

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

از سری کتابهای راهنمای کارآفرین

کتاب راهنمای شماره ۵۹

**استفاده از واژه‌هایی که موجب
فروش می‌شود**

سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان



از سری کتابهای راهنمای کارآفرین

عنوان کتاب: استفاده از واژه‌هایی که موجب فروش می‌شود

مترجم: کامران جانفشان

ویراستار ارشد: حمید هاشمی

ویراستار: شهاب ابوم‌گر

حروفچینی و صفحه‌آرایی: نرگس گل‌یاس

شمارگان: نسخه الکترونیک

تاریخ نشر: تیرماه ۱۳۸۲

اجرا: جهاد دانشگاهی واحد کرمانشاه

نظارت و هماهنگی: اداره مطالعات و برنامه‌ریزی

بهره‌برداری و نقل مطالب این کتاب با رعایت حقوق جهاد دانشگاهی بلامانع است.

سرآغاز

برای ورود به بازار کار و فضای کسب و کار راه‌ها، روش‌ها و شکل‌های مختلفی را می‌توان برگزید و در انتخاب مناسب‌ترین گزینه که منجر به موفقیت شود تنها فرد تصمیم‌گیرنده، شما هستید و دیگران مشاور، راهنما، معلم و روشنگر هستند. بنابراین درک صحیح از راه و روش، شناخت مخاطرات و مزایای آن می‌تواند توفیق مورد نظر را تأمین کند.

برای رسیدن به موفقیت در بازار کسب و کار مراحل مختلفی برشمرده می‌شود از جمله: شناخت خود، درک فرصت‌ها و منابع پیرامونی، شناسایی فضای کسب و کار، تدوین برنامه‌ای مناسب برای اقدام و حصول به هدف مطلوب؛ بهره‌گیری از داشته‌ها، و تکرار همه مراحل پیش‌گفته برای توسعه و تعالی.

شناخت استعداد و تقویت انگیزه برای موفقیت و مدیریت بر خود، گام‌های نخستین مرحله آغازین هستند که جستجو و انتخاب الگوهای مناسب برای مراحل مختلف کسب و کار و دستیابی به اطلاعات، دانش و درک صحیح از امور، طراحی و برنامه‌ریزی برای فراهم‌سازی محیطی مناسب برای فعالیت، گام‌های پایانی آن تلقی می‌شود.

وجود فرصت‌ها، منابع ناشناخته و تفکر روی ایده‌های ناب برای بهره‌گیری از آنها، به منظور ارائه محصولات و خدمات سودآور در قالب تشکیلات و ساختاری نوین تحت عنوان، آرم و شعاری نو و با انتخاب مطلوب‌ترین تجهیزات و ابزار و اتخاذ صحیح‌ترین روند و رویه در انجام امور، با رعایت حقوق و قوانین، مرحله‌ای دیگر از مسیر کسب و کار می‌باشد.

شناخت بازار، رقبا و مشتریان و انتخاب سیاست‌هایی مناسب برای تبلیغات و جذب مشتری، به همراه جمع‌آوری، پردازش و بازتولید اطلاعات مورد نیاز برای توسعه بازار هدف و ایجاد فرصت‌های جدید به منظور توسعه کسب و کار، کمک شایانی برای حضور در بازار و رسیدن به مرحله بعد می‌کند. مرحله‌ای که در آن تدوین برنامه مالی مناسب، برآورد هزینه‌های اولیه راه‌اندازی کسب و کار، پیش‌بینی نقدینگی ضروری برای حیات کسب و کار و سرمایه‌گذاری جدید،

کاهش هزینه‌های ثابت و بالاسری، اخذ کمک‌های مالی و حسابرسی برای بقای آن لازم است. هر چند باید به واگذاری، فروش، مدیریت بحران و ورشکستگی در کسب‌وکار هم توجه نمود.

مجموعه کتاب‌های راهنمای کارآفرین زنجیره‌ای از مطالب مفید برای افرادی است که می‌خواهند از راه ایجاد کسب‌وکار، به شیوه کارآفرینانه همچون افراد موفق و برنده در فضای کسب‌وکار حضور یابند و دمی تأمل و اندیشه را بر اقدامی از روی اجبار و اضطرار ترجیح می‌دهند. این مجموعه که در قالب ۹۱ جلد کتابچه ارائه شده است ترجمه‌ای آمیخته با تألیف می‌باشد که حاصل تلاش همکاران و دوستان ارجمندی است که طی دوره همکاری خود در این کار مشارکت داشته‌اند و ذکر نام و یادآوری تلاش آنها ساده‌ترین نوع قدردانی از حضور بی‌بدیل آنان می‌باشد.

با تشکر از جناب آقای مرتضی پرهیزکار رئیس محترم سازمان که با حمایت‌های بی‌دریغ خود امکانات و شرایط لازم را برای ترجمه و انتشار مطالب فراهم کردند، و سپاسگزاری از آقای مهندس صادق یاری که با شناسایی پایگاه اطلاع‌رسانی *smallbusinessstown* متن کتابچه‌ها را برای ترجمه در اختیار قرار دادند. از آقای شیرزاد فلاح و خانم‌ها سمیه اکبری، فریده سیدی‌پور و وحیده خامی‌زاده که علاوه بر ترجمه برخی کتابچه‌ها وظیفه بازبینی، اصلاح و مطابقت با متن اصلی را بر عهده داشتند و از آقای دکتر علیرضا مهاجره که با ویرایش و روانسازی متن کمک شایانی به انتقال مفاهیم نموده‌اند، قدردانی می‌گردد. همچنین از زحمات خانم‌ها ریحانه خرازی و زهرا زارعی به‌عنوان طراحان جلد و خانم نرگس گل‌یاس که وظیفه حروفچینی و صفحه‌آرایی را بر عهده داشته‌اند تشکر می‌گردد.

امید است همه امور با اندیشه‌ای ژرف و عملی صحیح همراه باشد و با رضایت او پایان یابد.

مدیر اداره مطالعات و برنامه‌ریزی
سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاهها

عنوان	فهرست مطالب	صفحه
مقدمه	۱
استفاده از واژه‌هایی که موجب فروش می‌شود.	۲
کلمات و عباراتی که توجه دیگران را جلب می‌کند.	۳
عناوین آغازگر	۳
آغاز کلام با یک سؤال	۴
آغاز کلام با یک داستان	۷
آغاز کلام با دعوت	۹
تعارفات و دعوت‌ها	۹
«مؤثرترین واژه» در آگهی تبلیغاتی	۱۲
ده واژه مؤثر در آگهی‌های تبلیغاتی	۱۴
واژه‌هایی که اغلب در آگهی تبلیغاتی مورد استفاده قرار می‌گیرند	۱۵
کلمات و عبارات مطلوب	۲۳
تبدیل واژه‌های معمولی به واژه‌های ناب	۲۳
تبدیل واژه‌های ناخوشایند به واژه‌های مثبت‌تر	۲۷
معرفی مزایا	۳۰
واژه‌های منفی مورد استفاده	۴۹

- ۵۰ واژه‌های مثبت مورد استفاده
- ۵۷ ۲۶ واژه مثبت مورد استفاده
- ۵۸ واژه‌های انتقالی
- ۶۲ استفاده از کلمه "اما"
- ۶۳ استفاده از کلمه "نه"
- ۶۴ واژه‌های دیداری، شنیداری و لمسی یا حسی
- ۷۰ نگارش مکالمه
- ۸۲ کلمات و عباراتی که عملی را به دنبال دارند
- ۸۲ دعوت به عمل
- ۸۳ واژه‌ها و عبارات پایانی
- ۸۵ تخفیف و حراج
- ۸۸ ضمانت‌نامه‌ها
- ۸۹ جوایز و قرعه‌کشی
- ۹۱ پیشنهادهای حساس زمانی
- ۹۲ پیشنهاد آزمایش / بدون هیچ الزام و تعهدی

مقدمه

کتاب‌های راهنمای کارآفرین، مجموعه به هم پیوسته‌ای شامل ۹۱ کتاب راهنمای برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی در زمینه مشاغل کوچک است. کتاب حاضر، توصیه‌ها و راهنمایی‌های ارزنده‌ای را در زمینه تبلیغات و بازاریابی به شما ارائه می‌دهد. تبلیغات، بخش بسیار مهمی از کار و فعالیت شما را تشکیل می‌دهد و بکارگیری برخی واژه‌ها و عبارات می‌تواند موجب پیشبرد و رونق کسب‌وکار شما شود، بنابراین لازم است در نحوه انتخاب و بکارگیری ادبیات گفتاری و نوشتاری خود بسیار دقت نمایید. مطالعه این کتاب به شما کمک می‌کند تا هنگام گزینش کلمات و اصطلاحات بسیار محتاط باشید و به تناسب نوع فعالیت و نحوه فروش محصول یا خدمات خود بهترین و مناسب‌ترین آنها را مورد استفاده قرار دهید.

