

# Jak zostać mistrzem reklamy [w 12 krokach]

---

Chcecie zostać mistrzami reklamy? Wymiataczami copywritingu? Rzućcie okiem na poniższe 12 punktów, które wynotowałem sobie po lekturze książki pt. *Tajniki warsztatu legendarnego copywritera*. Zobaczcie, w jaki sposób jej autor, Claude Hopkins (1866-1932) osiągnął wszystko, co było do zdobycia w raczkującej wówczas branży reklamowej.

---

***Uwaga: zalecenia te sprawdzały się mniej więcej 100 lat temu. Czy dziś także będą skuteczne? Dobre pytanie...***

---

## 1) Zapierniczaj na okrągło

Hopkins był nałogowym pracoholikiem. Często wychodził z biura o drugiej w nocy.

---

## **2) Zaznaj biedy**

W jego czasach bieda smakowała inaczej niż dziś. Miała posmak wiecznego niedojadania, kładzenia się spać bez kolacji albo rozpoczynania dnia bez śniadania.

Dzięki biedzie Hopkins poznał życie zwykłych, prostych ludzi. W efekcie doskonale wiedział, jak do nich trafić.

Było to o tyle cenne, że to oni stanowili wówczas zdecydowaną większość klientów (a więc i odbiorców reklamy).

---

## **3) Baw się pracą**

Traktuj swoją pracę jak najlepszą zabawę, a efekty okażą się zaskakujące.

---

## **4) Pamiętaj, że dobry produkt sprzedaje się sam**

Wystarczy tylko zademonstrować działanie produktu, a klienci nie będą mieli żadnych oporów, by wyciągnąć pieniądze z portfela.

Samo opowiadanie o produkcie to zdecydowanie za mało.

---

## **5) Badaj opinię publiczną**

To, co lubisz – nie musi być lubiane przez innych. Zanim wypuścisz reklamę, zrób badania opinii publicznej, a nie opieraj się na swoich domysłach lub intuicji.

---

## **6) Pisz prosto**

Im bardziej „literacko” piszesz, tym większe podejrzenia będzie wzbudzała twoja reklama. Im bardziej człowiek widzi, że jest na siłę przekonywany do zakupu, tym mocniej się opiera.

---

## **7) Pisz prawdę**

Prawda jest tak rzadko spotykana w tej branży, że z pewnością zwróci uwagę potencjalnych klientów.

---

## **8) Odwołaj się do tego, co zna klient**

Jeśli sprzedajesz froterki do dywanów, a więc sprzęt używany głównie przez kobiety – nie pisz o sprawach technicznych. Lepiej zachwyć klientki informacją, że froterki są dostępne w dwunastu niezwykłych kolorach.

---

## **9) Oferuj próbki**

Nic tak dobrze nie przekonuje klienta do nowego produktu (lub usługi) jak darmowa próbka.

---

## **10) Opowiedz o tym, ile trudu potrzeba, by wytworzyć dany produkt**

Nie bój się pisać o rzeczach, które dla ciebie są oczywistą oczywistością. Dla twoich klientów informacje te mogą być czymś naprawdę intrygującym.

---

## **11) Stwórz ofertę nie do odrzucenia**

Daj gwarancję działania produktu. Zaproponuj zwrot pieniędzy, jeśli okaże się, że produkt nie działa tak, jak go reklamujesz. Zobaczysz, że bardzo niewielu zażąda z powrotem swoich pieniędzy.

---

## **12) Nie lej wody, nie pisz błyskotliwie, nie baw się w słów cięcie i gięcie**

Dlaczego? Bo to wszystko sugeruje klientowi, że chcesz mu coś sprzedać. A im bardziej będzie on miał takie wrażenie, tym szerszej zamknie się na twój komunikat.

---