



Одно слово, которое учит почти всему

<http://obisi.com>

Вы **можете** свободно распространять данный материал в Интернете.

Вы **можете** использовать данный материал в качестве бонуса.

Вы **НЕ можете** продавать данный материал за любую цену.

Вы **НЕ можете** включать данный материал в коммерческое предложение

Вы **НЕ можете** изменять данный материал каким-либо образом.



<http://bencivengabullets.com/default.asp>

Перевод с англ.

Александр Юргеленас

Техника продаж в Интернете <http://obisi.com>

Одно слово, которое учит почти всему

Дорогой лучший стрелок маркетинга:

Ушел от нас легендарный копирайтер и мой друг Гэри Халберт.

Даже читая то, что я сейчас написал, я чувствую, что это не может быть правдой, потому что он был настолько полон жизни и ушел со сцены так мягко, так неожиданно – совсем не в своем стиле. Я узнал, что он скончался во сне, в воскресенье ночью, 8 апреля, в своем доме в Майами.

Как всегда в этих *Буллетах*, я хотел бы поделиться в этом выпуске уроком маркетинга. Но, принимая во внимание эти грустные новости, позвольте мне сделать это, поделившись лишь немногим из того, что я узнал от Гэри Халберта, известного как Принц Печати.

Действительно, я думал о Гэри и его рассылке всего несколько недель назад. Я заметил нечто необычное в моей реакции на него. Я подписан на множество рассылок по маркетингу. Но я заметил, что среди многочисленных сотен электронных писем за неделю, я удалял их почти все, не раскрывая ... кроме *Письма Гэри Халберта*. Я всегда открывал его, обычно, как только оно попадало в мой inbox.

Ваш учитель из одного слова

Всякий раз, когда я замечаю аномалию вроде этой, я задаю вопрос, используя наиболее поучительное слово в английском языке: **Почему?**

"Почему?" - это лучший в мире учитель, университет из одного слова, более ценный, чем королевская библиотека. Насколько это касается изучения, день без хорошего вопроса **"почему?"** – день, потраченный впустую.

"Почему", спросил я себя, "я всегда открывал каждый новый выпуск *Письма Гэри Халберта*, в то время как большинство маркетинговых рассылок отправлялось из моего inbox'a в корзину нераскрытыми?"

В свете его ухода, позвольте мне поделиться моими мыслями, каждая из них - это дань человеку, его авторскому стилю, и тому, чему все мы можем у него поучиться...

1. Гэри делился новостями. Иногда новостями был *он*, иногда это был драматический поворот событий в его буйной жизни, но достаточно часто он делился новостями о технике или стратегии, которая заставляла взлетать ваш отклик и доходы. Вы не могли позволить себе пропустить даже один из этих драгоценных камней, так что вы должны были открывать каждый выпуск.

Пример: В одном выпуске он убеждал нас захватывать столько физических адресов наших онлайн-потенциальных клиентов, сколько возможно. **Почему?** Он сказал, что если вы сможете собрать физические адреса ваших потенциальных клиентов в онлайн (подписчиков рассылок, например), тогда вы сможете послать им рекламные материалы по почте и произвести до 400 % больше продаж, чем с тем же самым продающим текстом только в Интернете. *Какой вкусный маленький лакомый кусочек!* И Гэри великодушно делился сотнями таких драгоценных камней.

2. Гэри был интересен. Подобно письму, найденному в бутылке, выброшенной волнами на берег, вы никогда не знали, что вы найдете в выпуске письма Гэри. Его содержание было полностью, фантастически непредсказуемо.

Чему мы можем научиться из этого? Почему *непредсказуемость* так важна для того, чтобы ваш текст читали?

Когда я был новичком копирайтером в BBDO, Джон Каплес, который тоже работал там, сказал нам, что, если мы хотим узнать, как писать отличные заголовки, мы должны изучать передние обложки *Reader's Digest*. В те дни, и вплоть до совсем недавних времен, передние обложки *Reader's Digest* содержали заголовки каждой статьи в журнале. Сегодня они показывают только несколько основных моментов, а не каждую статью.

Но если вы прочитывали полный список названий статей, вы тут же видели, что немногие из них оказывали мощное магнетическое влияние на ваш интерес, так что вам хотелось бросить все, чем вы занимались, и читать эту статью немедленно.

Тем не менее, большинство других названий статей, даже по темам, которые могли бы, в общем, заинтересовать вас, оставляли вас *незатронутыми*.

В чем же разница?

**Чтобы писать отличные заголовки,
запомните эту формулу:
И = В + Л**

Обдумывая это, я понял великую истину о заголовках: ваша степень интереса прямо пропорциональна наличию двух факторов: *выгоде* и *любопытству*.