استفاده از واژه‌هایی که موجب فروش می‌شود

تصور کنید اگر هیچ راهی برای ارائه افکار تان بر روی کاغذ وجود نداشت، چقدر سخت و یا حتی غیرممکن بود که ایده‌هایتان را با دنیا در میان بگذارید؟ در حالی که شاید به تصویر کشیدن یک اتومبیل بدون آنکه حتی کلمه‌ای برای توصیف آن داشته باشیم به نظر کار آسانی بیاید، تصور کنید که چقدر مشکل خواهد بود اگر عملکرد و فواید آن را بر روی کاغذ توضیح دهیم و یا به صورت شفاهی مفهوم آن را بطور واضح بیان کنیم؛ بی‌آنکه منبع مناسب و کافی از صفت و اسم‌های توصیفی داشته باشیم.

واژه‌ها ابزار اساسی برای ارتباط افکار ما با دیگران محسوب می‌شوند و از این طریق به دیگران اجازه می‌دهیم تا آنچه را ما می‌دانیم تجربه کنند. با این وجود، شما به عنوان یک آگهی دهنده علاوه بر معنی لغوی واژه‌ها، باید تأثیر عاطفی و روانشناختی آنها را نیز مد نظر داشته باشید. شما باید بیاموزید که چطور واژه‌هایی را بکار ببرید که فقط مفاهیم و احساسات مناسب را القا نمایند تا مشتریان آنچه را که باید بفروشید، خریداری نمایند. در حقیقت، شما بایستی تا حدودی یک القاکننده باشید.

کلمات و عباراتی که توجه دیگران را جلب می‌کنند

از واژه‌ها و عبارات زیر برای جلب توجه دیگران و علاقمند کردن

آنها به آگهی خود استفاده کنید.

عناوین آغازگر

اعلان ...

فرصت خوب!

رئیس خود باشید ...

دریابید که ...

هیجان، با ...

اگر پول بیشتری می‌خواهید ...

همیشه اولین بار ...

رایگان! اسرار ...

کتاب رایگان ...

چقدر درآمد می‌خواهید ...

چگونه به ...

عرضه ...

اشتباهاتی که ارزش دارند تا ...

نام ببرید ...

میزان درآمدتان را بگویید ...

هرگز در گذشته ...

و سرانجام اکنون ...

صاحب شوید آنچه را که مال شماست ...

برای شما فایده دارند ...

همه می‌دانند ...

پس انداز کنید ...

راز ...

کنار بگذارید ...

چه کس دیگری می‌خواهد ...

چرا ...

۲۷۳ راه برای ...

۵۰ دلیل برای اینکه چرا ...

آغاز کلام با یک سؤال

آغاز کلام با یک سؤال، یکی از رایج‌ترین روش‌ها در آگهی‌های

فروش و تکنیکی پیشرو در تبلیغات محسوب می‌گردد. البته، این

شیوه یکی از روش‌های پردردسر هم به حساب می‌آید. به عنوان مثال، اگر خوانندگان آگهی شما برخلاف نظر شما به این سؤال پاسخ دهند، چه تأثیری بر آغاز کلام شما می‌گذارد؟

آغاز کلام با یک سؤال یکی از رایج‌ترین روش‌ها در آگهی‌های فروش و تکنیکی پیشرو در تبلیغات محسوب می‌گردد.

آیا در رابطه با ... کنجکاوید؟

آیا به ... علاقمندید؟

آیا ... شما را وسوسه می‌کند؟

آیا برای ... آماده‌اید؟

آیا هنوز ...؟

آیا در مورد اینکه کدام کامپیوتر را بخرید بر سر دو راهی مانده‌اید؟

آیا می‌توانید هر ماه بیش از ۳ میلیون تومان سود ببرید؟

آیا تاکنون از خود پرسیده‌اید ...؟

آیا تا به حال دیده‌اید مادری به کودکش نوشیدنی گرم بدهد؟

آیا می‌دانید که ...؟

آیا می‌دانید کجا می‌شود در مورد آخرین شیوه‌های سودآور پس‌انداز

پول، اطلاعاتی به دست آورد؟

آیا می‌خواهید شغل بهتری داشته باشید؟

آیا می‌خواهید قدرت خرید خود را بالا ببرید؟

آیا نیاز ندارید ...

آیا نمی‌خواهید ...

آیا تا به حال آرزو کرده‌اید که ... را یاد بگیرید تا بتوانید طراحی

یا نقاشی کنید؟

آیا هیچ‌گاه در جمع احساس تنهایی کرده‌اید؟

آیا تاکنون شب را به خاطر فکر به ... بیدار مانده‌اید؟

آیا هیچ‌وقت به ... فکر کرده‌اید؟

از آخرین باری که مطلب ناخوشایندی خوانده‌اید چقدر می‌گذرد؟

فکر می‌کنید چند نفر هستند که آرزو می‌کنند، امیدوارند ... یا

حتی در این رؤیا به سر می‌برند که ...

ده نمونه از رایج‌ترین کلمات مورد استفاده عبارتند از:
از، و، به، در، یک، که، هست، بود و او. این واژه‌ها با هم
بیش از ۳۵ درصد نوشتار و گفتار ما را تشکیل می‌دهند.

تاکنون چندبار به خود گفته‌اید که ...؟

آیا وقت آن نیست که شما ...؟

اجازه دهید از شما بپرسم که اگر ...؟

آیا از وعده‌های پوچ خسته شده‌اید؟

ما این برنامه را تنها به این منظور طرح کرده‌ایم که شما ...

بهترین سرمایه‌گذاری که تاکنون انجام داده‌اید، چیست؟

سودمندترین ... چیست؟

مؤثرترین راه برای ... چیست؟

ایمن‌ترین ... چیست؟

شما چه کسی را ... می‌نامید؟

چرا شما از ... استفاده می‌کنید، وقتی که می‌توانید ...؟

آیا هزار تومان برای ... خرج می‌کنید؟

آیا می‌خواهید برای ... هزار تومان هزینه کنید؟

آیا دوست ندارید ...

آغاز کلام با یک داستان

آغاز کلام با یک داستان می‌تواند سرگرم‌کننده و خلاق باشد. با

این وجود، به خاطر داشته باشید که دنیا پر از آدم‌های شکاک و دیرباوری

است که اغلب احساس می‌کنند اگر مطلب و موضوع شما خوشایند جلوه می‌کند، به این دلیل است که حقیقت ندارد، پس ارزش توجه و اعتنا نیز ندارد. اگر می‌خواهید با استفاده از یک داستان محصولات یا خدمات خود را معرفی نمایید، مهم است که در جمله اول یا دوم عبارتی بیاورید که محتوای اصلی آگهی در آن خلاصه شده باشد.

اگر چشم‌ها دریچه‌های روحند، کلمات هم
دریچه‌های ذهنند.
«سکته مؤثر»

آمدن شما را به گروه منتخبی که طلای ۲۲ عیار برایشان جذبه خاصی دارد، خوش آمد می‌گوییم (بله، گفتم طلا) اجازه بدهید ماجرای جالبی برایتان تعریف کنم.

این ماجرا انسداد یک سرخرگ بود که با پیچیدگی‌هایی همراه بود.

هرگز در تمام عمرم چنین پنیر خوشمزه‌ای نخورده بودم.

او که به پشت روی تخت بیمارستان دراز کشیده بود.

روز بعد با تعجب دریافتم که یکی از دوستانم عضو آن موسسه

هنری بود.

آغاز کلام با دعوت

این یک دعوتنامه شخصی برای شماست تا ببینید ...
 این یک دعوت ویژه به منظور استفاده از ... مشهور دنیااست.
 شما را دعوت می‌نمایم که عضوی از ... باشید.
 این دعوتنامه را برای عده معدودی از مشتریان می‌فرستم تا ...
 از شما به عنوان مشتری آثار شگفت‌انگیز دعوت به عمل می‌آوریم تا ...
 با قبول این پیشنهاد شما به گروه منتخبی از افراد ملحق خواهید شد
 که ...

تعارفات و دعوت‌ها

تعارفات و دعوت‌های زیر برای شروع هر نوع آگهی فروش می‌توانند
 مورد استفاده قرار گیرند. آنها به ترتیب میزان استفاده، از پرکاربردترین تا
 کم‌کاربردترین مورد دسته‌بندی شده‌اند. با این وجود، هنگام انتخاب
 یک عبارت آغازین باید به خاطر داشته باشید که اخیراً گزارش و اثبات
 شده است که هر عبارت تعارفی خاص نقش مهمی در افزایش یا
 کاهش میزان پاسخ‌ها ایفا می‌نماید. اولین جمله آگهی فروش شما
 نقش بسیار مهم‌تری ایفا می‌کند.

