

## مشخصات کتاب

سرشناسه: جیم، ادواردز / Jim, Edwards

عنوان: رازهای کپی‌رایتینگ

(آگهی نویسی متقاعدکننده)

نویسنده: جیم ادواردز

مترجمین: شهلا آقاپور، بهاران کاظم اصلانی

مشخصات نشر: تهران: ادیبان روز، ۱۴۰۲

مشخصات ظاهری: ۳۳۲ صفحه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۹۲-۸۷-۰۰

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

عنوان اصلی:

Copywriting secrets: how everyone can use the power of words to get more clicks, sales, and profite ... no matter what you sell and who you sell it to ۲۰۱۸

عنوان دیگر: اسرار تبلیغ نویسی: چگونه از قدرت

کلمات برای افزایش کلیک، فروش و درآمد بیشتر

استفاده کنید مهم نیست چه چیزی را

به چه کسی می‌فروشید

موضوع: ارتباط در بازاریابی

رده بندی کنگره: HF۵۴۱۵

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۰۲

شماره کتابشناسی ملی: ۹۳۴۲۳۷۶

## دست اندرکاران

صفحه‌آرا: یاسمن دارابی دارابخانی

طراح جلد: رضا رضوانی

شمارگان: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۲۹۵۰۰۰ تومان

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲

نوبت چاپ: اول

چاپ و صحافی: سرمدی

## انتشارات ادیبان روز

ناشر تخصصی کتاب‌های مدیریت، بازاریابی، کسب و کار و تبلیغات



کلیه حقوق این اثر متعلق به انتشارات ادیبان روز می‌باشد و هر گونه استفاده از این کتاب (کپی، تکثیر، استفاده در کارگاه‌های آموزشی) بدون اجازه ناشر پیگرد قانونی دارد.

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین،

پلاک ۳۰۰ طبقه اول واحد ۴

تلفن ۱۵-۶۶۹۵۶۸۱۲

## فهرست مندرجات

صفحات	عنوان
۱۱.....	نظرات خوانندگان قبلی کتاب
۱۳.....	پیشگفتار
۱۷.....	مقدمه
۲۱.....	راز شماره ۱: کپی رایتینگ چیست؟
۲۹.....	راز شماره ۲: هر کس با نسخه‌ی فروشش قدم در راه می‌گذارد
۳۵.....	راز شماره ۳: مردم بدون دلیلی قدرتمند خرید نمی‌کنند
۴۵.....	راز شماره ۴: در نسخه فروش شما هیچ‌کس به خود شما اهمیت نمی‌دهد
۴۹.....	راز شماره ۵: ارزشمندترین مهارتی که می‌توانید یاد بگیرید
۵۹.....	راز شماره ۶: همیشه مهم‌ترین بخش کپی رایتینگ؛ عنوان است
۷۳.....	راز شماره ۷: برای همه نمی‌توان یک نسخه واحد پیچید
۸۱.....	راز شماره ۸: ملاقات با FRED (مشتری ایدئال شما)
۱۰۳.....	راز شماره ۹: فرمول نهایی برای ساخت بولت
۱۱۱.....	راز شماره ۱۰: چه چیزی واقعاً باعث فروش می‌شود
۱۱۹.....	راز شماره ۱۱: چرا به اندازه کافی خوب بودن شما را فقیر می‌کند و فقیر نگه می‌دارد؟
۱۲۵.....	راز شماره ۱۲: چرخ را دوباره اختراع نکنید؛ کپی رایتینگ خوب، سرنخ موفقیت است
۱۳۳.....	راز شماره ۱۳: همه چیز در مورد آن هاست (مخاطبان)، نه شما
۱۴۱.....	راز شماره ۱۴: راه‌حلی برای کسانی که تا این لحظه تأییدیه‌ای از سمت مشتری کسب نکرده‌اند
۱۴۷.....	راز شماره ۱۵: سه فرمول فروشی که هرگز شکست نمی‌خورند
۱۵۹.....	راز شماره ۱۶: در بین این همه بستی، کدام طعم را باید انتخاب کنم؟

