

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 przekonañ 96
- 1.8. Wiarygodnoř - szeř elementów 98
- 1.9. RR CTD - płonąca platforma. Jeřli 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 korzyřci 110
- 1.14. Przenieř go na inny poziom 111
- 1.15. Tylko TY 112
- 1.16. CTA - trzy obietnice 116
- 2. Drugi kapelus. Jak pracujemy na tym etapie? 119
 - 2.1. Bullet points 120
 - 2.2. Interaktywna struktura tekstu 125
 - 2.3. Szablon tekstu 129
 - 2.4. Długoř ma znaczenie 140
 - 2.5. Nagłoweczku, powiedz przecie... 142
 - 2.6. Zamknij sprzedaż 170
- 3. Trzeci kapelus. Od półproduktu do świetnego tekstu 171
 - 3.1. Lista kontrolna (pytania klientów) 172
 - 3.2. 7D/HD 173
 - 3.3. Trzy zasady Puzyrkiewicza 176
- 4. Czapka Niewidka 187
 - 4.1. Zaczynij rozmawiać zamiast sprzedawać 188

Co dalej? Jak rozwijać te umiejętnořci? 197