این مسئله به اثبات رسیده است که هر عبارت
تعارفی خاص، نقش مهمی در افزایش یا کاهش
میزان پاسخ‌ها ایفا می‌نماید.

آن دسته که «بیشترین کاربرد را دارند» عبارتند از:

(نام مشتری) عزیز،

دوست عزیز،

چیزی ننویسیم (در عوض از یک عنوان و یا تیترا جذاب استفاده کنیم)

مشتری عزیز،

مشتری گرامی و ارجمند،

مخاطب عزیز،

مشتری عزیز (نام شرکت)،

گردآورنده عزیز،

دوست (صفت) عزیز،

دوست عزیز (نام سازمان)،

خریدار عزیز،

خرده‌فروش عزیز،

عمده‌فروش عزیز،

عضو عزیز،

مشترک عزیز،

آقای عزیز،

مدیر عزیز،

همکار عزیز (عنوان)،

مشوق عزیز کارهای هنری،

با عرض سلام!

توجه!

به ... خوش آمدید

دعوتی ویژه ...

با ما بیایید به ...

شما به ... می‌پیوندد

برای لذت بردن از ... آماده باشید

ما از شما می‌خواهیم که ...

شما انتخاب شده‌اید.

«مؤثرترین واژه» در آگهی تبلیغاتی

در آگهی تبلیغاتی واژه «شما» مهم‌ترین کلمه مورد استفاده می‌باشد. مردم به این کلمه پاسخ می‌دهند؛ چرا که احساس می‌کنند آگهی دهنده بطور خیلی مستقیم و به صورت خصوصی با آنها صحبت می‌کند.

در آگهی تبلیغاتی واژه «شما» مهم‌ترین کلمه
مورد استفاده می‌باشد.

بنابراین، تا جایی که امکان دارد از این واژه استفاده نمایید. بین بیشتر آگهی‌نویس‌های برجسته، این کلمه انتخاب اول به حساب می‌آید.

از خود بپرسید:

«آیا من ...»

آیا می‌توانید خودتان را ببینید ...

آیا می‌ترسید؟ آیا در مورد ... نگرانید

مشتریان خوب سزاوار بهترینند. به این خاطر است که ما به شما

پیشنهاد می‌کنیم ...

به خاطر اینکه مرا به عنوان نماینده شورای شهر انتخاب کردید،
می‌خواهم با تمام وجود از شما تشکر کنم.
مایلم در ... با شما شریک باشم.
اگر شما نیز مثل من از آن دسته افراد خاصی هستید که دوست
ندارید در مورد کیفیت هر آنچه آنان ... توافق کنید
برای لحظه‌ای تصور کنید که شما ...
تصور کنید که این چشم‌انداز آرامش‌بخش در منزل شما باشد.
موجب خوشحالی است که به اطلاع شما برسانم ...
اگر تصمیم گرفته‌اید از این پیشنهاد باور نکردنی بهره‌مند نشوید،
فقط این را بخوانید.
از علاقه شما به ... سپاسگزارم
این جواز برای شما (نام) صادر شده تا ...
ما یک کپی مجانی از بروشورمان را همراه با ... برای شما ارسال
خواهیم کرد.

به شما پیشنهاد می‌دهیم که نمی‌توانید آن را رد کنید ...
ما مطمئن هستیم که شما موافقت خواهید کرد تا ...
بله، دوست عزیز، ما می‌خواهیم شما را شگفت‌زده کنیم ...

بله، شما می‌توانید هفته‌ای ۱۵۰ یا ۲۵۰ هزار تومان صرفه‌جویی

کنید ...

اگر شما عاشق زیبایی، پدیده‌های خارق‌العاده، اسرارآمیز و جذاب

هستید، بیش از آنچه فکر می‌کنید غنی هستید. این را مدیون خودتان

هستید ...

مشتریان خوب سزاوار بهترینند. به این
خاطر است که ما به شما پیشنهاد می‌کنیم ...

ده واژه مؤثر در آگهی‌های تبلیغاتی

هنگام نگارش نسخه آگهی یا عناوین و تیترهای آن، برخی از ده

واژه مهم زیر را مورد استفاده قرار دهید.

کشف - این کلمه ماجراجویی و هیجان را القا می‌نماید.

آسان - در دنیایی که پیچیدگی‌ها رو به افزایش است، هر کس

می‌خواهد مسائل و مشکلاتش به سرعت و با کمترین زحمت حل شود.

ضمانت - در جهانی که ضمانت بسیار اندک است، مصرف‌کننده‌ها

آن را هر جا که بیابند طلب می‌کنند.

سلامتی - همه می‌خواهند برای یک عمر سالم و به دور از بیماری زندگی کنند.

عشق - این کلمه رضایت و خشنودی عمیق درونی را به همراه دارد.
جدید - بشر همواره طالب تازگیست.

آزمایش شده - این واژه به مردم آرامش خاطر می‌بخشد.

نتایج - مردم می‌خواهند بدانند آیا اگر از محصول یا خدمات شما استفاده نمایند، اتفاق خوبی برایشان رخ خواهد داد. آنان در انتظار نتایج‌اند.
ایمنی - این کلمه کیفیت درازمدت محصول را نشان می‌دهد و با تضمین شخصی مرتبط است.

صرفه‌جویی - همه می‌خواهند در وقت، پول و انرژی صرفه‌جویی کنند.

آسان، جدید و نتایج، مؤثرترین واژه‌های مورد استفاده در آگهی تبلیغاتی محسوب می‌شوند.

واژه‌هایی که اغلب در آگهی تبلیغاتی مورد استفاده قرار می‌گیرند

در اینجا فهرست ۱۹۲ واژه و عبارتی را که اغلب در نسخه‌های

آگهی‌ها یافت شده‌اند، آورده‌ایم. این لغات و عبارات بارها و بارها به

طور گذار مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

دعوتی ویژه	بهتر
بپذیرید	بزرگ
نتایج نهایی ممکن است تغییر کند	پاداش
توصیه می‌کنیم	دفترچه
تأثیر	موفقیت تازه
همه	پول نقد
شگفت‌انگیز	چالش
اعلام	راحت
بالاخره	مقایسه
معامله	کامل
زیبا	جامع
زیرا	مشتری
بهترین	گرامی

با استفاده از واژه‌های توصیفی نظیر
شگفت‌انگیز، راحت و درجه یک توجه
افراد را جلب نمایید.

عمیق	ارزش افزوده
مجلل	سریع
تخفیف	عالی
درنگ نکنید	درجه یک
معطل نکنید	همیشگی
فراوان	خوشبختی
رویا	تأسیس
کسب کنید	مجانی
آسان	خط رایگان
استفاده آسان	کامل
به صرفه	کاملاً مستند
تأیید شده	آینده
افزایش یافته	اصل
لذت ببرید	به دست آورید
انحصاری	هدیه بدهید
اضافی	خوب

در بر می‌گیرد	عالی
درآمد	نصف قیمت
معرفی	دستی
اینجاست	شاد
شغل	سنگین
ملحق شوید	کمک
شادمانی	بدین دلیل
تازه رسیده	بالا
مشتاق	خانه
مراقب باشید	داغ
آخرین شانس	داغ‌ترین
چاپ محدود	چگونه
زندگی کنید	عجله کنید
طولانی	ایده
عشق	تصور کنید
قیمت پایین	حالا
پیشنهاد	مهم

الزامی نیست	جادویی
بی خطر	خیلی
صریح	مردان
رسمی	معجزه
از هر نوع یکی	مدل
فقط	مامان
فرصت	پول
سفارش امروز	بازگشت پول
اصل	پول ساز
شخصی	طبیعی
طرح	
قدرت	
نیرومند	
عملی	نیاز
برتری	طرح جدید
مدرک	اخبار
حمایت کنید	خبر کوتاه و فوق العاده

با استفاده از واژه‌های توصیفی
مثل دستی، تازه رسیده و چاپ
محدود موجب جلب توجه شوید.

فروش	ثابت شده
نمونه	کیفیت
رضایت	سریع
تضمین شده	آماده استفاده
صرفه‌جویی در پول	واقعی
در وقت صرفه‌جویی کنید	دریافت کنید
راز	معتبر
بفرستید	استثنایی
شورانگیز	آشکار
امروز نام‌نویسی کنید	جنگالی
ساده	همین حالا
صاف	بی خطر
ویژه	شتاب
تکان‌دهنده	ایمنی

با استفاده از واژه‌های توصیفی نظیر
نیرومند، استثنایی و شورانگیز توجه
مردم را جلب کنید.