- راز شماره ۱۷: چگونه به سرعت یک پیام فروش شگفت انگیز بنویسیم؟ ..... ۱۶۷
- راز شماره ۱۸: چگونه با سرعت یک ایمیل تبلیغاتی گیرا بنویسیم؟ ..... ۱۸۵
- راز شماره ۱۹: سخت ترین پیش نویسی که تا به حال نوشته اید..... ۱۹۳
- راز شماره ۲۰: تشنگی آن ها را بیشتر کنید..... ۱۹۷
- راز شماره ۲۱: یا مرا دوست بدار، یا از من متنفر باش، در میانه این دو پولی وجود ندارد.  
..... ۲۰۹
- راز شماره ۲۲: اوه، لعنتی، من باید آن را داشته باشم!..... ۲۱۵
- راز شماره ۲۳: ظاهر را خوب نشان دهید..... ۲۲۵
- راز شماره ۲۴: آیا باید به جنبه های منفی هم پرداخت؟..... ۲۳۵
- راز شماره ۲۵: نهایی کردن معامله به طور زیرکانه (راز فروش بدون فروختن چیزی)  
..... ۲۴۱
- راز شماره ۲۶: فردی با دانش یا تخصص خاص برای حل یک مشکل پیچیده .... ۲۵۳
- راز شماره ۲۷: میز جادویی..... ۲۵۹
- راز شماره ۲۸: تنها هدف تبلیغات آنلاین..... ۲۷۱
- راز شماره ۲۹: بدون قلاب نمی توانید ماهی بگیرید..... ۲۸۵
- راز شماره ۳۰: فایل سواپ خودتان را بسازید..... ۲۹۳
- راز شماره ۳۱: نسخه ی فروشتان را جلا دهید (بهبود ببخشید)..... ۲۹۹
- نکات کپی رایتینگ..... ۳۰۵
- کلام آخر..... ۳۳۱

چگونه می‌توان از قدرت کلمات جهت  
به‌دست آوردن کلیک بیشتر، فروش بیشتر و  
مناقص بیشتر استفاده کرد؟  
اهمیتی ندارد که چه چیزی و یا به چه کسی  
می‌فروشید.



## تقدیم به:

پدر و مادرم و یاتی گرفت، اولین و بهترین معلم من در امر فروش حضوری.

یک قاب در یک زمان.

همسرم تری، کسی که همیشه به توانایی فروش من ایمان داشت حتی زمانی

که هیچکسی در دنیا به آن اهمیت نمی داد.

جک دنیل، اولین معلم مدرسه من در فروش.

راسل بران سان، کسی که به من نشان داد مردم پیش از آنکه محصول تو را

بخرند، خود تو را می خردند.



## نظرات خوانندگان قبلی کتاب

”به منظور تبدیل شدن به یکی از پردرآمدترین کپی‌رایترهای دنیا شروع به مطالعه این کتاب کردم. این کتاب یکی از بهترین خلاصه‌های دروس آموزشی مربوط به کپی‌رایتی است. بعدها متوجه شدم که جیم ادوارد، تمام قوانین اصلی و بنیادین موردنیاز در امر کپی‌رایتی را در این کتاب گردآوری کرده است. مهم نیست مهارت شما در چه حدی است. در این کتاب پله‌های حقیقی جهت رسیدن سریع به درآمدهای بالا را می‌یابید. افسوس می‌خورم که چرا جیم این کتاب را یک دهه پیش ننوشته است. این کتاب طلای ناب است.“

