

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Rozdział 1. Techniki przyciągania uwagi	19
Technika 1: Aksamitna torebka	22
Technika 2: PROmeteusz na PROzacu	25
Technika 3: TAG	31
Technika 4: FINE line	33
Rozdział 2. Techniki zarządzania uwagą	37
Technika 5: Śliska zjeżdżalnia	39
Technika 6: Brygady kubelkowe	43
Technika 7: Pozycja seryjna	45
Technika 8: Technika żółtej parasolki	48
Technika 9: Taktyczna pauza	51
Technika 10: SMS	54
Technika 11: PS	56
Rozdział 3. Techniki prowadzenia tekstu	59
Technika 12: Zasada jednego	61
Technika 13: Big idea	65
Technika 14: Restart	68
Technika 15: Copy chunking	71
Technika 16: Metoda iPoda	74
Technika 17: Przesunięcie reflektora	78
Technika 18: Mania pytania	81
Technika 19: Timing	83

Rozdział 4. Techniki adresowania oferty	87
Technika 20: Metoda kameleona	89
Technika 21: Strumień zgód	93
Technika 22: Etykietowanie	95
Technika 23: Autodiagnoza	98
Rozdział 5. Techniki wprowadzania produktu	101
Technika 24: Technika Johna Lennona	103
Technika 25: Czarne okulary	105
Technika 26: Piekło – niebo	108
Technika 27: To nie Twoja wina	111
Technika 28: Wspólny wróg	113
Rozdział 6. Techniki zwiększania postrzeganej wartości produktu	117
Technika 29: Linking	119
Technika 30: Transfer wartości	121
Technika 31: Taki sam, tylko że inny	125
Technika 32: AS	130
Technika 33: Wybór kadru	133
Technika 34: PKP	136
Technika 35: Name game	139
Rozdział 7. Techniki wzbudzania pragnienia zakupu	143
Technika 36: WIIFM	145
Technika 37: SIEW	150
Technika 38: Odwrócona psychologia	153
Technika 39: Konkret	156
Technika 40: Zaokrąglenia znaczeniowe	159
Technika 41: Ostateczna rozgrywka	161
Rozdział 8. Techniki budzenia emocji	163
Technika 42: Bullet points	165
Technika 43: Power words	168
Technika 44: Sell the sizzle	171
Technika 45: Storyselling	174
Technika 46: Otoczenie ma znaczenie	178

Rozdział 9. Techniki budowania wiarygodności	181
Technika 47: Reason why	184
Technika 48: Logiczny dowód jakości	187
Technika 49: Mechanizm	191
Technika 50: Sprawdź i się przekonaj	193
Technika 51: Wyzwania do przetestowania	195
Technika 52: Zobacz, co mówią	197
Technika 53: Jest nas wielu	200
Technika 54: Autorytet	203
Technika 55: Przewodnik	208
Technika 56: Kamuflaż	210
Technika 57: Prawo Mamonia	213
Technika 58: RaaR	215
Rozdział 10. Techniki kruszenia obiekcji	217
Technika 59: Redefinicja	219
Technika 60: Brakujące ogniwo	223
Technika 61: Brudne pranie na maszt	225
Technika 62: Moc w słabości	229
Technika 63: Przeszkoda – perswazja	232
Technika 64: Niski próg	234
Technika 65: Małe zwycięstwa	237
Technika 66: Mikroinformacje	239
Technika 67: Gwarancja	241
Rozdział 11. Techniki sprzedażowego data storytellingu	245
Technika 68: Dane zobrazowane	247
Technika 69: Jeden	250
Technika 70: Ciepłe przykłady	252
Technika 71: (Nie)zaokrąglenia	254
Technika 72: Inny wymiar	256
Technika 73: To o Tobie	258
Technika 74: Liczbowe varia	259
Rozdział 12. Techniki prezentowania ceny	261
Technika 75: Budowanie perspektywy	263
Technika 76: Wabik	266
Technika 77: Urokliwe końcówki	269
Technika 78: Ceny referencyjne	273

Technika 79: Optyka cennika	276
Technika 80: Price format	278
Technika 81: Przeramowanie obniżki	280
Technika 82: Gratis	282
Technika 83: PromoMix	286
Rozdział 13. Techniki obrony ceny	289
Technika 84: PAD	291
Technika 85: (Od)zyski	293
Technika 86: Możliwości oszczędności	295
Technika 87: Dekonstrukcja ceny	298
Rozdział 14. Techniki zachęcania do działania	301
Technika 88: Siła (odpowiedniego) rzeczownika	303
Technika 89: BYAF	305
Technika 90: Przekazanie sterów	307
Technika 91: Ja s(i)am	310
Technika 92: CTV	312
Technika 93: Zostało mało	314
Technika 94: Wóz albo przewóz	318
Rozdział 15. Techniki wyostrzania tekstu	321
Technika 95: Uczasownikowanie	323
Technika 96: Now-how	325
Technika 97: Słówka i półsłówka	327
Technika 98: Grabienie zwiędłych liści	330
Technika 99: Manewry zdaniowe	333
Technika 100: Manewry wizualne	335
[Zamiast zakończenia]	342
Technika 101: Sekret Jana Ziobry	343