گام به گام	به روز
قوی	امروزی
موفقییت	نیاز ضروری
ناگهان	سودمند
اطمینان کنید	معتبر
تعجب آور	ارزش
بگیرید	متنوع
آزمایش شده	مخاطره‌آمیز
هزاران	درخواستی
صرفه‌جویی در وقت	ثروت
امروز	زمانی که
مسیر	چه کس دیگری
تحت	چرا
فراموش نشدنی	برنده شدن
منحصر به فرد	زنان
تک	کارهایی که شگفتی می‌آفرینند
یکتا	بنویسید

اشعه ایکس

بله

مال شما

خودتان

صفر

اشتیاق

یک تصویر ارزش هزار کلمه را
دارد، اما یک کلمه به تنهایی
می‌تواند هزار تصویر خلق کند.
«نکته مؤثر»

کلمات و عبارات مطلوب

در آگهی‌های تبلیغاتی خود از لغات و اصطلاحات زیر به منظور
برانگیختن تمایل مصرف‌کنندگان مورد نظرتان، استفاده نمایید.
تبدیل واژه‌های معمولی به واژه‌های ناب
تبدیل واژه‌های خوب به واژه‌های ناب می‌تواند به سبک و شیوه
نگارش شما شور و شوق ببخشد.
تغییر دهید به ...

آماده کردن	↔	انرژی‌زا
بسیار خوب	↔	عالی
جذاب	↔	مجلل
بیدار	↔	هوشیار
راحت	↔	لوکس
مطمئن	↔	اجتناب ناپذیر
قانع	↔	آرام
خونسرد	↔	تکان‌دهنده
ظریف	↔	جذاب
قطعی	↔	اجتناب ناپذیر

- پرانرژی ⇐ شارژ
- مشتاق ⇐ هیجان زده
- هیجان زده ⇐ پرشور
- عجیب و غریب ⇐ افسانه‌ای
- تند و تیز ⇐ جهشی
- خوب ⇐ با ابهت
- متمرکز ⇐ پرانرژی
- خوشبخت ⇐ فرهمند
- پر ⇐ مملو
- خوش ⇐ سرزنده
- خوب ⇐ بهتر از عالی، بهتر از این نمی‌شود، افسانه‌ای، پرشور
- خیلی خوب ⇐ پرنشاط، هیجان‌انگیز، فوق‌العاده، باور نکردنی،
خارق‌العاده
- شاد ⇐ سرمست، پرتحرک، پرشور، پرنشاط و هیجان زده،
کاملاً خوشبخت
- احساساتی ⇐ پرشور
- شیفته ⇐ مسحور

- جالب ⇨ فریبنده
- دوست داشتن ⇨ پرستیدن، ستایش کردن، از خود بیخود شدن
- عشق ورزیدن ⇨ پرستیدن
- با محبت ⇨ پر تب و تاب
- برانگیخته شده ⇨ تحریک شده، جلب شده
- به سمت جلو حرکت کردن ⇨ حرکت سریع به سمت جلو
- خوب ⇨ عالی، محشر
- مشکلی نداشتن ⇨ خوشحال بودن
- بد نیست ⇨ از این بهتر نمی‌شود
- بسیار خوب ⇨ دارای شور و شوق، فوق‌العاده، عالی
- توجه کردن ⇨ تمرکز کردن
- آرام ⇨ متین
- کامل ⇨ استثنایی
- قوی ⇨ راسخ
- خیلی خوب ⇨ عالی، محشر
- بالا رفتن ⇨ اوج گرفتن
- حساس ⇨ بحرانی

- غنی ⇨ بی نظیر
- خرسند ⇨ راضی
- مطمئن ⇨ خاطر جمع، پر اعتماد، ایمن، باصلاحیت، مختار
- باهوش ⇨ با استعداد
- تحریک شده ⇨ برانگیخته
- نیرومند ⇨ خلل ناپذیر
- برتر ⇨ پیشرفته
- جالب ⇨ با شکوه
- فوق العاده ⇨ محشر

با تغییر واژه‌هایی نظیر «قطعی» به «اجتناب ناپذیر»
و «جالب» به «فریبنده» می‌توانید موجب برانگیختن
تمایل افراد بشوید.

تبدیل واژه‌های ناخوشایند به واژه‌های مثبت‌تر

افکارتان را با واژه‌های مثبت پر کنید، آنگاه خواهید دید که احساس شادتری دارید. ذهن مشتریان را با کلمات مثبتی که به محصول شما رونق می‌بخشد، پر کنید تا آنها جذب محصول شما شوند همان طوری که شب‌پرها جذب چراغ‌های خیابان می‌شوند. در حقیقت تبدیل موقعیت‌ها، نگرش‌ها و وضعیت‌های روحی ناخوشایند به وضعیت‌های لذت‌بخش یا مطلوب هدف اصلی هر نوع آگهی تبلیغاتی محسوب می‌گردد.

عبارت "احساس می‌کنم..." را به "من تصور می‌کنم..." تبدیل کنید.

نگران ⇨ ناراحت

عصبانی ⇨ دل‌سرد

دل‌واپس ⇨ آرزومند

سرگردان ⇨ کنجکاو

افسرده ⇨ آرام قبل از اقدام، در جاده به سوی مسیر دور زدن

از بین رفته ⇨ به تأخیر افتاده

نامید ⇨ معطل

متنفر ⇨ متعجب

هولناک ⇨ دچار چالش

- شرمنده ⇐ آگاهتر
- خسته ⇐ سرحال
- شکست ⇐ لغزش، یادگیری، آموزش دیدن
- ترس ⇐ حیرت
- هراسان ⇐ امیدوار
- ترساننده ⇐ جستجوگر
- ناامید ⇐ هدفدار، مجذوب
- برآشفته ⇐ پرشور
- سرافکنده ⇐ متعجب، ناراحت
- آزرده ⇐ رنجیده، ناراحت
- متنفرم ⇐ ترجیح می‌دهم
- ناشکیبا ⇐ منتظر
- نامن ⇐ سؤال برانگیز
- توهین‌آمیز ⇐ سوء تفاهم، سوء تعبیر
- خشمگین ⇐ آزرده
- حسود ⇐ بسیار مهربان
- تنبل ⇐ انرژی گرفتن

تصورش را بکنید اگر هیچ واژه‌ای برای تنفر، بیزاری، قتل و جنگ وجود نداشت، شاید این اهریمنان بشریت هرگز وجود نداشتند.

«نکته مؤثر»

تنها ⇐ در دسترس، سر در گریبان

گمشده ⇐ جستجوگر

عصبی ⇐ تحریک شده

دارای بار اضافی ⇐ در حال توسعه

پر در دسر ⇐ پرمشغله، چالش‌پذیر، احساس نامتعادل،

دارای خواهان، فرصت‌های بسیار، به حداکثر رسیده، حرکت و

تکان خوردن

آزار دهنده ⇐ ناراحت کننده

سردرگم ⇐ مردد

با تبدیل واژه‌های "گمشده" به "جستجوگر" و "شرمنده" به "آگاهتر" موجب برانگیختن تمایل افراد بشوید.

- عصبی ⇨ متحیر، حیران
- رانده شده ⇨ منحرف شده، در حال آموزش، مورد بی‌اعتنایی
- قرار گرفته، درک نشده، مورد سوء تفاهم واقع شده
- غمگین ⇨ تحریک احساسات
- ترسیده ⇨ هیجان زده
- بیمار ⇨ نیازمند مراقبت
- نگران ⇨ پرمشغله، سعادتمند، کشف، تقویت شده
- احمق ⇨ متفاوت، در حال آموزش، بی‌تدبیر
- بوی گند می‌دهد ⇨ خیلی خوشبو نیست.

معرفی مزایا

هنگام خواندن این فهرست، لغات کلیدی را که می‌توانند به طور فوق‌العاده‌ای در توصیف مزایای استفاده از محصولات یا خدمات شما به کار روند، یادداشت کنید. همچنین لغاتی را که می‌توانند به شما کمک کنند تا مزایای خرید از شرکتتان را توصیف نمایید یادداشت کنید.

نکته: اگر هنوز هم از نتایج کارتان راضی نیستید، همه لغاتی را که یادداشت کرده‌اید در یک فرهنگ لغت پیدا کرده و لغات بیشتری را که یادآور نیازها و خواسته‌های انسان هستند، از آن استخراج کنید. یک فرهنگ لغت خوب به آسانی می‌تواند فهرست اولیه شما را تا ده برابر افزایش دهد.

