

entrepreneurID

SCALE UP COPYWRITING



► **NULIS POWERFULL
PRESSURE :
SCARCITY**



Isi dari modul ini memiliki hak kekayaan intelektual yang dilindungi oleh undang-undang. Dilarang menggunakan, mengubah, memperbanyak dan mendistribusikan seluruh atau sebagian isi modul untuk tujuan komersil.

- Disusun oleh Tim entrepreneurID



Sudah 3 unsur persuasi yang sudah kita bahas.

1. Reason
2. Social Proof, dan
3. Authority

Sekarang kita bahas yang berikutnya, yaitu **Scarcity**.

Kalau diterjemahkan dalam bahasa Indonesia, Scarcity artinya adalah kelangkaan.

Nah, disadari atau tidak, ternyata kelangkaan bisa membujuk seseorang untuk melakukan sesuatu lho.

Koq bisa?

Alasannya karena manusia mudah terpengaruhi dengan sesuatu yang terbatas.

Ya, kita cenderung menghargai sesuatu yang langka dan terbatas.

Pada dasarnya, kalau sebuah penawaran ada batasannya, maka calon pembelinya tidak punya alasan untuk menunda-nunda.

Ya, jika ada penawaran yang sama, satunya ada batasannya, sedangkan yang lain tanpa kertebatasan, maka pasti larisnya beda. 🙄

Karena itulah, cantumkanlah scarcity dalam iklan Anda.

Perjelas batasan dalam iklan Anda.

Untuk praktik scarcity ini, Anda bisa menyampaikan

- ✔ Promo waktu terbatas
- ✔ Produk eksklusif
- ✔ Stock limited (Dibuat terbatas), dan
- ✔ Kesempatan satu-satunya

Intinya, semua hal yang bisa membuat target pasar merasa urgent untuk melakukan sesuatu.

Untuk contohnya seperti ini :

- ✔ *Sayangnya, semua penawaran ini hanya sampai hari Rabu saja. Lewat dari itu, maka Anda kehilangan kesempatannya*
- ✔ *Oh ya, tau gak? Kalau produk ini sangat eksklusif, karena hanya dijual satu tahun sekali*
- ✔ *Sedikit info, lightning series ini hanya ready 15 paket saja ya. Jadi siapa cepat, dia yang dapat*
- ✔ *Nah, untuk pendaftarannya, hanya bisa minggu ini saja ya. Kenapa? Karena program ini hanya akan dibuka satu kali saja, dan tidak diulang lagi.*

Jadi seperti itulah contoh dari scarcity.

Tips penutup untuk materi ini, saat menyampaikan scarcity, jangan berbohong ya.

Kalau tidak terbatas, jangan sampaikan terbatas.

Anda masih bisa menggunakan tips lainnya untuk memberikan dorongan ke calon pembeli untuk segera action.

Jadi tidak perlu berbohong, karena ilmu copywriting, bukan ilmu untuk membohongi orang lain.

Sip? 😊👍