

Вик Орлов

ЛОВЕЦ СЛОВ

(методы ПРАВИЛЬНОГО копирайтинга)

Москва, 2013

Издательство Nobel Press

УДК 334
ББК 65.05
О 66

О 66 Орлов, Виктор
Ловец слов / Вик Орлов — М.: Издательство Nobel Press,
2013. — 80 с.

ISBN 978-5-518-41460-0

Новая “не пушистая” книга известного мастера текстового креатива и копирайтинга – Виктора Орлова, без которой невозможно обойтись ни одному составителю рекламных текстов и маркетинговых кампаний!

Она необходима любому, кто хочет всерьез вырасти как профессионал и преодолеть ту пропасть между ПРОСТО копирайтингом и копирайтингом ГЕНИАЛЬНЫМ, в которую падают 99 копирайтеров из ста...

Автор книги – «крестный отец» русскоязычного интернет-копирайтинга, на чьих книгах выросло все нынешнее поколение инфобизнесменов и онлайн-копирайтеров.

ISBN 978-5-518-41460-0

© Вик Орлов, 2013

© Издательство Nobel Press, 2013

Содержание

Предисловие 5

**25 трюков
для составления заголовков 8**

Принципы Барнума 34

Заголовок за 15 секунд 51

**2 фактора, без которых
не обойтись... 53**

Два слова о креативе... 58

**Универсальная гипнотическая
команда 61**

Секреты киберрекламы 72

Предисловие

В гуру записываться не собираюсь — кому мои книги на душу ложатся — тому и слава, а кто от них на говно исходит — на тех кладу с прибором, оно не стесняюсь.

Тупых ублажать — не нужно...

Многие писатели пишут хорошо, но это совсем не копирайтинг.

А куча доморощенных копирайтеров творит, пardon за мой французский такую х.йню, что никаким писательством тут и не пахнет.

В итоге удивительное дело получается: технарей вокруг — до Луны раком не переставить, а толковых текстовиков — полторы калек на пять квадратных кубометров.

Копирайтинг — это искусство во-первых писать хорошо, а во-вторых — писать убедительно.

Что как ни странно — не одно и то же.

Я до самой смерти буду считать, что в каждом копирайтинговом тексте должна быть своя внутренняя эстетика — даже если это просто тупо мелом тупо на заборе тупо «ХЕР» написано...

Коппер (сиречь копирайтер) — должен быть настолько свободен в глубине селезенки и кишечника, что сотворить произвольной темы эффективный словесон для него не должно составлять никакого труда.

В своих мастер-классах я этому и учу, но многим это дано и от природы — они просто забыли о том, что могут не только прыгнуть выше, но и полететь куда глаза глядят...

И эта книга призвана талантливым людям зад еще больше подкеросинить — ибо нефиг си-

деть и ждать, пока заявится старушка с косой и почикает вам обе головушки — верхнюю и нижнюю.

Так что садитесь, зацепите попутно бутер и стакан водки и внимательно изучайте написанное...

Начнем с важнейшей, не раз использованной, казалось бы, темы — эффективных заголовков.

Тему эту обсасывают до самой косточки все кому не лень, но обсосать толком все никак не могут — уж больно до фига она содержит в себе всяких тонкостей и вариантов.

Я тоже не стану претендовать на исчерпывающе полный опис всей технологии, но дам, тем не менее, много полезной информашки, которую можно будет применить аккуратно сразу.

Назовем мы это бесхитростно:

25 трюков для составления заголовков

Сильный заголовок — это то, что отличает мужчину от мальчика.

У них разной длины пипирки.

И каждый мастер копирайтинга это свято знает.

Составление полноценного заголовка — это то, с чего начинается ЛЮБАЯ копиракетинговая работа — чего бы она не касалась.

Естественно самое важное — научиться создавать такие заголовки, которые всю дальнейшую работу сделают оргастически приятной.

Рулит тут элементарная логика: если мы представим себе жирного пингвина, который елозит по Сети, тупо перелистывая страницы, то что-то ж нам надо придумать дабы птицу эту на всем ее скаку остановить?

И совершенно точно известно — неудачный заголовок роет могилу всему остальному тексту — каким бы гениальным тот не был.

Другими словами — ежели пингвин на заголовок не присел, то тушите свет — на ваше дальнейшее творчество он даже клюв не положит.

И уж тем паче не рванет с места в карьер со слезами на глазах за кредиткой.

Заголовок — это звонок в дверь.

Если вы не позвоните, то даже если при этом вы разденетесь догола — никто на ваш голый зад и не взглянет — вас просто не заметят...

Причем звонить надо так, чтобы даже быстро несущийся в туалет человек притормозил и решил, что ради вас не грех и обоссаться.

На все про все у вашего заголовка есть три-четыре секунды.

Поэтому, дабы не терять времени, распишем 25 техник составления заголовков, которые жизнь вам облегчат немерено.

А уж времени подарят — и того больше...

Итак:

1

Начните свой заголовок со слов:

Наконец-то!

Новинка!

Внимание!