

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

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. Nagłówekczku, 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
---	------------