— دانا دریکس نویسنده کتاب رویای صد کتاب

”یکی از نیرومندترین اهرم‌های مالی در کسب و کار، کپی‌رایتر خوب بودن است که می‌توانید آن را یاد بگیرید و به کار ببرید. این مهارت به شما توانایی فروش، بدون حضور شخصی در ۲۴ ساعت از شبانه‌روز و در کل روزهای سال را می‌دهد. تقریباً به هر کارآفرینی توصیه کرده‌ام که با ارزش‌ترین سرمایه‌گذاری، کسب توانایی جهت خلق کلماتی است که باعث فروش می‌شود. این کتاب راهنمای اولیه‌ای جهت ایجاد برتری قدرتمند در شما است.“

— یانکی سیلور، خالق سایت [InstantSalesLetter.com](http://InstantSalesLetter.com) و نویسنده کتاب گشایش در سرمایه‌گذاری

Involved Enterprise

”برای هرکسی که در کسب درآمد هدف بزرگی را دنبال می‌کند، خواندن این کتاب واجب است. این کتاب صرف نظر از سطح مهارتی که در آن قرار دارید، به شما در تهیه و تنظیم تبلیغات تان کمک خواهد کرد. این کتاب حاوی اطلاعات فوق‌العاده‌ای است

که از دهه‌ها تجربه حاصل شده است. جیم به خوبی می‌داند که مردم برای خرید چه چیزهایی کیف پول‌شان را از جیب‌شان درمی‌آورند.“  
— کاتلین گیج نویسنده، سخنران و متخصص فن کسب‌وکار

”آیا در حال یادگیری کپی‌رایتینگ هستید؟ شاید فکر کنید که تازه‌کارید و حتی تا به حال کلمه‌ای برای فروش چیزی، ننوشته‌اید؟ اهمیتی ندارد. این کتاب پر است از پیشنهادهای تازه و بکر. عناوین، تکنیک‌ها و استراتژی‌هایی که کمک خواهد کرد هک فروش را تجربه کنید. هر اندازه که لازم باشد باید وقت صرف کپی‌رایتری کرد. این کتاب تمام منابع موجود در طبقات کتابخانه مرا در خود جا داده است. جیم ادوارد یک استاد حرفه‌ای در زمینه‌ی کپی‌رایتری است. اجازه ندهید تواضع او شما را گمراه کند. هر صفحه از این کتاب را با دقت بخوانید. آموزش‌های جیم را به کار بگیرید و از موفقیت‌تان که نتیجه‌ی تلاش و پشتکار است لذت ببرید.“

— فلیشیا جی اسلاتری، نویسنده کتاب پرفروش Kill the levator Speech، همکار خالق  
امضای گفتار جادوگر، سخنران و مشاور کسب‌وکار

## پیشگفتار

تقریباً ۱۵ سال پیش، زمانی که دانشجوی دانشکده بودم و به تازگی ازدواج کرده بودم، تصمیم گرفتم شرکت خودم را تأسیس کنم. چیزی نمی دانستم جز اینکه قصد درآمدزایی داشتم. شروع به مطالعه برای کشف تمام نکاتی که در موفقیت های کسب و کار ضروری بودند کردم. تولید محصولی فوق العاده، ساختن قیف فروش، افزایش ترافیک سایت، نوشتن فهرست کامل ترجیحات مشتری، ... و در نهایت رسیدم به کپی رایتینگ.

همچنان که در حال یادگیری برای تأسیس یک شرکت آنلاین بودم، به تمام موارد اساسی توجه ویژه ای داشتم غیر از کپی رایتینگ. صادقانه بگویم در نوشتن خوب نبودم و هیچ وقت از نوشتن لذت نبرده بودم. اگرچه اطرافیان در این خصوص همیشه توصیه هایی داشتند، ولی من روی همه چیز تمرکز کرده بودم غیر از کپی رایتینگ. محصولی که تولید کرده بودم از نمونه های مشابه موجود در بازار خیلی بهتر بود. ولی دلیل آنکه چرا رقابیم از من بیشتر فروش می کردند و چرا مردم محصول مرا به جای محصول آن ها نمی خریدند را نمی دانستم.

