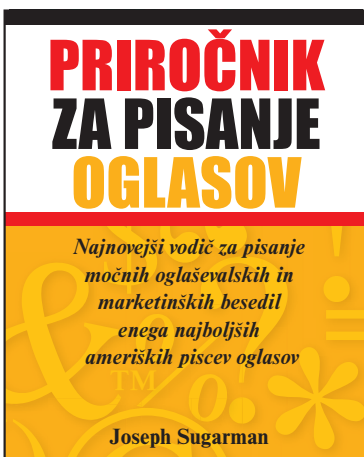


Kako z biblijo oglaševanja do pol krajše recesije?



V izjemno težkih in negotovih časih pospešite korak. Nikar si ne drznite zaostajati! Mnogi med vami so že izkoristili **novost**, ki jo ponuja knjigarna založbe Lisac&Lisac, ki je prav v tem času bogatejša za knjigo *Priročnik za pisanje oglasov*, slovitega avtorja *Josepha Sugarmana*. Zakaj tega ne bi izkoristili tudi vi? V časih skrbno tehtanih investicij **vlagajte v znanje**, da v zaostrenih pogojih poslovanja pridete iz recesije pred vašo konkurenco. Ne pozabite, da to ni samo vaš cilj, to je vaša priložnost.

Se spomnite mučnih občutkov in tesnobe, ko ste morali napisati kakšen **oglas** ali drugo besedilo? Po prebiranju tega priročnika teh skrbi enostavno ne bo več.

13 razlogov, ZAKAJ potrebujete to knjigo:

1. Zato, da boste vedeli, kako napisati oglas za nekaj tako preprostega, kot je **grenivka**, in kako genialno je to uspelo preprostemu tekasaškemu kmetovalcu, ki ga je samo eno oglasno besedilo spremenilo v milijonarja.
2. Zato, da se boste zavedali, da mora branje oglasnega besedila teči tako **gladko** in preprosto kot v vročem poletju nekje na morju teče hladno pivo po grlu.
3. Zato, da boste izvedeli, kaj vse vsebuje oglas, s katerim je oče šestih otrok prodal kar 3 milijone knjig, in zakaj je potem umrl pred televizijskimi kamerami.
4. Zato, da boste natančno poznali obveznih 23 elementov vsakega dobrega oglasnega besedila, ki izpolnjuje svoj edini cilj, tj. **besedilo, ki prodaja**.
5. Zato, da boste vedeli, kako je spisana oglas, s katerim je avtor knjige Joe Sugarman preko direktne pošte prodal več kot 20 milijonov parov sončnih očal.
6. Zato, da ne boste nikdar pomislili, da je potrebno prodajati koncept, in še več, kako vam je pri tem lahko v pomoč komunizem ali šahovski prvak Kasparov.
7. Zato, da boste poznali **nerodnosti**, ki so jih zagrešili v začetnih oglasih za znameniti katalog Victoria Secret, in kako je končal ustanovitelj tega podjetja;
8. Zato, da boste vedeli, kateri besedilni element je najpomembnejši: naslov, podnaslov, prvi stavek ali morda kaj petega.
9. Zato, da boste znali ustvariti primerno okolje za nakup – ne smete namreč pozabiti, da sta škarje in platno v obliki računalniške tipkovnice **v vaših rokah**;
10. Zato, da boste vedeli, na katere strune igrati v besedilu, da boste bralcu njegov težko prisluženi denar zamenjal za vaš izdelek;
11. Zato, da si boste priznali (in uporabili sebi v prid), da pri vseh družbenih skupinah deluje nečasten psihološki sprožilec z imenom **pohlep**;
12. Zato, da vas ne bo zamikalo, da bi kakšno pomanjkljivost svojega izdelka ali storitve raje zamolčali, ker prej ko se boste naučili priznati **napako** in odpraviti strankine ugovore, bolj boste prodajali;
13. Zato, da boste vedeli, kako in s katerimi tehnikami doseči, da bodo ljudje vaše oglase prebrali **v celoti**, ker jih preprosto ne morejo nehati brati, čeprav sprva izdelka, sploh niso nameravali kupiti.

Te razloge skrbno preberite! Morda samo eden od njih spremeni pot vaše kariere!

P.S.: Cena za 358 strani poučnega branja je **samo 40 evrov**. Naročite takoj zdaj na brezplačni telefonski številki **080 1509** ali na spletni strani www.lisac-lisac.si. Če to naredite takoj, si lahko brezplačno izberete **še eno knjigo** iz založbe Lisac & Lisac - po vaši izbiri (ob prijavi vnesite kodo IGOR).