

文案訓練手冊



[文案訓練手冊_下载链接1](#)

著者:喬瑟夫．休格曼

出版者:高寶

出版时间:2016-7-27

装帧:平装

isbn:9789863613183

美國傳奇文案作家的終極祕笈

只需依靠筆尖的力量，就能讓上百萬的人掏出錢來。

廣告文案、網店編輯、直銷、業務、網路賣家必備教材

他在70年代，僅用郵購型錄就賣出1,000多萬副抗藍光太陽眼鏡、3,000多台單價高達600美元的彈珠檯、「維多利亞的秘密」在只有三家店時，就派出兩位頂尖行銷人員向他學習，最終成為全美最成功的連鎖店；無數企業家願意花超過2,000美金參加他的四天

寫作研討會；他曾用原價在雜誌上賣掉二手飛機；他的農夫學生用他的文案寫作法賣出數萬噸的頂級葡萄柚……最後他的郵購雜誌成為文案寫作界的經典教材！

◎如何寫出好文案

首先，吸引讀者閱讀

- 1.利用所有廣告元素讓讀者閱讀第一句話
- 2.讓讀者繼續閱讀第二句話
- 3.在文案內創造出理想的購物環境

接著，創造滑梯效應

- 4.讓讀者點頭稱是，與你產生共鳴
- 5.創造滑梯效應，讓讀者無法抗拒文案
- 6.相信自己的點子，打破預設限制
- 7.點燃讀者的好奇心

最後，以感性推銷、以邏輯合理化購買

- 8.推銷概念而非商品，讓文案富含情感
- 9.讓文案與讀者進行個人化溝通

◎除了文案法則以外

休格曼更點出有效的文案需包含哪些元素，以及影響消費者心理的重要誘因。並配合大量有趣詳細的案例讓你輕鬆上手！

◎不同媒介的行銷方法

從平面型錄到網路商店．針對不同廣告媒介指導不同文案寫作方法。

名人推薦

文案跟告白一樣，最重要的就是讓人想聽下去，結果不保證成功，但至少留下深刻的印象，這學問這麼難得，讓我繼續看下去。——資深廣告導演、漫畫家 小莊

在推銷和撰寫廣告上，休格曼有一種真正的天賦。——美國前副總統 艾爾．高爾（Albert Gore）

多年來，我一直是喬瑟夫．休格曼文案與行銷策略的推崇者，並從模仿他的長文案廣告中獲益匪淺。現在他讓所有人藉由這本書了解他的秘密，這本書應該標價2000美元，因為它的內容如此豐富且詳細！謝謝你，喬。我真的非常喜歡這本書！——《心靈雞湯》作者 傑克．坎菲爾（Jack Canfield）

喬瑟夫．休格曼充滿創意。雖然我們許多人都是如此，這特點並非如此不凡。但是，喬的創意像流星一般飛速進入我們的行銷意識，有一種不同的凱旋氣勢——他的創意總是飽含效率。不僅能激勵顧客，更能賣出東西。所以這並不是一本給理論家讀的書，它就

像一支精心砥礪過的箭一般直中行銷寫作的中心。你是行銷界新人？讀這本書吧。你已經在這個行業待了30年？讀這本書吧。——Communicomp董事長
賀許·高登·路易斯（Herschell Gordon Lewis）

每個行業都有它的榜樣。對我來說，無論是作為廣告文案撰稿人或雜誌編輯，都沒有比喬瑟夫·休格曼更好的榜樣了。——《Direct》雜誌編輯 雷·舒爾茨（Ray Schultz）

文案是行銷之首，尤其是「內容行銷」年代，很難得看到再一本專精於文案的好書，推薦給所有想學文案、想專精文案者！——網路趨勢觀察家 Mr. 6 劉威麟

作者介绍:

喬瑟夫·休格曼 Joseph Sugarman

暢銷書《成功的力量》、《文案訓練手冊》的作者，作為文案寫作的傳奇人物享譽廣告界。他的廣告讓無數顧客心甘情願地掏出錢包。他的JS&A型錄曾經是美國最大的專營太空時代產品的單本直郵型錄。他在美國、歐洲、亞洲和澳大利亞都開辦過關於文案寫作的研討班。

目录: 推薦序 休格曼的「遺產」

前言 創作本書的動機

第一部分 了解過程

第一章 一般知識

第二章 專業知識

第三章 熟能生巧

第四章 廣告中圖示的效用

第五章 第一句話

第六章 打造完美的購物環境

第七章 與讀者產生共鳴

第八章 滑梯效應

第九章 預設限制

第十章 好奇的種子

第十一章 文情並茂

第十二章 銷售觀點，而非產品

第十三章 醞釀過程

第十四章 文案長度

第十五章 個人化溝通的藝術

第十六章 文案順序

第十七章 潤稿過程

第二部分 認識有效的策略

第十八章 功能強大的文案元素

第十九章 心理誘因

第二十章 銷售治療，而非預防

第二十一章 評估自我寫作水準

第二十二章 撰寫優良文案的七步驟

第三部分 廣告案例

第二十三章 懶人致富

第二十四章 大自然的僥倖

第二十五章 男士內衣褲

第二十六章 當你越了解

第二十七章 更激勵的方式

第二十八章 神奇的爛貨

第二十九章 寵物飛機
第三十章 郵購豪宅
第三十一章 匈牙利陰謀
第三十二章 視覺突破
第三十三章 純金太空項鍊
第三十四章 消費英雄
第三十五章 鸚鵡螺拼寫拍賣
一篇筆記 筆尖的力量
第四部分 運用文案撰寫技巧
第三十六章 不同媒介的文案撰寫技巧
結論 最後總結
附錄一 預設限制（續）
附錄二 好奇的種子（續）
附錄三 信條與要點總整
附錄四 好書推薦

關於作者

致謝

• • • • • ([收起](#))

[文案訓練手冊 下载链接1](#)

标签

文案

广告

方法论

文案訓練手冊

16产品系统

评论

朋友买了一本大陆版红色的，封面有些惨不忍睹，我就买了台版的。除了繁体字看着有些别扭，对阅读没什么影响。对我来说，里面介绍的广告文案的写作方式，还是很有用的。已经当作工具书再用了。

[文案訓練手冊_下载链接1](#)

书评

[文案訓練手冊_下载链接1](#)