خوشایند

دلچسب

وسوسه انگیز

فراموش‌نشدنی

اصیل

هیچ معادلی نمی‌پذیرد

واقعی

فقط و فقط یکی

چیز واقعی

بزرگ

عظیم

غول‌پیکر

پایا

شکوهمند

با استفاده از واژه‌هایی نظیر "واقعی"،
"فقط و فقط یکی" و "هیچ معادلی
نمی‌پذیرد" مزایا را برشمرده و تمایل
افراد را برانگیزانید.

رنگارنگ

سبز آبی فام

سپید عاجی

سیاه براق

آبی نیمه شب

سرخ‌ی غروب

قرمز روشن

راحت

دلچسب همچون نسیمی در تابستان

(جامه) راحت و گشاد

آرامش‌بخش

نهایت آرامش

کامل

تمام ویژگی‌هایی که شما انتظار دارید

تکمیل در یک بسته

جامع

هر چیزی که نیاز دارید

همه جانبه

از الف تا ی

از اول تا آخر

بی‌دردسر

خرید با تلفن

سهل‌الوصول

وقتی به آن نیازمندید در دسترس است

قابل انعطاف

به آن احاطه و تسلط دارید

کارهای ساده

حمل و نقل آسان

مجبور نیستید برای خرید این طرف و آن طرف بروید

با استفاده از کلماتی همچون "سیاه براق"، "از الف تا ی"
و "حمل و نقل آسان" مزایا را برشمرده و تمایل افراد را
برانگیزانید.

لذت بخش

رضایت عمیق

از مشکلات بیشتر رهایی پیدا کردن

خوشی و لذتی را که خواهید داشت تصور کنید

دلپذیر

اوقات خوش زندگیتان

ساعات سرگرم کننده بیشماری را برای شما فراهم می‌کند

هیجان‌انگیز

سرگرم کننده

تحریک‌آمیز

تکان‌دهنده

خیره‌کننده

حیرت‌انگیز

مهیج

جذاب

محشر

وسوسه‌انگیز

منحصر به فرد

ورای تصور

متمایز

چیزی نمی‌تواند جایش را بگیرد

کم‌نظیر

فقط ویژه اعضا

خصوصی

باور نکردنی

خیره‌کننده

خارق‌العاده

با عظمت

شکوه‌شاهانه

مجلل

اعجاب انگیز

رؤیایی

تازه

خنک و گوارا

بی غل و غش

خیلی سبک

غیرتصنعی

ناب

بدون خدشه

سالم

واژه مناسب عامل مؤثری محسوب می‌گردد.
هرگاه در یک کتاب و یا روزنامه‌ای به یکی از
این لغات بسیار مناسب بر می‌خوریم، تأثیر متقابل
فیزیکی، روحی و انگیزشی فوری ایجاد می‌نماید.
«مارک تواین»

ارضا کننده

رسیدن به موفقیت مورد نظر
چیزی را دنبال کردن
همانگی و سازگاری
موفقیت در کارها
حرکت کردن
تبحر یافتن
تثبیت شدن
موفق شدن
قدرت خلاقیت خود را به اجرا گذاردن
شما به خاطر آن به خود مدیون هستید

تفریح

سرگرم کننده
شادی‌بخش
برای استراحت یا گردش به جای آرام و دنجی رفتن
فقط برای سرگرمی
خنده

خوشگذرانی کردن

با نشاط بودن

کمک کننده

مشاوره مجانی

کنترل و تنظیم

اجازه می‌دهد به شما

انگیزه دادن

پاسخ چیزی را پیدا کردن

راه حلی برای ... شما

کار ما این است که شما را یاری کنیم تا در کارتان موفق شوید

ما یک سری کامل از ... را به شما پیشنهاد می‌کنیم.

راستگو

حقایق سخت و ناخوشایند

زبان ساده

صریح و بی‌پرده

حقیقت آشکار

ما ... را از میان برمی‌داریم

ما افشا می‌کنیم ...

اصلاح شده

بهبود یافته

حیات جدید

طرحی جدید

احیا شده

زمان تغییر می‌کند و ما هم همینطور

ما دگرگون شده‌ایم

ضروری

حیاتی

بسیار ارزشمند

هیچ خانواده‌ای نباید از آن محروم باشد

بنیاد ...

تعجب خواهید کرد که تا حالا بدون آن چطور سر کرده‌اید

آگاهی دهنده

ابهامات شما را برطرف می‌کند

همه آن چیزی که همیشه خواسته‌اید در مورد آن بدانید

عبرت آموز

با استفاده از واژه‌هایی مانند "طرحی جدید"،
 "عبرت آموز" و "قدرت تخیل را برمی‌انگیزد"
 مزایای را توصیف و تمایل افراد را جلب کنید.

حقایقی را که به منظور اتخاذ تصمیم‌های مهم به آنها

نیازمندید به شما می‌دهد

روشنگر

قدرت تخیل را برمی‌انگیزد

برآورد کردن

رازها را برملا می‌سازد

مبتکر

یک تیم زبردست از ...

استادی

با تجربه

متخصص

خلاق

استاد در ...

آنچه موجب برنده شدن کادر ما می‌شود

با درایت

با تجربه

نبوغ ...

ما مستعد ...

استعدادهایمان را در هم آمیخته‌ایم

پیش‌بینی این را می‌کردیم که ...

لوکس

عالی

زیبا

کم‌نظیر

مجلل

پرزرق و برق

شیک

نفیس

مهم

پول ساز

یک فرصت طلایی

سود بردن از ...

درآمدتان را دو برابر کنید

بدون آنکه سر کار بروید ثروتمند شوید

استعداد رشد و ترقی

پول زیادی را صاحب شوید

سود ببرید

افزایش پولتان را ببینید

مشهور

مورد تأیید

پرفروش

حمایت شده

مشهور

فوق‌العاده موفق

دارای ارجحیت برای فروش بیشتر

نیرومند

فعال

ناآرام

پركشش

پر قدرت

نیروی خام

مسحور کننده

حیرت‌آور

شور و نشاط

معتبر

تمام شده

مطمئن

آزمایش شده

معنادار

کیفیت کنترل شده

تقویت شده

قابل اعتماد

مقاوم

عملاً وصف‌ناپذیر

اهمیت یک پیشنهاد را در نظر بگیرید و هیچ‌گاه
نیروی واقعی یک کلمه و یا اصطلاحی ساده را
دست کم نگیرید.

رؤیایی

وارد شدن به قلمرو جادوانی...

به طور خاطره‌انگیزی

جادویی

اسرارآمیز

پنهانی

در طلسم ... افتادن

پرهیجان

ایمن

تحت حمایت کامل

آرامش خاطر

خاطر جمع باشید

در آرامش
خواب راحت
تحت کنترل بودن
می‌توانید بر روی ... حساب کنید
دفاع شما در برابر

هوس‌انگیز

بلورین و شفاف
قابل اطمینان
زیبا و درخشان
دلنشین
همچون نور مهتاب
وسوسه‌انگیز
بی‌نقص
خوش ترکیب
پرتالوؤ
تابنده
بسیار گرم و دلچسب

کوچک

جمع و جور

خلاصه و کوتاه

مناسب همه جا

خوش اندازه بودن

دنج

به سبکی یک پر

جیبی

قابل حمل

جاگیر نیست

مد روز

شیک

به طور سنتی ساده

متمایز

شیک و پیک

مد

مورد پسند

وسوسه کننده

تر و تمیز

آراسته

با استفاده از کلماتی نظیر "تحت حمایت کامل"،
"وسوسه‌انگیز" و "جاگیر نیست" مزایا را توصیف
نموده و تمایل مشتریان را برانگیزید.

ممتاز

متمایز

درجه یک

برترین کیفیت

غیرقابل مقایسه

پیشرفته

فوق‌العاده

پیشگام بی‌چون و چرا

در ردیف اول

بی‌همتا

به موقع

یک افزایش بجا

وقت آن است که ...

درست همان موقعی است که فکر کردید ...

مورد نیاز

سنتی

قدیمی

دارای قرن‌ها قدمت

کلاسیک

مشخصه ...

میراث

ماندگار

خاطره برانگیز

عتیقه

استثنایی

آخرین طرح

در نوع خود بی‌نظیر

تنها یکی از هر نوع
هیچ مشابهی ندارد
منحصر به فرد

مفید

کاملاً مناسب شما
ایده‌ال برای
چندمنظوره
عملی مناسب
همراه ایده‌آل

**با استفاده از واژه‌هایی مانند "فوق‌العاده"، "کلاسیک" و
"منحصر به فرد" مزایا را برشمرده و تمایل مشتریان را
برانگیزید.**

واژه‌های منفی مورد استفاده

با بکار بردن لغات زیر می‌توانید به مشتریان‌تان توضیح دهید که
محصول یا خدمات شما چه مشکلاتی را حل می‌کند و چه نیازهایی را
برطرف می‌نماید.

