

Biblia copywritingu : słowo daje, zyski rosną!
Darek Puzyrkiewicz

Spis treści

WSTĘP Pawła Tkaczyka	5
-----------------------------------	----------

WPROWADZENIE BOHATERA.

Dla kogo ta książka i co Ci może dać?	9
--	----------

CZĘŚĆ I

GENESIS. ZACZNIJ OD SIEBIE

1. Czy każdy może być copywriterem?	15
1.1. Pozbądź się ograniczeń	16
1.2. Musisz uwierzyć	19
1.3. Zasady pracy — trzy kapelusze	21
2. Klient. Poznaj Tomka	26
2.1. Cztery poziomy potrzeb klienta	38
2.2. Trzy wymiary motywacji	44
2.3. Nawróćcie się — porzućcie STATUS QUO	51
2.4. Uwierzyć	53
3. Profil klienta. Produkt. Most korzyści	55
3.1. Przewaga nad konkurencją — DROZD	64
3.2. Co jest w pudełku? Materializacja obietnicy	66
3.3. Metakorzyść	71
Biblia copywritingu	

CZĘŚĆ II

KSIĘGA SŁÓW

1. Pierwszy kapelusz. Skup się	77
1.1. PEN	77
1.2. Obietnica — więź z klientem	81
1.3. Zmiana percepcji klienta — metafory i obrazy	83
1.4. Potrzebujesz tego, jeśli... ..	86
1.5. Pełna paczka. Czy w środku coś jest?	90
1.6. Bariery i obiekcje	91

1.7. Dopasuj się do przekonań	96
1.8. Wiarygodność — sześć elementów	98
1.9. RR CTD — płonąca platforma. Jeśli nie to, to co?	102
1.10. To musi się udać	105
1.11. Konfrontacja ze status quo	108
1.12. Nowe zamiast starego	108
1.13. Koszty utraconych korzyści	110
1.14. Przenieś go na inny poziom	111
1.15. Tylko TY	112
1.16. CTA — trzy obietnice	116
2. Drugi kapelusz. Jak pracujemy na tym etapie?	119
2.1. Bullet points	120
2.2. Interaktywna struktura tekstu	125
2.3. Szablon tekstu	129
2.4. Długość ma znaczenie	140
2.5. Nagłoweczku, powiedz przecie... ..	142
2.6. Zamknij sprzedaż	170
3. Trzeci kapelusz. Od półproduktu do świetnego tekstu	171
3.1. Lista kontrolna (pytania klientów)	172
3.2. 7D/HD	173
3.3. Trzy zasady Puzyrkiewicza	176

CO DALEJ? Jak rozwijać te umiejętności?	187
--	------------