

УДК 659.123
ББК 65.422
Б51

- Бернадский, С. Л.**
Б51 Продающие тексты. Как превратить читателя в покупателя / Сергей Бернадский. – 2-е изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 192 с.

ISBN 978-5-91657-557-6

От того, как написан рекламный текст, во многом зависят продажи. Очень часто он только информирует потенциальных покупателей о существовании некоторой компании и ее продукта. А нужно, чтобы текст продавал: побуждал к немедленной покупке, вызывал доверие, снимал сомнения в правильности выбора. Для этого существует целый ряд приемов, и изложены они в этой книге. Руководствуясь рекомендациями автора-практика, вы успешно справитесь с непростой задачей привлечения клиентов.

Книга будет наиболее полезна для маркетеров, сотрудников отделов рекламы, а также для тех, кто рекламирует собственные услуги самостоятельно.

УДК 659.123
ББК 65.422

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

VEGAS LEX

ISBN 978-5-91657-557-6
© Бернадский С. Л., 2012
© Оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013

Оглавление

От партнера издания	11
О чем эта книга.....	12
Каких результатов стоит ожидать?.....	14
Введение	17
Что такое копирайтинг?	18
Фундамент копирайтинга — маркетинг	19
Четыре типичные проблемы рекламы.....	20
Три составляющие успеха	24
I. Исследуем тему	25
Что вы продаете?	25
Что на самом деле вы продаете?	26
Кому вы продаете?	28
Как вы подаете свое маркетинговое сообщение?	30
Почему люди покупают?	32
Почему люди не покупают?.....	36
II. Пишем текст	38
Стратегии написания продающих текстов	38
Элементы продающего текста.....	39
Заголовки: элемент, который определяет 80% успеха	41
Драматизация.....	45
Решение	47
Оффер: «сердце» продающего текста.....	47
Элементы, усиливающие оффер	55
О цене.....	66
Мощное вступление: как захватить внимание с первых строк.....	69

III. Способы повышения доверия к тексту	84
Отзывы	85
Гарантии	93
Информация о себе	96
Постскриптумы	97
IV. Продвинутые приемы копирайтинга.....	100
Снятие ответственности с клиента	100
Признание недостатков вашего продукта	101
Волшебные таблетки.....	102
V. Манера письма	104
Самолюбование: типичная ошибка, которая убивает продажи	104
Проявление индивидуальности.....	106
Уходите от шаблонов	107
Больше конкретики.....	107
Осторожнее со словами.....	108
Юмор.....	109
Сексуальный подтекст	110
Конкретика и неопределенность	111
Простой стиль	112
Метафоры.....	113
Моделирование хода мыслей читателя.....	114
VI. Алгоритм составления продающих текстов	116
Общая схема.....	116
Насколько хорош ваш продающий текст: 7 контрольных вопросов	123
VII. Оформление	124
Общие советы.....	124
Шрифтовое оформление.....	125
Альтернативный путь чтения	126
Визуальное и звуковое сопровождение текста.....	131
VIII. Редактирование.....	133
Лаконичность лучше многословия	133
Активный залог лучше пассивного	134

Настоящее время лучше прошедшего.....	134
Однозначность лучше альтернативности.....	134
Последние штрихи	135
Скорость или совершенство?	136
IX. Отклик: эффективен ли ваш текст?.....	137
Измерение отклика	138
Секрет удвоения отклика.....	139
Спасибо!	142
Приложения.....	143
Приложение 1.	
Интервью с экспертом — Николаем Мрочковским	144
Приложение 2.	
Шаблоны заголовков	151
Приложение 3.	
Примеры заголовков.....	153
Приложение 4.	
Продающий текст из газеты The Wall Street Journal	157
Приложение 5.	
Невероятный секрет диеты от отчаявшейся домохозяйки	160
Приложение 6.	
Фразы, которые вовлекают читателя в текст	166
Приложение 7.	
Письмо BSL Finance потенциальным клиентам	169
Приложение 8.	
Письмо банка «Тинькофф Кредитные системы».....	172
Рекомендуемые источники	176
Об авторе	178