

卖爆

“ 爆款文案
卖货训练手册 ”

弈棋 著

首次公开一篇文案卖货145万元、3个月成交1400多万元的卖货方法！
爆款卖货文案创作者都在用的方法论

《引爆流量》作者 杨坤龙
《从零开始做内容》作者 吕白
《让写作成为自我精进的武器》作者 师北辰
《别再用勤奋掩饰你的懒惰》作者 阿何

» 联袂推荐



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



弈 棋



弈棋文案学堂创始人。

独创SNTF文案系统，利用文案累计卖货超过5亿元。

曾指导50多个品牌的推广运营。



扫描二维码，获取更多相关信息

卖爆

爆款文案 卖货训练手册

弈棋 著

 机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

如果你的产品卖不出去，即使做广告效果也不好，那可能是你的销售文案写得不够好。在自媒体时代，即使是不知名的自媒体人通过好的文案和传播手法，也能吸引大量的粉丝。一些企业利用文案四两拨千斤，获取了大量客户，并实现成交。

一篇好文案抵得上100个销售高手。本书从市场调研、标题、开头、品牌故事、产品卖点、使用体验、客户证言、促进下单、修改文案等几个方面详细阐述了爆款文案卖货的底层逻辑，并对爆款文案进行拆解，手把手教你如何低成本将产品卖爆。

图书在版编目（CIP）数据

卖爆：爆款文案卖货训练手册/弈棋著.—北京：机械工业出版社，2022.5

ISBN 978-7-111-70723-3

I.①卖... II.①弈... III.①广告文案-写作 IV.①F713.812

中国版本图书馆CIP数据核字（2022）第078491号

机械工业出版社（北京市百万庄大街22号 邮政编码100037）

策划编辑：解文涛 责任编辑：解文涛

责任校对：薄萌钰 责任印制：李 昂

北京联兴盛业印刷股份有限公司印刷

2022年7月第1版第1次印刷

145mm×210mm·9.375印张·3插页·163千字

标准书号：ISBN 978-7-111-70723-3

定价：69.80元

电话服务

客服电话：010-88361066

010-88379833

010-68326294

网络服务

机 工 官 网：www.cmpbook.com

机 工 官 博：weibo.com/cmp1952

金 书 网：www.golden-book.com

机工教育服务网：www.cmpedu.com

封底无防伪标均为盗版

推荐序

文案是值得你干一辈子的事业

很多人认为写文案就是写一个活动通知，写一张宣传单，写一条朋友圈。这种看法也对，也不对。

在大众的眼里，“文案”就是“文字的集合”，只要是写一堆文字，就是他们眼里的写文案。

Toto^[1]这本书中所讲的文案是专业文案。专业文案在英文中叫copywriting，文案作者叫copywriter，而copywriter的定义是：坐在键盘后面的销售员。

如果你想成为一个文案作者，那么你首先需要有一个意识：你是一个销售员。

一个合格的文案作者，首先应该是一个合格的销售员，只不过他在销售时所使用的武器是文字。

这是绝大多数外行人、初入文案这一行的新手所不知道的。因为Toto这本书的很大一部分读者并不是职业文案作者，所以我需要和大家讲清楚文案是怎么一回事。

文案的价值超出大多数人的想象。

在Toto的书中，他讲到一个案例：一篇文案推出去之后，一个晚上的订单超过7000单，总销售额超过140万元。他们一晚上赚的钱，超过了他一年的工资。

我和很多每天都发朋友圈、经常更新短视频、经常写微信公众号文章的朋友谈到文案有这样的效果的时候，对方会和我说：“我没想过。”

这时候我会问朋友：“你知道一篇文案需要花多少时间来完成吗？”

朋友答：“半天？一天？三天？”

我说：“一般不会少于一周，有时候甚至需要半个月或者一个月。”

朋友回答说：“啊？要花这么长时间去写一篇文案啊？”

我说：“当然了，花两周写的文案，能用三年、五年，并且每年能

产生200多万元的销售额，你愿意吗？”

朋友说：“啊，我真没想过！”

正是因为你没有想过，所以你得好好了解一下文案。

著名的广告人大卫·奥格威就是从写文案开始他的广告生涯的，在数十年的广告生涯中，他从没停止过写文案。在受雇于Aga厨具公司时，他就写了一本厨具推销手册，被称为“有史以来最好的推销员手册”。文案写作是他的基本功，如果没有文案写作能力，他就无法成为全世界最优秀的广告人。

在国内外的广告公司、战略营销公司中，文案写作能力都被认为是最重要的能力之一。一句广告语往往价值百万元甚至几百万元。我最早是写长文章的，对于一个主题，我觉得没有几千字根本写不清楚。但是在开始接触文案之后，我发现一个令我不得不面对的事实：文字越少越值钱。

“怕上火喝王老吉”“营养还是蒸的好”“今年过节不收礼，收礼只收脑白金”……每一句都是价值百万元甚至数百万元的文案。

当然，Toto的这本书讲的主要是长文案。他在书中提到了小红书、微信公众号、知乎等平台的文案销售结果，但他在书中讲的更多的是“以不变应万变”的文案写作方法。市面上有很多关于文案写作的方法论，但一般只能适用于某个特定场景，比如微信公众号场景，当你到知乎、小红书等平台再去应用时，那些方法论就会失灵。Toto在这本书中讲的不一样，他讲的是“以不变应万变”的方法论：在100年前的报纸时代适用，在现在的微信公众号、知乎、小红书等平台适用，在未来将出现的其他平台依然适用。在Toto的书中，文案其实只是连接产品与用户的一个工具，要想写好文案，你至少需要掌握两个核心要素：第一，用户洞察；第二，产品洞察。文案只是将你对用户和产品的洞察，以用户更容易接受的文字形式呈现出来而已。

