حيث تشير دراسات التسويق بأن شخصين من كل عشرة أشخاص فقط يتابعان قراءة الإعلان بعد ملاحظة عنوانه، 1. اختيار العنوان الجيد العنوان الجيد يجب أن: يركز على ميزات المنتج أو الخدمة. يركز على المسائل التي تعني الجمهور. بيثير الفضول ويدعو لاستكشاف المزيد من المعلومات بخصوص المنتج أو إحدى الطرق الجيدة لجذب انتباه المتلقي هي أن يطلب منه القيام وهي طريقة تستخدم بشكل واسع في (Call to Action) بعمل ماء ويطلق على هذا المصطلح التسويقي تسمية اتخاذ إجراء بالضغط على زر أو سطر نصي لارتباط (Call to Action) الإعلانات والبيع، في التسويق عبر البريد الإلكتروني يكون اتخاذ الإجراء تشعبي بوجه المستخدم إلى موقع إلكتروني العلامة تجارية. 2. طلب إجراء من المتلقي بغض النظر عن نوع النشاط التجاري أو المنتج أو الخدمة التي يروج لها، 3. إظهار مصداقية المنتج على المعلن دائما إثبات المصداقية بالاستعانة بطرف ثالث إن استخدام **** ويمكن أيضا الاستعانة بتقييمات وآراء ا وآراء أفراد أو جمهور يبدون رضاهم عن الـ المنتج أو الخدمة. فإن جميع المستهلكين المحتملين يركزون بوعي أو دون وعي على سؤال معين وهو: "ماذا يعني هذا الأمر بالنسبة لي ؟"، 4. التركيز على ما يقدمه المنتج للمستهلك عند الترويح الإعلاني لمنتج أو خدمة من المهم تضمين معلومات عن كيفية تمكين العميل المحتمل من الوصول للمنتج وشرائه، بالشركة للحصول على مزيد من المعلومات على سبيل المثال: أردت بيع منتج فيجب الإشارة إلى المتجر الذي سيباع فيه. إذا كان لديك عبادة طبية مختصة، 5 تضمين المعلومات العبادة.

Summarized by © lakhasly.com