFICE] în timp ce îi privesc pe alții obținând [REZULTATE DE SUCCES SPECIFICE].

Dar această fereastră nu va rămâne deschisă pentru totdeauna...

SECȚIUNEA 6: POVESTE/CREDIBILITATE

„AVERTISMENT: Ceea ce urmează să împărtășesc ar putea contrazice tot ce ai învățat despre [INDUSTRIE/SUBIECT]...”

„De la: [NUMELE TĂU]

Locație: [LOCAȚIA TA]

Dacă citești asta, atunci probabil că [INSEREAZĂ SITUAȚIA COMUNĂ]. Știu exact cum te simți pentru că [INSEREAZĂ POVESTEA TA].

Înapoi în [ANUL EXACT], eram [INSEREAZĂ SITUAȚIA ANTERIOARĂ].

- Am încercat [SOLUȚIA COMUNĂ 1]
- Am investit în [SOLUȚIA COMUNĂ 2]
- Am mers chiar până la [MĂSURĂ EXTREMĂ]

Cea mai mare luptă a mea a fost [PROVOCAREA SPECIFICĂ]. M-am simțit [RĂSPUNSUL EMOȚIONAL] când [SITUAȚIA DIFICILĂ].

Apoi ceva s-a schimbat...

În timp ce [CE FĂCEAI], am descoperit [INSIGHT-UL INIȚIAL].

M-a lovit ca un fulger – ce-ar fi dacă aş putea [IDEEA TA]?

Am început să experimentez cu [SOLUȚIA] și am creat un [TIP DE PRODUS] simplu.

Rezultatele m-au șocat...

În doar [INTERVAL EXACT DE TIMP], acel [TIP DE PRODUS] simplu:

- A generat exact [SUMA SPECIFICĂ DE VENIT]
- A ajutat exact [NUMĂR EXACT] de oameni să obțină [REZULTAT SPECIFIC]
- A creat [REZULTAT EXACT]

Dar iată ce m-a uluit cu adevărat...

Mi-am dat seama că pot folosi [NOUA TEHNOLOGIE/METODĂ] ca să-i ajut și pe alții să facă același lucru – fără [OBSTACOLUL COMUN].

De atunci, am rafinat totul într-un prompt simplu de [NUMĂR] pagini care:

- Creează produse în mai puțin de [INTERVAL EXACT DE TIMP]
- Funcționează în orice nișă
- Nu necesită zero [CERINȚA COMUNĂ]

Acum, pentru prima dată, împărtășesc acest sistem exact...”

SECȚIUNEA 7: INTRODUCEREA SOLUȚIEI

„Înainte să dezvălui întregul sistem, ia 10 secunde și imaginează-ți [REZULTATUL POZITIV]. Cum ți-ar schimba asta viața de zi cu zi?”

„Prezint [NUMELE PRODUSULUI]: Sistemul cu [NUMĂR]-[FORMAT] Care [BENEFICIUL PRINCIPAL] În Doar [INTERVAL DE TIMP]...”

Imaginează-ți că [SCENARIUL POZITIV SPECIFIC] după ce folosești [NUMELE PRODUSULUI] doar [INTERVAL SCURT DE TIMP].

Aceasta nu este doar o altă [SOLUȚIE COMUNĂ]. Aceasta este o [TIP DE PRODUS] DOVEDITĂ care:

- [BENEFICIU UNIC 1]
- [BENEFICIU UNIC 2]
- [BENEFICIU UNIC 3]

SECȚIUNEA 8: SECȚIUNEA DE DOVEZI

„Nu mă crede doar pe cuvânt...”

În doar [INTERVAL EXACT DE TIMP]:

- Am generat exact [VENIT SPECIFIC]
- Am creat exact [REZULTAT SPECIFIC]
- Am ajutat exact [NUMĂR EXACT] de oameni să obțină [REZULTAT]

Și nu sunt singurul...”