اجتناب ورزیدن

شکستن

اتفاق

تغییر دادن

پایان دادن

در میان راه نگاه داشتن

از دست دادن

غلبه کردن

بازیافتن

جاخالی دادن

واژه‌های مثبت مورد استفاده

برای اینکه نوشته شما خیلی هیجان‌انگیز و کمتر خسته‌کننده

باشد می‌توانید از کلمات زیر استفاده کنید.

تطبیق دادن

به اتمام رساندن

بدست آوردن

عمل کردن

تجزیه و تحلیل
پیش‌بینی کردن
به کار گرفتن
رسیدن
تأکید کردن بر
ارزیابی کردن
اطمینان دادن
تعادل
بودن
تقویت کردن
سفارش
ساختن
هزینه کردن
ادعا کردن
پرورش دادن
فرمان دادن
ارتباط برقرار کردن

مواجه کردن
پیروز شدن بر
کنترل کردن
تبدیل کردن
ایجاد کردن
غلبه کردن بر
تعریف کردن
تحویل دادن
تقاضا کردن
اثبات کردن
مشخص کردن
توسعه دادن
اختصاص دادن به
راهنمایی کردن
دو برابر کردن
اجازه دادن به
تأسیس کردن

برآورد کردن

بیان کردن

تسهیل نمودن

مناسب بودن

تمرکز کردن

شکل دادن

تجدید کردن

بدست آوردن

گرفتن

با استفاده از واژه‌های مثبت مانند "بکار گرفتن"، "غلبه کردن" و "اجازه دادن به" تمایل مشتریان را برانگیزید.

تشخیص دادن

تحقق بخشیدن

بهبود دادن

افزایش دادن

تحت تأثیر قرار دادن

آگاه کردن

در بر گرفتن

ملحق شدن

دانستن

یاد گرفتن

نفوذ

حفظ کردن

ساختن

توانستن

طراحی کردن

در اختیار گرفتن

تحریک کردن

حرکت کردن

چندجانبه

مذاکره کردن

سازمان دادن

ترغیب کردن

به دقت مشخص کردن
اصلاح کردن
تحسین کردن
آماده کردن
ارائه کردن
در اولویت قرار دادن
ارتقاء دادن
خواندن
کاهش دادن
حل کردن
دیدن
تقسیم کردن
انتخاب کردن
شکل دادن
شدت و حدت بخشیدن
نشان دادن
مستقر کردن

آرامش بخشیدن

متوقف کردن

کارآمدتر کردن

شدت یافتن

تداوم بخشیدن

برخورد کردن با

عهده‌دار شدن

آزمایش کردن

ترقی کردن

سه برابر کردن

فهمیدن

با استفاده از کلماتی مانند "در اختیار گرفتن"، "کاهش دادن"
و "آرامش بخشیدن" تمایل مشتریان را برانگیزید.

۲۶ واژه مثبت مورد استفاده

به یک فرهنگ لغت رجوع کنید و از هر حرف الفبا واژه‌های مثبت و مؤثری را که می‌توانید به منظور توصیف بهتر شرکت و یا محصولاتان استفاده کنید، انتخاب نمایید.

جذب کنید

تعادل ببخشید

بنامید

انجام دهید

آموزش دهید

حق انتخاب داشته باشید

خشنود کنید

هماهنگ کنید

القا کنید

دور بریزید

درست کنید

گوش دهید

نمونه باشید

بپروانید

سازمان دهید

اولویت دهید

بهبود دهید

منعکس کنید

محکم کنید

دگرگون کنید

بالا ببرید

محترم بدانید

اراده کنید

پیشی بگیرید

چرا

نشانه بگیرید

واژه‌های انتقالی

استفاده از واژه‌های زیر می‌تواند انتقال مؤثر از یک ایده به

دیگری را راحت‌تر نماید.

همه این و بیشتر!

همچنین ...

اگرچه ...

و ...

و اینجاست که ...

و این هم‌هاش نیست ...

و اگر این کافی نیست ...

دیگری ...

در نتیجه ...

بهنتر از همه ...

اما ...

اما عجله کنید!

ولی حتی بیشتر ...

متعاقباً ...

آیا تا به حال از خود پرسیده‌اید ...؟

با استفاده از واژه‌های انتقالی مانند "و این هم‌هاش نیست"،
"همچنین" و "دیگری" هماهنگی برقرار کنید.

فراموش نکنید ...

حتی اگر چه ...

به عنوان مثال ...

برای نمونه ...

علاوه بر این ...

از این رو ...

چطور ...

چرا ...

چگونه می‌توان ...

چند بار به خود گفته‌اید ...؟

اگر چه ...

به علاوه ...

به عبارت دیگر ...

به طور خلاصه، ...

علاقمندی؟

آسان است.

علاوه بر این ...

مهم‌ترین ...

با وجود این ...
اکنون، برای اولین بار ...
البته ...
برعکس ...
از طرف دیگر ...
به همین ترتیب ...
به بیانی ساده، ...
باور نکردنی به نظر می‌رسد؟
هنوز ...
به این دلیل است که ...
به این صورت که ...
نتیجه؟
حقیقت این است که ...
سپس ...
همچنین ...
بنابراین ...
تنها ذره‌ای از ...

به این فکر کنید که ...

بدین طریق ...

مدرک می‌خواهید؟

بیش از این ...

چرا ...؟

بله، شما هم می‌توانید ...

تا به حال ...

با استفاده از واژه‌های انتقالی مانند "دلیش اینجاست"،
 "به این دلیل است" و "مدرک می‌خواهید؟" هماهنگی
 برقرار کنید.

استفاده از کلمه "اما"

در گفتگوهای خود با مشتریان سعی کنید از بکار بردن کلمه "اما" پرهیز نمایید. این واژه تمام آنچه را که آنان قبلاً گفته‌اند نفی می‌کند و موجب می‌شود آنها حالت تدافعی به خود بگیرند. با این وجود، وقتی پی بردید که در یک نوشته کتبی کلمه "اما" یک واژه بسیار مهمی محسوب می‌شود، استفاده بجا و مناسب از آن می‌تواند

خیلی مؤثر باشد؛ به این صورت که از این واژه برای تبلیغ مزایای محصول خود در مقایسه با محصول فرد دیگری استفاده کنید.

اما عجله کنید!

اما محصول ما اینچنین نیست.

اما این تمام داستان نیست.

اما حتی بیشتر از این هم ...

اما صبر کنید ... باز هم هست

استفاده از کلمه "نه"

وقتی بچه بودیم، اولین کلمه‌ای که یاد گرفتیم "نه" بود و این واژه معمولاً برای بیان چیزی که نمی‌توانستیم انجام دهیم استفاده می‌شد. بنابراین ما از این کلمه بیزار شده‌ایم. کلمه‌ای که واقعاً دوست داریم بشنویم کلمه "بله" است. بله من دوستت دارم. بله، می‌توانی این کار را بکنی. بله، ثروتمند خواهی شد.

از اینرو، تنها به منظور توصیف مزایای محصول یا خدماتتان (در مقابل رقبایتان) به طور محتاطانه از کلمه "نه" استفاده کنید و در غیر این صورت از این واژه استفاده نکنید.

بدون پیش پرداخت

بدون هیچ دردسری

بدون نگرانی برای ...

بدون الزام و اجبار برای خرید چیز دیگری!

بدون ریسک

بدون هزینه‌های جانبی

واژه‌های دیداری، شنیداری و لمسی یا حسی

مردم به سه دسته اصلی تقسیم می‌شوند که برای تفسیر جهان

از احساسات متفاوتی بهره می‌گیرند. اگر می‌خواهید به طور مؤثرتری

با آنها ارتباط برقرار کنید، از این کلمات استفاده نمایید.

من متعصبانه استفاده از کلمه "منحصر به فرد" را ممنوع اعلام کردم. عملاً هر اطلاعیه رسمی این واژه را در بر دارد. در واقع هیچ چیز برای همیشه "منحصر به فرد" نیست.
«فرد هیچینگر»

واژه‌های دیداری

کیفیت سه بعدی

مناظر در دید

ظاهر شدن

سیاه و سفید

روشنایی

واضح

رنگ

بلورین

سپیده‌دم

میزان اختلاف

مجسم کردن

اول

برق زدن

چشم دوختن

مه‌آلود

غبارآلود

نورانی کردن

شدت رنگ

نگاه کردن

منظره

نشان دادن

دیدن

نمایش دادن

اندازه اشیاء مرکزی

اندازه عکس

جرقه زدن

چهار چوب‌های ساکن

شخص سوم

سوسو زدن

چشم‌انداز

واژه‌های شنیداری

(موسیقی) کوک کردن

سراپا گوش بودن

شنیده شده

افت صدا

ناشنوا

ناهمخوانی

شنیدن

گوش دادن

صدایابی

موسیقی ساختن

هماهنگ آواز خواندن

خوش آهنگ

(موسیقی) نت همساز

مکث

پرسش

پرطنین

ریتم صدا

به صدا درآمدن یک زنگ

سکوت

صداها

ضربات موسیقی

زنگ صدا

آهنگین

قطع و وصل صدا

غیر قابل شنیدن

منحصر به فرد بودن صدا

(شدت) صدا

با استفاده از واژه‌های بصری مانند "مه آلود"، "نورانی کردن"
و "سوسو زدن" تمایل افراد را برانگیزید.