Toto用这种底层逻辑加案例解读的讲述方式，让他的方法论具备了更长久、更普遍的适用性。比如几十年前还有直邮广告，也就是通过一对一给用户寄信的方式达成销售结果，在现在这个时代已经几乎没有人再阅读报纸杂志以及通过信件传递信息，但是如果在这个时代，你真的能掌握一对一沟通与销售的技巧，反而能产生更加神奇的效果：每个人

都在一对多群发，而你在一个一个地与用户沟通，让用户更能感受到你的真诚，你就更容易获得用户的信任，拿到订单，以及赢得真正信任你的铁粉。

Toto是这个领域的专家——虽然他还非常年轻，但相比很多从业时间更长的文案作者，Toto在文案的研究上极度专注。在和他的交流中我能感受到，他在文案领域的榜样是克劳德·霍普金斯，我相信他能成为国内文案领域的领军人物——足够年轻，足够专注，还有极强的目标感。很少有人同时具备这三个素质。

多年来，我一直从事写作和文案工作，很多人认为写作和文案工作是艺术创造，不像开车、做饭、烘焙那样有清晰、完备的步骤，可以帮助一个人在确定的时间段，通过确定的方法，达到相应阶段的能力水平。他们认为从事写作和文案工作需要天赋和灵感，想获得这方面的能力是可遇不可求的。在我的认知里，如果你想成为金字塔顶端的人才，天赋是必备要素，就比如乔丹和科比之所以能成为篮球之神，只靠勤奋还不够，他们同时具备天赋。但是如果你想学做菜，就不需要有天赋，只需要按照正确的方法去练习，就一定能学会。在我眼里，文案写作能力也如此：对于极少数人而言，这是一项艺术活动，但对于绝大多数人而言，这是一项职业技能。绝大多数人可以按照特定的步骤、方法，在一定的周期能够达到的一个确定性的水准。

我在创办“一把钥匙”时，写下了自己的使命：让每个人拥有一技之长。Toto是我在文案写作这个领域中所碰到的第一个具有相同理念的人：文案写作是一种职业能力。他的理想之一是创办一所文案学院，培养文案人才。我们甚至开玩笑地说，未来当我创办写作学院时，我是院长，他来当文案系主任。文案本身就是一个复杂的体系：广告文案、品牌文案、产品文案、长文案、短视频文案……在我所接触的公司中，无论是品牌方还是服务方（包括营销公司、广告公司、公关公司等营销公司），文案人才都很稀缺。

人才的成长，就像树的成长一样，必须经历相应的周期，才能达到相应的状态。

文案领域的职业人才同许多行业的职业人才一样，也是比较缺乏的。Toto的这本书以及他的文案课程能帮助很多新入行的人提升文案写作能力，成为合格的乃至优秀的文案人才。我推荐你一定要认真阅读这

本书，同时认真践行。毕竟，文案是写出来的，不是读出来的。只要持续写、持续实践，那么你一定可以写出精彩的文案。在美国，有非常多的人将文案当作自己的终身职业，并通过文案写作实现了财务自由，同时获得了相当高的社会地位。如果你喜欢文案、热爱文案，那么文案绝对是值得你干一辈子的事业。

师北宸
“一把钥匙”创始人
梨花写作书苑教育合伙人
凤凰网科技频道前主编

[\[1\]](#) Toto是作者的笔名。

前言

如果你正处于事业转型期，极其渴望增加一份收入；
如果你是一家大公司的职员，但已经厌倦了打工赚钱的生活；
如果你在经营自己的门店，但每个月的营业额还不够交房租；
如果你已经是一家公司的老板，但公司业务始终徘徊不前，你需要给公司注入新的活力；

那么，这本书正是你所需要的。

你能想象吗？即使你躺在海边的沙滩上玩手机时，也会有众多的人争相购买你的产品，向你的账户里打钱。这一切都是因为你刚才在酒店里花了两个小时，写了一篇3000多字的文案。

现在，深呼吸一下，然后告诉自己，在没钱没资源的情况下，也能够出现下面这些梦想中的场景：

快速把产品卖爆，你的产品也可以像华为、小米那样，刚一上线，就被抢购一空。

3~5倍地提升公司业绩，总有猎头打电话挖你。

低成本地获取更多的客户，不用打价格战，就有源源不断的客户主动上门。

.....

那怎样才能让这些梦想变成现实呢？其实很简单，你只需要写一篇文案就可以。

这篇文案就像你给一位老朋友写的信，读起来轻松愉快，却在不知不觉中让别人爱上你的品牌，并渴望立即购买你的产品。

广告领域里有一种传统的销售工具，叫作销售信，即很多人口中的销售文案。这是一种像信一样比较长的印刷广告。

这些销售文案的字数可能有3000字、5000字，甚至更多。早期，这些文案被印在报纸上，或者被打印出来装进一个信封里，通过快递员邮寄到客户家里。客户阅读之后，通过汇款或者打电话订购产品。

欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.com>)

文档名称：《卖爆：爆款文案卖货训练手册》弈棋 著.pdf

请登录 <https://shgis.com/post/2597.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