شروع به بررسی برای تشخیص اشکال کارکردم. دریافتم این محصولات نیستند که شرکت را به موفقیت می رسانند، بلکه توانایی برای ایجاد انگیزه ای به اندازه کافی قوی در مشتریان جهت خریدن محصول است که هر شرکتی را به سمت موفقیت هل می دهد.

رازی به نام؛ کپی رایتینگ. کلید این معما بود. سرانجام متوجه شدم و شروع کردم به تحقیق در مورد نوشتن تبلیغ خوب. نیاز داشتم تا کمی راجع به علم روانشناسی بیشتر بدانم، این که چرا مردم خرید می کنند؟ بیشتر در مورد الگوهای موفقیتی که در تمام شرکت های موفق اینترنتی بود تحقیق کردم. می خواستم بدانم که چگونه می توانم مدلی



برای فروش محصولات خود پیدا کنم. همچنان که در حال ایجاد تغییر بودم و کپی‌رایتری حرفه‌ای را شروع کرده بودم متوجه مسئله‌ی بسیار جالبی شدم.

خلق یک محصول فوق‌العاده، من را ثروتمند نمی‌کند.

ساختن یک قیف فروش فوق‌العاده مرا ثروتمند نمی‌کند.

داشتن ترافیک بالاتر در سایت مرا موفق نمی‌کند.

نوشتن فهرست کاملی از ترجیحات مشتری مرا موفق نمی‌کند.

مادامی که یاد نگرفته باشم چگونه یک تبلیغ خوب بنویسم، هیچ‌کدام از این کارها جواب نمی‌دهد، زیرا که برای محصولات من مشتری وجود ندارد. محصولات باکیفیت من، قیف فروشی که ساخته‌ام، افزایش ترافیک سایتم، هیچ‌کدام مردم را تشویق به خرید کالایی که قصد فروش آن را دارم نمی‌کنند.

کپی‌رایتینگ تنها چیزی است که مرا ثروتمند می‌کند.

کپی‌رایتینگ یک سکوی موفقیت فوق‌العاده است.

کپی‌رایتینگ بیشترین تأثیر را نسبت به هر چیز دیگری بر میزان درآمد شرکت دارد.

چند سال پیش، زمانی که با جیم ادوارد شریک شدم، روزی مرا صدا کرد و در مورد مأموریتی که نسبت به کارآفرین‌ها و مؤسسين شرکت‌های نوپا جهت کمک رایگان از طریق نرم‌افزار «کلیک فونل»<sup>۱</sup> داشتیم پرسید: «آیا می‌خواهی بدانی چطور می‌توانی موفقیت تمام مشتریانت را افزایش دهی؟»

- پرسیدم: «چگونه؟»

- و او پاسخ داد: «تو باید کمک کنی تا آن‌ها کپی‌رایتینگ بهتری داشته باشند. زمانی که در کپی‌رایتینگ پیشرفت کنند، کالاهای بیشتری از طرق قیف‌های فروش‌شان می‌فروشند و مشتریان برای همیشه مشتری نرم‌افزار «کلیک فونل» می‌مانند.»

---

۱ ClickFunnel: بهترین قیف فروش و نرم‌افزار قیف بازاریابی موجود در بازار است.

با آن ایده، او ابزار قدرتمندی تحت عنوان Funnel Script برای مجموعه‌ی ما خلق کرد که از طریق فشردن یک کلید به هزاران مؤسس و کارآفرین در امر کپی‌رایتینگ کمک کرد. حتی اگر آن‌ها هیچ ایده‌ای برای کپی‌رایتینگ نداشته و یا اینکه تا آن زمان در فروش آنلاین موفقیتی کسب نکرده باشند. من به این مسئله به عنوان ابزاری جهت کمک به مردم نگاه کردم که با رهبری و هدایت آن‌ها، باعث درآمدزایی و موفقیت‌شان می‌شود.

