

《如何撰写一句话扎心的品牌文案》

【课程时长】 2天，6小时/天

【课程大纲】

第一部分：如何提炼一针见血的产品卖点——10大卖点模版

- 1.十大产品卖点模版——科学极简的产品卖点提炼地图
- 2.四大产品卖点检测清单——如何判断产品卖点是否正确
- 3.案例：电动牙刷、美容仪、香薰机、血糖仪、定制西装、复合维生素等

第二部分：如何撰写一句话扎心的品牌文案——4大文案黄金法则

第一节：激发购买欲望——6种扎心方法，激发顾客强烈购买欲望

- 1.感官占领
 - 1.1 什么是感官占领
 - 1.2 感官占领方法应用
 - 1.3 感官占领精彩案例——某豪车品牌
 - 1.4 感官占领成功关键
 - 1.5 感官占领实践练习
- 2.恐惧诉求
 - 2.1 什么是恐惧诉求
 - 2.2 恐惧诉求方法应用
 - 2.3 恐惧诉求精彩案例——纳米防水喷雾
 - 2.4 恐惧诉求实践练习
- 3.认知对比
 - 3.1 什么是认知对比
 - 3.2 认知对比方法应用
 - 3.3 认知对比精彩案例——榨汁机
 - 3.4 认知对比实践练习
- 4.使用场景
 - 4.1 什么是使用场景
 - 4.2 使用场景方法应用
 - 4.3 使用场景精彩案例——起泡酒
 - 4.4 使用场景实践练习
- 5.畅销
 - 5.1 畅销方法应用
 - 5.2 畅销精彩案例——家政 app
 - 5.3 畅销实践练习
- 6.顾客证言
 - 6.1 顾客证言方法应用
 - 6.2 顾客证言精彩案例——玻尿酸原液
 - 6.3 顾客证言实践练习

第二节：赢得读者信任——3层事实证明，消除顾客购买疑虑

- 1.文案超级误区
- 2.权威转嫁
 - 2.1 什么是权威转嫁
 - 2.2 权威转嫁运用方法
 - 2.3 权威转嫁精彩案例——植物洗发水、金属旅行箱、贡米、床上用品
- 3.事实证明
 - 3.1 什么是事实证明
 - 3.2 事实证明运用方法
 - 3.3 事实证明精彩案例——手工洁面皂、纯棉卫生巾
 - 3.4 事实证明实践练习
- 4.化解顾虑
 - 4.1 什么是化解顾虑
 - 4.2 化解顾虑精彩案例——沙发售后

第三节：引导马上下单——4 个重磅武器，攻破最后一道防线

- 1.价格锚点
 - 1.1 什么是价格锚点
 - 1.2 价格锚点原理
 - 1.3 价格锚点精彩案例——榨汁机、体检套餐
- 2.算账
 - 2.1 什么是算账
 - 2.2 算账精彩案例——洗碗机、净水器
- 3.正当消费
 - 3.1 什么是正当消费
 - 3.2 正当消费方法应用
 - 3.3 正当消费精彩案例——高档台灯、护颈枕、鲜奶面包
- 4.限时限量
 - 4.1 限时限量方法应用
 - 4.2 限时限量精彩案例——儿童绘本、助听器

第四节：标题抓人眼球——5 种标题范例，瞬间触动人心

- 1.新闻社论
 - 1.1 撰写新闻社论式标题的方法
 - 1.2 撰写新闻社论式标题的实践练习+案例
- 2.好友对话
 - 2.1 撰写好友对话式标题的方法
 - 2.2 撰写好友对话式标题的实践练习
- 3.实用锦囊
 - 3.1 撰写实用锦囊式标题的方法
 - 3.2 撰写实用锦囊式标题的实践练习
- 4.惊喜优惠
 - 4.1 撰写惊喜优惠式标题的方法
 - 4.2 撰写惊喜优惠式标题的实践练习
- 5.意外故事
 - 5.1 撰写意外故事式标题的方法
 - 5.2 撰写意外故事式标题的实践练习