

# Sztuka pisania perswazyjnych tekstów.

Autorzy: Piotr R. Michalak, [Jakub Woźniak](#)

- Niezawodne sposoby komunikacji społecznej w sprzedaży
- Mistrzowski copywriting w służbie firmy
- Techniki NLP podsycające pragnienie zakupu
- Perswazyjne oferty, na których zarobisz krocie

Lubisz słów cięcie-gięcie i wymyślanie nowych pojęć? Nie masz problemów z rymami i pisanem wesołych piosenek? Jeśli tak, odłóż tę książkę, ponieważ takie zabiegi nie mają zbyt wiele wspólnego z naprawdę efektywną reklamą.

Prawdziwa reklama to nie sztuka dla sztuki. To nie festiwale, nagrody i pokazy. Prawdziwa reklama to profesjonalne narzędzie sprzedaży, dzięki któremu zyskujesz rzesze klientów i zaczynasz zarabiać coraz więcej. Taki przekaz musi zawierać potężną dawkę perswazji. Musi odnosić się do zmysłów odbiorców, wkradać w ich podświadomość, wprowadzać w stan hipnotycznego transu i doprowadzać do jedyne właściwego działania: ZAKUPU.

O wywieraniu wpływu na innych napisano już niejedno. Na pewno nieobce są Ci takie nazwiska, jak Richard Bandler, Joe Vitale, Kevin Hogan czy sam Robert Cialdini. Ta książka to właśnie stężona esencja ich nauk, z jednym znaczącym wzmocnieniem -- jej autorzy odnoszą sukcesy, sprzedają produkty i promują firmy na polskim rynku. Doskonale znają jego specyfikę oraz sposób myślenia i działania polskiego klienta. To właśnie w naszym kraju potrafili zwiększyć obroty pewnej firmy o 320%, bezbłędnie działać według schematu AIDA i stworzyć strategie marketingowe idealnie dopasowane do odbiorcy konkretnego produktu.

Wyobraź sobie:

- ofertę, która w ciągu miesiąca potraja Twoje zyski;
- stronę internetową, która potrafi sama sprzedawać;
- newsletter działający w 100% tak, jak zakładałeś;
- reklamę, która zdobędzie dla Ciebie setki klientów;
- e-maile zapadające w pamięć i tworzące pozytywne relacje.

*Żeby zacząć tak pisać, musisz najpierw przeczytać tę książkę.*

Spis treści:

## **Wstęp? (5)**

- 1. Zanim zaczniesz pisać tekst (9)**
- 2. AIDA - cztery kroki skutecznej komunikacji (17)**
- 3. Strategia, która ułatwi Ci napisanie tekstu ofertowego (23)**
- 4. Ciemna strona mocy, której nie nauczą Cię na żadnej uczelni (45)**
- 5. Jak podjąć decyzję za klienta (emocje i przekonania) (53)**
- 6. Usuwanie przeszkód w drodze do Najbardziej Oczekiwanej Akcji (55)**
- 7. Jak sprawić, by klienci Ci zaufali (57)**
- 8. Kilka uwag o myśleniu systemowym (71)**
- 9. Jak działa język perswazji (75)**

- 10. Język zmysłów (81)**
- 11. Działanie na emocje (97)**
- 12. Kotwiczenie stanów (107)**
- 13. Magiczne słowa (109)**
- 14. Studium przypadku: nasza własna oferta copywritingu (133)**
- Na zakończenie (177)**