Любой из них без другого – это разрушительное ослабление. И = В + Л. ***Интерес равняется Выгоде плюс Любопытству.***

К примеру, даже если заголовок хорошо написан, обещает выгоду, а также имеет вид "классического", сильного заголовка с верными словами, но если я подозреваю, что могу предсказать, о чем статья, вероятно, расскажет, я пропущу эту статью. ***Предсказуемость убивает любопытство!***

С другой стороны, когда статья обещает что-то интересное и название оставляет меня в догадках, "*что бы это могло быть?*" - другими словами, когда ее содержание *непредсказуемо* - это воспламеняет мое любопытство, и я *должен* ее читать.

Попрактикуйтесь на чтении оглавлений ваших любимых журналов, и вы увидите, что то, о чем я говорю - верно. Когда вы наталкиваетесь на название или заголовок, который объединяет и выгоду и любопытство, это притягивает вас, словно непреодолимое силовое поле. Но если любое из них отсутствует, вы будете чувствовать незначительное, или вовсе никакого напряжения.

И это было очаровательным аспектом произведений Гэри. Он давал вам крупную выгоду, обернутую в заголовок, также представляющий определенный "фактор любопытства", интригуя дьявола в вас.

Поглядите, например, на некоторые из этих отличных заголовков Халберта и заметьте, не согласитесь ли вы - они не только обещают выгоду, но также и воспламеняют ваше любопытство, будучи так ***непредсказуемы:***

**"Как 84-летняя Женщина С Глубоким
Артритом, Сломанным Коленом... И... Разрывом Мышцы
Посрамила Молодых, Опытных Игроков в гольф, поражая Каждую
Цель Вне поля зрения Прямо по Курсу?"**

- - -

**"Удивительный Секрет Борьбы
Ужасно Смертоносного мексиканца,
Не желающего, чтобы Кто-либо Когда-либо Видел Его Лицо!"**

- - -

**"Как Заставить Людей Выстроиться В Очередь И
Умолять Вас Взять У Них Деньги! "**

- - -

**"Удивительная Подтяжка Лица В Кувшине,
Используемая Звездами Голливуда,
Не Желающими Пластической хирургии!"**

- - -

**"Как Почти Каждый Мужчина Может Добиться
Безостановочного Секса... Пока... Он
Ждет Встречи С Возлюбленной Своей Мечты!"**

- - -

**"Русские Ученые Открыли Простой Секрет
Еще Более Молодой, Здоровой, Красивой Кожи!"**

- - -

"Как Бесплатно Слетать На Гавайи!"

- - -

**"Бесплатный Отчет Раскрывает Мало Известные
Секреты, Используемые Женщинами с Избыточным весом
Чтобы Выглядеть на 15 фунтов Стройнее,
Чем Они Есть На Самом Деле! "**

- - -

**"Удивительный 10-минутный Секрет, Неукоснительно используемый
Самыми Переутомленными Людьями В Мире...
Чтобы Лучше Спать, Быть Энергичными Весь День,
И Увеличивать Интеллектуальную Мощь!"**

- - -

**"Человек Из Джэксонвилла Открыл Необыкновенный
Новый Способ Для 'Маленького Парня', как
Разбогатеть на Недвижимости!"**

- - -

Сочетая крупную выгоду с таинственным "фактором любопытства", эти отличные заголовки – как и выпуски рассылки Гэри - были настолько интересны, что они действительно соответствовали определению неотразимого текста Вика Шваба - *их было легче прочесть, чем игнорировать.*

3. Гэри был реален. Произведения Гэри были часто необработанными, но всегда реальными. Его Борные письма, например, написанные за решеткой, из темного уголка души, где ни он, ни вы не хотели бы когда-нибудь оказаться, были так навязчиво реальны, насколько возможно описать словами.

Но независимо от того, о чем он писал, вы чувствовали, что его текст пульсировал теплой, красной кровью бьющегося, страстного, юмористического сердца, а не выжатый как холодное, гомогенизированное молоко через стерильные трубы чрезмерно предусмотрительных литературных комитетов.

Да, иногда Гэри ругался, как моряк, декламировал, как возмутитель толпы, бросал бомбы, как провокатор, и радостно насмехался над каждым принципом политической корректности. У него было больше забавных военных историй, чем у воинской части MASH. Он оскорблял многих женщин-читательниц вульгарным юмором женоненавистника, и все же женщины находили его очаровательным. Он упивался тем, чтобы быть человеческой булавкой в поиске надутых воздушных шаров и восхищался, щипая надменные и безрассудные носы. И все это, конечно, добавляло ко всему еще одну причину, по которой вы должны были открывать его письма, чтобы узнать *"Что же еще такое он собирается сказать теперь?"*

4. Гэри был оригинален. Его любимое высказывание, то, которым он жил, было, *"Ничто не является невозможным для человека, который отказывается прислушиваться к рассудку!"* С этим своим кредо он прокладывал много новых маркетинговых троп, по которым следовали остальные из нас.

