

راهنمای محرمانه

نوشتن تیرهای

فوق جذاب

فرمول‌هایی که هر بازاریاب حرفه‌ای به آنها نیاز دارد.

شاهین شاکری

فهرست مطالب

نوشتن با گفتن فرق می کند!	۷
وقتی هیچ چیزی به ذهن مان نمی رسد!	۸
کشف مهم روزنامه نگارها:	۹
کنار آمدن با یک مغز تنبل و پرمصرف:	۹
داستان این کتاب:	۱۱
کاربردها:	۱۲
مخاطبان:	۱۲
طریقه مصرف کتاب:	۱۲
بطلب مسئولیت:	۱۳
وصیت آخر:	۱۴
مخاطب اصلی:	۱۵
عنوان اثرگذار یعنی چه؟	۱۶
مخاطب شما کیست؟	۱۶
مخاطب مشخص تر:	۱۷
گروه مخاطبان موفق و الگو	۱۸
گروه مخاطبان شکست خورده	۱۹
دشمنان	۱۹
موضوع اصلی:	۲۱
انتخاب موضوع اصلی:	۲۲
مشکل اصلی مخاطب با این موضوع	۲۳
موانع رسیدن به موفقیت	۲۴
چالش ها و سختی های مسیر	۲۴
ترس های پیش رو	۲۵
فرق مشکل، مانع، چالش و ترس	۲۵
اگر نشود (ترسیم وضعیت ترسناک)	۲۶
اگر بشود (ترسیم وضعیت رویایی)	۲۷

۳۱	راهکار ما
۳۲	ویژگی‌های اصلی محصول
۳۳	مزایای محصول
۳۳	روس ساخت مزیت
۳۵	چند وقت - چند گام - چه زمانی؟
۳۵	مقایسه قیمت و ارزش
۳۹	ضمیمه ناخودآگاه
۴۰	مغز ما سه لایه دارد
۴۱	نیازهای پایه و اصلی بشر
۴۳	ارتباط نیاز و راهکار
۴۴	احساسات تحریک کننده
۴۷	قراردادها
۵۳	فرمول‌های ویژه مشتریان سرد
۶۱	فرمول‌های ویژه مشتریان ولرم
۶۷	فرمول‌های ویژه مشتریان گرم
۷۱	جذاب تر کردن عناوین تبلیغاتی
۷۲	کلمات مربوط به اضطراب
۷۳	کلمات مربوط به ارزشمندی
۷۳	کلمات مربوط به راحتی
۷۴	کلمات مربوط به اشتیاق
۷۵	کلمات مربوط به انحصار
۷۵	کلمات مربوط به اعتماد
۷۶	کلمات مربوط به بی‌ارزشی
۷۷	کلمات مربوط به طمع
۷۷	کلمات مربوط به خوشبختی
۷۸	کلمات مربوط به ماندگاری
۷۸	کلمات مربوط به عظمت