واژه‌های لمسی

دسترسی داشتن

سرد

لمسوس

تراکم

سنگین

استمرار

سهمگین

چیزی را حس کردن

محکم گرفتن

سخت

داغ

شدت

متناوب

قرارداد بستن

حرکت

ماهیچه

فشار

مجبور کردن

تمیز کردن

تیز

به نرمی عبور کردن

جامد

محکم

رنج کشیدن

ضربه زدن

دما

کشش

بافت

پرت کردن

سوزن سوزن شدن

لمس کردن

چرخیدن

بی حرکت

بی احساس

ارتعاش

وزن

با استفاده از واژه‌های حرکتی مانند "شدت"، "محکم"
و "کشش" تمایل افراد را برانگیزید.

نگارش مکالمه

به منظور نوشتن گفتگوی مرتب و جالب توجهی در یک داستان

با ماجرای کوتاه از این واژه‌ها استفاده کنید.

افراد در حین داد و ستد ممکن است از کلمات زیر استفاده کنند:

- اذعان کردن
- اضافه کردن
- آدرس دادن
- پذیرفتن
- تصدیق کردن
- موافقت کردن
- اعلام کردن
- پاسخ دادن
- تأیید کردن
- بحث کردن
- پرسیدن
- خواستار شدن
- اطمینان دادن
- اجازه دادن
- ادعا کردن
- سؤال پیچ کردن

مخالفت کردن

ادعا کردن

توضیح دادن

شکایت کردن

تصدیق کردن

مشورت کردن

اعتراف کردن

مباحثه کردن

رد کردن

بازپرسی کردن

اظهار کردن

تقاضا کردن

مخالفت کردن

نپذیرفتن

فاش کردن

بیشتر توضیح دادن

ادامه دادن

التماس کردن

اطلاع دادن

پرسش کردن

اصرار ورزیدن

تحقیق کردن

متوقف کردن

حفظ کردن

مخالف بودن

متماعد کردن

استدعا کردن

تحسین کردن

اعلام کردن

اعلان کردن

اقرار کردن

قول دادن

اعتراض کردن

آزمودن

خودداری کردن

جواب دادن

پاسخ دادن

ادامه دادن

با تندی جواب دادن

برگشتن

آشکار کردن

بیان کردن

صحبت کردن

بیان کردن

سوگند خوردن

گفتن

یک کلمه مثل پرنده‌ای است که اگر یکبار از قفس
رها شود دوباره با سوت زدن باز نمی‌گردد.
«هوراس»

مردم موقع صحبت کردن ممکن است:

هر کلمه‌ای را بکار ببرند

فریاد بکشند

لاف بزنند

سرشار از شادمانی باشند

سرد و بی‌روح حرف بزنند

شیرین زبانی کنند

با صدای بلند بخندند

نیشخند بزنند

داد و بیداد کنند

گلویشان را صاف کنند

چیزی بازگو نکنند

با عصبانیت حرف بزنند

بریده بریده سخن بگویند

سؤال پیچ کنند

با خنده بگویند

نالہ کنند

غرولند نمایند

قهقهه سردهند

قاه قاه بخندند

زیر لب سخن بگویند صدای خود را بلند کنند

اعتراض کنند

هارت و پورت کنند

اظهار تأسف نمایند

زیر لب چیزی بیان کنند

زمزمه کنند

پچ‌پچ کنند

دائم غر بززند

نفس‌نفس زنان سخن بگویند

آرام حرف بززند

خشمگین شوند

کنترل خود را از دست بدهند

عریده بکشند

هذیان بگویند

اوقات تلخی کنند

ناسزا بگویند

جیغ بزنند

با جیغ چیزی را مطرح کنند

بلرزند

آه و ناله کنند

تشر بزنند

یواشکی بخدمند

تو دماغی حرف بزنند

پوزخند بزنند

با لکنت چیزی را بیان کنند

پوزخند بزنند

قسم بخورند

شیون کنان چیزی را مطرح کنند

خس خس کنان حرف بزنند

نجوا کنند

هورا بکشند

واژه‌ها سرنوشت ما را انتخاب کرده و به آن شکل
می‌دهند.

«نکته مؤثر»

افراد موقع حرف زدن ممکن است این احساس را داشته باشند:

عصبانی

ناراحت

مصمم

مورد توهین قرار گرفته

رنجیده

دلخور

خوشحال

شگفت‌زده

متعجب

افراد هنگام صحبت کردن ممکن است
احساس کنند که «عصبانی»، «رنجیده» یا
«شگفت‌زده» هستند.

مردم ممکن است با این حالت صحبت کنند:

به طور غیر منتظره

از روی عذرخواهی

با حواس پرتی

با ملاحظت

به طور نامفهوم

با عصبانیت

رک

جسورانه

با احتیاط

با اطمینان

گستاخانه

مشتاقانه

صمیمانه

با حق شناسی

با اکراه

با تردید

با صدای گرفته

نفس نفس زنان

با عصبانیت

نجوا کنان

با صدای آرام

مصرانه

به شوخی

با صدای بلند

عاشقانه

با ملایمت

بی‌ادبانه

با دلسوزی تمام

با دستپاچگی

با کمروبی

به آرامی

با لحن آرامش بخشی

متفکرانه

با بی فکری

با قدرت

با چشمانی برافروخته

با تأسف

مردم موقع فکر کردن ممکن است:

به نتیجه برسند

به چیزی خیره شوند

تصمیم بگیرند

دریابند

تجسم کنند

پی ببرند

متوجه شوند

فرض کنند

تردید کنند

بپرسند

بیندیشند

به خاطر بیاورند

به خودشان بگویند

از خود بپرسند

مردم موقع فکر کردن ممکن است "فرض کنند"،
"پیندیشند" یا "تردید کنند".

کلمات و عباراتی که عملی را به دنبال دارند.

به منظور جلب مشتریان برای سفارش دادن محصولات و یا

خدمات شما از واژه‌ها، اصطلاحات و جملات نیز استفاده نمایید.

دعوت به عمل

به منظور تشویق مشتریان برای دست به کار شدن و سفارش دادن

به شما از این واژه‌ها استفاده کنید:

حالا دست به کار شوید

حالا خرید کنید

امروز یکی بخرید

امروز خرید کنید

امروز دست به کار شوید

آن را به تأخیر نیندازید

فردا دیر است ...

امروز بخرید!

به فروشنده خود مراجعه کنید

اگر همین حالا دست به کار شوید، ما به شما یک ... رایگان می‌دهیم

فقط کارت ضمیمه شده را پست کنید تا ...

آخرین شانس برای سفارش

الان سفارش دهید!

همین امروز سفارش دهید

اولویت درجه یک

بشتابید

بن را ارسال نمایید.

ما را در ... ملاقات کنید

واژه‌ها و عبارات پایانی

در پایان یک نامه تجاری می‌توانید از واژه‌ها و اصطلاحات زیر

استفاده کنید.

واژه‌ها و اصطلاحاتی که بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند:

با احترام

از صمیم قلب

ارادتمند شما

با احترام فراوان

(امضا همراه با اسم و عنوان) با صمیمانه‌ترین آرزوها

(امضا همراه با اسم) با آرزوی موفقیت

(بدون امضا) با بهترین آرزوها

بسیار ارادتمند

با تقدیم احترام

با آرزوی بهترین موفقیتها

با سپاس

با تشکر

ارادتمند

با استفاده از واژه‌هایی مانند "حالا دست به کار شوید"،
 "حالا خرید کنید"، "فردا دیر است" و "امروز بخرید"،
 افراد را وادار به عمل کنید.

تخفیف و حراج

اگر برنامه‌ای برای حراج دارید یا می‌خواهید برای محصول یا خدماتتان به مشتریان خود تخفیفی بدهید، از واژه‌های زیر می‌توانید استفاده کنید:

یک موقعیت استثنایی با این قیمت‌ها

مزایده

فرصتی استثنایی

صرفه‌جویی را مدنظر داشته باشید

حراج به علت تغییر شغل

قیمت‌ها را مقایسه کنید!

پول بیشتری نپردازید!

حتی یک ریال بیشتر ندهید!

