

КРАТКОЕ  
СОДЕРЖАНИЕ

ДЕНИС КАПЛУНОВ

# ЭФФЕКТИВНОЕ КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ИСЧЕРПЫВАЮЩЕЕ  
РУКОВОДСТВО



MYBOOK

**Евгения Чупина**  
**Краткое содержание**  
**«Эффективное**  
**коммерческое предложение.**  
**Исчерпывающее руководство»**  
**Серия «Краткое содержание»**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=40203739](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=40203739)  
Эффективное коммерческое предложение. Исчерпывающее  
руководство:*

### **Аннотация**

**Этот текст – сокращенная версия книги «Эффективное коммерческое предложение. Исчерпывающее руководство». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.**

Денис Каплунов в своей книге делится практическим опытом по написанию эффективного коммерческого предложения – одного из главных современных инструментов продаж. Он рассказывает об основных ошибках при составлении письма, обязательных составляющих (заголовок, лид, оффер, перечисление выгод, обоснование цены и призыв к действию),

дает советы написания уникального торгового предложения. Тщательное изучение целевой аудитории и ее потребностей – один из ключевых моментов в привлечении внимания к товару и услуге. Представленные в произведении приемы помогут увеличить вероятность открытия клиентом конверта и знакомства с информацией. Грамотная структура, содержание и оформление текста положительно отразятся на спросе товара и услуг. Книга «Эффективное коммерческое предложение» поможет маркетологам, копирайтерам и предпринимателям научиться искусству продающего текста.

**Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги «Эффективное коммерческое предложение. Исчерпывающее руководство»**

# Содержание

Введение	5
Почему 80 % коммерческих предложений не работает?	7
Конец ознакомительного фрагмента.	9

# **Эффективное коммерческое предложение. Исчерпывающее руководство**

## **Введение**

Денис Каплунов – известный российский копирайтер продающих и имиджевых статей. Ему принадлежит уважаемый среди специалистов тематический блог – «Копирайтинг от А до Ю», в котором на момент написания книги насчитывалось 350 публикаций на тему составления различных текстов.

Книга «Эффективное коммерческое предложение» рассказывает, как грамотно составить и подать документ для повышения продаж. Для этого не требуется талант или врожденные способности, успех определяется сочетанием знаний и практики. Произведение представляет собой настоя-

щее практическое руководство, поэтапно описывающее процесс формирования эффективного коммерческого предложения и сотни способов увеличения товарооборота с помощью продающих текстов.

# Почему 80 % коммерческих предложений не работает?

Это выражение нельзя назвать правдивым. Его произносят люди, пережившие отрицательный опыт использования коммерческих предложений. Правильному составлению документа необходимо научиться.

В условиях современной экономики неработающее коммерческое предложение (КП) можно сравнить с заболеванием. У вас два варианта: сдаться или устранить причину сбоя.

Неэффективность коммерческого предложения – диагноз, который определяется с помощью слабых сторон, симптомов. У возникновения слабых сторон есть свои причины. Ничего в жизни просто так не происходит. Неработающее КП – это не полтергейст, не аномалия и не загадочное природное явление, поэтому причину можно найти и устранить.

**Девять причин**, по которым КП можно смело отправлять в корзину:

**1. Неконкурентоспособно сформулированное предложение**, уступающее другим по ряду показателей: качеству, стоимости, скорости, доступности. Перед началом составления документа проанализируйте, насколько условия удовлетворят запросы целевой аудитории. 79 % фактических покупок

и заказов клиент совершает после просмотра 6–14 писем.

**2. Отправка КП людям, не заинтересованным в услуге.** Внимание нескольких категорий людей следует акцентировать на разных областях. Нельзя составлять стандартный документ для всех групп потребителей.

**3. КП не учитывает потребности целевой аудитории.** Правильный подбор публики без анализа их нужд не позволит эффективно сформулировать коммерческое предложение.

**4. За основу КП взято чужое письмо или типовой шаблон.** Для этого документа не существует единого стандарта, который обеспечит успех во всех случаях. Необходимо отразить в письме уникальные достоинства и преимущества конкретной компании.

**5. Неудачное оформление, затрудняющее восприятие информации и процесс чтения.** К этому пункту относятся следующие признаки: крупный или мелкий шрифт; большие абзацы; сложные предложения, загруженные конструкциями; отсутствие выделения главных мыслей; шаблонные фразы; некачественная бумага, оставляющая у клиента неприятный осадок.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.