

深度文案



[深度文案_下载链接1](#)

著者:[英]格伦·费雪（Glenn Fisher）

出版者:北京时代华文书局

出版时间:2020-4-6

装帧:平装

isbn:9787569934984

功能 VS 好处：将产品功能转化为对用户的好处

文案结构4P原则：承诺、描绘、证明和推动

文案内容4U法则：紧迫、有用、独特和超具体

打造标题3步骤：扰乱、吸引、融入

使用点击诱饵式标题，避免夸张和误导性

促销文案中的1个关键信息不能用超过12个词去表达

妥善处理作者形象是销售文案转化的关键

避免给能够促进销售、转化更多客户的文案强加上结尾

.....

英国新锐文案专家格伦·费雪总结了广告文案从业10余年的经验，详细阐述了深度文案的创作方法：包括5大核心要素，20条创作法则，39种文案撰写技巧。深度文案创作法能够让文案写作者的创作更加有效易行，具有十足的感染力和说服力，帮助撰稿人、营销人以及企业家，获得更多点击率，最终赢得成倍增加的销售额。

作者介绍:

格伦·费雪(Glenn Fisher)

英国新锐文案专家，知名文案网站AllGoodCopy.Com创始人。

格伦·费雪出生于英国格里姆斯比，是一名“80后”文案专家。他最初在地方议会工作，几年后离开转作一名专职文案撰稿人，创办了为文案撰稿人和营销人服务的免费在线资源网站AllGoodCopy.Com，以及AllGoodCopy“让我们谈谈想法”的意见播客。

10多年以来，格伦·费雪与价值数百万英镑的国际金融出版商“阿戈拉”（Agora）公司

进行合作。目前他以自由文案撰稿人的身份写作直到现在，专注于辅导有潜质的文案撰稿人，定期举办文案讲座，在不同类型商业和营销活动上进行演讲。

目录: 序言 \\ 001
致谢 \\ 005
引言 \\ 007
第一部分 在你落笔之前 \\ 023
第一章 所有伟大的撰稿人都从销售信开始 \\ 025
第二章 机械学习的重要性 \\ 055
第三章 了解你的读者 \\ 061
第四章 做好产品调研 \\ 071
第五章 好想法的重要性 \\ 079
第二部分 开始写你的文案 \\ 095
第六章 功能VS好处 \\ 097
第七章 4P 原则：承诺、描绘、证明和推动 \\ 103
第八章 4U 法则：紧迫、有用、独特和超具体 \\ 115
第九章 打造标题 \\ 123

第十章 吸引和保持读者的注意力 \\ 135
第十一章 正确运用“称呼语” \\ 151
第十二章 叙述的重要性 \\ 157
第十三章 “证言法”的悖论 \\ 165
第十四章 给出报价 \\ 173
第十五章 有疑问的句子，就删掉它 \\ 183
第十六章 写文案的时间管理技巧 \\ 195
第十七章 为销售，还是为分享？ \\ 201
第三部分 专家访谈 \\ 209
第十八章 文案的关键—缓解忧虑，提供安全感 \\ 211
第十九章 网络文案必备—真实性、情感性，FK评分 \\ 221
第二十章 文案之道—多读书，多雕琢 \\ 231
第二十一章 让你的最后一句话魅力无穷 \\ 239
· · · · · (收起)

[深度文案_下载链接1](#)

标签

文案

创作

方法论

非常不错的一本书，值得推荐！

学会写作

评论

做自媒体估计不需要这本书

第二部分实用价值大一些

觉得内容一般

[深度文案_下载链接1](#)

书评

算是一本工具书，符合当下快文化的时代潮流，以建议性方案给到你不同的文案设计，是一本入门文案写作的深度好书！《深度文案》讲述的是如何利用语言去感染和说服他人。很多时候，要想吸引别人点开你的广告，读你的博客，或者买你的产品，你单单提出一个好的想法还不够，你还需...

[深度文案_下载链接1](#)