

# 爆款文案



[爆款文案 下载链接1](#)

著者:关健明

出版者:北京联合出版公司

出版时间:2017-12

装帧:平装

isbn:9787559611352

爆款10W+文案是怎么写出来的？前奥美金牌广告人、知乎25K高赞回答者关键明力作《爆款文案》解构文案打动人的4大黄金法则，公开18种文案写法，75篇实战案例，100多幅释义插图，透露把文案变成“印钞机”的私密武器，手把手教你写出爆款销售力。

市面上有很多大而全的文案书，往往比较宽泛，本书只聚焦一个点：文案如何卖掉产品，赚到钱。

前奥美金牌广告人、知乎25K高赞回答者：关键明，擅长撰写销售型文案，曾帮助一家医疗企业4年业绩增长11倍，一篇推文帮助斑马啤酒直接销售产品35.8万，证实了他的格言“好文案就是印钞机”。提炼实战精华，将一篇成功的走心文案拆解成4个步骤：

1.标题抓人眼球

2.激发购买欲望

3.赢得读者信任

4.引导马上下单

本书给出了18种文案方法，帮您达成以上4个步骤，并且向您展示大量微信推文、电商详情页案例，手把手教您如何卖爆一款产品。本书所涉及案例包括行李箱、洗发水、榨汁机、净水器等多达75个，图文结合，通俗易懂，教你如何吃透方法论。没灵感时，随手翻翻就能借鉴，建议常备书桌边。

## 【大咖推荐】

1.没有杜蕾斯，没有王老吉，书中大部分案例是中小企业卖货的实战文案，很适合营销人学习借鉴。

——小马宋：罗辑思维营销外脑、独立战略营销顾问

2.这本书展示了如何用文案控制顾客的大脑，一步步引导他付款下单，让人感叹文案套路深不可测。

——翔宇：首席品牌官创始人

3.我们请老关写过一篇推文，单次投放创造了35.8万营业额！他出书，我们公司人手一本。

——强亚东：“叫个鸭子”品牌策划人、斑马精酿创始人

## 【编辑推荐】

1.★前奥美金牌广告人力作，教你写出走心文案的四大步骤一套系统：A标题抓人眼球B激发购买欲望C赢得读者信任D引导马上下单

2.★解构文案打动人的4大黄金法则，好奇-欲望-相信-下单，公开18种文案写法，75篇实战案例，100多幅释义插图，前奥美金牌广告人精心研磨，手把手教你写出爆款销售力。

3.★今天没灵感，写不出文案——破解几乎每个营销人都经历过的此种痛苦。作者关键明在知乎上发表心得《如何写出走心文案》，获得惊人的25K赞。《销售与管理》等权威期刊专栏作者，撰写广告文案投放600多次，驱动医疗企业4年业绩增长11倍，将文案方法论提炼为4个步骤，18种方法，透露把文案变成“印钞机”的私密武器。

4.★图文结合，案例解析清晰明了，一看就懂，一学就会。心中有方法，下笔好文案。

作者介绍：

关健明

前奥美广告人，营销圈人称老关，曾服务奔驰汽车，有幸获台湾奥美高层点拨，后跳槽到一家医疗企业，帮助其业绩在4年内增长11倍。后受著名创业者强亚东邀请，为斑马精酿啤酒撰写微信推广文案，将平均订单转化率提升76.86%，其中一篇推文直接销售产品35.8万。

作者将部分心得《如何写走心文案》发布于知乎，获得惊人的25K赞。他受聘成为老牌权威杂志《销售与管理》的专栏作者，36篇营销长文被广告门、梅花网、数英网等一线营销媒体先后转载。

目录：一 激发购买欲望：6种戳心方法，让对方有下单的欲望

1.0 激发购买欲望 | 003

1.1 感官占领 | 004

1.2 恐惧诉求 | 014

1.3 认知对比 | 024

1.4 使用场景 | 034

1.5 畅销 | 046

1.6 顾客证言 | 054

二 赢得读者信任：3层事实证明，消除顾客购买疑虑

2.0 赢得读者信任 | 065

2.1 权威转嫁 | 067

2.2 事实证明 | 077

2.3 化解顾虑 | 086

三 引导马上下单：4个重磅武器，攻破最后一道防线

3.0 引导马上下单 | 097

3.1 价格锚点 | 100

3.2 算账 | 106

3.3 正当消费 | 112

3.4 限时限量 | 122

四 标题抓人眼球：5种标题范例，瞬间触动人心

4.0 标题抓人眼球 | 131

4.1 新闻社论 | 133

4.2 好友对话 | 137

4.3 实用锦囊 | 141

4.4 惊喜优惠 | 145

4.5 意外故事 | 149

五 范文解析：“偷窥”高手的思维路径

5.0 范文解析 | 161

5.1 引爆13倍销量增长的充电宝详情页 | 162

5.2 让人流口水的啤酒文案 | 181

5.3 洗碗机冠军单品 | 205

5.4 一篇电动牙刷推文=113万营业额 | 223

后记 | 246

• • • • • (收起)

[爆款文案](#) [下载链接1](#)

## 标签

文案

营销

广告

爆款10万+文案

好书，值得一读

写作

商业

奥美金牌广告人

## 评论

不吹不黑，这本书是出版社问我看完后写个书评做评测的。花了一天看完，简单说说，比同一个出版社的《文案创作完全手册》要差很多。具体差在哪里，这个标榜着前奥美金牌广告人的作者的概念放在2015年应该能卖卖，现在都2017年了，新版广告法出来这么久了还一堆限制词在那边秀操作，搞笑呢？

