

چگونه تبلیغ پولساز بنویسیم؟

راهنمای نگارش متن موثر در فروش بیشتر

پولساز بنویسیم

ترجمه و بومی سازی: احمد کاظمی

سرشناسه	بایان، ریچارد، ۱۹۵۰-م. Bayan, Richard, ۱۹۵۰-
عنوان و نام پدیدآور	چگونه تبلیغ پولساز بنویسیم؟: راهنمای نگارش متن موثر در فروش بیشتر /
مشخصات نشر	ترجمه و بومی سازی احمد کاظمی.
مشخصات ظاهری	تهران: انتشارات کلید آموزش، ۱۳۹۸.
شابک	۸۸:ص.
وضعیت فهرست نویسی	۹۷۸-۶۰۰-۲۷۴-۲۸۰-۳:
یادداشت	فیبیا
موضوع	entries to help you ۶,۰۰۰ Words that sell : more than. : عنوان اصلی:
موضوع	promote your products, services, and ideas
شناسه افزوده	نگارش علمی و فنی - آگهی های تبلیغاتی
شناسه افزوده	Advertising - Terminology:
ردیفی کنیه	کاظمی، احمد، ۱۳۶۶-، مترجم
ه بندوبستی	Kazemi, Ahmad:
شابک کتابشناسی ملی	HF۵۸۲۵:
	۶۵۹/۱۰۱۴:
	۵۹۴۱۶۵۷:

چگونه تبلیغ پولساز بنویسیم؟

راهنمای نگارش متن موثر در فروش بیشتر

ترجمه و بومی سازی: احمد کاظمی

مدیر هنری و طراح جلد: مهدی سجاد

صفحه آرا: لیلا نظری

ناشر: کلید آموزش

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول، زمستان ۱۳۹۸

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۷۴-۲۸۰-۳

قیمت: ۲۵ هزار تومان

تلفن مرکز پخش: ۰۲۱-۶۶۴۱۹۷۳۲

آدرس: تهران - خیابان ۱۲ فروردین، روبروی انستیتو پاستور

بن بست فتوره چی، پلاک ۱۰

فصل اول: تبلیغ نویسی

- ۱۱ چگونه تبلیغی پرفروش بنویسیم؟
- ۱۲ عبارت‌های پرفروش و ۱۰ قانون بنیادین برای تبلیغ نویسی
- ۱۳ مخاطبان تبلیغات را بشناس!
- ۱۵ ۸ نکته برای نوشتن یک تبلیغ پرفروش
- ۱۷ محصول یا خدمت خود را به درستی بشناسید
- ۱۹ مزیت رقابتی (PSP)
- ۱۹ چگونه می‌توانی بنویسیم که بفروشد!
- ۲۱ نوشتن متن سودمحور (تمرکز بر بیان منفعت مشتری)
- ۲۵ به کارگیر، فصل مقاومت و مجهول با چند مثال

فصل دوم: قالب‌های محتوایی و نقشه‌ی راه

- ۳۳ چگونه با رقبایمان رقابت می‌کنیم؟
- ۳۴ اجزای یک تبلیغ
- ۳۵ فرمول طلایی
- ۳۷ ۸ عامل انگیزشی و اصلی خرید
- ۳۹ مثال‌هایی برای تبلیغ متمرکز
- ۴۱ فهرست ویژگی‌های بارز محصول و بولدگذاری

فصل سوم: پیشنهادهای پر فروش و تثبیت برند

- ۴۸ ۶ اصل یک پیشنهاد اصولی و جذاب فروش
- ۵۱ مثال هایی برای پیشنهاد مؤثر و جذاب فروش
- ۵۲ دعوت به اقدام
- ۵۳ مثال هایی برای دعوت به اقدام مشتری
- ۵۴ برند خود را در ذهن مردم حک کنید
- ۵۵ چند راهکار عملی برای حک کردن برند در اذهان عمومی
- ۵۶ جمع بندی چند بخش اصلی تبلیغ

فصل چهارم: چگونه برای شرکت ها و برندها شعار تبلیغاتی بنویسیم؟

- ۶۲ ۷ گام برای نوشتن یک شعار تبلیغاتی موفق
- ۶۲ گام اول: انتخاب هدف
- ۶۴ گام دوم: تهیه فهرستی از کلمه ها و عبارت های کلیدی
- ۶۵ گام سوم: ایجاد نگرشی خلاقانه
- ۶۷ گام چهارم: نقشه ی خلاقانه
- ۶۸ گام پنجم: محدود کردن گزینه ها
- ۶۹ گام ششم: آزمایش واقعیت
- ۷۱ گام هفتم: پیامدهای قانونی
- ۷۲ ۳ مرحله برای اجتناب از مواجهه با شکایت های ...
- ۷۸ نمونه هایی از شعارهای تبلیغاتی موفق جهان
- ۸۱ موفق ترین شعارهای تبلیغاتی ایرانی (افزوده ی مترجم)