

ОГЛАВЛЕНИЕ

Начало. Пафосный пролог с умными мыслями	5
О чем эта книга?	9
Как читать эту книгу?	13
Как работать с книгой?	15
Важный момент	17
И совсем-совсем напоследок....	18
Раздел 1. Как работает убеждение. Основы.	19
Из чего состоит эмоциональное убеждение	40
Из чего состоит логическое убеждение	47
Дополнительные инструменты убеждения.	60
Убедительно-позитивный копирайтинг как основа убеждения текстом. Пролог	68
УПК-стиль: главные тезисы	71
Напоследок.	93
Раздел 2. Практика убеждения.	95
Четыре уровня убеждения. Точная настройка	96
Энкоды: убеждай одной фразой	108
Прайминг.	124
Принцип работы прайминга на примере	127
Про Белоснежку и командную работу	131
О важности правильной подачи материала	134
Эффект домисливания в прайминге	138
Эффект якоря для убеждения читателя	145
Ценность якорения для копирайтинга	150

Стилистические приемы и логические конструкции текста . . .	159
Виды логических ошибок в тексте	161
Требования к убедительному тексту	174
Пять требований к хорошему тексту	175
Вычитка и правка текста	188
Убеждение ценой	195
16 лучших приемов по убеждению ценой	198
Фреймы и НЛП на страже убеждения текстом	220
Приемы убедительного копирайтинга	249
Слова «самый», «лучший», «лидер» в рекламных текстах. О нарушении ФЗ «О рекламе»	258
Фишка убедительного копирайтинга «Идея в кавычках» . . .	263
Доступная и простая формула призыва к действию с примерами	265
Преимущества в продающем тексте: 3 уровня убеждения . .	268
Как отвечать на фразу «это дорого»?	272
Ошибка копирайтинга «Двойная логическая нагрузка» . . .	273
Сила заглавных букв и точек. Прием убедительного копирайтинга	276
Как правильно начать любой текст? Особый прием	277
Ошибки в начале статьи	280
Призыв к действию — маленький, но важный текст	288
Мотивация к действию. Хитрые фишки	295
Эпилог	301
От издательства	303