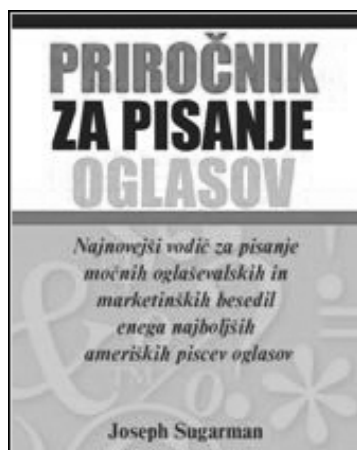


Učenje na lastnih napakah –

dragocenost ali zmota?



V zadregi ste. Čutite pritisk. Napisati morate učinkovito prodajno pismo, ki bo pritegnilo, motiviralo in pripravilo stranko k nakupu. Kreativno besedilo je srce in duša oglaševalskega posla, naj gre za tiskane oglase, televizijo, radio ali številne druge medije. Imate dve možnosti. Lahko ga izoblikujete na podlagi lastnih izkušenj in napak, lahko pa Vam je v pomoč človek, ki je obogatel s pomočjo svojih prodajnih besedil in je svetovna avtoriteta na tem področju.

Svetovalec, ki vam je vedno pri roki

Učenje na lastnih napakah je dolgotrajno, sicer dragoceno, ampak drago. Joseph Sugarman je zapravil milijone dolarjev in ve, o čem govori. Svoje bogate izkušnje je strnil v obliki naukov, izkušenj in resničnih primerov v zakladnico znanja, ki Vam je dosegljiva za ceno tega priročnika.

Priročnik Josepha Sugarmana z naslovom Priročnik za pisanje oglasov ne bo zaprašen opomnik še enega napačnega nakupa v vaši knjižnici, ampak Vaš svetovalec v pravem pomenu besede, saj bo vedno pri roki in boste z njegovo pomočjo izvedeli za 10 elementov, na katere morate biti pozorni pri snovanju oglasa za direktno pošto in 23 elementov, ki jih mora vsebovati vsako kreativno oglasno besedilo. Izvedeli boste tudi, da kar 31 psiholoških sprožilcev pritegne bralca k nadaljnjem branju, vse do zadnje besede v oglasu, in opravljajo edini cilj – vzpodbuditi nakup. Za avtorja se je zaradi učinkovitosti pisanja oglasov zanimala tudi CIA.

Kniga **je plod 30-letnih uspehov in padcev** in Vas korak za korakom popelje skozi celoten proces pisanja oglasnega besedila – od priprave, raziskovanja izdelka in trga, oblikovanja in zapisovanja idej, zamisli, vse do piljenja končnega besedila. Sugarman ponuja vsa potrebna orodja in taktike, s katerimi boste ustvarili prav tako učinkovita prodajna besedila, kot so tista, ki so njemu prinesla slavo in bogastvo.

Priročnik je **namenjen vsem, ki želijo izboljšati svoja oglasna sporočila, tako začetnikom, kot tudi uveljavljenim oglaševalskim strokovnjakom.** V njem najdete izdelane primere zelo kakovostnih oglasnih besedil za različne medije. Uporaben in ugleden priročnik ponuja prav vse, kar morate vedeti o pisanju oglasnih besedil, ki Vam bodo v pomoč pri gradnji vaše konkurenčne prednosti.

Dobro prodajno pismo zmore s tem priročnikom napisati vsak, ki se odloči in se ga nauči. Razlogi, zakaj ravno v tem trenutku berete to vrstico in zakaj ste prebrali prejšnjo, zakaj ste prebrali vrstice pred tem, zakaj ste to prodajno pismo pregledali in začeli s prvim stavkom, so podrobneje opisani v mojstrovini Josepha Sugarmana Priročnik za pisanje oglasov. Tudi jaz, Sebastjan Bezgovšek, sem kot pisec tega pisma uporabil priročnik in to je moje prvo prodajno pismo! Samo pomislite, kaj lahko najnovejši vodič za pisanje močnih oglaševalskih in marketinških besedil stori za Vas.

Ob nakupu knjige Josepha Sugarmana Priročnik za pisanje oglasov po ceni **40,00 EUR** lahko izbirate tudi med dodatnimi ugodnostmi, kot je **bon v vrednosti 40,00 EUR**, ki ga lahko investirate v storitve podjetja Lisac & Lisac, ali **katerokoli knjigo** iz založbe Lisac & Lisac. Izbirate lahko med kar **75**-imi naslovi. In za vse, ki ste se odločili, da v recesiji ne boste sodelovali, **DVD - Recesijsko odporen marketing**.

Na hrbtne strani izpolnite obrazec in ga pošljite po faksu na št. 01 541 22 06. Svoje naročilo lahko oddate tudi po elektronski pošti jozica@lisac-lisac.si ali pa nas pokličete na brezplačno telefonsko št. 080 1509.

Lep pozdrav

Sebastjan Bezgovšek
za Lisac & Lisac

P.S.: Ob nakupu knjige Josepha Sugarmana Priročnik za pisanje oglasov ne pozabite izkoristiti ponujene ugodnosti in se odločite za bon, dodatno knjigo ali DVD.

Na hrbtne strani si lahko preberete **pohvale in mnenja** o priročniku, vključno z mnenjem nekdanjega podpredsednika ZDA, **Alberta Gora**.