---

短评里至少一半是水军，三个小时翻完，无非还是标题党抓痛点的电商式销售思维，虽然只打两星，但是还是很建议大家在书店里翻着看看，防骗指南，看看所谓销售是怎么想着要你口袋里的钱的。

---

水军是有好多呀

这年头，阿猫阿狗都能教你写文案了，用我下属的话来说，好为人师没问题，出书就更应该了，大面积误人子弟。知乎上水军还反驳说不能跟叶茂中的比，就是给小白看的。我觉得盛世元年当年辞退他，确实是正确的。Sense很差，逻辑没有，天赋一般，泡沫堆积下的光环。我们在谈文案的价值时，请拿掉所有资源再来谈。一开始就谈了推广之后，销量如何增长，呵呵呵呵呵呵。还是请相信金钱的力量吧。

一篇文章能说清楚的事情，硬是出了本书，只能说这时代出书太容易，有好书太难。

### 《虚假广告创作完全手册》

有些道理，但不认同，我们还是要少制造些内容垃圾

逐字逐句读完了，新媒体卖货文案入门级好书。销售思维的贯彻很彻底。不过因为时代变了，好多案例不能生搬硬套，但是破冰说服人们买东西的逻辑讲得十分清楚。基本心理规律的运用套路也值得参考。适合朋友圈卖东西。缺点是没有《文案创作完全手册》全面系统化。

1.标题抓人眼球。2.激发购买欲望。3.赢得读者信任。4.引导马上下单。就这四个点。写得很傻

不吹不黑,很久之前就關注關老師,  
本書重點就在介紹文案寫作的體系,可能為了照顧讀者而寫得特別淺顯入門,遠沒有關老師的某幾篇文章有質量,  
甚至我認為本書最大的問題是作者不該是關老師.當然,新手看此書會很有收穫,但如果是熟讀<營銷管理>的這書最大價值就是整理文案寫作的思維導圖了

文案只是锦上添花，产品、渠道才是雪中送炭。从叫个鸭子到斑马精酿，都是昙花一现的品牌，营销上出彩，没有最终解决产品和渠道两个问题。书里提到的很多小心思和小技巧确实是有用的，但这种小心思的作用是在大方向没有问题的前提下才能事半功倍，

否则只是感动了自己。

用实际案例告诉你怎么写爆文，潜心跟着这套路写确实有效。虽然侧重电商思维，但万变不离其宗，方法能用就行。

讲微信公众号快消品与小家电文案的。

一页纸的内容就能概括全文。

这个高分有点让我迷惑~弃了

「文案训练手册」微商版……对比着看真的有种误入朋友圈微商的感觉……举的例子尤其是一股扑面而来的带货感

一些写文案的套路和技巧，还是值得学习的。例如：感官技巧、恐惧诉求、认知对比、使用场景、权威转嫁等等。不过有些文案案例，会觉得华而不实，啰嗦，像写文章不像文案。

最大的感觉是，这本书里的很多案例的客户，都投放过我们号……

这本书颠覆了我对文案的认知，或者说，颠覆了我对写作的认知。它改变了我的文案思路，也帮助我在新媒体营销上捞到了更多金子，感谢关键明老师。话说，你要不要来一本呢？

就是没能明白火在哪……反正看到案例文案我应该不会剁手吧。。

[爆款文案 下载链接1](#)

## 书评

场景营销目的是让用户产生共鸣，完成品牌的传播和产品销售转化，主要有以下五种

- 1、仪式感：就是设置特别的流程，举办仪式，以彰显某件事情特别重要。
- 2、代入感：就是参与者沉浸在场景中，引发了他的情绪共鸣。
- 3、时代感：有时代感，就是场景要借助与时代相关的道具或活动 4...

作者尝试总结爆款文案的要点。一大要点是一定要以偏概全。作者推销自己的时候也采用了这个策略，扉页介绍了自己的案例。细看的话工作多年拿得出手的成功案例没几个，其中一个医疗企业不敢提名字可能是太光彩的企业。

全书是新媒体软文的套路集锦。作者说有的是别人告诉他的， ...

看牛逼的人写牛逼的文案，除了看到自己的不足，在以后的写作上会有很多新的方法。一篇好的文案，过程都是一样的； 1、标题吸引人 2、激发购买欲 3、信任产品

4、下单。

好的文案，都是从标题党开始的，毕竟人都不点进去，你里面的东西写成花，都是徒劳。 爆款文案第一步，2s吸...

已经不是第一次阅读这本书了，有转化的文案才算是爆款文案。  
这本书以方法论居多，插入了很多文案成功的案例，尤其是以感官占领技巧去吸引用户下单。  
刚开始阅读我不太服气这本书，毕竟我就是一个X型文案写手，习惯了写什么尊享礼包、极致享受等华丽辞藻的文案，根本不会认可书...

“软文套路集锦，路人防骗手册”  
文案可以采用公式化去编辑，就和组合词一样的道理。也可以理解为，各类化妆品组合，如何提升颜值与用户（男生）欲望---文案化“妆技”巧大全。  
以往在工作中也会利用书中提到公式写标题，直到看完书才意识原来公式的组合是这样的。一本可以锻...

我有个朋友家境普通，但是吃穿用度，比较讲究。每每发了工资，她就开始发愁：“发的工资还没焐热乎呢，就一股脑儿给了房东和花呗。”现在的她，表面看着光鲜亮丽，但其实没什么存款，裁员潮袭来的时候，很怕失业。其实，很多年轻人跟我朋友一样，处于一种野心和能力不匹配的...

爆款文案 下载链接1