سال گذشته زمانی که او نوشتن کتاب را شروع کرد، به من گفت که هدفش کمک به افراد زیادی جهت حرفه‌ای شدن در کپی‌رایتری است. ممکن است این ادعای بزرگی باشد ولی می‌دانم اگر کسی وجود داشته باشد که از عهده‌ی این کار بر بیاید، قطعاً آن یک نفر جیم است.

در درجه اول، این کتاب با افزایش تأثیرگذاری شما به درآمدزایی و نجات مردم بیشتری کمک خواهد کرد و با استفاده از آن قادر خواهید بود جهان را به روش خود تغییر دهید. تعداد کمی از مردم روی زمین هستند که در مقایسه با جیم، نسخه‌هایی بیشتر، در موقعیت‌های بیشتر، با افراد بیشتر و در مشاغل بیشتر مطالعه کرده و کپی‌رایتینگ را به کار گرفته باشند. پس این کتاب مهارتی را آموزش می‌دهد که تا پایان عمر برای شما درآمدزایی داشته باشد.

اشتباهی که من مرتکب شدم را شما تکرار نکنید. منتظر نمانید تا کارشناسی با چیدن هنرمندانه لغات در کنار هم بر روی کاغذ و یا صفحه مانیتور، مردم را تشویق به خرید محصولات شما کند. صد درصد و تمام و کمال به خودتان متکی باشید زیرا این مهم‌ترین مهارتی است که باید در طول زندگی‌تان یاد بگیرید.

راشل بران سان؛ مؤسس شرکت:

**ClickFunnel TM and Funnel Script**

## مقدمه

”همیشه معتقد بودم کپی‌رایتینگ دومین رویکرد نگارش مؤثر در متون است. البته اولین رویکرد آن شکل نوشتاری در یادداشت‌های تهدیدآمیز برای رهایی گروگان<sup>۱</sup> است.“

### فیلیپ دوسنبری<sup>۲</sup>

هیچ‌کس به‌طور مادرزادی فنون فروش را بلد نبوده است (مهارت فروش اکتسابی است). فروش را بعد از فارغ‌التحصیلی از کالج شروع کردم. در یک سال و نیم بعد از کالج هفت شغل متفاوت را امتحان کرده، از بعضی از آن‌ها اخراج شده و بعضی‌ها را رها کرده بودم. درآمد در همه‌ی آن شغل‌ها، از طریق دریافت کمیسیون فروش بود. در ابتدا با بدبختی برای فروش بیمه عمر، کارت تخفیف عضویت در کلوپ، گوشی و لوازم جانبی و یا محصولات کاهش‌دهنده وزن تلاش کردم. زمانی حتی تلاش می‌کردم با مراجعه به درب منازل قبرهای خالی را به کسانی که هنوز زنده بودند پیش فروش کنم. در واقع تلاش می‌کردم هر چیزی که تولید شده بود را بفروشم. همه چیز زمانی به اوج خود رسید که توانستم یک برنامه لاغری را به خانمی که در آژانس معاملات ملکی<sup>۳</sup> کار می‌کرد بفروشم. به نظر او من می‌توانستم در کسب و کار مربوط به او فوق‌العاده عمل کنم. با خود فکر کردم که می‌توانم در هر دو کسب و کار فعالیت کنم و نحوه کار آن‌ها را نیز یاد بگیرم.

---

۱ ransom notes: یادداشت باج عبارت است از یک یادداشت یا نامه مختصر که خواستار پرداخت هزینه برای بازگرداندن گروگان است. اصطلاح باج از کلمه فرانسوی ranon به معنی رستگاری گرفته شده است. آدم‌ربا این یادداشت را برای شخصی که از او باج خواسته است می‌فرستد یا آن را در محلی که گروگان گرفته شده است می‌گذارد. باج مورد درخواست معمولاً پول است (م).