صرفه‌جویی‌تان را دو برابر کنید!

تخفیف عمده بر روی ...

همه (جناس) با تخفیف

همه چیز باید به فروش برسد

یک پیشنهاد منحصر به فرد

پس انداز بیشتر
آخرین کالاهای ته‌انباری
فقط برای مدتی کوتاه!
این حراج استثنایی را از دست ندهید!
حراج داریم کسب‌وکار خود را جمع می‌کنیم.
نصف قیمت ...
تخفیف عالی
انحلال شرکت
نازل‌ترین قیمت تاکنون!
۵۰ درصد تخفیف
تخفیفی دیگر
فقط حالا!
فقط همین امروز
فقط یک روز!
قیمت‌ها کاهش یافتند!
تا ۶۰ درصد صرفه‌جویی کنید!
بخرید و مقایسه کنید

یک پیشنهاد ویژه افتتاحیه!

تخفیف فوق‌العاده

یک تخفیف قابل ملاحظه

از این پیشنهاد نهایت استفاده را ببرید!

قیمت‌ها را می‌شکنیم

ما قیمت‌ها را کاهش داده‌ایم

قیمت‌ها را پایین آورده‌ایم

ما شما را ترغیب می‌کنیم که هر جایی قیمت پایین‌تر از این

یافتید بخرید!

ما باید فهرست خود را توسعه بخشیم

ما اجناسمان را ارزان نمی‌فروشیم!

ممکن است شما هرگز حراجی دیگری را مثل این نبینید.

با استفاده از کلماتی مانند "فرصتی استثنایی"،
 "همه چیز باید به فروش برسد" و "یک پیشنهاد
 منحصر به فرد"، فروش را بالا ببرید.

ضمانت‌نامه‌ها

می‌توانید برای نوشتن ضمانت‌نامه‌هایتان از واژه‌های زیر بهره

بگیرید:

نازل‌ترین قیمت تضمین شده

رضایت شما را تضمین می‌کنیم.

اگر راضی نبودید، فوراً جنس را برگردانید و پول خود را پس بگیرید

(۲۴ ساعت مهلت خواهید داشت).

در صورت عدم رضایت پول شما در مدت ده روز برگردانده می‌شود.

اگر شما راضی نباشید ما هم راضی نیستیم (رضایت شما رضایت ماست).

اگر کالا کاملاً با آنچه تبلیغ شده مطابقت نداشته باشد پول شما

را بر می‌گردانیم.

یک فروش تضمین شده ده روزه.

یک فروش ده روزه بدون هیچ ریسکی.

اگر به هر دلیلی احساس می‌کنید که کالا بیشتر از آن قیمتی که

شما پرداخته‌اید نمی‌ارزد، به راحتی ظرف ده روز آن را سالم برگردانید و

پولتان را پس بگیرید.

دارای مزیت پس دادن بی‌چون و چرا.

رضایت شما را تضمین می‌کنیم و در غیر این صورت پول شما را با کمال رضایت پس خواهیم داد. ۱۵ روز کالا را مورد آزمایش قرار دهید. اگر به این نتیجه رسیدید که این بهترین کالای موجود نیست می‌توانید آن را برگردانید تا پولتان را پس دهیم (در صورتی که کالا را امتحان کرده باشید این تضمین اعتبار دارد).

ما کاملاً تضمین می‌کنیم که نازل‌ترین قیمت‌ها را داریم.

نگران نباشید تضمین شده.

شما باید کاملاً راضی باشید.

اگر به هر دلیلی از کالا راضی نبودید، ظرف ده روز آن را برگردانید و پولتان را بی‌چون و چرا دریافت نمایید.

جوایز و قرعه‌کشی

اگر می‌خواهید چیزی را مجانی جایزه بدهید و یا یک قرعه‌کشی

راه بیندازید، واژه‌های زیر را می‌توانید مورد استفاده قرار دهید.

این (هدیه) را بدون پرداخت هیچ هزینه‌ای قبول کنید.

اما فقط همین نیست! شما همچنین می‌توانید ... دریافت کنید.

جوایزی فوق‌العاده

با استفاده از تضمین‌هایی مانند "در صورت عدم رضایت، پول شما در مدت ده روز برگردانده می‌شود" سطح فروش را بالا ببرید.

این فرم ثبت نام را پر کنید، ممکن است شما برنده شوید. هدیه مجانی (ضمیمه)! بدون هیچ پولی هدیه ضمیمه را دریافت خواهید کرد.

اگر فقط به یک نفر بگویید ...

هیچ هزینه اضافی لازم نیست.

این روش ما برای "تشکر از شما" است.

این برای شما هزینه‌ای ندارد، تنها برای "بله" گفتن به ...

این متعلق به شماست. آن را نگه دارید، استفاه کنید و از آن

لذت ببرید!

این را بگیرید - مال شماست!

این یک هدیه‌ای از ماست!

برای اینکه بیشتر خوشحال شوید، بدون پرداخت هیچ هزینه

اضافی یک ... دریافت خواهید کرد.

ما اهدا می‌کنیم ...

برنده شوید ...

شما برنده شده‌اید.

ممکن است برنده شده باشید

ممکن است برنده شوید.

این به طور مجانی متعلق به شماست.

پیشنهادهای حساس زمانی

می‌توانید واژه‌های زیر را برای دعوت به یک عمل فوری مورد

استفاده قرار دهید:

بشتابید

اگر همین حالا دست بکار نشوید، این فرصت از دست خواهد رفت!

عرضه محدود

پیشنهاد کوتاه مدت

سفارش بر این اساس خواهد بود که هر کس زودتر بیاید، زودتر

خدمات دریافت می‌کند.

قیمت ما تا سی روز تضمین شده است (پس از آن کسی نمی‌داند

چقدر مطالبه خواهیم کرد؟)

قیمت‌ها به زودی افزایش می‌یابد.
 قیمت‌ها ممکن است بدون اطلاع قبلی تغییر کند.
 مقدار کالاها محدود است.
 میزان عرضه محدود است.
 این مهلت ۳۱ شهریور به پایان خواهد رسید.
 زمان محدود است.

با اهدای جوایز و هدایا و با استفاده از واژه‌هایی مانند
 "اگر فقط به یک نفر بگویید..." سطح فروش را بالا
 ببرید.

پیشنهاد آزمایش / بدون هیچ الزام و تعهدی

اگر می‌خواهید یک دوره آزمایش مجانی در اختیار مشتریان قرار
 دهید بدون آنکه مجبور باشند کالا را خریداری کنند، می‌توانید از
 واژه‌های زیر استفاده نمایید:
 یک آزمایش مجانی ۳۰ روزه
 همه آن چیزی که از شما می‌خواهیم این است که یک فرصت
 آزمایش در اختیار ما قرار دهید.

اگر تصمیم گرفتید ... را نخرید هزینه‌ای متحمل نمی‌شوید و همچنان مورد احترام ما هستید.

اگر تصمیم گرفتید آن را نگه دارید، فقط ۳۴ هزار تومان بپردازید ... فقط (کتابی) را که می‌خواهید نگهدارید.

بدون پیش پرداخت

بدون تعهد برای خرید هر چیز دیگری!

بدون اجبار برای خرید!

بدون ضرر و زیان چه حالا، چه بعداً.

پیشنهاد خرید بدون ضرر.

بدون هیچ فروشنده‌ای.

بدون هزینه‌های جانبی

اپراتورها اینجا هستند تا ...

برای مشتریان پس از اسم وی کلمه "شما"

مهمترین کلمه دنیا محسوب می‌شود.

«نکته ناب»

حالا هیچ پولی نفرستید!

هیچ پولی نفرستید!

به مدت شش ماه ما را مورد آزمایش قرار دهید.

به مدت یک هفته در منزل خود از آن استفاده کنید.

ما بدون هیچ پرسشی آن را پس خواهیم گرفت!

ما (یک عکس رنگی) برای امتحان مجانی برایتان خواهیم

فرستاد - بدون هزینه، بدون تعهد یا الزام. اگر متقاعد نشده‌اید که این

بهترین ... است که تا به حال دیده‌اید، آن را با کارتن اصلی‌اش

برگردانید بدون آنکه حتی یک ریال هزینه کنید (ما برگه فروش شما

را پاره می‌کنیم) چه چیزی را از دست خواهید داد؟

شما هر زمان که بخواهید به آسانی می‌توانید با اطلاع دادن به ما

سفارستان را پس بگیرید.

می‌توانید هر زمان منصرف شوید.

با استفاده از واژه‌هایی نظیر "بدون خطر"، "به مدت شش ماه ما را مورد آزمایش قرار دهید" و "چه چیزی را از دست خواهید داد"، میزان فروش را بالا ببرید.