[INSEREAZĂ 3 LOCURI PENTRU TESTIMONIALE CU REZULTATE SPECIFICE]

SECȚIUNEA 9: CE PRIMEȘTI

„Iată TOT CE PRIMEȘTI când te alături [NUMELE PRODUSULUI] astăzi:

SISTEMUL PRINCIPAL:

Componenta 1: [NUMELE PRINCIPAL AL PRODUSULUI] (Valoare \$[VALOAREA])

- [BENEFICIU PRINCIPAL]: Doar asta ar valora [VALOARE SPECIFICĂ] pentru că [MOTIV]
- [BENEFICIU SECUNDAR]: Majoritatea oamenilor ar plăti [VALOARE SPECIFICĂ] doar pentru asta pentru că [MOTIV]
- [BENEFICIU TERȚIAR]: Alții cer [VALOARE SPECIFICĂ] pentru ceva similar pentru că [MOTIV]

INSTRUMENTELE DE IMPLEMENTARE:

Componenta 2: [NUMELE COMPONENTEI] (Valoare \$[VALOAREA])

- [BENEFICIU PRINCIPAL]: Doar asta ar valora [VALOARE SPECIFICĂ] pentru că [MOTIV]
- [BENEFICIU SECUNDAR]: Majoritatea oamenilor ar plăti [VALOARE SPECIFICĂ] doar pentru asta pentru că [MOTIV]
- [BENEFICIU TERȚIAR]: Alții cer [VALOARE SPECIFICĂ] pentru ceva similar pentru că [MOTIV]

RESURSELE DE ACCELERARE:

Componenta 3: [NUMELE COMPONENTEI] (Valoare \$[VALOAREA])

- [BENEFICIU PRINCIPAL]: Doar asta ar valora [VALOARE SPECIFICĂ] pentru că [MOTIV]
- [BENEFICIU SECUNDAR]: Majoritatea oamenilor ar plăti [VALOARE SPECIFICĂ] doar pentru asta pentru că [MOTIV]
- [BENEFICIU TERȚIAR]: Alții cer [VALOARE SPECIFICĂ] pentru ceva similar pentru că [MOTIV]

[CONTINUĂ PENTRU FIECARE COMPONENTĂ]

SECȚIUNEA 10: PACHETUL DE BONUSURI

„Comandă În Următoarele [INTERVAL DE TIMP] Și Vei Primi În Plus:

BONUS RAPID #1: [NUMELE BONUSULUI] (Valoare \$[VALOAREA])

- [BENEFICIU 1]
- [BENEFICIU 2]
- [BENEFICIU 3]

[CONTINUĂ PENTRU FIECARE BONUS]

SECȚIUNEA 10: PACHETUL DE PREȚURI

Opțiunea 1 (Cea mai Populară): Sistemul Complet [NUMELE PRODUSULUI] – \$[PREȚ]

Opțiunea 2: Sistemul [NUMELE PRODUSULUI] + [ADAOS PREMIUM] – \$[PREȚ MAI MARE]

Opțiunea 3: Sistemul [NUMELE PRODUSULUI] + [ADAOS PREMIUM] + [ADAOS PREMIUM SUPLEMENTAR] – \$[PREȚ CEL MAI MARE]

Valoare Reală Totală: \$[VALOAREA TOTALĂ]

Preț Normal: \$[PREȚUL NORMAL]

Preț Special Astăzi: \$[PREȚUL OFERTEI]

Asta înseamnă doar [PREȚ / 30] pe zi – mai puțin decât [ACHIZIȚIE MICĂ COMUNĂ]

Economisești: \$[SUMA ECONOMISITĂ]

SECȚIUNEA 11: GARANȚIE / INVERSAREA RISCULUI

„Promisiunea mea „[NUMELE GARANȚIEI]”:

Dacă nu [INSEREAZĂ REZULTAT FOARTE SPECIFIC ȘI MĂSURABIL] în [INTERVAL EXACT DE TIMP], trimite-mi doar un email la [ADRESA SPECIFICĂ] cu subiectul „[SUBIECTUL EXACT]” și îți procesez rambursarea în [INTERVAL EXACT DE TIMP] fără nicio întrebare.

Asta înseamnă că eu preiau TOT riscul. Singura modalitate în care poți pierde este să nu încerci azi.

Fără întrebări. Fără resentimente.”

SECȚIUNEA 12: URGENȚĂ / SCARCITATE

„AVERTISMENT: Această Ofertă Expiră Când [DECLANȘATOR DE SCARCITATE]

Iată de ce este urgent:

- [MOTIV 1]

- [MOTIV 2]
- [MOTIV 3]”

SECȚIUNEA 13: CALL-TO-ACTION FINAL

„Acum stai la o răscruce:

Calea 1: Continui [COMPORTAMENTUL ACTUAL NEGATIV] și peste șase luni vei fi tot în fața [REZULTATULUI NEGATIV].