۲ فیلیپ برنارد دوسنبری (Philip Dusenberry): مدیر تبلیغات آمریکایی آژانس تبلیغاتی BBDO بود.

۳ بنگاه‌هایی که با دادن وام به مشتریان آن‌ها را مجاب به خرید ملک می‌کنند (نویسنده کتاب).

او به من در مورد کسب و کار فروش املاک با دادن وام و گرو گذاشتن ملک بابت ضمانت آن وام توضیح داد. این گونه بود که در مواقع نیاز مردم به پول، بابت خرید خانه، من جلوی راهشان سبز می‌شدم و به آن‌ها پیشنهاد دریافت وام با گرو گذاشتن سند ملک شان را می‌دادم. کار سختی نبود چون دیگر مجبور نبودم بابت فروختن وام به کسانی که برای خرید خانه پول لازم دارند، تلاش زیادی کنم. به سرعت یاد گرفتم. فروش قسمت سخت ماجرا نبود. بلکه در زمان مناسب سر راه مشتری ظاهر شدن مهم‌ترین بخش کار بود.

این اولین زمانی بود که من کپی‌رایتری را به صورت دست‌نوشته و آگهی‌های فروش در معرض نمایش قراردادام. با مردم تماس می‌گرفتم و از آن‌ها می‌پرسیدم آیا تمایل به سرمایه‌گذاری جدیدی دارند؟ این شروع کار کپی‌رایتری من بود. بعدها با توجه به این که مردم زیادی را دیده بودم که متضرر شده بودند، برنامه‌ای با این عنوان تهیه کردم، چگونه زمانی که چیزی را گرو گذاشته‌ایم همه چیزمان را از دست ندهیم. همچنین کتابی تحت عنوان چگونه خودتان، خانه‌ی‌تان را بفروشید را به رشته تحریر درآوردم. در سال ۱۹۹۷ زمانی که آن کتاب را در سایت فروش آنلاین گذاشتم، به اهمیت کپی‌رایتری، نسخه‌ی فروش و برگه‌ی فروش به اندازه‌ای که اکنون می‌دانم، پی بردم.

به یک باره تصمیم گرفتم در کپی‌رایتری پیشرفت کنم، چند مدرس پیدا کردم. اگرچه اولین دوره را با مردی به نام مارلون سندرز آغاز کردم و به فایل‌های صوتی ضبط شده او که در مورد یازده بخش مختلف برگه‌های فروش می‌پرداخت، گوش دادم. مهم‌ترین چیزی که آنجا متوجه شدم این بود که کپی‌رایتینگ فقط چیدن کلمات در کنار هم به امید اینکه خودش کاری بکند، نیست.

**کپی‌رایتینگ استراتژی و ساختار است.**

شروع به خواندن کتاب در این زمینه کردم. برای مثال: کتاب تبلیغات علمی<sup>۱</sup> از کلود هاپکینز<sup>۲</sup>، باوجود اینکه کتاب کوچکی بود ولی به موضوعاتی که ما نیاز به

1 Scientific Advertising

2 Claude Hopkins

دانستن آن‌ها داشتیم اشاره می‌کرد. همچنین خاطرنشان می‌ساخت که تمام آگهی‌های فروش که به دست شما می‌رسد و شما را مجاب به خرید و پرداخت پول می‌کند را حتماً مطالعه کنید. این همان تبلیغی است که شما به دلیل برقراری ارتباط احساسی با آن باید مطالعه‌اش کنید. در ادامه بحث در این مورد بیشتر صحبت خواهیم کرد.

