

# SPIS TREŚCI

|                                                      |           |
|------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Wstęp .....</b>                                   | <b>7</b>  |
| <b>Rozdział 1. Techniki przyciągania uwagi .....</b> | <b>19</b> |
| Technika 1: Aksamitna torebka                        | 22        |
| Technika 2: PROMeteusz na PROzacu                    | 25        |
| Technika 3: TAG                                      | 31        |
| Technika 4: FINE line                                | 33        |
| <b>Rozdział 2. Techniki zarządzania uwagą .....</b>  | <b>37</b> |
| 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        |
| <b>Rozdział 3. Techniki prowadzenia tekstu .....</b> | <b>59</b> |
| 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 |

|                                                                         |                |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>Rozdział 9. Techniki budowania wiarygodności .....</b>               | <b>181</b>     |
| 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            |
| <br><b>Rozdział 10. Techniki kruszenia obiekcji .....</b>               | <br><b>217</b> |
| 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            |
| <br><b>Rozdział 11. Techniki sprzedażowego data storytellingu .....</b> | <br><b>245</b> |
| 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            |
| <br><b>Rozdział 12. Techniki prezentowania ceny .....</b>               | <br><b>261</b> |
| 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 półstówka        | 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 |
|----------------------------------|-----|