Calea 2: Te alături [NUMELE PRODUSULUI] astăzi și [REZULTATUL POZITIV] încă din [INTERVAL SCURT DE TIMP].

Alegerea îți aparține.

Iată ce trebuie să faci în continuare...

Pasul 1: Observă cât de ușor poți apăsa butonul [CULOAREA BUTONULUI] de mai jos

Pasul 2: Simte-te încrezător în timp ce completezi [INFORMAȚIILE NECESARE]

Pasul 3: Simte entuziasmul când primești acces instant la [CE PRIMEȘTI]

În doar 2 minute de acum, vei fi [PRIMUL REZULTAT POZITIV]. Până mâine la aceeași oră, ai putea fi deja [REZULTATUL SEMNIFICATIV POZITIV].

[INSEREAZĂ BUTONUL DE CALL-TO-ACTION]”

SECȚIUNEA 14: SECȚIUNEA ÎNTREBĂRI FRECVENTE

„Întrebări Frecvente:

Î: Pentru cine este asta?

R: [NUMELE PRODUSULUI] este perfect pentru [CLIENTUL IDEAL] care vrea să [REZULTATUL DORIT]...

Î: Cât timp durează până văd rezultate?

R: Majoritatea oamenilor încep să vadă [REZULTATE INIȚIALE] în [INTERVAL EXACT DE TIMP]...

Î: Ce se întâmplă dacă nu sunt [OBIECȚIA COMUNĂ]?

R: Exact de aceea am creat [FUNCȚIA] care te ajută să [BENEFICIUL]...”

[ADĂUGĂ 4-5 ÎNTREBĂRI FRECVENTE RELEVANTE]

SECȚIUNEA 15: ÎNCHIDEREA FINALĂ

„Încă ești indecis? Amintește-ți...

- Ești protejat de [GARANȚIA NOASTRĂ]
- Primești valoare în valoare de [VALOAREA TOTALĂ]
- Acest preț nu va dura după [TERMENUL LIMITĂ]
- Singura modalitate în care poți pierde este să nu acționezi astăzi

[INSEREAZĂ BUTONUL FINAL DE CALL-TO-ACTION]

Framework pentru Upsell

Uitându-ne la template-ul furnizat, iată un cadru pe care îl putem folosi pentru a crea pagini de upsell convingătoare:

1. Deschiderea cu întreruperea de tipar

- „IMPORTANT: NU ÎNCHIDE ACEASTĂ FEREASTRĂ”
- Mesaj de bun venit
- Instrucțiune video

2. Deschiderea care îi felicită pentru alegerea făcută

- Recunoaște achiziția inițială
- Construiește entuziasm pentru decizia luată
- Creează anticipare pentru oportunitatea suplimentară

3. Elevarea Statusului

Structură:

- „Te-ai alăturat procentului de 1% care...”
- Prezintă oportunitatea exclusivă
- Împărtășește o realizare majoră (cum ar fi canalul tău de 1,4 milioane \$)

4. Dezvăluirea Strategică

- „Pentru că îți dau șansa la ceva...”
- Creează intriga
- Prezintă riscul („este riscant pentru mine să împărtășesc asta...”)

5. Prezentarea Pachetului

Format:

OFERTA PRINCIPALĂ:

- Beneficiul principal
- Componenta cheie 1
- Componenta cheie 2
- Componenta cheie 3

BONUSURI:

- Bonus 1 (cu valoare)
- Bonus 2 (cu valoare)
- Bonus 3 (cu valoare)

6. Stivuirea Valorii

- Arată valorile individuale
- Valoare reală totală

- Reducere dramatică de preț
- Accent pe ofertă unică

7. Elemente de Urgență

- Limbaj sensibil la timp
- Oportunitate unică

8. Alegere Binară

- Da (cu beneficiu clar)
- Nu (cu pierdere implicită)

Acest cadru respectă declanșatoarele psihologice din template:

1. Pattern interrupt
2. Validare
3. Exclusivitate
4. Oportunitate
5. Inversarea riscului
6. Propunere de valoare
7. Urgență
8. Punct de decizie