◀ نکته: آنچه به یاد می‌آورم این است که، من هرگز برای کسی کار کپی‌رایتری انجام ندادم، فقط برای محصولات خودم کپی‌رایتری کردم. خوشبختانه به سرعت متوجه شدم کسی نمی‌تواند به خوبی خودم کار فروش را انجام دهد. همچنین زمانی که برای اولین بار شروع به فروش آنلاین کردم نتوانستم کسی را پیدا کنم که برایم برگه‌ی فروش بنویسد؛ بنابراین مجبور شدم یاد بگیرم که چگونه خودم این کار را انجام دهم. اولین وب‌سایتی که راه انداخته بودم متشکل از ۲۰ صفحه بود. نمی‌دانستم که چرا این کار را کرده‌ام. با ایده تبلیغاتی یک برگ فروش تک‌صفحه‌ای طولانی، آن ۲۰ صفحه را در قالب یک صفحه برگ فروش خلاصه کردم. جایی که مردم می‌آمدند و با پیمایش صفحه با کلی مذاکره و بازاریگری<sup>۳</sup> برای فروش روبرو می‌شدند.

بنابراین آن ۲۰ صفحه از وب‌سایت را به یک برگه فروش طولانی تبدیل کردم. اگر آن صفحه چاپ شود، ممکن است در چیزی حدود ۱۰ صفحه باشد. ولی در وب‌سایت فقط یک صفحه است. یک‌شبه فروش من ۲۵۰ درصد افزایش یافت. بدین ترتیب بود که به یک باره فهمیدم، اگر می‌خواهی پول بیشتری به دست بیاوری، راه حل آن نوشتن یک نسخه فروش خوب است. نباید کاری برای افزایش دادوستد می‌کردم، بلکه باید هر کاری برای بهتر شدن در نوشتن مذاکره و بازاریگری فروش بر روی وب‌سایت انجام می‌دادم.

در طول سال‌ها، برگه‌های فروش زیادی نوشتم. یکی از آن‌ها بیشتر از سه میلیون دلار فروش ایجاد کرد و دیگری دو و نیم میلیون دلار و یک محصول ۲۹ دلاری بیشتر از یک و نیم میلیون دلار فروش داشت. بگذریم... شما کلی محصول ۲۹ دلاری برای

---

۳ Sales Pitch: ارائه فروش که سعی در متقاعد کردن شخصی برای خرید یک محصول دارد؛ مذاکره و بازاریگری برای فروش، در حقیقت نوعی گفتگو برای ترغیب به خرید کالا است (م).

فروش دارید که با یک جرعه می‌تواند برای شما بیشتر از یک و نیم میلیون دلار درآمد فروش داشته باشد.

اینجا یک موضوع مهم برای یادآوری وجود دارد: هیچ‌کس نمی‌تواند بهترین نسخه فروش را برای شما غیر از خود شما بنویسد.

تنها کسی باشید که نسخه فروش خودتان را می‌نویسید و یا در صورتی که به هیچ‌عنوان نوشتن آن برایتان ممکن نباشد دست‌کم آن را تصحیح و ویرایش کنید؛ زیرا شما تنها کسی هستید که می‌دانید چگونه با مخاطبان‌تان ارتباط برقرار کنید.

زمان می‌برد تا یاد بگیرید چگونه کپی‌رایتر شوید، ... ولی این بهترین کار ممکن است.

موضوع خوشایند دیگر این است که هیچ‌کس یک کپی‌رایتر میلیون دلاری به دنیا نیامده است. هیچ‌کس با دانستن نکات دقیق کپی‌رایتینگ برای نوشتن برگه‌ی فروش متولد نشده است؛ اما برخلاف نویسنده‌ی کتاب‌های داستان و یا حتی غیرداستانی، نوشتن برگه فروش دارای الگوهایی است که می‌توانید آن‌ها را یاد بگیرید. می‌توانید الگوهای ثابت شده را به‌روز کنید و برای نوشتن نسخه فروشی که با سرعت بفروشد آن‌ها را به کار ببرید. این نوع از نوشتن، سریع‌ترین و سودآورترین نوع نوشتن است که می‌توانید آن را یاد بگیرید و به کار ببندید.