Что все это значит для вас? Давайте подведем итог. Если вы хотите отдать дань Гэри и тому, чему он нас научил...

1. **Делитесь ценными новостями в вашей рекламе и рассылках.** Это приносит читаемость и лояльность.
2. **Будьте интересны.** Вы не можете досаждать людям продажами.
3. **Станьте реальны.** Позвольте человеческой индивидуальности блистать в вашем тексте.
4. **Будьте оригинальны.** Но позвольте этому человеческому голосу быть вашим собственным или ваших клиентов, а не узнаваемым голосом Гэри, или Джона Карлтона, или Джина Шварца, или кого-либо еще.

В честь Гэри, вот его собственные слова - еще несколько "Халбертизмов", с которыми я полностью согласен:

- "Конкретные данные увеличивают правдоподобность. Не пишите в вашей рекламе, 'У этого автомобиля большой пробег.' НО напишите, 'Пробег этого автомобиля 41 миля на галлон в городе и 52 мили на галлон по трассе.' "
- "Обучайтесь подлинным основам маркетинга ..., повышайте свое понимание того, что работает ТЕПЕРЬ ... и непрерывно захватывайте идеи, заголовки, мысли, методы, и т.п."

- "Использование негативных прилагательных в ваших заголовках работает как сумасшедшее. Вот некоторые примеры:
Отчаянный Кретин Из Штата Огайо...
Одноногий Игрок в гольф...
Слепой Доктор Медицины Открыл...
Полумертвого кубинца Прибило к берегу Майами С Самым необыкновенным Секретом, который Может Удвоить Доход Большинства Американцев!"
- "Если вы отправляете письма продаж улиточной почтой, пробуйте посылать их так, чтобы они, скорее всего, доходили во вторник (лучший день для ответа)."
- "*Всегда* имейте в виду, что люди из Америки разбирают свою почту посредством корзины для бумаг."
- "Бросьте относиться к себе так серьезно. В действительности вы не столь важны. Ваш уход может оставить пустоту, но она будет заполнена быстрее, чем вы могли бы когда-либо поверить. Я говорю это не для того, чтобы заставить вас замолчать. Истинный смысл тут следующий... ***Бросайте Это, и Вы Сможете Неплохо Повеселиться!***"

Именно потому, что он страстно жил тем последним предложением, Гэри Халберт оставит пустоту на долгое, долгое время.

Мне так тяжело, что он ушел. Его будет глубоко недоставать не только его семейству и близким друзьям, но и всему братству копирайтеров.

Я подозреваю, что этот диссидент маркетинга, который верил в Бога, но ненавидел религии, разделял то же самое чувство, что и Уинстон Черчилль, который сказал, "Я готов встретить моего Создателя. Готов ли мой Создатель к великому испытанию встречи со мной - другой вопрос."

Я верю в загробную жизнь ... и если какой-либо смертный, пересекший эту реку, сможет узнать способ доставить сообщение назад к нам, все еще оттуда, с другой стороны, этим человеком будет Гэри Халберт. Если и когда он это сделает, так же, как он это делал на земле, он вызовет свой обычный гигантский отклик.

Благодаря Джо Полишу, вот фотография четырех друзей-маркетеров, сделанная не так давно в отеле С-Реджис в Нью-Йорке. Слева направо - Джо Полиш, Гэри Халберт, я, и Джон Карлтон. В свете ухода Гэри, я буду дорожить ей.



Но почему он должен был покинуть нас так скоро? "Почему?" ... слово, которое может научить всему ... почти.

Хотите читать больше интересных книг? Тогда вам сюда:

<http://obisi.com/ebooks>

Абсолютный Факт!

**"Самые Важные Моменты Веб-Копирайтинга
Невозможно Объяснить На Словах, Это
Необходимо Продемонстрировать На
Реальных Примерах!"**

**"Уникальный Видео Мастер Класс На Компакт-Диске
Клик За Кликом Покажет Вам Как Составлять
Эффектные Рекламные Тексты Для Товаров,
Которые Вы Будете Продавать в Рунете!"**

Онлайн Копирайтинг В Деталях Тут:

<http://bizsoftlab.com/ppcopy.php>



<http://obisi.com>

