# 知識型商品的文案寫作課

- 知識型商品特性
  - 較難彰顯產品價值
  - 需要消費者投注心力
  - 訴求對象設定嚴謹
  - 消費者不易比較競品
  - 創作者是商品一部分
  - 消費者對廣告套路免疫
- 文案類型
  - 品牌文案 — 打造品牌形象
  - 形象文案 — 延伸品牌形象
  - 產品文案 — 促銷特定產品
- 文案結構
  - AIDCA(銷售文案)
    - Attention：爭取注意
    - Interest：引發興趣
    - Desire：誘發渴望
    - Conviction：說服購買
    - Action：呼籲行動
  - ORID(論述文案)
    - Objective：描述外部事實
    - Reflective：探討有何感受
    - Interpretive：分析感受
    - Decisional：結論與行動
  - SMAP(社群網站文案)
    - Story：小故事
    - Meaning：故事含意
    - Action：行動
    - Product：產品
- 文案原則
  - 說故事原則 — 依時序交代
  - 金字塔原理 — 先結論後細節
- 品牌打造
  - 隱形標籤
    - 持續創作
    - 專屬詞彙
    - 正向結論
  - 社群應用
    - 商品推薦文案
    - 生活小品短文
    - 經營近況分享
    - 募集讀友意見
    - 禁止事項
      - 與潛在客戶對立
      - 發洩負面情緒
      - 違背品牌形象
      - 與酸民對嗆
- 形塑風格
  - 持續產出
  - 臨摹寫作
  - 訪問讀者
  - 剪裁舊文
- 技巧運用
  - 時事梗
  - 觀點新奇
  - 創造意外感
    - 打破讀者思考慣性
    - 縫隙理論
  - 字句
    - 文字直白
    - 對話口吻 ≡
    - 減少專業名詞
    - 避免雙重否定句
    - 條列式標題對仗
    - 具象比喻
    - 實體名詞取代抽象概念
    - 加強語氣
      - 使用疊字 ≡
      - 「不是○○而是▲▲」
  - 小故事帶情境
    - 元素
      - 主角
      - 處境
      - 演變
      - 結局
    - 題材
      - 克服挑戰
      - 建立連結
      - 解開謎團
  - 提問
    - 好處
      - 刺激思考
      - 引發好奇
      - 促進閱讀
    - 形式
      - 是非題引發共識
      - 選擇題設定框架
      - 申論題情境融入
  - 搭配適當圖片
- 提升寫作能力
  - 深度觀察消費者習慣
  - 詢問消費者對產品的看法
  - 扮演消費者
  - 比對消費者回饋和文案訴求
  - 鍛鍊品味
    - 接觸高貴奢華事物
    - 理解特殊興趣
    - 正視厭惡事物
    - 體驗陌生藝術
    - 行動指南
      - 體察自己感知強項
      - 理解製作過程
      - 了解歷史演進
      - 文字描述感官體驗
      - 延伸至其他領域
  - 遇見靈感
    - 隨手記錄
    - 調適身體狀態 ≡
    - 與人互動
    - 多元創作
    - 增加限制
      - 訂好題目
      - 引導式寫作
      - 照樣照句
- 好文案
  - 結構
    - 標題
      - 主標題(產品名)
      - 副標題(核心效益)
    - 聚焦的實質效益
      - 消費者動機
        - 提升欠缺能力
        - 減輕既有焦慮
      - 方法
        - 對比思考 ≡
        - 反向思考 ≡
        - 自問自答 ≡
    - 產品簡介
      - 短段落.短句子
      - 情感訴求
      - 詳述製作細節 ≡
      - 產品特色關鍵字
    - 精準的目標對象
      - 使用商品者
      - 採買決策者
      - 潛在需求者
      - 掌握外部需求
    - 內容大綱
      - 具體內容
      - 時數
    - 主動排除疑慮
      - 擔憂成效
        - 數據佐證
        - 評價佐證
      - 擔憂成本
        - 提升產品價值
        - 加強敘述功能.優勢.效益
        - 說明優惠
      - 擔憂反悔
        - 退費機制
        - 提供好康
        - 激發無私情操
    - 行動呼籲
      - 簡單
      - 清楚
      - 易執行
    - 自我介紹
      - 核心
        - 功能 — 專業領域
        - 優勢 — 同業競爭力
        - 效益
      - 自我宣揚
        - 客觀事實
        - 不批評競爭者
        - 劃定優勢範圍
        - 引述口碑證言
  - 契合品牌精神
  - 一句話說明核心主軸

Presented with XMind